

MAILUP RAGGIUNGE NUOVI TRAGUARDI: 2.500 UTENTI ATTIVI E CRESCITA RECORD

7 Luglio 2009 – L'esperienza maturata in oltre 7 anni di attività nel settore dell'Email Marketing ha reso il servizio MailUp sempre più competitivo, permettendogli di raggiungere l'importante traguardo di 2.500 utenti attivi, distribuiti sia in Italia che all'estero.

MailUp è un servizio web che consente di gestire in modo professionale l'invio di newsletter, le campagne di email marketing e l'invio di sms. Attraverso una comunicazione costante e di qualità, permette quindi di costruire una relazione di qualità con i propri clienti.

Uno dei principali driver della crescita è rappresentato dall'originale modello di prezzo "flat" che lascia totale libertà nella comunicazione: invii illimitati di email, di qualunque dimensione, con possibilità di risparmiare semplicemente rallentando il completamento dell'invio di qualche ora.

Gli stessi utenti di MailUp si sono rivelati il secondo decisivo driver di crescita: "i preziosi suggerimenti e l'effetto passaparola sono stati fondamentali per una società che si è sviluppata unicamente con le proprie forze" sottolinea Nazzareno Gorni – General Manager di MailUp – "così come l'attività di Ricerca e Sviluppo su cui la società investe oltre il 20% del proprio fatturato".

L'infrastruttura tecnica (basata su architettura Microsoft .NET e database MS SQL Server) è cresciuta di conseguenza e può garantire oggi più che mai alte performance ed affidabilità, grazie a server cluster che ripartiscono adeguatamente il carico tra più macchine.

Tali importanti caratteristiche hanno portato MailUp ad avere una clientela eterogenea che va' da Comune di Venezia, Peugeot, Datamatic, Coin, CTM Altromercato, Fiera Milano ExpoCTS, MyAir, Ovieste e DeAgostini a decine di Web Agency, Software House grandi e piccole, come Agency.com, Olà, Nascar che si avvantaggiano della modalità "whitelabel".

"La scelta strategica di concentrarsi sullo sviluppo della piattaforma, che viene arricchita ogni mese di nuove innovative funzionalità - afferma Nazzareno Gorni - e sulla deliverability, cioè la capacità di evitare i filtri antispam, sta pagando con tassi di crescita elevati che lasciano intravedere una crescita record vicina al 40% nel 2009".

Luca Azzali, Sales Director di MailUp aggiunge: "Nonostante le attività di direct emailing, ecommerce, web design, web marketing fossero comunque molto profittevoli e in forte crescita – come dimostra il premio AICEL "La fiducia nell'e-commerce" assegnato al progetto webtappeti.it sviluppato dalla nostra società - abbiamo deciso di specializzare la nostra attività unicamente intorno al servizio MailUp, in modo da non sovrapporci con il lavoro delle tante Agenzie di Comunicazione e Web Agency che stanno credendo e investendo in modo importante su MailUp, integrandolo sia nella loro offerta, sia all'interno di loro applicazioni come CMS, CRM ed Ecommerce, spesso carenti nel saper sfruttare al meglio il canale email."

MailUp è inoltre presente in Europa e nel resto del mondo, con clienti negli USA, Svezia, Portogallo, Francia, UK, Turchia e Svizzera ma anche in India, Messico e Australia, e conta di continuare a consolidare in questi paesi la propria presenza.