

Infomail 2026

Guida Utente Completa — Piattaforma Email Marketing

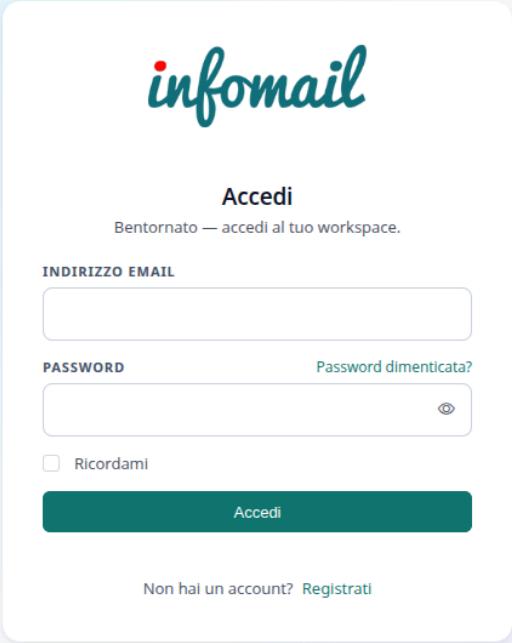
Versione 2026 • Ultimo aggiornamento: Ottobre 2026

1. Accesso alla Piattaforma

Per utilizzare Infomail, accedi alla piattaforma tramite il tuo browser web preferito collegandoti all'indirizzo **app.infomail.ai**.

1.1 Login

La schermata di login ti permette di accedere al tuo account Infomail. Inserisci le tue credenziali per entrare nella piattaforma.



The screenshot shows the login interface of the Infomail platform. It includes the Infomail logo, a heading 'Accedi', a welcome message, input fields for email and password, a 'Ricordami' checkbox, a login button, and a registration link.

Fig. 1.1 — Schermata di login della piattaforma Infomail

Compila i seguenti campi:

- **E-Mail Address:** inserisci l'indirizzo email associato al tuo account Infomail.
- **Password:** digita la password scelta durante la fase di registrazione.
- **Remember Me:** attiva questa opzione se desideri mantenere l'accesso attivo sul browser. Si consiglia di utilizzare questa opzione solo su dispositivi personali e protetti.

In fondo alla schermata trovi le seguenti opzioni:

- **Login:** clicca per accedere alla dashboard principale.
- **Forgot Your Password?:** (se abilitato) se hai dimenticato la password, clicca su questo link per avviare la procedura di recupero.
- **Register:** (solo se la registrazione è abilitata dalla tua organizzazione) per creare un nuovo account.

Lingua dell'interfaccia

Le etichette della piattaforma seguono la lingua impostata nel profilo (campo *Locale*). In italiano vedrai ad esempio: Accedi, Ricordami, Password dimenticata?, Registrati, Nuova campagna, Importa iscritti, Galleria media, Allegati, Domini di invio, Indirizzi mittente, Footer (Email Compliance), Punteggio spam, Email di test. In questa guida le voci sono riportate con il nome inglese più comune.

Registrazione e verifica email

Dopo la registrazione ricevi un'email di verifica: devi cliccare sul link in essa contenuto per attivare l'account, poi potrai accedere. Il modulo di registrazione include un controllo anti-bot. Se la tua organizzazione lo prevede, potresti poter accedere anche con un account Google, Microsoft o Facebook collegato dal profilo (vedi cap. 12.2).

1.2 Recupero Password

Se hai dimenticato la tua password, puoi reimpostarla in pochi semplici passaggi.

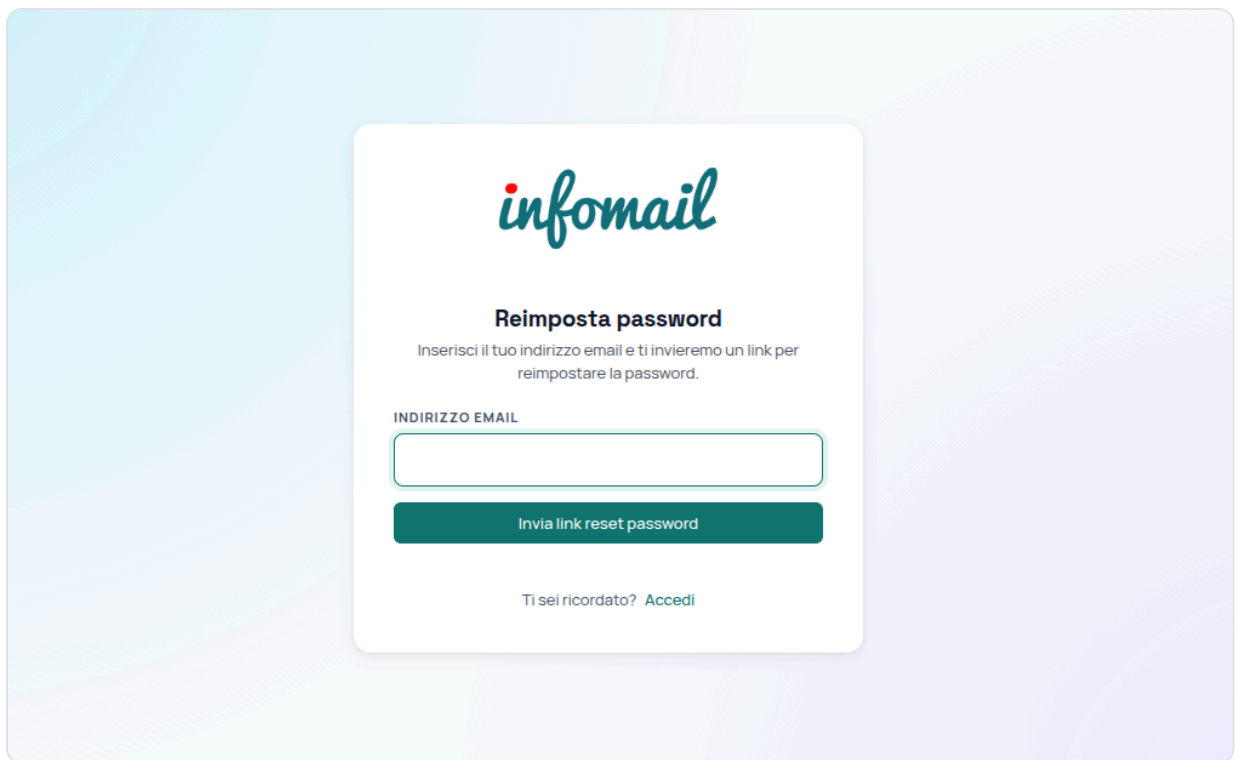


Fig. 1.2 — Schermata di recupero password

- 1 **Clicca su "Forgot Your Password?"** nella schermata di login.
- 2 **Inserisci il tuo indirizzo email** nel campo "E-Mail Address".
- 3 **Clicca su "Send Password Reset Link"** per ricevere un'email con il link di reimpostazione.
- 4 **Controlla la tua casella di posta** (anche la cartella spam) e clicca sul link ricevuto per impostare una nuova password.

Suggerimento

Se non ricevi l'email entro qualche minuto, controlla la cartella spam o posta indesiderata. In alternativa, ripeti la procedura verificando l'indirizzo email inserito.

2. Panoramica e Dashboard

Dopo il login, verrai automaticamente reindirizzato alla Dashboard principale, il centro di controllo del tuo account Infomail.

2.1 Dashboard principale

La Dashboard offre una panoramica immediata delle attività del tuo account, con statistiche chiave e accesso rapido alle funzionalità principali.

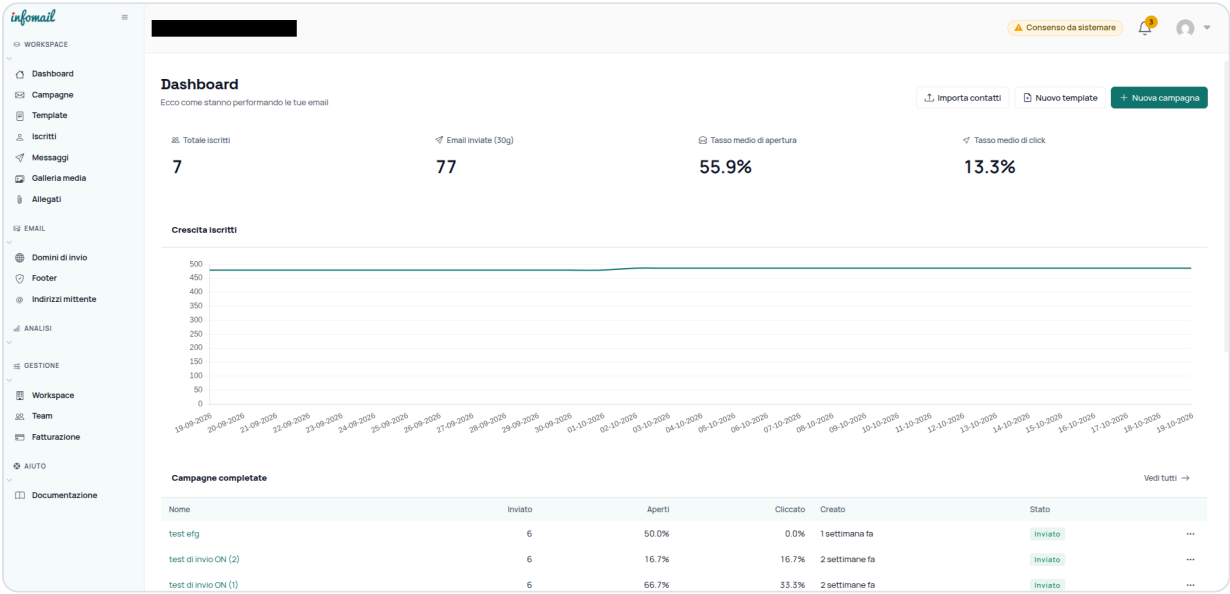


Fig. 2.1 — Dashboard principale con panoramica dell'account

La dashboard è composta dalle seguenti aree:

Pulsanti rapidi e indicatori (KPI)

In alto trovi i pulsanti **Import Contacts**, **New Template** e **New Campaign**, seguiti dalle schede riepilogative: **Total Subscribers**, **Emails Sent (30d)**, **Avg Open Rate** e **Avg Click Rate**.

Grafico "Subscriber Growth"

Un grafico a linea mostra la crescita del numero di iscritti nel tempo.

Sender Reputation

Se sono disponibili i dati di reputazione del dominio mittente (Postmaster) compare un pannello dedicato; in caso contrario non viene mostrato.

Completed Campaigns

Tabella riepilogativa delle campagne completate, con le seguenti colonne:

- **Name:** nome della campagna
- **Sent:** numero di email inviate
- **Opened / Clicked:** percentuali di aperture e di clic
- **Created:** data di creazione
- **Status:** stato attuale
- **Actions:** menu a tendina per riga (Edit, View Report, Duplicate, Delete)

Recent Subscribers

Elenco degli ultimi iscritti con email, nome, tempo trascorso dall'iscrizione e stato (Subscribed / Unsubscribed), con il pulsante Edit e il link "View all".

Menu di Navigazione Laterale (Sidebar)

La barra laterale sinistra è il punto di accesso a tutte le sezioni della piattaforma:

Voce di Menu	Descrizione
Dashboard	Panoramica dell'account (pagina corrente)
Campaigns	Gestione campagne email (bozze e inviate)
Automations	Flussi di automazione email (se incluso nel piano)
A/B Testing	Test A/B sulle campagne (se incluso nel piano)
Templates	Libreria template email riutilizzabili
Subscribers	Gestione contatti e iscritti
Messages	Storico messaggi inviati

Attachments	Allegati PDF per le campagne
Sending Domains	Configurazione domini di invio e DKIM (visibile agli amministratori)
Email Compliance	Impostazioni di conformità legale
Sender Addresses	Gestione e verifica degli indirizzi mittente
Gestione	Gruppo sempre presente con la voce Billing (o Crediti se la fatturazione è gestita dall'amministratore); se puoi avere più workspace contiene anche Workspace e Team
AI	AI Credits e AI Insights, se il piano include l'AI ed è abilitata (cap. 18)
Help	Link alla documentazione
WhatsApp / Facebook	Gruppi di menu presenti solo se il piano include queste integrazioni (cap. 21 e 22)
Analytics	Gruppo presente se il piano include le analytics avanzate: Overview, Engagement, List Health, Churn, Geographic, Devices, Multi-Channel (cap. 11)
Media Gallery	Libreria immagini
Team	Gestione membri del workspace (nel gruppo "Gestione" se puoi avere più workspace)

Nel **menu utente** in alto a destra trovi inoltre **My Profile**, **API Tokens** (solo se il piano include l'accesso API), **Tracciamento contatti** (vedi [cap. 23.2](#)) e **Logout**.

La campanella raccoglie le attività che richiedono la tua attenzione: ad esempio le campagne finite in errore o il promemoria **"Consenso al tracciamento da sistemare"** (vedi [cap. 23.2](#)), con il pulsante "Sistema adesso".

La sezione Campagne e il cuore di Infomail. Qui puoi creare, gestire, inviare e monitorare tutte le tue campagne di email marketing.

Accedendo alla sezione **Campaigns** dal menu laterale, la prima vista mostra le campagne in bozza.



- **Tab "Draft", "Sent" e "Errore":** per passare dalle bozze alle campagne inviate e alle campagne finite in errore. Il tab "Errore" è sempre visibile e mostra un contatore rosso quando c'è almeno una campagna da controllare.

- **Filtri data (From / To):** per filtrare le campagne per intervallo temporale.
- **Campo di ricerca:** per cercare una campagna per nome o per oggetto (con il link "Clear" per azzerare i filtri).
- **Pulsante "+ New Campaign":** in alto a destra, per creare una nuova campagna.

La tabella mostra per ogni campagna: **Nome**, **Data**, **Stato** e **Azioni** disponibili.

Stati di una campagna

Stato	Significato
Draft	Bozza, ancora in modifica
In attesa di approvazione / Rifiutata	Campagna creata da un Editor e sottoposta a un Admin (vedi 4.5)
Queued / Sending	In coda o in corso di invio
Sent	Invio completato
Cancelled	Annullata; i messaggi non ancora spediti vengono chiusi e non partiranno
Paused	Sospesa automaticamente a tutela della reputazione del mittente (ad es. tasso di hard bounce o di segnalazioni troppo alto). I destinatari in attesa restano in coda. Per riprendere l'invio verifica la lista, rimuovi gli indirizzi non validi e contatta il supporto
Error	La campagna non ha potuto partire (vedi sotto)

Campagne in errore

Il tab **Errore** ("Campagne in errore") elenca le campagne che non sono partite, con nome, tag (e la logica "e"/"o" usata), data di creazione, data programmata e il **motivo dell'errore** sotto il nome. Da qui puoi duplicare o eliminare la campagna. Il caso più frequente è l'assenza di destinatari:

- Se hai selezionato due o più tag con logica "e" (AND), la campagna arriva solo a chi è presente in *tutti* i tag: cambia la logica in "o" per raggiungere chi è in almeno uno.
- Altrimenti controlla i tag e che i contatti non siano tutti disiscritti o con indirizzi non validi.

3.2 Campagne Inviato (Sent)

Cliccando sul tab **Sent**, visualizzi tutte le campagne già inviate con le relative metriche di performance.

Nome	Oggetto	Tag	Mittente	Data	Inviato	Aperti	Cliccato	Stato
test efg	test efg	Lista test infomail	DialogSphere	07/10/2026 10:29	6	50.0%	0.0%	Inviato
test di invio ON (2)	test di invio ON [first_name]	Lista test infomail	DialogSphere	05/10/2026 09:49	6	16.7%	16	Vedi report
test di invio ON (1)	test di invio ON [first_name]	Lista test infomail	DialogSphere	02/10/2026 05:37	6	66.7%	33	Duplica
test di invio ON	test di invio ON [first_name]	Lista test infomail	DialogSphere	02/10/2026 05:34	6	66.7%	16.7%	Inviato
test di invio (2)	test di invio [first_name]	Lista test infomail	DialogSphere	02/10/2026 05:24	6	83.3%	66.7%	Inviato
test di invio (1)	test di invio [first_name]	Lista test infomail	DialogSphere	02/10/2026 05:15	7	71.4%	0.0%	Inviato
test di invio	test di invio	Lista test infomail	DialogSphere	30/09/2026 12:14	16	37.5%	0.0%	Inviato
asdf	asdf	Lista test infomail	DialogSphere	22/09/2026 09:44	7	14.3%	0.0%	Inviato
asdfdf (1)	Invio di test	Lista test infomail	DialogSphere	21/09/2026 17:58	17	52.9%	0.0%	Inviato
asdfdf	asdfdf	Lista test infomail	DialogSphere	18/09/2026 12:37	2	100.0%	0.0%	Inviato
test (1)	test	Lista test infomail	DialogSphere	15/09/2026 11:25	9	33.3%	0.0%	Inviato
test	test	Lista test infomail	DialogSphere	10/08/2026 12:23	10	10.0%	0.0%	Inviato
Bozza senza titolo 2026-06-05 09:23 (4)	Test campagna	Lista test infomail	DialogSphere	16/07/2026 12:40	10	40.0%	10.0%	Inviato
Bozza senza titolo 2026-06-05 09:23 (3)	Test campagna	Lista test infomail	DialogSphere	13/07/2026 18:33	9	22.2%	0.0%	Inviato
Bozza senza titolo 2026-06-05 09:23 (2)	sofasdfsd	Lista test infomail	DialogSphere	13/07/2026 18:31	8	12.5%	0.0%	Inviato
Bozza senza titolo 2026-06-05 09:23 (1)	sofasdfsd	Lista test infomail	DialogSphere	06/07/2026 14:27	8	37.5%	0.0%	Inviato
Test noreply	Test noreply	Lista test infomail	DialogSphere	17/06/2026 12:39	8	50.0%	12.5%	Inviato

Fig. 3.2 — Campagne inviate con statistiche di apertura e click

Per ogni campagna inviata vengono mostrate le seguenti informazioni:

Colonna	Descrizione
Name	Nome identificativo della campagna
Subject	Oggetto dell'email
Tags	Liste/tag destinatari
Sender	Indirizzo mittente utilizzato
Date	Data di invio

Sent Numero di email inviate con successo

Opened Percentuale di aperture uniche

Clicked Percentuale di clic

Actions Menu a tendina: *View Report*, *Duplicate* e, quando la campagna è ancora annullabile, *Cancel*

3.3 Report Campagna — Overview

Cliccando su **View Report** accedi al report dettagliato della singola campagna.

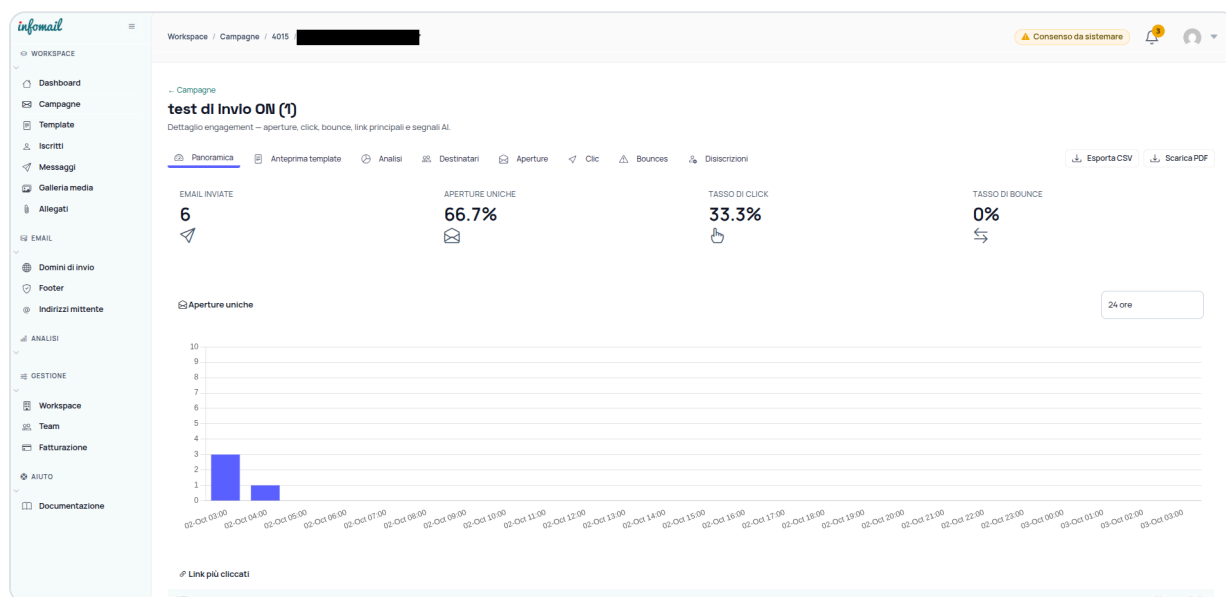


Fig. 3.3 — Report di dettaglio campagna con metriche e grafici

La pagina del report è suddivisa in diverse schede di navigazione:

- **Overview:** riepilogo generale con le metriche principali (Emails Sent, Unique Opens, Click Rate, Bounce Rate).
- **Template Preview:** anteprima del template email utilizzato.
- **Analytics:** analisi dettagliata con grafici di engagement.
- **Recipients:** elenco completo dei destinatari, con le colonne Delivered, Opened, Clicked, Unsubscribed, Bounced, **Policy block** e **Complained**. L'icona a forma di occhio apre l'email effettivamente inviata a quel destinatario con i campi usati. Un *policy block* è un rifiuto temporaneo legato alla reputazione del mittente presso il provider: non è conteggiato come hard bounce.

- **Opens:** dettaglio delle aperture con orari e dispositivi. Dal 29 ottobre 2026 include anche le **aperture anonime** (vedi [cap. 23.5](#)).
- **Clicks:** dettaglio dei clic con URL e conteggi.
- **Bounces:** elenco delle email rimbalzate (Hard Bounce, Soft Bounce, Complaint, Unknown), con il codice SMTP decodificato (gravità, spiegazione e relay).
- **Unsubscribes:** elenco delle disiscrizioni generate dalla campagna.

Nella sezione Overview trovi:

- **Grafico "Unique Opens":** andamento delle aperture nel tempo, con filtro per intervallo (12, 24 o 48 ore).
- **Top Clicked Links:** tabella dei link più cliccati nell'email, con URL e conteggio clic.

Dalla pagina del report puoi anche esportare un **PDF** del report e un **CSV** con le statistiche, e consultare le analisi per dispositivi, area geografica e città. Dalla lista campagne puoi duplicare una campagna (anche con i suoi tag) o riprogrammarla.

4. Creazione di una Campagna

Creare una campagna email in Infomail è un processo guidato in quattro fasi: configurazione, selezione destinatari, creazione contenuto e invio.

4.1 Configurazione Iniziale

Clicca su **" + New Campaign "** dalla sezione Campaigns per avviare la creazione di una nuova campagna.

Nuova campagna
Configura destinatari, mittente e schedulazione, poi passa all'editor.

1 **Informazioni campagna**

Nome campagna *

Es. Newsletter Marzo 2026

Oggetto email *

Anteprima
Testo breve dopo l'oggetto

Mittente

Template
- None -

2 **Destinatari**

Seleziona liste specifiche

Cerca liste...

☐ Lista test infomail (6)

☐ List 2 (0)

3 **Invio e opzioni**

Programmazione

Programma data e ora

Data e ora invio
Seleziona data e ora
Europe/Rome

☒ Traccia click

Fig. 4.1 — Schermata di creazione campagna con editor visuale

La creazione della campagna avviene in un'unica pagina divisa in sezioni (informazioni, destinatari, invio e opzioni). Compila i seguenti campi:

- **Campaign Name:** nome interno della campagna (non visibile ai destinatari). Utilizzalo per identificare facilmente la campagna nel tuo elenco.
- **Sender Address:** seleziona l'indirizzo mittente tra quelli verificati nel sistema. Se non ce ne sono compare "Nessun mittente verificato" con il link "Aggiungi un dominio" (vedi cap. 10).
- **Recipients:** seleziona i destinatari della campagna (vedi sezione 4.2).
- **Subject:** l'oggetto dell'email che i destinatari vedranno nella loro casella di posta. Scegli un oggetto chiaro, accattivante e non troppo lungo.
- **Preview text (Anteprima):** breve testo mostrato accanto all'oggetto nella casella di posta.
- **Template:** modello da cui partire per il contenuto.
- **Programmazione:** "Invia subito" oppure "Programma data e ora".
- **Traccia click:** (vedi [cap. 23.4](#)) attiva il tracciamento dei clic sui link (attivo di default). Sotto-opzione "Non tracciare i click di chi non ha dato il consenso": per queste persone i link non vengono riscritti, quindi i loro clic non compaiono da nessuna parte, nemmeno nel totale. È una cautela facoltativa.
- **Traccia aperture:** attiva il tracciamento delle aperture (attivo di default). Le sotto-opzioni sul consenso sono spiegate nel [capitolo 23: Tracciamento Aperture e Consenso](#).

Novità normativa sul tracciamento delle aperture

In base al provvedimento del Garante privacy n. 284 del 17/04/2026, dal
29 ottobre 2026

le aperture individuali possono essere tracciate solo per chi ha dato il consenso.
Leggi il [capitolo 23: Tracciamento Aperture e Consenso](#) prima di inviare nuove campagne.

Reply-to

L'indirizzo a cui arrivano le risposte dei destinatari non si imposta nella campagna ma nell'indirizzo mittente (menu Email > Sender Addresses, cap. 10.4).

I pulsanti in fondo alla pagina sono **Annulla**, **Salva e continua**, **Salva bozza** e **Salva come template**.

Suggerimento per l'oggetto

Un buon oggetto email ha tra 30 e 60 caratteri, evita parole spam (GRATIS, OFFERTA, ecc.), e comunica chiaramente il contenuto dell'email. Puoi testare diversi oggetti con la funzione A/B Testing.

4.2 Selezione dei Destinatari (Tag)

Nella sezione Recipients, scegli a quali liste (tag) inviare la campagna.

Workspace / Campagne / Cre [redacted]

Consenso da sistemare

2. Destinatari

Seleziona liste specifiche

Tutti gli iscritti (6)

Seleziona liste specifiche

☒ Lista test infomail (6)

☐ List 2 (0)

Chi riceverà l'email tra le liste selezionate?

☒ (OR) Tutti i iscritti presenti in almeno una lista selezionata
Es. se selezioni "Clienti" e "Newsletter", riceveranno l'email tutti i iscritti iscritti a Clienti oppure a Newsletter (o a entrambi).

☐ (AND) Solo i iscritti presenti in tutte le liste selezionate
Es. se selezioni "Clienti" e "Newsletter", riceveranno l'email solo i iscritti iscritti sia a Clienti che a Newsletter.

3. Invio e opzioni

Programmazione

Programma data e ora

Data e ora invio

Seleziona data e ora

Europe/Rome

☒ Traccia click

☐ Non tracciare i click di chi non ha dato il consenso

Per chi non ha dato il consenso i collegamenti non vengono riscritti i suoi click non risultano da nessuna parte, nemmeno nel totale di campagna. Vale anche per il consenso revocato dopo l'invio. (cautelata facoltativa il provvedimento riguarda il solo pixel di apertura)

☒ Traccia aperture *

☐ Email di servizio o istituzionale, non promozionale

Consente il tracciamento individuale delle aperture anche senza consenso, perché rientra nella deroga per le comunicazioni dovute per obbligo giuridico o contrattuale. (prov. Garante 284/2026, par. 5)

☐ Traccia individualmente solo chi ha dato il consenso

Chi non ha dato il consenso non viene tracciato affatto, nemmeno in forma aggregata. Lasciando la casella vuota rientra invece nella statistica anonima. (prov. Garante 284/2026, par. 5 e 6)

Rif. Garante privacy prov. n. 284 del 17/04/2026, in attuazione dell'art. 122 Codice privacy e della direttiva ePrivacy - adeguamento entro il 29/10/2026. Riguarda il solo pixel di apertura il tracciamento dei click non è disciplinato dal provvedimento. L'informativa è sempre dovuta (par. 4), pena inutilizzabilità dei dati.

*Se selezionato, traccia le aperture in maniera conforme, sulla base delle impostazioni nazionali.

Ad esempio, in Italia, traccia tutte le aperture globali in maniera anonima, e traccia le aperture dettagliate solo di chi ha dato il consenso.

Fig. 4.2 — Selezione dei tag per definire i destinatari della campagna

Puoi scegliere tra:

- **Tutti gli iscritti (N):** invia a tutti i contatti attivi.
- **Seleziona liste specifiche:** scegli uno o più tag (anche tag figli). Con due o più tag puoi scegliere la logica **"e"** (solo chi è in tutti i tag) oppure **"o"** (chi è in almeno uno).

Attenzione

Se un iscritto appartiene a più tag selezionati, riceverà comunque una sola copia dell'email. Il sistema gestisce automaticamente la deduplicazione.

Il footer della email

L'email deve contenere il link di disiscrizione e, nelle email promozionali, il link "Gestisci Tracciamento" (vedi [cap. 23.6](#)). Se nell'editor usi un vecchio blocco footer privo di questo link, l'invio viene bloccato: reinserisci il footer dalla libreria dei componenti.

4.3 Editor Contenuto — Modalità Visuale e HTML

L'editor di Infomail offre due modalità di modifica per il corpo dell'email. Quale dei due si apre dipende dal tipo di template o di campagna scelto:

Editor Visuale (Email Editor)

L'editor visuale drag & drop ti permette di costruire l'email trascinando blocchi di contenuto dal pannello laterale destro. Puoi aggiungere:

- Blocchi di testo
- Immagini
- Pulsanti (Call to Action)
- Divisori e spaziatori
- Colonne e layout
- Link e bottoni social

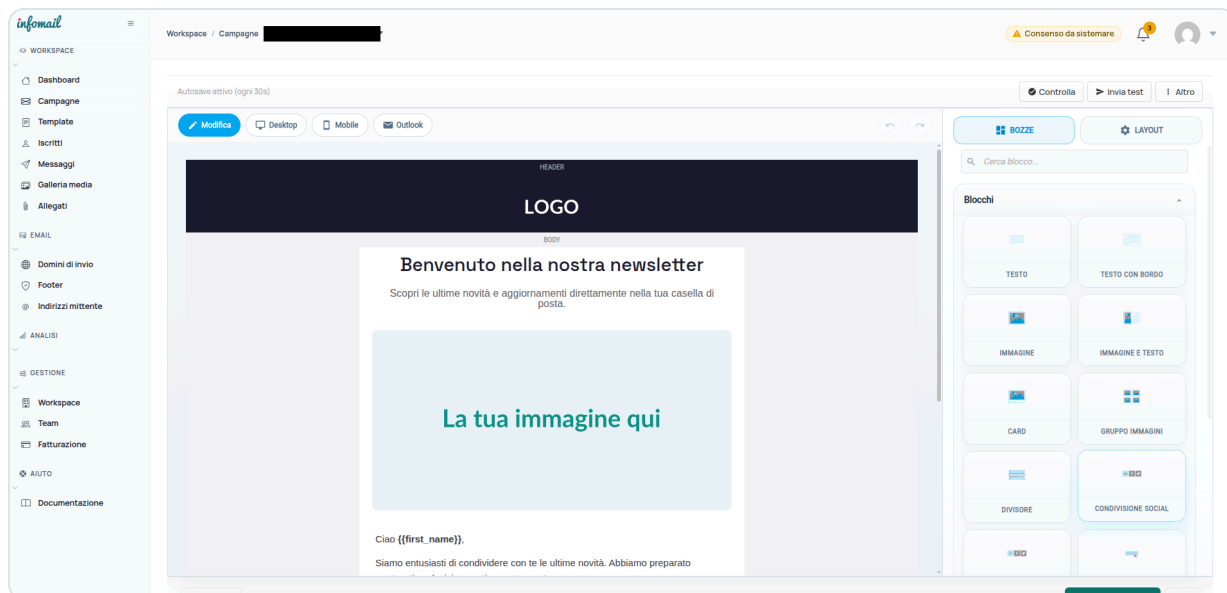


Fig. 4.3a — Editor visuale (Email Editor) drag & drop

Editor HTML (HTML Code)

Per chi preferisce lavorare direttamente con il codice, il tab **HTML Code** offre accesso completo al sorgente HTML dell'email.

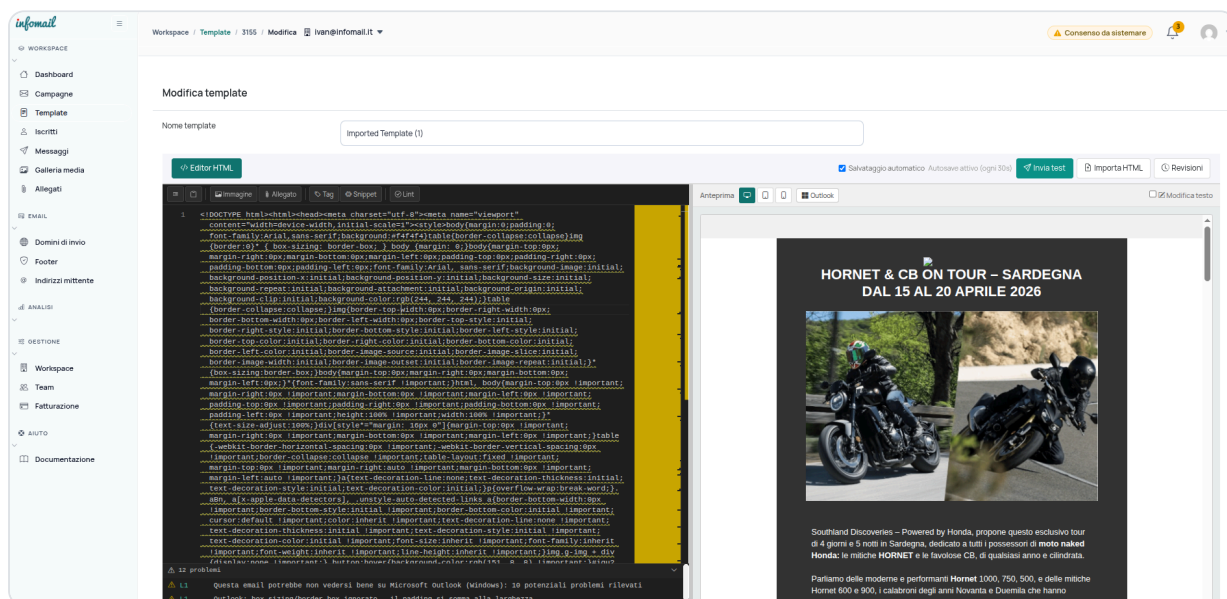


Fig. 4.3b — Editor in modalita codice HTML per modifica diretta

Attenzione

L'editor visuale e l'editor HTML sono due strumenti distinti: il tipo viene stabilito dal template o dalla campagna e non si può passare liberamente dall'uno all'altro.

4.4 Anteprima Finale e Invio

Una volta completato il contenuto, accedi alla schermata di anteprima finale per verificare la campagna prima dell'invio.

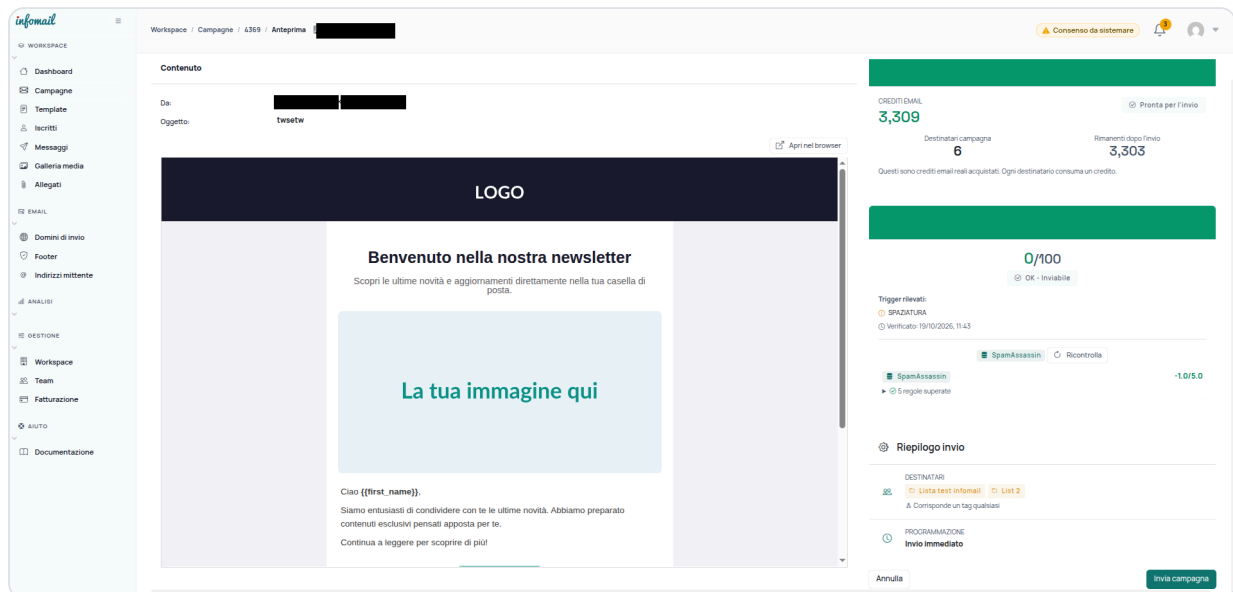


Fig. 4.4 — Anteprima finale con Spam Score e opzioni di invio

La schermata di anteprima mostra:

Anteprima Email (a sinistra)

- **From:** indirizzo mittente selezionato.
- **Subject:** oggetto dell'email.
- **Corpo email:** rendering completo dell'email come la vedranno i destinatari.

Pannello di Controllo (a destra)

- **Spam Score:** punteggio da 0 a 100 che indica la probabilità che l'email venga classificata come spam. Il punteggio è mostrato come "N/100" con lo stato OK - Inviabile, Attenzione, Da Rivedere o BLOCCATO: con un punteggio bloccato l'invio è disabilitato.
- **Sending summary:** riepilogo in sola lettura di destinatari e programmazione dell'invio. Per cambiarli torna alla modifica della campagna.
- **Quote e limiti:** pannelli con il limite di invio di oggi e la disponibilità residua.

In basso trovi i pulsanti:

- **Cancel:** torna all'elenco delle campagne. Il pulsante **Edit campaign** compare quando la bozza è incompleta o bloccata.
- **Send Campaign:** avvia l'invio immediato o programmato della campagna.
- **Manda in approvazione:** presente per i ruoli che non possono inviare direttamente (vedi 4.5).

4.5 Approvazione delle campagne

Se sei un **Editor**, al posto di "Send Campaign" trovi il pulsante **"Manda in approvazione"**: la campagna viene inviata *per approvazione* (messaggio: "La campagna è stata inviata per l'approvazione. Riceverai una notifica quando verrà approvata"). Un **Admin** o **Owner** vede nell'anteprima il riquadro **"In attesa di approvazione"** con i pulsanti **"Approva e invia"** e **Rifiuta**; il rifiuto richiede un **"Motivo del rifiuto"** (max 1000 caratteri). Se la campagna viene rifiutata, correggila secondo il feedback e reinviata. Gli Admin possono inviare le proprie campagne senza approvazione.

4.6 Controlli automatici prima dell'invio

Quando premi "Send Campaign" la piattaforma esegue una serie di verifiche; se una fallisce vedi un messaggio che spiega come risolvere e la campagna resta in bozza:

Controllo	Cosa verifica
Completezza	Oggetto, indirizzo mittente e contenuto compilati
Qualità del contenuto	Blocca contenuti vuoti, immagini segnaposto (placeholder.co) e link vuoti ("#")
Link di disiscrizione	Se hai nascosto il link automatico nel footer (Email Compliance), il template deve contenerne uno proprio
Spam / phishing	Una campagna classificata come spam o phishing viene bloccata; il primo invio da un nuovo dominio mittente resta "in verifica", di norma per poche ore

Piano e quote	Quota mensile/annuale, crediti email, numero campagne, scadenza del piano. Nel piano gratuito serve una carta valida registrata (non viene addebitato nulla)
DNS del dominio	DKIM e SPF vengono ricontrollati al momento dell'invio
Mittente confermato	L'indirizzo mittente deve essere stato confermato via email (vedi 10.4)
Protezione della reputazione	Limiti automatici di volume, vedi sotto

Limiti automatici a tutela della reputazione

Per proteggere la consegna delle tue email, la piattaforma aumenta i volumi gradualmente. Se un invio supera i limiti vedi il messaggio *"Invio rimandato"* o *"Invio bloccato a tutela della reputazione del mittente"*. I casi più comuni (i valori numerici sono quelli predefiniti e possono variare per account):

- **Primo invio da un mittente nuovo:** limitato a circa 1.000 destinatari; il limite raddoppia a ogni invio andato a buon fine.
- **Picco improvviso:** il limite giornaliero è circa il doppio del giorno più intenso degli ultimi 30 giorni. Suddividi la campagna su 2-3 giorni.
- **Limite giornaliero** dell'account o del dominio mittente raggiunto: invia domani oppure riduci la lista.
- **Troppi contatti "freddi":** una lista con più del 40% di contatti già contattati e senza aperture o clic da 90 giorni viene bloccata (per liste da 5.000 contatti, o da 200 se il mittente è nuovo). Ripulisci la lista o usa un segmento di contatti attivi.
- **Qualità in calo** dopo un invio precedente con molti errori.

Importante

Prima di cliccare "Send Campaign", verifica sempre:

- Lo Spam Score (deve essere il più basso possibile)
- L'oggetto e il mittente siano corretti
- Il contenuto non presenti errori
- I destinatari selezionati siano quelli giusti
- Invia sempre un'email di test prima dell'invio reale (dal pulsante "Send test" nella barra dell'editor visuale)

5. Template Email

I template sono modelli email riutilizzabili che ti permettono di velocizzare la creazione delle campagne mantenendo una comunicazione visivamente coerente.

5.1 Importazione di un Template

Puoi importare template esterni in formato ZIP direttamente nella piattaforma.

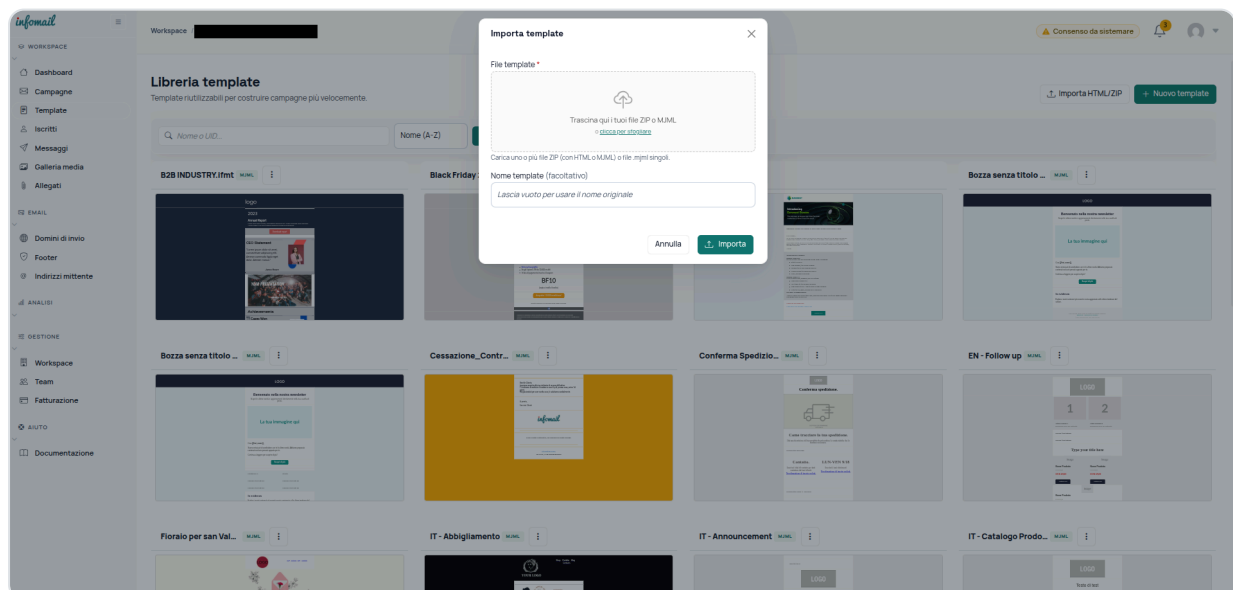


Fig. 5.1 — Finestra di importazione template da file ZIP

Per importare un template:

- 1 **Clicca su "Import HTML/ZIP"** nella pagina Email Templates.
- 2 **Seleziona il file:** uno o più ZIP (con il file HTML e la cartella delle immagini) oppure file `.mjml`. Dimensione massima 50 MB per file.
- 3 **Inserisci un nome** per il template (opzionale: se lasci vuoto verrà usato il nome del file; importando più file ogni template prende il nome del proprio file).
- 4 **Clicca su "Import"** per completare l'importazione.

5.2 Creazione di un Nuovo Template

Puoi creare un template da zero utilizzando l'editor visuale integrato.

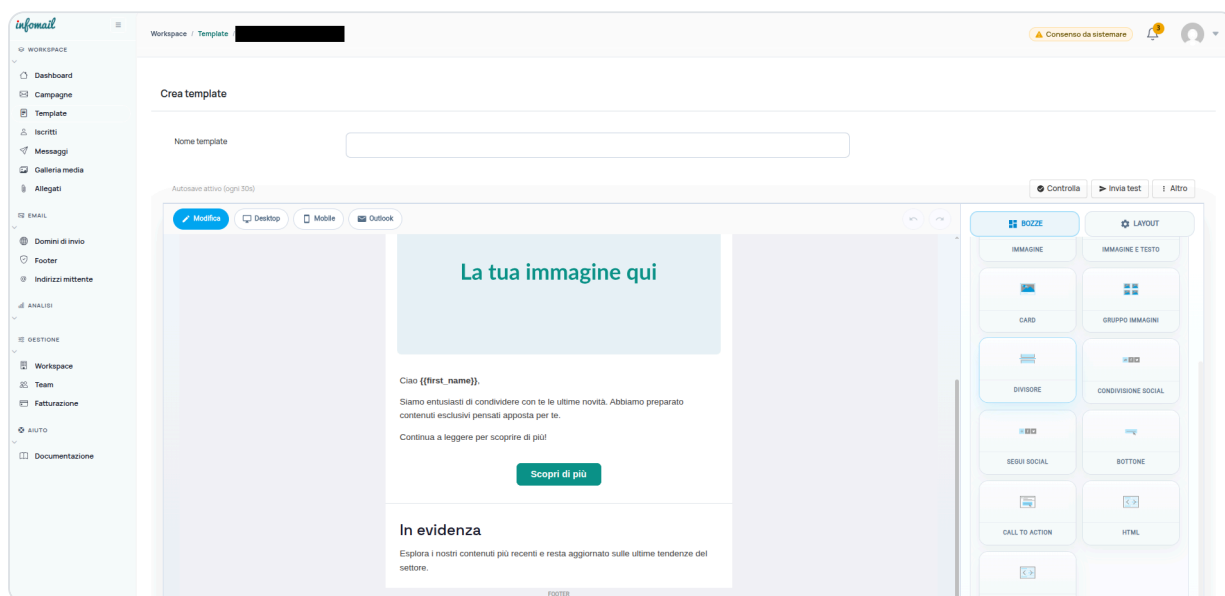


Fig. 5.2 — Editor visuale per la creazione di un nuovo template

Per creare un nuovo template:

- 1 **Clicca su "+ New Template"** dalla pagina dei template.
- 2 **Inserisci il "Template Name":** scegli un nome descrittivo per riconoscerlo facilmente.
- 3 **Utilizza l'editor** per creare il contenuto. Puoi usare l'**Email Editor** (visuale, drag & drop) o il tab **HTML Code** per codice diretto.

4

Clicca su "Save Template" per salvare il template nella tua libreria.

Il pannello laterale destro dell'editor visuale offre tre tab:

- **Blocks:** blocchi di contenuto trascinabili (testo, immagini, pulsanti, layout).
- **Styles:** opzioni di stile e formattazione per l'elemento selezionato.
- **Settings:** impostazioni generali del template (larghezza, sfondo, font).

6. Gestione Iscritti (Subscribers)

La sezione Subscribers ti permette di gestire il tuo database di contatti: aggiungere, modificare, filtrare e organizzare i tuoi iscritti.

6.1 Elenco Iscritti

La pagina principale mostra l'elenco completo dei tuoi iscritti con strumenti di ricerca e filtro.

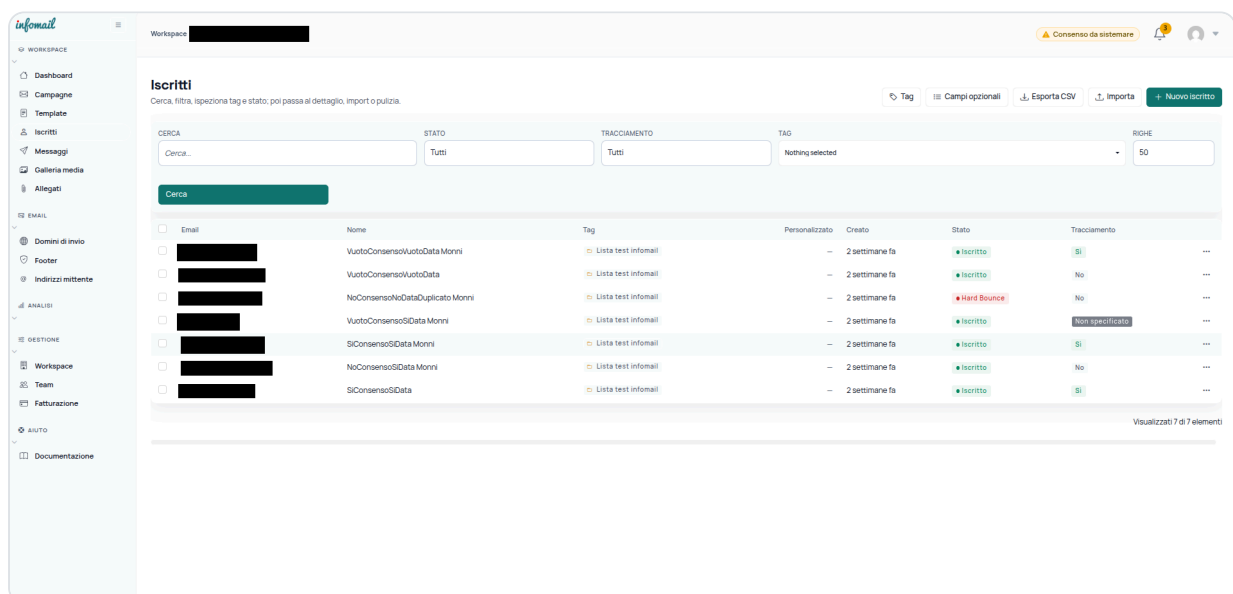


Fig. 6.1 — Elenco iscritti con filtri e azioni

Funzionalità disponibili:

- **Filtro "Status":** Tutti, Iscritti, Disiscritti, Hard Bounce, Soft Bounce, Abuse, Archiviati. Nell'elenco puoi incontrare anche i badge *In verifica* (la persona non ha ancora cliccato il link di conferma dell'iscrizione) ed *Eliminato*.
- **Filtro "Tracciamento":** Tutti / Consenso dato / Consenso rifiutato / Non specificato (vedi [cap. 23.3](#)). La colonna "Tracciamento" mostra i badge Sì, No, Dichiarato, Non specificato.
- **Filtro "Tag":** visualizza solo gli iscritti appartenenti a un tag specifico.
- **Campo di ricerca:** cerca per email o nome.
- **Azioni per riga** (menu a tendina): *Modifica* e *Elimina* (riservate agli amministratori), *Dettagli* e *Archivia*. Le azioni in blocco (Archivia, Elimina, Ripristina, Riattiva) sono riservate agli amministratori.

Pulsanti in alto a destra:

- **Tags e Optional fields:** accesso rapido alla gestione di tag e campi opzionali.
- **New Subscriber** (solo amministratori): aggiungi un nuovo contatto manualmente.
- **Import** (solo amministratori): importa contatti da file CSV.
- **Export CSV:** l'esportazione viene eseguita in background e rispetta i filtri nome, stato e tag. Il file include in coda le colonne "Consenso al tracciamento" e "Data del consenso", così può essere reimportato senza perdere queste informazioni.
- **Tracciamento contatti:** non è un pulsante di questa pagina ma una voce del menu utente in alto a destra; apre la finestra per indicare chi puoi tracciare (vedi [cap. 23.2](#)).

Sono disponibili anche la riattivazione in blocco degli indirizzi in bounce e la dichiarazione di "base giuridica pregressa" per liste già esistenti (vedi [cap. 23.2](#)).

6.2 Dettaglio Iscritto

Cliccando su un iscritto, accedi alla scheda di dettaglio con tutte le informazioni e lo storico dei messaggi inviati.

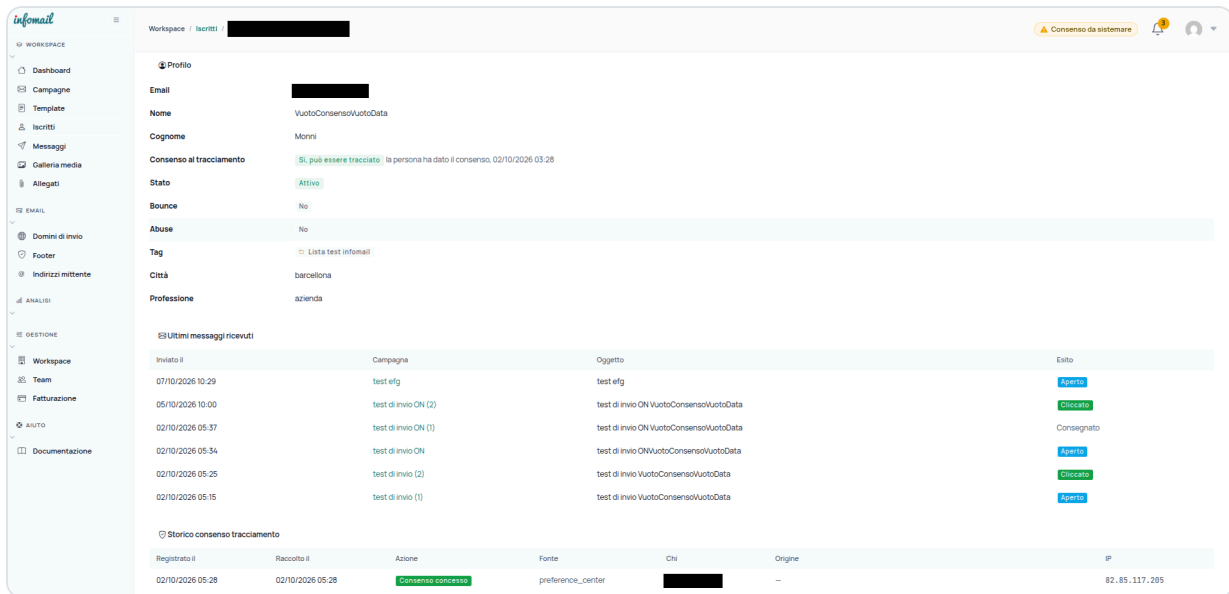


Fig. 6.2 — Scheda dettaglio di un singolo iscritto

La scheda mostra:

- **Dati anagrafici:** Email, First Name, Last Name.
- **Status:** stato del contatto (Active, Unsubscribed, Bounced, Abuse, Pending verification).
- **Tags:** tag di appartenenza dell'iscritto.
- **Messages:** tabella con lo storico di tutte le email inviate a questo contatto, con data, oggetto, campagna sorgente e stato di consegna.
- **Tracciamento:** stato del consenso al tracciamento delle aperture ("Sì, può essere tracciato", "No, non può essere tracciato" oppure "Non specificato") con la relativa data, più lo **Storico consenso tracciamento** ("Consenso concesso", "Consenso revocato", "Base pregressa dichiarata"). Significato degli stati: [cap. 23.3](#).
- **Storico iscrizioni confermate:** prova della doppia conferma (double opt-in), con data di richiesta, data di conferma, lista, origine e indirizzo IP.

6.3 Modifica Iscritto

Dalla scheda di dettaglio, clicca su **"Edit Subscriber"** per modificare le informazioni del contatto.

The screenshot shows the 'Modifica iscritto' (Edit subscriber) form in the infomail application. The form is divided into two main sections: a top section for basic contact information and a bottom section for optional fields. The top section includes fields for Email, Nome (First Name), Cognome (Last Name), Paese (Country), Consenso al tracciamento (Tracking Consent), and Consent collected on. The bottom section includes fields for Tag, Città (City), Professione (Profession), cognome (Last Name), nome (First Name), numero_contratto (Contract Number), servizio (Service), and Iscritto (Subscribed). A sidebar on the left provides navigation options, and a top bar shows the user's current workspace and consent status. A right sidebar displays the subscriber's profile and a note about optional fields.

Fig. 6.3 — Form di modifica dati iscritto

Campi modificabili:

- **Email:** indirizzo email del contatto.
- **First Name / Last Name:** nome e cognome.
- **Tags:** aggiungi o rimuovi tag di appartenenza.
- **Subscribed:** checkbox per lo stato di iscrizione (attiva = iscritto, disattiva = disiscritto).
- **Bounce e Abuse:** compaiono solo se il contatto ha già generato un rimbalzo o una segnalazione di spam.
- **Phone / WhatsApp Opt-in:** presenti solo se il piano include WhatsApp.
- **Country:** paese del contatto (predefinito "Not specified"). Serve a stabilire quali regole sul tracciamento si applicano; se manca viene considerata l'Italia.
- **Tracking Consent e Consent collected on:** stato e data del consenso al tracciamento, distinti dall'iscrizione email. "Not specified" lascia lo stato invariato. Vedi [cap. 23.3](#).

Clicca "**Save**" per salvare le modifiche.

6.4 Campi Opzionali (Optional Fields)

I campi opzionali ti permettono di raccogliere e gestire informazioni personalizzate per ciascun iscritto, oltre ai campi standard (email, nome, cognome).

Campi opzionali
Custom data fields you can collect from subscribers via forms.

📌 I campi opzionali definiscono i dati personalizzati che puoi raccogliere dai Subscriber. Per usarli nei form pubblici, vai a **Tag** e configura il tuo Form Builder, dove puoi aggiungere campi da questo catalogo.

Etichetta	Chiave	Tipo	Segnaposto	Obbligatorio	Usato nei Form	Iscritti	Stato	Azioni
Città	città	Text	[[città]]	-	0	5	Attivo	...
First Name	first_name	Text	[[first_name]]	-	0	7	Attivo	...
Professione	professione	Text	[[professione]]	-	0	5	Attivo	...
cognome	cognome	Text	[[cognome]]	-	0	0	Attivo	...
nome	nome	Text	[[nome]]	-	0	0	Attivo	...
numero_contratto	numero_contratto	Text	[[numero_contratto]]	-	0	0	Attivo	...
servizio	servizio	Text	[[servizio]]	-	0	0	Attivo	...
Last Name	last_name	Text	[[last_name]]	-	0	5	Attivo	...

Visualizzati 8 di 8 elementi

Fig. 6.4 — Gestione campi opzionali personalizzati

Per ogni campo opzionale sono mostrati:

- **Label, Key e Type:** nome, chiave e tipo del campo (es. "First Name", "City", "Phone"). Required, Used in Forms e Status indicano obbligatorietà, uso nei form e stato.
- **Placeholder:** il tag da usare nei template email per inserire il valore del campo (es. `{{first_name}}` , `{{last_name}}`).
- **Subscribers:** numero di iscritti che hanno un valore per questo campo.
- **Actions:** menu a tendina con Edit e Delete. I campi predefiniti First Name e Last Name non sono modificabili né eliminabili.

Gli amministratori possono cliccare su **" + New Optional Field "** per creare un nuovo campo personalizzato. I campi opzionali possono essere utilizzati:

- Nei form di iscrizione per raccogliere dati aggiuntivi.
- Nei template email per personalizzare il contenuto (es. "Ciao `{{first_name}}`!").
- Come filtro per la segmentazione dei destinatari.

7. Tag e Form di Iscrizione

I Tag sono lo strumento principale per organizzare e segmentare i tuoi iscritti. Ad ogni tag puoi associare un form di iscrizione personalizzabile e integrabile nel tuo sito web.

7.1 Gestione Tag

La sezione **Tags** mostra tutti i tag creati nel tuo workspace.

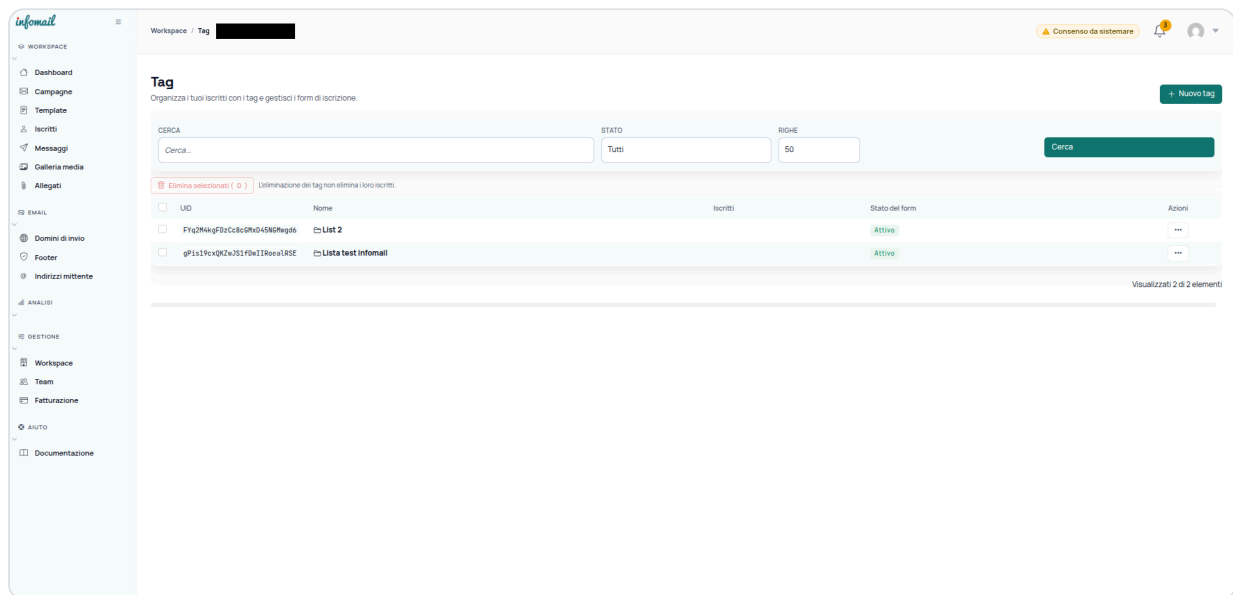


Fig. 7.1 — Elenco tag con conteggio iscritti e stato form

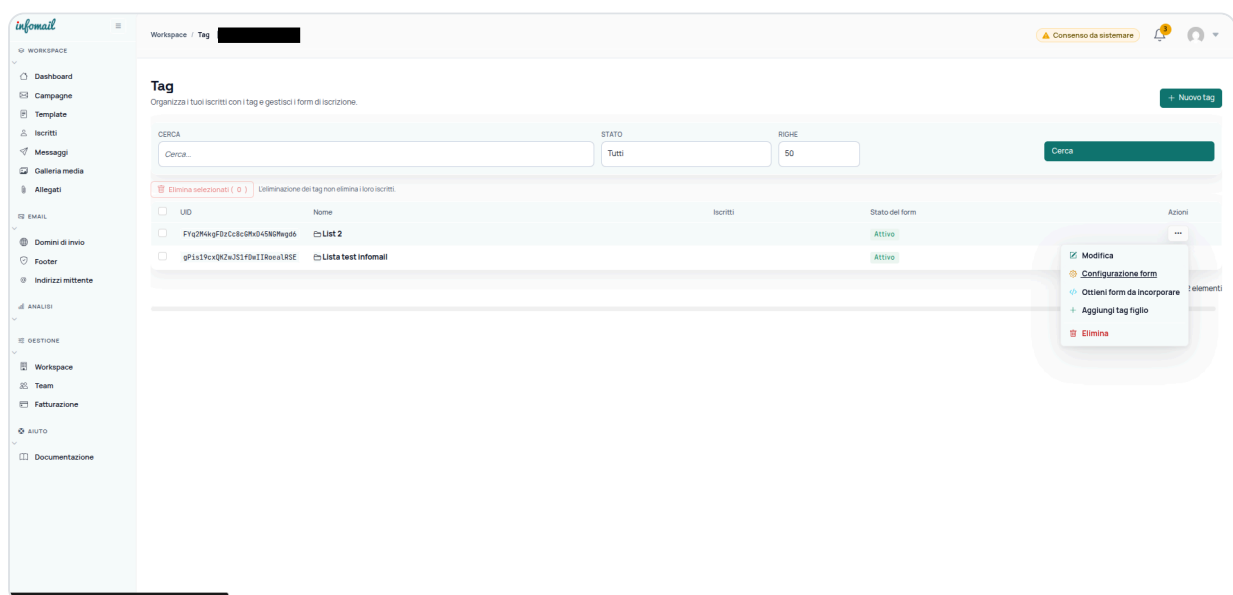


Fig. 7.1b — Menu azioni del tag (modifica, configurazione form, codice embed)

Per ogni tag vengono mostrate le seguenti informazioni:

- **UID e Name:** identificativo e nome del tag.
- **Subscribers:** iscritti diretti e totale comprensivo dei tag figli.
- **Form Status:** stato del form di iscrizione associato (Active/Inactive).
- **Actions:** menu a tendina con Edit, Form Configuration, Get Embed Form, Add Child Tag ed Delete (tutte riservate agli amministratori tranne "Get Embed Form"). Puoi filtrare per stato (All / Active / Deleted).

Per creare un nuovo tag, clicca su **" + New Tag "** e inserisci il nome desiderato.

Struttura gerarchica dei Tag: Padre e Figlio

Infomail supporta una struttura gerarchica a due livelli per organizzare i tag:

- **Tag di primo livello (Padre):** rappresentano le categorie principali della tua lista contatti. Ad esempio: "Newsletter", "Clienti", "Prospect". Sono i tag che appaiono nell'elenco principale della sezione Tags.
- **Tag di secondo livello (Figlio):** sono sotto-tag associati a un tag padre e permettono di segmentare ulteriormente i contatti all'interno di una categoria. Ad esempio, sotto il tag padre "Clienti" potresti creare i tag figli "Clienti Premium", "Clienti Base", "Clienti Inattivi".

Per creare un tag figlio, clicca sull'icona **" + "** nella colonna Actions del tag padre. Il tag figlio eredita il contesto del padre e appare indentato nell'elenco.

Questa organizzazione a due livelli ti consente di:

- Mantenere una struttura ordinata anche con molti tag.
- Inviare campagne a un intero gruppo (tag padre) oppure a un segmento specifico (tag figlio).
- Associare form di iscrizione sia ai tag padre che ai tag figlio, in modo che i nuovi iscritti vengano automaticamente categorizzati nel livello corretto.

Esempio pratico

Supponiamo di avere un tag padre

"Eventi"

con due tag figli:

"Webinar"

e

"Fiere"

. Quando crei una campagna, puoi scegliere di inviarla a tutti gli iscritti del tag "Eventi" (che include automaticamente sia "Webinar" che "Fiere"), oppure solo agli iscritti di "Webinar" per una comunicazione mirata.

7.2 Configurazione Form di Iscrizione

Ogni tag può avere un form di iscrizione personalizzabile da integrare nel tuo sito web. Clicca sull'icona ingranaggio del tag per accedere alla configurazione.

The screenshot shows the 'Impostazioni form' (Form Settings) configuration page in the Infomail interface. The left sidebar contains navigation options: Workspace, Dashboard, Campagne, Template, Iscritti, Messaggi, Galleria media, Allegati, Domini di invio, Footer, Indirizzi mittente, ANALISI, DESTINARE, Workspace, Team, Fatturazione, and AIUTO. The main content area is divided into several sections:

- Impostazioni form:** Includes fields for 'Testo del pulsante di invio' (Subscribe), 'Tema' (Chiara), 'Colore primario' (blue), and 'URL di reindirizzamento (facoltativo)' (https://example.com/thank-you). It also has a 'Messaggio di successo' field with the text 'Iscrizione avvenuta con successo!'. There are checkboxes for 'Mostra il nome della lista come titolo nel form pubblico', 'Mostra il campo Paese', 'Mostra il campo Nome', 'Mostra il campo Cognome', 'Nome obbligatorio', 'Cognome obbligatorio', 'Modulo attivo', 'Richiedi Captcha', and 'Email confirmation is always required'.
- Anteprima live:** A live preview of the form titled 'List 2'. It shows input fields for Email, Nome, and Cognome, a dropdown for Paese, and a checkbox for 'Accetto di ricevere email di marketing'. A blue 'Subscribe' button is at the bottom.
- Tipi di campo:** A legend defining field types: text (single line), email (validation), tel (phone number), number (numeric), url (website URL), textarea (multi-line text), selection (dropdown menu), radio (radio buttons), checkbox (checkbox), and date (single date selection).

Fig. 7.2 — Configurazione completa del form di iscrizione con anteprima live

The screenshot shows the 'infomail' configuration interface. On the left is a sidebar with navigation links: Workspace, Dashboard, Campagne, Template, Iscritti, Messaggi, Galleria media, Allegati, EMAIL, Domini di invio, Footer, Indirizzi mittente, ANALISI, DESTINATARI, Workspace, Team, Fatturazione, AIUTO, and Documentazione. The main area is titled 'configurazione form' and contains three sections: 1. 'Mittente' with a field for 'indirizzo mittente' and a dropdown to 'Seleziona un mittente'. 2. 'Domini di embed consentiti' with a text input for 'https://www.esempio.com', a red 'X' icon, and a '+ Aggiungi dominio' button. 3. 'Personalizzazione pagine iscrizione' with four dropdown menus for 'Messaggio di iscrizione', 'Messaggio di conferma iscrizione', 'Messaggio di disiscrizione', and 'Messaggio di conferma disiscrizione', all set to 'Sistema'. Below this is 'Personalizzazione email transazionali' with two dropdowns for 'Email di conferma iscrizione (double opt-in)' and 'Email di conferma disiscrizione', also set to 'Sistema'. At the bottom are buttons for 'Anteprima completa' and 'Salva configurazione'.

Fig. 7.2b — Mittente, domini di embed e personalizzazione delle pagine di iscrizione

La pagina di configurazione è divisa in diverse sezioni:

Form Settings

- **Submit Button Text:** testo del pulsante di invio.
- **Theme:** tema grafico del form (Light o Dark), più colore primario e stile (font, pulsante, spaziatura, bordi, larghezza massima, sfondo).
- **Form Active, Require Captcha, Sender:** attivazione del form, captcha anti-bot e mittente da usare per le email di conferma.
- **Show Country field:** mostra il campo paese; se lo nascondi ogni iscritto viene registrato come Italia.
- **Redirect URL:** URL di reindirizzamento dopo l'iscrizione (opzionale).
- **Success Message:** messaggio di conferma mostrato dopo l'iscrizione.

Opzioni Campi

- **Show First Name / Last Name field:** mostra i campi nome e cognome.
- **First Name / Last Name required:** rendi obbligatori i campi nome/cognome.
- **Conferma email (double opt-in):** ora è **sempre obbligatoria** e non più un'opzione. Nulla viene salvato (né contatto, né tag, né consenso) finché la persona non clicca il link ricevuto; i dati restano in attesa per 24 ore. Puoi personalizzare l'email di conferma e il messaggio mostrato dopo la conferma.
- **Casella di consenso GDPR:** sempre mostrata e obbligatoria; il testo è modificabile (HTML ammesso).

- **Mostra casella di consenso al tracciamento** (facoltativa, spenta di default) con testo modificabile "Testo consenso al tracciamento": è distinta dal consenso GDPR. Se non viene spuntata la persona resta nel tracciamento aggregato (vedi [cap. 23.1](#)).

Chi non può iscriversi da un form pubblico

Chi risulta disiscritto, bloccato, segnalato come spam o in bounce non può reiscriversi tramite un form pubblico: la persona riceve il messaggio appropriato.

Custom Fields

Puoi aggiungere al form i campi opzionali già creati (cap. 6.4) cliccando su **" + Add Field"** e scegliendoli dal catalogo.

Live Preview

In alto a destra viene mostrata un'anteprima dal vivo del form che si aggiorna automaticamente ad ogni modifica.

Clicca **"Save Configuration"** per salvare le impostazioni.

7.3 Codice Embed e API

Una volta configurato il form, puoi ottenere il codice per integrarlo nel tuo sito web.

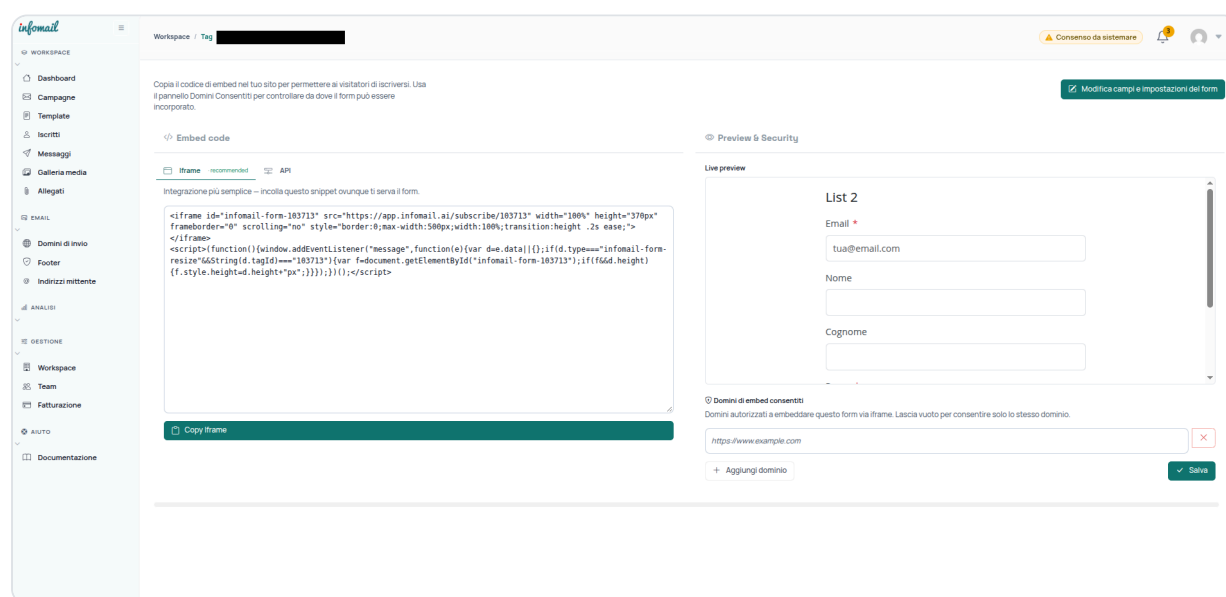


Fig. 7.3 — Codice embed iframe e endpoint API per il form di iscrizione

Dalla pagina del codice embed sono disponibili due modalità di integrazione:

Iframe (consigliato)

Un breve codice `<iframe>` da incollare nella pagina del tuo sito: il form viene mostrato direttamente da Infomail, quindi stile, campi, conferma email e consenso restano sempre allineati alla configurazione del tag. È la soluzione adatta anche alle piattaforme che non permettono codice HTML personalizzato complesso. Usa il pulsante **"Copy Iframe"**.

Nel riquadro **"Allowed Embed Domains"** indica i domini dai quali il form può essere incorporato (*Add domain*, poi *Save*). Se lasci l'elenco vuoto il form può essere incorporato solo dallo stesso dominio di Infomail: ricordati quindi di aggiungere il dominio del tuo sito, altrimenti il form non verrà mostrato.

API Endpoint

Un endpoint `POST` da usare per integrazioni personalizzate lato server, con la tabella dei campi accettati (email, consenso GDPR e paese obbligatori, più nome, campi opzionali e, se attivo il captcha, i relativi campi) e due esempi pronti da copiare: uno in HTML e uno in cURL. Le iscrizioni ricevute passano comunque dalla conferma via email (double opt-in, cap. 7.2).

Codice HTML completo non più proposto

Nelle versioni precedenti era disponibile anche uno snippet HTML con stili CSS incorporati. Ora non viene più mostrato: se lo avevi già inserito nel tuo sito sostituiscilo con l'iframe, così il form resta sempre aggiornato.

Per ogni modalità trovi un pulsante di copia per portare rapidamente il codice negli appunti.

8. Importazione ed Esportazione Iscritti

Infomail permette di importare contatti da file CSV e di esportare il database iscritti per backup o utilizzo in altri sistemi.

8.1 Accettazione Condizioni di Importazione

Prima di poter importare contatti, Infomail richiede l'accettazione di una dichiarazione di conformità per garantire l'uso corretto delle liste.

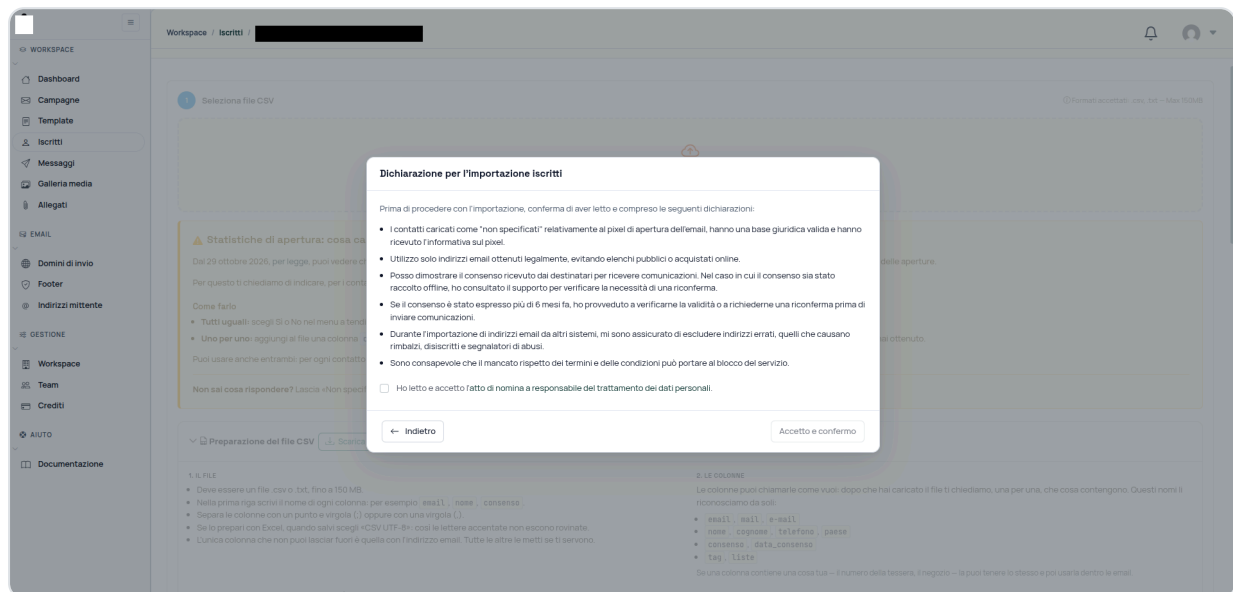


Fig. 8.1 — Dichiarazione obbligatoria prima dell'importazione contatti

La dichiarazione richiede la conferma che:

- I contatti sono stati raccolti **legittimamente**, con consenso esplicito e acquisiti online.
- **Non sono ammessi** contatti acquistati, affittati o ottenuti da terze parti.
- Le liste **non contengono** indirizzi spam trap, email bounce o indirizzi non verificati.
- L'importazione è conforme ai **termini di servizio** e alla policy anti-spam di Infomail.

Spunta la casella di accettazione e clicca "**Accetto e confermo**" per procedere (il pulsante "Indietro" annulla).

Importante

L'importazione di liste non conformi (acquistate, scraping, ecc.) può comportare la sospensione dell'account e deteriora la reputazione del dominio di invio. Importa solo contatti che hanno fornito consenso esplicito.

Dichiarazione aggiornata

Alla prima importazione la dichiarazione include anche l'impegno che i contatti caricati come "non specificati" rispetto al pixel di apertura hanno una base giuridica valida e hanno ricevuto l'informativa sul pixel. Va inoltre accettato l'atto di nomina a responsabile del trattamento (DPA). Per capire cosa significa "non specificato" e quali conseguenze ha dal 29 ottobre 2026 leggi il [cap. 23.1](#).

8.2 Procedura di Import CSV

Dopo aver accettato le condizioni, segui la procedura guidata step-by-step per importare i tuoi contatti.

The screenshot shows the 'Seleziona file CSV' (Select CSV file) step of the infomail import wizard. The interface includes a sidebar with navigation options like Dashboard, Campagne, Template, and more. The main content area has a header with 'Workspace / Iscritti' and a 'Consenso da sistemare' notification. The central part features a large box with a cloud icon and the text 'Trascina qui il file CSV oppure fai clic per sceglierlo'. Below this, a section titled 'Lista test migrazione pixel.csv' displays statistics and instructions regarding the October 29, 2026, update. It explains that users must specify consent for contacts, with options for 'Tutti uguali' (all the same) or 'Uno per uno' (one by one). A 'Preparazione del file CSV' section offers links to download examples and guides. The bottom part of the screen shows the 'Seleziona tag genitore' step, with a dropdown menu for 'Selezione Tag...' and a text input field for 'Nome'.

Fig. 8.2 — Procedura guidata di importazione contatti da file CSV

Selezione tag genitore *

Seleziona Tag...

Paese: Non specificato (vale Italia, salvo una colonna del CSV mappata)

Consenso al tracciamento: Non specificato (non modificare gli iscritti esistenti)

Data di raccolta del consenso: gg/mm/aaaa, --

Mappa colonne

COLONNA CSV	ANTERIORI	MAPPA A
1 email		Email *
2 Città	barcellona_londra	Città
3 Professione	Libero professionista Libero professionista	Professione
4 Over50	Over50 Over50	Salta
5 Under50	-	Salta
6 Telefono	456789	Telefono
7 NOME	NoConsentData SCConsentData	Nome
8 Name	Ivan Franco	Nome
9 CODICE_CLIENTE	123456542 123456542	Salta

Fig. 8.2b — Selezione tag gestore e mappatura delle colonne del CSV

- 1 Select a CSV file:** carica il tuo file CSV contenente i contatti. Il file deve essere in formato CSV con separatore virgola o punto e virgola.
- 2 Verifica del file:** sotto l'area di caricamento il sistema mostra il numero di righe e colonne rilevate. Verifica che i valori siano corretti.
- 3 Select parent tag:** seleziona il tag a cui associare i contatti importati.
- 4 Map Columns:** mappa le colonne del tuo file CSV ai campi di Infomail. Per ogni colonna del CSV, seleziona dal menu a tendina il campo corrispondente (Email, First Name, Last Name, City, Phone, ecc.). Se una colonna non corrisponde a nessun campo, seleziona "Skip" per ignorarla. Le opzioni includono Email, First Name, Last Name, Phone, Country, Tracking Consent, Tracking Consent Date, i campi opzionali e nuovi tag figli.
- 5 Clicca "Import"** per avviare l'importazione. Il processo avviene in background e riceverai una notifica al completamento.

Formato CSV consigliato

Assicurati che il file CSV abbia la prima riga come intestazione con i nomi delle colonne. Codifica del file: UTF-8 (in Excel scegli "CSV UTF-8"). Estensione .csv o .txt, dimensione massima 150 MB, separatore ; o , . L'unica colonna obbligatoria è l'email. Nella pagina di import trovi la guida "Preparazione del file CSV" con un file di esempio da scaricare.

8.3 Paese e consenso al tracciamento durante l'import

Nella pagina di import, oltre al tag, trovi tre controlli per informare la piattaforma su dove si trovano i contatti e se hanno acconsentito al tracciamento delle aperture (approfondimento nel [cap. 23](#)):

- **Country:** paese applicato alle righe senza paese. Predefinito "Non specificato" (vale Italia, salvo una colonna del CSV mappata). Riempie il paese solo dei contatti che non ne hanno uno.
- **Consenso al tracciamento:** "Non specificato (non modificare gli iscritti esistenti)" (predefinito), "Sì, concesso per tutti gli iscritti in questo file" oppure "No, negato per tutti gli iscritti in questo file".
- **Data di raccolta del consenso:** campo vuoto di proposito; è **obbligatorio** se scegli "Sì". Per le righe che hanno la colonna consenso ma non la data fa da valore di riserva.

In alternativa puoi inserire il consenso *per riga* nel CSV, con le colonne riconosciute automaticamente:

Informazione	Intestazioni riconosciute	Valori
Consenso	<code>consenso</code> , <code>consent</code> , <code>tracking_consent</code> , <code>consenso_tracciamento</code> , <code>pixel_consent</code>	Sì: 1, true, yes, y, sì, s — No: 0, false, no, n. Altri valori = cella vuota ("non dice nulla")
Data del consenso	<code>data_consenso</code> , <code>consent_date</code> , <code>consenso_data</code> , <code>data_raccolta_consenso</code> , <code>consent_collected_at</code>	Formati come AAAA-MM- GG o GG/MM/AAAA (le date ambigue si leggono giorno per primo). Non sono accettate date future, anni a due cifre o precedenti al 2000
Altri campi	<code>email</code> , <code>nome</code> , <code>cognome</code> , <code>telefono</code> , <code>paese</code> , <code>tag</code> / <code>liste</code>	

Se lo stesso indirizzo compare più volte nel file, o è già presente in lista, vince l'indicazione **più recente**; a parità di data vince il "no", e una risposta senza data

perde sempre contro una datata. Chi ha revocato il consenso non viene riattivato dall'import.

Report di importazione

Al termine ricevi via email il report **"List Upload Report"**: contatti caricati con successo sul totale, errori divisi tra duplicati e altri (con riga, email e motivo) e, se presenti, l'elenco dei contatti che **hanno revocato il consenso** (fino a 50 nomi). Questi contatti vengono comunque importati ma il loro stato di tracciamento resta "Revocato".

9. Allegati e Media Gallery

Infomail ti permette di caricare allegati PDF da inviare con le campagne e di gestire una libreria di immagini da utilizzare nei template.

9.1 Allegati PDF

La sezione **Attachments** ti consente di caricare e gestire file PDF da allegare alle campagne email.

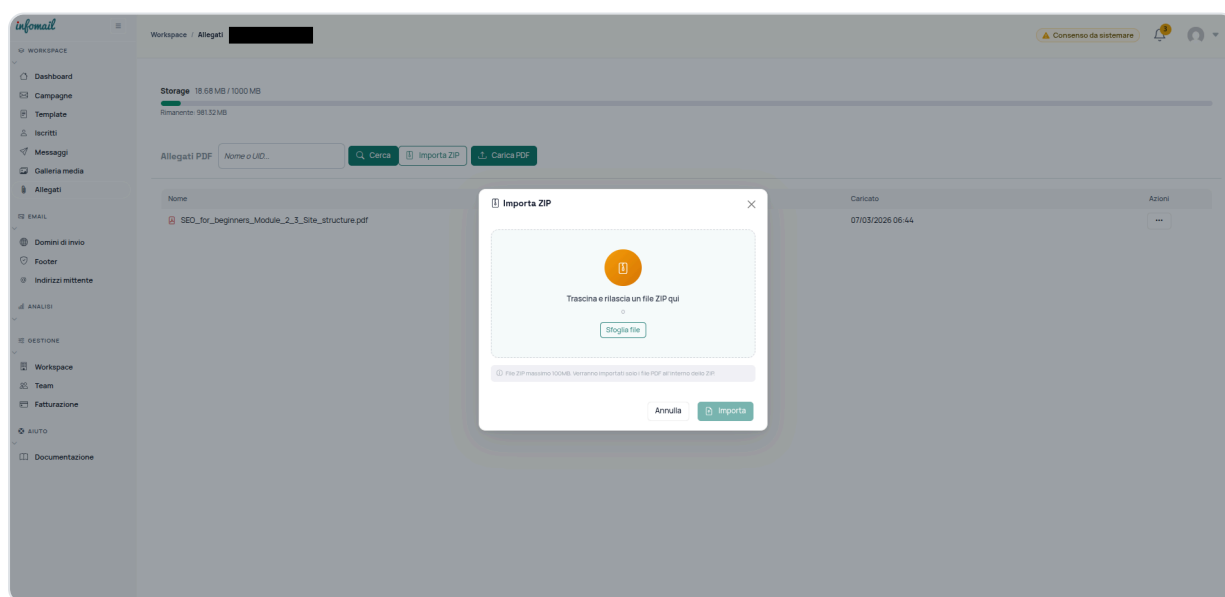


Fig. 9.1 — Finestra di caricamento allegati PDF

Per caricare un allegato PDF:

- 1 **Clicca su "+ Upload PDF"** nella pagina Attachments.
- 2 **Trascina il file PDF** nell'area di caricamento, oppure clicca su **"Browse files"** per selezionarlo dal computer.
- 3 **Clicca "Upload"** per completare il caricamento.

Limiti di upload

Dimensione massima per file:

10 MB

(valore predefinito, che l'amministratore può modificare fino a 50 MB). Formato accettato:

PDF

. Puoi selezionare più file nella stessa operazione, entro la quota di archiviazione disponibile.

Per ogni allegato caricato sono disponibili le seguenti azioni:

- **Open:** visualizza il PDF.
- **Rename:** rinomina il file.
- **Copy link:** copia il link diretto al file.
- **Copy UID:** copia l'identificativo univoco del file.
- **Delete:** elimina il file.

9.2 Media Gallery

La **Media Gallery** è la libreria centralizzata per le immagini che utilizzi nei template e nelle campagne.

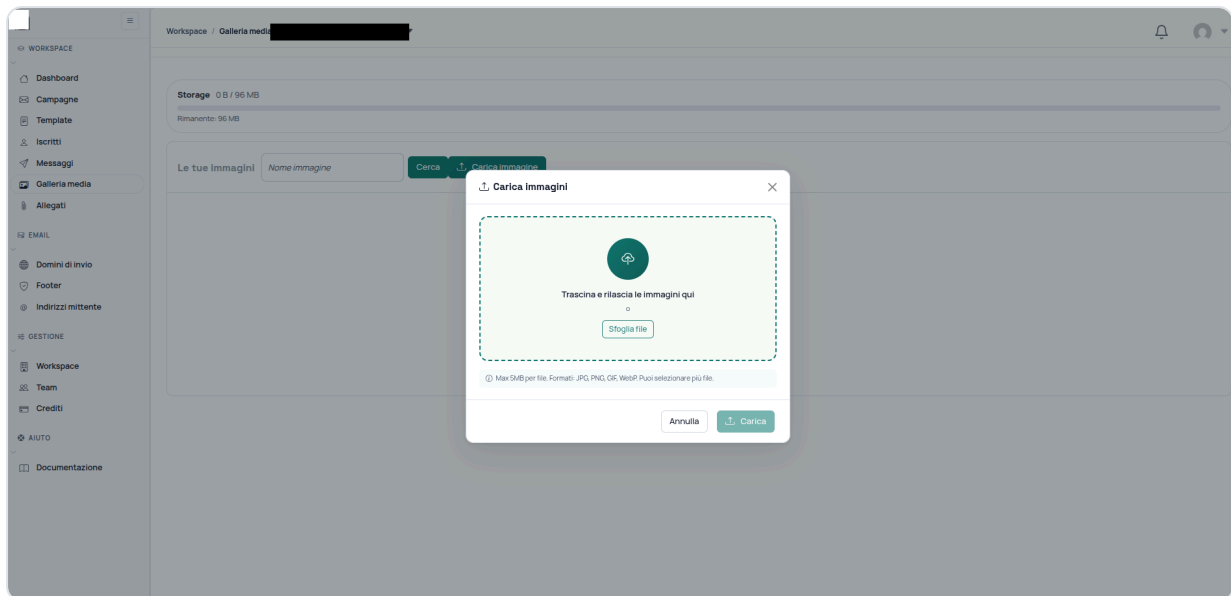


Fig. 9.2 — Media Gallery con finestra di upload immagini

Per caricare nuove immagini:

- 1 **Clicca su "+ Upload Images"** nella pagina Media Gallery.
- 2 **Trascina le immagini** nell'area di caricamento oppure clicca su **"Browse files"**.
- 3 **Clicca "Upload"** per completare il caricamento.

Limiti di upload immagini

Dimensione massima:

5 MB

per immagine. Formati accettati:

PNG, JPG, GIF, WebP

. Le immagini contano sulla quota di archiviazione indicata nella pagina.

Le immagini caricate sono immediatamente disponibili nell'editor visuale delle campagne e dei template, e nella galleria indicata lo spazio di archiviazione utilizzato.

10. Impostazioni di Invio e Compliance

Per garantire un'elevata deliverability e la conformità alle normative anti-spam, configura correttamente i domini di invio e le impostazioni di compliance.

10.1 Sending Domains

La configurazione dei domini di invio è fondamentale per garantire che le tue email vengano recapitate correttamente e non finiscano nello spam.

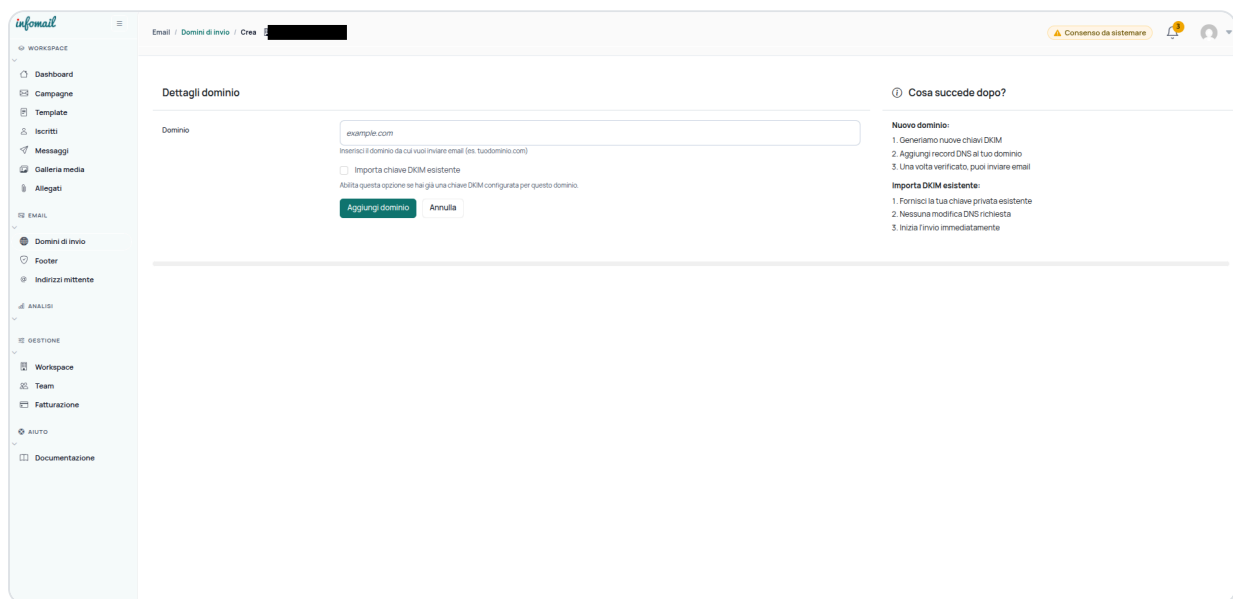


Fig. 10.1 — Aggiunta e configurazione di un dominio di invio

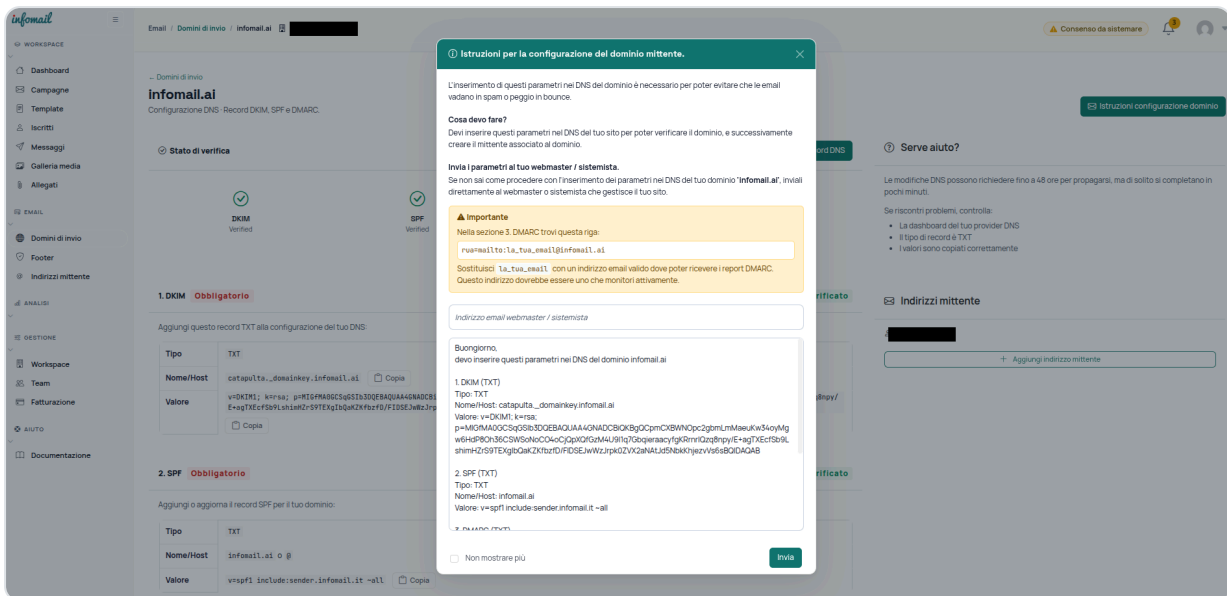


Fig. 10.1b — Istruzioni per la configurazione DNS del dominio mittente (DKIM, SPF, DMARC)

Per aggiungere un nuovo dominio di invio:

- 1 **Clicca su "Add Sending Domain"** e inserisci il tuo dominio (es. tuodominio.com).
- 2 **Scegli se importare una chiave DKIM esistente** (se ne hai già una configurata) oppure lascia che il sistema ne generi una nuova.
- 3 **Configura i record DNS** seguendo le istruzioni fornite dal sistema. Dovrai aggiungere i record DKIM, SPF e DMARC al DNS del tuo dominio.
- 4 **Clicca su "Verify DNS"** per verificare che i record siano stati configurati correttamente.

Il dominio deve essere registrato

Alla creazione viene eseguito un controllo WHOIS: se il dominio non risulta registrato viene rifiutato con il messaggio "Questo dominio non risulta registrato (WHOIS non valido). Per inviare email devi usare un dominio registrato e di tua proprietà."

Nella tabella dei domini configurati puoi vedere:

- **Domain:** nome del dominio.
- **DKIM/SPF/DMARC:** stato di verifica di ciascun record DNS.
- **Indirizzi collegati:** sender addresses associati al dominio.

- **Verified:** stato generale di verifica del dominio.
- **Actions:** View DNS Records, Verify DNS, Delete.

Cosa sono DKIM, SPF e DMARC?

- **DKIM**

(DomainKeys Identified Mail): firma digitale che autentica le email inviate dal tuo dominio.

- **SPF**

(Sender Policy Framework): specifica quali server sono autorizzati a inviare email per il tuo dominio.

- **DMARC**

(Domain-based Message Authentication): politica che indica ai server destinatari come gestire le email non autenticate.

10.2 Email Compliance (Footer)

La sezione Email Compliance raccoglie le impostazioni legali obbligatorie che vengono automaticamente inserite nel footer di ogni email inviata.

Footer e Deliverability

Configura le informazioni richieste per il footer (GDPR, CAN SPAM) e migliorare la deliverability. Queste informazioni verranno aggiunte automaticamente a tutte le email delle campagne.

Informazioni Azienda

Nome Azienda
es. ACME Srl

Indirizzo Fisico

Un indirizzo postale fisico è richiesto dal GDPR e altre normative.

Indirizzo
es. Via Roma 123

Città
es. Milano

Provincia
es. MI (opzionale)

CAP
es. 20100

Paese
es. Italia

Email mailto di fallback per List-Unsubscribe

Questo indirizzo viene aggiunto come fallback mailto nell'header SMTP "List-Unsubscribe". Non controlla direttamente la logica interna di abuse/complaint e non viene mostrato nel corpo dell'email.

Email mailto List-Unsubscribe
es. abuse@esempio.com

Opzionale. Usata come fallback mailto, accanto al link HTTPS di disiscrizione quando i client email supporta "List-Unsubscribe".

Personalizzazione Footer

Messaggio Disiscrizione
Hai ricevuto questa email perché ti sei iscritto alla nostra mailing list.

Lascia vuoto per usare il messaggio predefinito. Supporta i placeholder: {{ email }}, {{ nome }}, {{ cognome }}, e qualsiasi campo personalizzato del subscriber.

Testo Aggiuntivo Footer
Testo aggiuntivo opzionale da mostrare nel footer.

Perché è richiesto?

Requisiti Legali

- GDPR richiede un indirizzo postale fisico in tutte le email commerciali.
- GDPR richiede identificazione chiara e meccanismo di disiscrizione facile.
- Gmail/Yahoo richiedono gli header List-Unsubscribe da Febbraio 2024.

Cosa succede?

- Un footer verrà aggiunto automaticamente a tutte le email delle campagne.
- I link di disiscrizione funzioneranno e rimuoveranno gli iscritti dalle tue liste.
- Gli header List-Unsubscribe verranno aggiunti per la disiscrizione con un click in Gmail/Outlook.

A cosa serve questa email?

Questo campo serve solo come fallback tecnico negli header email.

- Viene aggiunto come mailto nell'header "List-Unsubscribe", insieme all'URL di disiscrizione quando disponibile.
- Non viene mostrato nel corpo dell'email e non sostituisce i link di unsubscribe.
- Non imposta da solo un subscriber come "abused": quella logica dipende da complaint e bounce gestiti dal sistema.
- Ha senso configurarlo se vuoi una mailbox monitorata dal team deliverability/compliance.

Anteprima Footer

Ecco come apparirà il footer della tua email:

Questa comunicazione è stata inviata a {{ email }} da , per non riceverla più [clicca qui](#).

[Disiscrivi](#) | [Visualizza nel browser](#) | [Gestisci Tracciamento](#)

Fig. 10.2 — Impostazioni di conformità email e footer obbligatorio

Questo indirizzo viene aggiunto come fallback "mailto:" nell'header SMTP "List-Unsubscribe". Non controlla direttamente la logica interna di abuse/complaint e non viene mostrato nel corpo dell'email.

Email **mailto:List-Unsubscribe**

es:

Opzionale. Usata come fallback "mailto:" accanto al link HTTPS di disiscrizione quando il client email supporta "List-Unsubscribe".

☒ **Personalizzazione Footer**

Messaggio Disiscrizione

Hai ricevuto questa email perché ti sei iscritto alla nostra mailing list.

Lascia vuoto per usare il messaggio predefinito. Supporta i placeholder: {{ email }}, {{ nome }}, {{ cognome }}, e qualsiasi campo personalizzato del subscriber.

Testo Aggiuntivo Footer

Testo aggiuntivo opzionale da mostrare nel footer...

Qualsiasi testo aggiuntivo da includere nel footer email. Supporta i placeholder: {{ email }}, {{ nome }}, {{ cognome }}, e qualsiasi campo personalizzato del subscriber.

Footer HTML Personalizzato

Questa comunicazione è stata inviata a {{email}} da , per non riceverla più clicca qui.

Aggiungi contenuto HTML personalizzato al footer email. Tag ammessi: tabella, div, paragrafi, link, immagini. Script e form verranno rimossi. Supporta i placeholder: {{ email }}, {{ nome }}, {{ cognome }}, {{ unsubscribe_url }}, e qualsiasi campo personalizzato del subscriber. I placeholder vengono sostituiti solo all'invio reale, non nell'anteprima.

☒ **Mostra link "Visualizza nel Browser"** Includi un link per visualizzare l'email nel browser. Il link apparirà solo se il template email supporta la funzione webview.

☒ **Mostra link "Gestisci Tracciamento"** Sempre incluso nelle email di marketing: è l'unico canale sempre disponibile per gli iscritti per gestire il consenso al tracciamento, e non è disattivabile. Non comparire nelle email transazionali, che non tracciano le aperture.

Etichette del link

Testo link Disiscritti Test link Visualizza nel Browser Testo link Gestisci Tracciamento

Personalizza il testo mostrato per ciascun link del footer. Lascia vuoto per usare il testo di default (in base alla lingua).

☒ **Nascondi link disiscrizione nel corpo email** Se abilitato, il link di disiscrizione non verranno mostrati nel corpo dell'email. Si applica solo alle email transazionali. Le email marketing mostreranno sempre il link di disiscrizione.

⚠ Per le email marketing, il link di disiscrizione visibile resta obbligatorio per le normative CAN-SPAM/GDPR.

Anteprima Footer

Ecco come apparirà il footer della tua email

Questa comunicazione è stata inviata a {{email}} da , per non riceverla più [clicca qui](#).

[Disiscritti](#) | [Visualizza nel Browser](#) | [Gestisci Tracciamento](#)

Fig. 10.2b — Personalizzazione footer e link di servizio (continua)

Sezioni da compilare:

Company Information

Inserisci la ragione sociale e i dati identificativi della tua azienda.

Physical Address

L'indirizzo fisico è obbligatorio per la conformità CAN-SPAM e GDPR. Compila tutti i campi: indirizzo, città, stato/provincia, CAP, paese.

Abuse Contact

Specifica un indirizzo email per ricevere segnalazioni di abuso. Questo indirizzo viene utilizzato per gestire i reclami degli utenti.

Footer Customization

- **Unsubscribe Link Text:** personalizza il testo del link di disiscrizione.
- **Address Format:** formato di visualizzazione dell'indirizzo nel footer.
- **Additional Footer Text:** testo aggiuntivo da inserire nel footer.
- **Show "Made by Infomail" link:** opzione per mostrare/nascondere il branding Infomail.
- **Mostra link vista nel browser:** attiva il link "Visualizza nel Browser".
- **Nascondi link disiscrizione nel corpo email:** da usare solo se il tuo template contiene un proprio link di disiscrizione; in caso contrario l'invio viene bloccato.

- **Testi dei link:** *Testo link Disiscriviti*, *Testo link Visualizza nel Browser* e *Testo link Gestisci Tracciamento* (max 100 caratteri ciascuno, modificabili dagli amministratori; se vuoti valgono "Disiscriviti", "Visualizza nel Browser", "Gestisci Tracciamento"). L'anteprima si aggiorna mentre scrivi.
- **Mostra link "Gestisci Tracciamento":** sempre attivo nelle email promozionali e non disattivabile (non compare nelle email transazionali). Porta a una pagina pubblica dove il destinatario può revocare il tracciamento delle aperture senza disiscriversi (vedi [cap. 23.6](#)).

Obbligatorio per legge

La compilazione di questa sezione è obbligatoria. Le normative CAN-SPAM (USA), GDPR (Europa) e le leggi anti-spam di molti paesi richiedono che ogni email commerciale includa l'indirizzo fisico del mittente e un link di disiscrizione funzionante.

10.4 Indirizzi Mittente (Sender Addresses) e verifica

Dal menu **Email > Sender Addresses** gestisci gli indirizzi che puoi usare come mittente nelle campagne. La creazione e le modifiche sono riservate agli amministratori.

DKIM e SPF dimostrano che il *dominio* è tuo; la **conferma via email** dimostra che la *casella* è tua. Per questo:

1. Crea l'indirizzo: la piattaforma invia subito un'email di conferma. Finché non viene confermata, l'indirizzo non può inviare.
2. Apri l'email e clicca sul link (non serve effettuare il login). Il link è monouso e scade dopo **72 ore**.
3. Se il link è scaduto o non è arrivato usa **"Resend verification"** (massimo 5 invii all'ora).

Nell'elenco compaiono gli stati *Domain Not Verified* e *Awaiting mailbox confirmation* (con la data di invio del link). Dal menu di riga puoi inoltre modificare, reinviare la verifica, impostare come predefinito o eliminare l'indirizzo. Gli indirizzi già presenti prima di questa novità risultano già verificati. Una campagna con un mittente non confermato non può essere salvata né inviata.

10.3 Gestione Bounce e Disiscritti

Comprendere e gestire correttamente i bounce e le disiscrizioni è fondamentale per mantenere una lista contatti sana, migliorare la deliverability e ottimizzare i costi di invio.

Cosa sono i Bounce?

Analizzando le statistiche di invio delle tue newsletter, avrai individuato la voce **"Bounce"**, cioè messaggi di errore relativi ad email non recapitate. I bounce sono quelle email che, sebbene inviate, vengono **bloccate ("rimbalzate")** dal server ricevente e non recapitate al destinatario.

La percentuale di messaggi che tornano indietro in quanto la loro consegna è impossibile è il **bounce rate** (o tasso di rimbalzo) ed è un importante indicatore della qualità della tua lista contatti.

Hard Bounce e Soft Bounce

A seconda del tipo di errore, distinguiamo i bounce in due categorie:

Tipo	Descrizione	Esempi
Hard Bounce	Errori permanenti che si verificano quando vengono inviate email verso indirizzi inesistenti o non più utilizzati (e di conseguenza disabilitati).	Indirizzo email inesistente, dominio non valido, casella eliminata
Soft Bounce	Errori temporanei che si verificano quando il server ricevente ha momentaneamente dei problemi di ricezione o la casella di posta è piena.	Casella piena, server temporaneamente non raggiungibile, messaggio troppo grande

Da Soft a Hard Bounce

Nel caso di un soft bounce, il sistema tenta più volte l'inoltro del messaggio. Se dopo diversi tentativi non si ottiene una risposta positiva, il bounce viene riclassificato come hard e gestito come tale (disattivazione dell'indirizzo).

Come vengono gestiti i Bounce su Infomail?

Controllo in fase di caricamento

Gia in fase di caricamento dei contatti, Infomail identifica automaticamente eventuali indirizzi **non corretti dal punto di vista formale** e li scarta. Vengono individuati errori come:

- Mancanza del simbolo @
- Spazi tra le lettere
- Assenza del dominio
- Formato non valido

Questo è già un ottimo filtro preventivo per evitare di inviare comunicazioni verso indirizzi palesemente errati.

Verifica al primo invio

Al primo invio, sarà possibile verificare la presenza di indirizzi che, sebbene formalmente corretti, siano di fatto errati.

Esempio pratico

L'indirizzo `mario.bianchi@tiscali.i` verrà scartato già in fase di caricamento perché manca il dominio di primo livello ".it". Invece, l'indirizzo `mario.bianchi@tiscali9.it` viene caricato correttamente pur contenendo un errore (il dominio "tiscali9.it" non esiste). Solo al primo invio questa casella andrà in bounce.

Disattivazione automatica degli indirizzi in bounce

Quando un indirizzo va in bounce, Infomail lo gestisce automaticamente:

- L'indirizzo **resta all'interno della lista** degli iscritti, ma il suo stato cambia da **attivo** a **disattivo** (visibile dal simbolo di divieto accanto all'indirizzo).
- Tutti gli **invii successivi** saranno effettuati esclusivamente verso gli indirizzi attivi; quelli disattivati vengono automaticamente esclusi.
- Gli indirizzi disattivati **non vengono conteggiati** nei crediti consumati, con un conseguente risparmio.

Importante: i bounce restano bloccati anche con nuovi import

Su Infomail un indirizzo che è andato in bounce

non viene riattivato

caricando un nuovo file di iscritti. Se lo stesso indirizzo viene reimportato, il suo stato resta disattivo. Questo comportamento protegge la reputazione del tuo dominio di invio e previene invii ripetuti verso caselle inesistenti.

Consultare i bounce nel Report

Nella sezione **Report** di ogni campagna (tab "Bounces") puoi consultare le statistiche di invio e il bounce rate. Per ogni campagna inviata viene mostrato il numero e la percentuale di bounce riscontrati.

Per ottenere informazioni dettagliate sulla tipologia di errore di ciascun bounce, accedi al report della campagna e consulta la sezione dedicata, dove troverai per ogni indirizzo il codice di errore e la descrizione fornita dal server ricevente.

Blocchi di policy (policy block)

Alcuni provider rifiutano temporaneamente i messaggi non per un problema dell'indirizzo ma per la reputazione del mittente o dell'IP (ad esempio codici 5.7.x). Questi rifiuti sono classificati come **policy block** e **non** sono conteggiati come hard bounce: l'indirizzo del destinatario non viene disattivato. Nel report della campagna hanno una colonna dedicata nella scheda Recipients. Se ne vedi molti, rivedi la qualità della lista e distribuisci gli invii su più giorni.

Sospensione automatica delle campagne

Quando una campagna supera soglie critiche (indicativamente oltre l'8% di hard bounce o oltre lo 0,3% di segnalazioni di spam, valutati su almeno 500 esiti) può

essere messa automaticamente in stato **Paused** a tutela della reputazione del dominio. Verifica la lista, rimuovi gli indirizzi non validi e contatta il supporto per riprendere l'invio.

Come analizzare i codici di errore

La risposta del server ricevente viene fornita mediante un **codice numerico** al quale viene aggiunta una breve descrizione testuale. Il codice di errore più frequente è il **550**, che indica l'impossibilità di raggiungere la casella di posta del destinatario.

Ecco alcuni esempi comuni di risposte dei server di posta:

Codice	Messaggio di errore	Significato
550 5.1.1	"The email account that you tried to reach does not exist."	Email non esistente
550 5.1.1	"sorry, no mailbox here by that name"	Email non esistente
550	"Requested action not taken: mailbox unavailable"	Email non esistente o disabilitata
550	"Invalid Recipient"	Email non esistente
452	"Mailbox full / Over quota"	Casella piena (soft bounce)

Nota

Nonostante il codice di errore sia spesso il medesimo (550), la descrizione può variare da server a server. Può anche capitare che il messaggio riportato non sia del tutto accurato: ad esempio, una casella indicata come "piena" potrebbe in realtà essere stata disabilitata.

Gestione degli Iscritti Disiscritti (Unsubscribe)

Diverso dai bounce è il caso delle **caselle email disiscritte**. Quando un destinatario clicca sul link di disiscrizione presente nel footer dell'email, il suo indirizzo viene gestito

in modo specifico:

- L'indirizzo disiscritto **non comparirà più** tra gli iscritti attivi e viene escluso da tutti gli invii futuri.
- Un indirizzo disiscritto **non può essere reinserito** direttamente tramite un nuovo import o aggiunta manuale.
- Puoi consultare l'elenco dei disiscritti nella sezione **Subscribers**, filtrando per stato "Unsubscribed".

Riattivazione di un iscritto disiscritto per errore

Se un utente si è disiscritto per errore, è possibile riattivarlo seguendo questi passaggi:

- 1** Vai nella sezione **Subscribers** e filtra per stato "Unsubscribed" per visualizzare i contatti disiscritti.
- 2** Trova il contatto da riattivare e clicca su "Edit".
- 3** Riattiva la checkbox **"Subscribed"** per reinserire la casella tra gli iscritti attivi.

Attenzione alla normativa

Riattiva un iscritto disiscritto
solo

se hai la certezza che la disiscrizione sia avvenuta per errore e che l'utente desideri effettivamente continuare a ricevere le tue comunicazioni. La riattivazione non autorizzata di un contatto disiscritto viola le normative GDPR e anti-spam e può comportare segnalazioni di abuso.

11. Analytics e Reportistica

La sezione Analytics offre una panoramica completa dell'engagement dei tuoi iscritti e delle performance delle tue campagne.

11.1 Analytics Dashboard

La dashboard analitica presenta le metriche chiave del tuo database di iscritti e del loro livello di coinvolgimento.

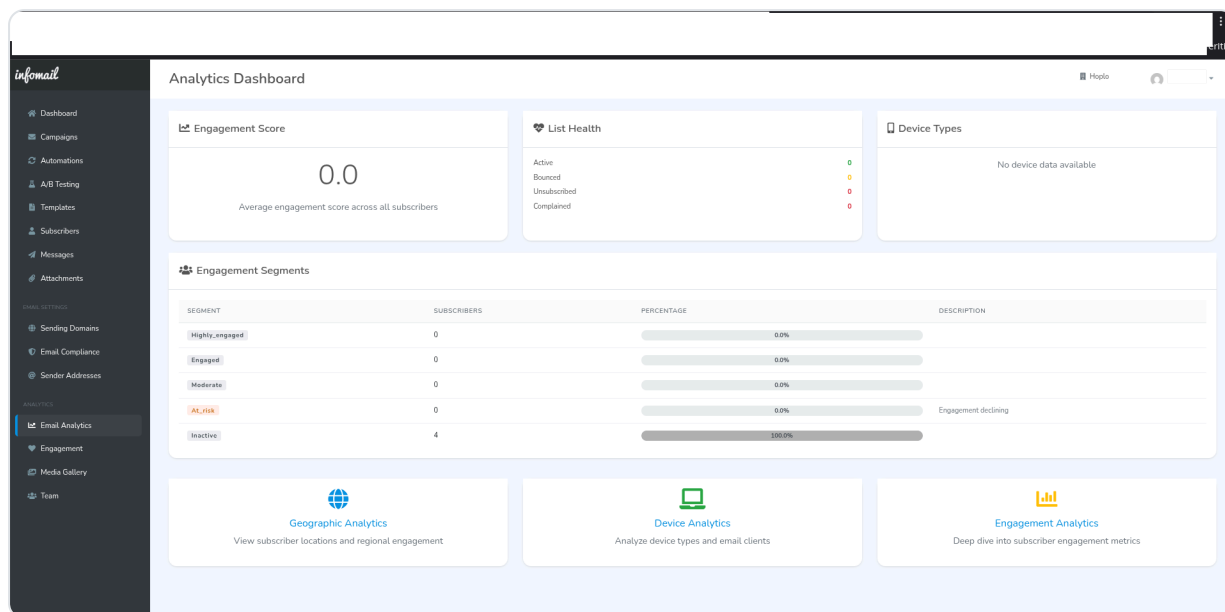


Fig. 11.1 — Dashboard Analytics con engagement score e segmenti

Metriche disponibili:

Engagement Score

Punteggio medio di engagement calcolato su tutti gli iscritti. Un punteggio alto indica una base di contatti attiva e coinvolta.

List Health

Panoramica della "salute" della tua lista contatti, suddivisa in:

Stato	Descrizione
Active	Iscritti attivi che ricevono regolarmente le email
Unsubscribed	Contatti che hanno annullato l'iscrizione
Bounced	Indirizzi che generano errori di consegna
Complained	Contatti che hanno segnalato le email come spam

Device Types

Distribuzione dei dispositivi utilizzati dai destinatari per leggere le email (desktop, mobile, tablet) — disponibile quando i dati di tracciamento sono sufficienti.

Engagement Segments

I tuoi iscritti vengono automaticamente suddivisi in cinque segmenti basati sul loro livello di coinvolgimento:

Segmento	Descrizione
Highly Engaged	Iscritti molto attivi che aprono e cliccano regolarmente
Engaged	Iscritti con buon livello di interazione
Moderate	Iscritti con coinvolgimento medio
At-risk (Disengaged)	Iscritti a rischio di disinteresse, da riattivare
Inactive	Iscritti inattivi che non interagiscono da tempo

Sotto-sezioni Analytics

In fondo alla dashboard, trovi link a tre approfondimenti:

- **Geographic Analytics:** distribuzione geografica degli iscritti e engagement per area.
- **Device Analytics:** analisi dettagliata dei dispositivi e dei client email utilizzati.
- **Engagement Analytics:** approfondimento sulle metriche di engagement degli iscritti.

12. Gestione Team e Profilo

Infomail supporta la collaborazione in team: puoi invitare altri utenti al tuo workspace con diversi livelli di accesso.

12.1 Team Management

La sezione Team Management ti permette di gestire i membri che hanno accesso al tuo workspace.

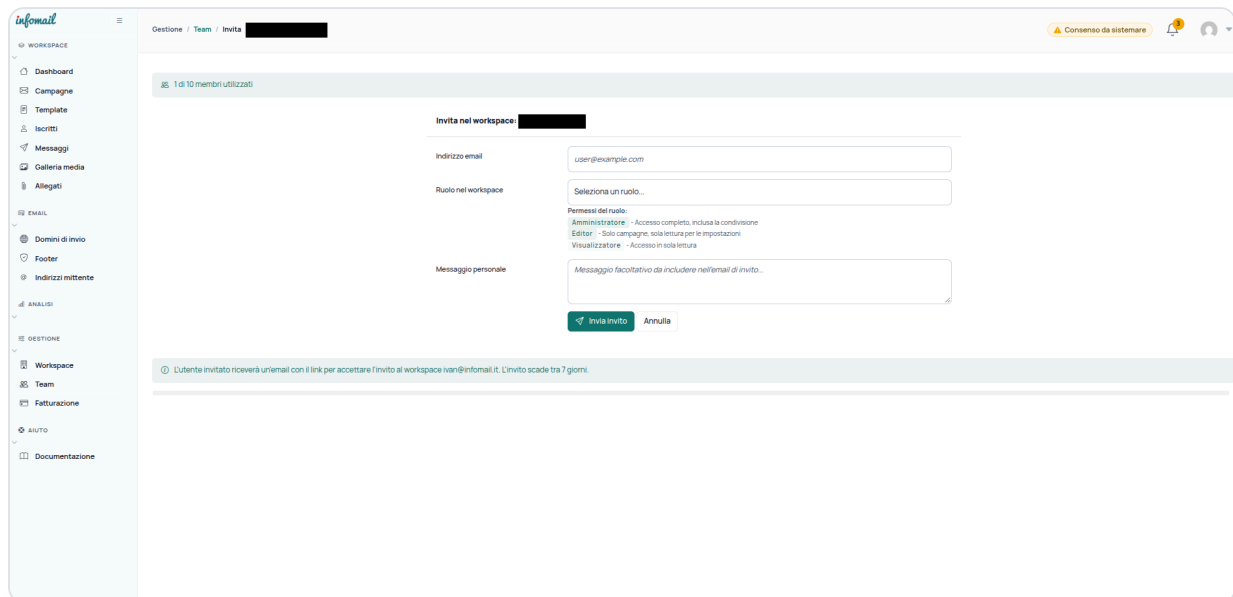


Fig. 12.1 — Gestione membri del workspace e inviti in sospeso

Workspace Members

Tabella con l'elenco di tutti i membri attivi del workspace:

- **Name:** nome del membro.
- **Email:** indirizzo email.
- **Workspace Role:** ruolo assegnato nel workspace.
- **Joined:** data di ingresso nel workspace.
- **Actions:** azioni disponibili (es. Reset, rimozione).

Ruoli disponibili

Ruolo	Permessi
Owner	Accesso completo a tutte le funzionalità, inclusa la gestione del workspace e dei pagamenti
Admin	Gestione operativa: invio campagne, approvazione, gestione team e impostazioni

Editor

Creazione di contenuti: campagne, template, iscritti (non puoi inviare o approvare)

Viewer

Sola lettura: visualizzazione campagne, report, iscritti

Pending Invitations

Sotto la tabella dei membri, una sezione mostra gli inviti in sospeso non ancora accettati, con nome, email, ruolo assegnato, chi ha invitato e data di scadenza dell'invito.

Per invitare un nuovo membro, clicca su **" + Invite Member "** e inserisci l'email e il ruolo desiderato. Gli amministratori possono annullare o reinviare un invito e rimuovere un membro. Chi riceve l'invito può accettarlo o rifiutarlo dal link ricevuto oppure, se ha già un account, dalla propria area.

Workspace multipli

Se il tuo account lo consente puoi appartenere a più workspace e passare dall'uno all'altro dal menu "Workspace" (*Switch*). Iscritti, campagne e impostazioni sono separati per workspace.

12.2 Profilo Utente

La pagina Profilo raccoglie le impostazioni personali del tuo account.

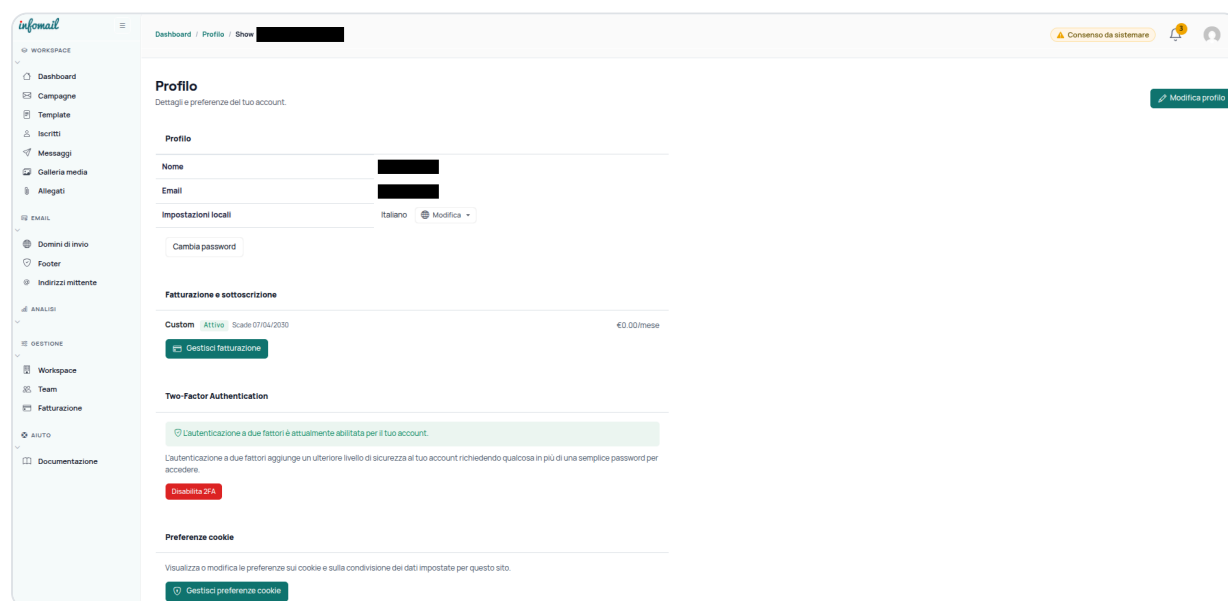


Fig. 12.2 — Pagina profilo utente con impostazioni account

Profile

- **Name:** il tuo nome visualizzato nella piattaforma.
- **Email:** il tuo indirizzo email di accesso.
- **Locale:** lingua dell'interfaccia (es. English, Italiano).
- **Change Password:** link per modificare la password di accesso.
- **Accessi social:** se abilitati per la tua organizzazione puoi collegare o scollegare l'accesso con Google, Microsoft o Facebook.

L'indirizzo email non è modificabile dal profilo: per cambiarlo contatta il supporto.

Clicca **"Save"** per salvare le modifiche al profilo.

Billing & Subscription

Riepilogo rapido del piano attuale con link a **"Manage billing"** per gestire l'abbonamento e i pagamenti (vedi Capitolo 14).

Two Factor Authentication

Stato dell'autenticazione a due fattori con pulsante per abilitarla/disabilitarla (vedi Capitolo 13).

13. Sicurezza: Autenticazione a Due Fattori (2FA)

L'autenticazione a due fattori aggiunge un secondo livello di sicurezza al tuo account, richiedendo un codice temporaneo generato da un'app sul tuo smartphone oltre alla password.

13.1 Attivazione della 2FA

Per abilitare l'autenticazione a due fattori, accedi alla pagina Profilo e clicca su **"Enable Two Factor Authentication"**.

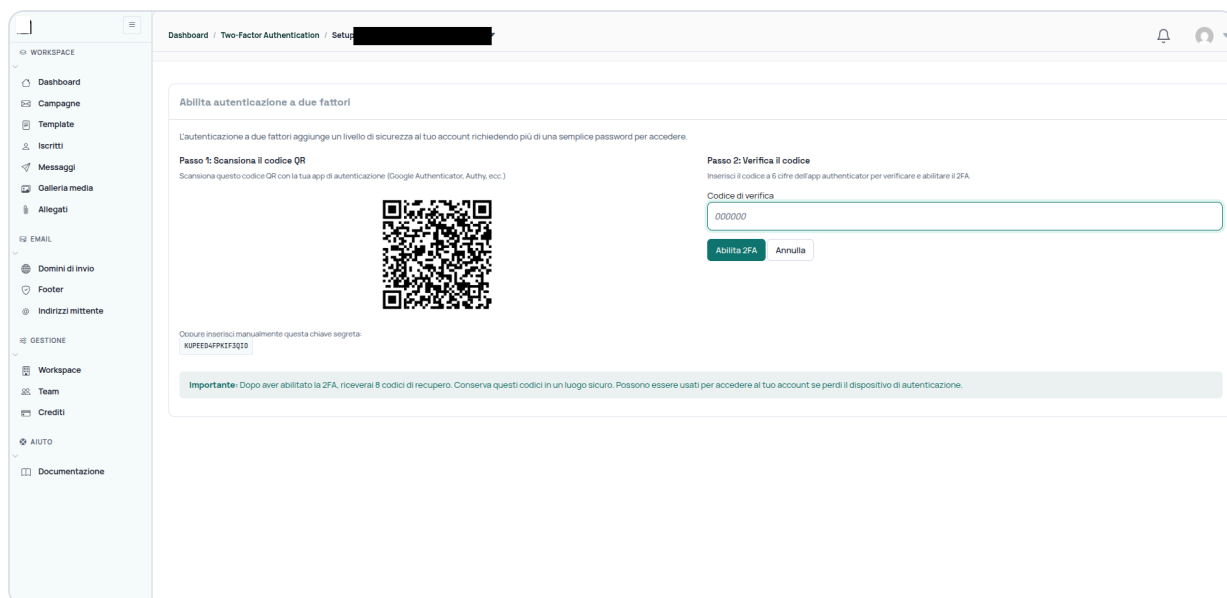


Fig. 13.1 — Procedura di configurazione dell'autenticazione a due fattori

La configurazione avviene in due passaggi:

- 1 Scansiona il codice QR:** apri la tua app di autenticazione (es. Google Authenticator, Authy, Microsoft Authenticator) e scansiona il codice QR mostrato sullo schermo. In alternativa, puoi inserire manualmente la chiave segreta cliccando su "Or manually enter this code".
- 2 Verifica il codice:** inserisci il codice a 6 cifre generato dalla tua app nel campo "Verification Code" e clicca su "**Enable 2FA**".

Importante: nessun codice di recupero

La piattaforma

non mostra codici di recupero

: se perdi il dispositivo con l'app di autenticazione non puoi accedere da solo. Prima di attivare la 2FA assicurati di poter ripristinare l'app (ad esempio usando un'app che permette il backup degli account, come Authy, o conservando in un luogo sicuro la chiave segreta mostrata sotto il codice QR). In caso di smarrimento contatta il supporto o l'amministratore del tuo workspace.

13.2 Gestione 2FA Attiva

Una volta attivata la 2FA, la sezione nel profilo cambia per mostrare lo stato attivo e le opzioni di gestione.

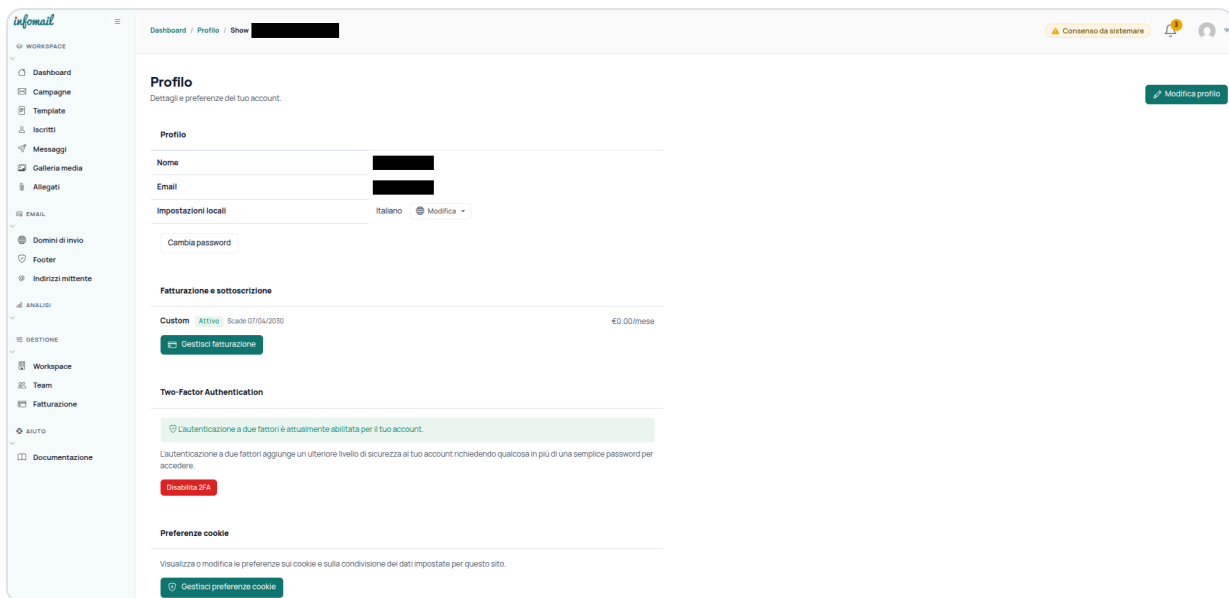


Fig. 13.2 — Stato 2FA attiva

Opzioni disponibili con la 2FA attiva:

- **Disable 2FA:** disattiva l'autenticazione a due fattori (richiede conferma).

Come funziona il login con 2FA

Dopo aver abilitato la 2FA, ogni volta che accedi a Infomail dovrai inserire:

1. La tua password abituale
2. Il codice a 6 cifre generato dalla tua app di autenticazione

Se non hai accesso al tuo dispositivo contatta il supporto o l'amministratore del workspace.

14. Fatturazione e Abbonamento

La sezione Billing & Subscription ti permette di gestire il tuo piano, monitorare l'utilizzo e aggiornare i dati di fatturazione.

14.1 Billing & Subscription

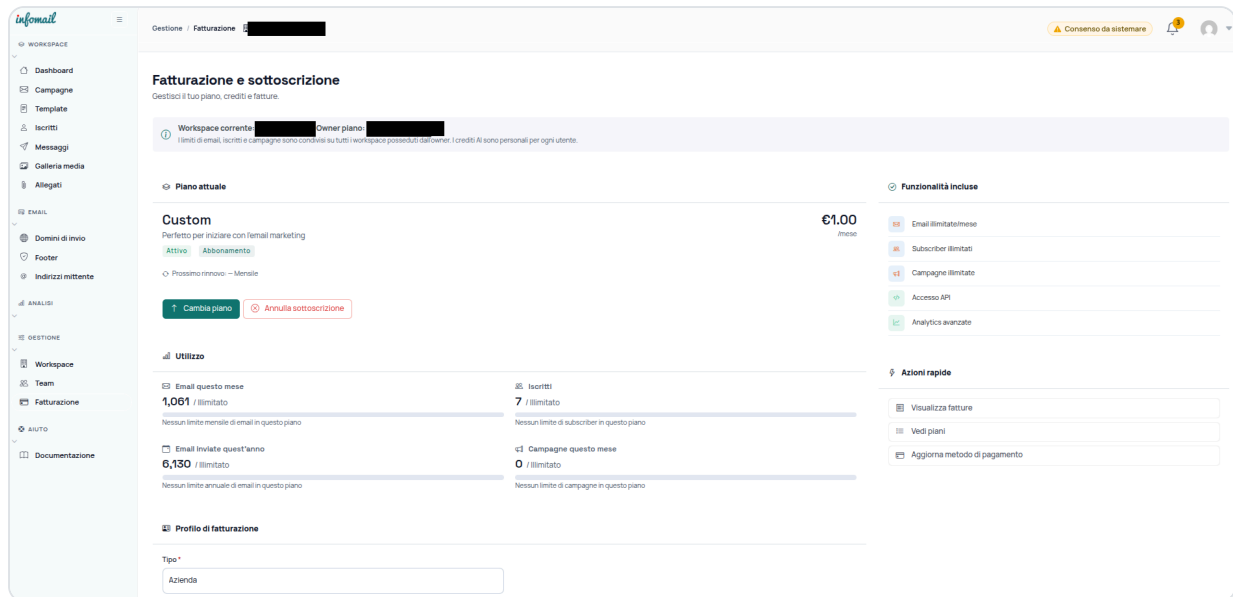


Fig. 14.1 — Pagina di fatturazione con piano, utilizzo e dati fiscali

La pagina è organizzata nelle seguenti sezioni:

Current Plan

Mostra il nome del piano attuale con il relativo badge (es. PRO) e un pulsante **"Manage"** per accedere al portale di gestione dell'abbonamento.

Tipi di piano e crediti

- **Abbonamento a canone:** invii illimitati, senza consumo di crediti email ("Il tuo piano è a canone, con invii illimitati").
- **Pacchetto crediti email:** compare la scheda "Email Credits" con i crediti disponibili, l'avviso "Credits running low" e il pulsante "Buy Credits". Il saldo è a livello di account, non del singolo utente.
- **Crediti AI:** scheda "AI Credits" con "Buy AI Credits"; i crediti AI sono personali per ogni utente.

La scadenza del piano è indicata come "Expires gg/mm/aaaa" o "Expired", con "Next renewal" per gli abbonamenti. Profilo di fatturazione, scelta del piano, portale di pagamento e annullamento sono riservati agli amministratori del workspace; gli altri utenti vedono un avviso che i crediti sono gestiti dall'amministratore. Se il tuo account è gestito dall'amministratore la voce di menu si chiama **"Crediti"**.

Usage (Utilizzo)

Riepilogo dettagliato dell'utilizzo corrente delle risorse incluse nel piano:

- **Emails This Month:** numero di email inviate nel mese corrente rispetto al limite del piano.
- **Subscribers:** numero di iscritti attivi rispetto al limite del piano.
- **Emails Sent This Year:** totale email inviate nell'anno corrente.
- **Campaigns This Month:** numero di campagne inviate nel mese.
- **Contacts:** numero totale di contatti nel database.

Plan Features

Elenco delle funzionalita incluse nel piano attuale, con segni di spunta verdi per le funzioni attive. Le funzionalita possono includere:

- Accesso API
- Automazioni email
- A/B Testing
- Analytics avanzate
- Integrazione WhatsApp
- Integrazione Facebook Ads
- Dominio personalizzato
- Generazione contenuti AI

Quick Actions

Link rapidi a:

- **View Invoices:** visualizza lo storico delle fatture.
- **View Plans:** confronta i piani disponibili per un upgrade.

Billing Profile (Dati di Fatturazione)

Modulo completo per i dati fiscali e di fatturazione:

- **Type:** tipologia (Privato / Azienda).
- **Last Name / Company Name:** denominazione.
- **Tax Code / VAT Number:** codice fiscale o partita IVA.

- **Zip Code:** codice postale.
- **SDI Number:** codice univoco per la fatturazione elettronica (Italia).
- **PEC Email:** indirizzo PEC per la fatturazione elettronica (Italia).
- **Address, City, Province, Country:** indirizzo completo.
- **Phone:** numero di telefono.

Fatturazione elettronica (Italia)

Per i clienti italiani, compila i campi SDI e PEC per ricevere le fatture in formato elettronico conforme alla normativa. Se sei un'azienda, inserisci il codice SDI del tuo gestionale o il codice "00000000" e la PEC.

15. Automazioni e Workflow

Le Automazioni ti permettono di creare flussi di comunicazione che si attivano automaticamente al verificarsi di un evento, senza intervento manuale. Tipico esempio: una serie di email di benvenuto inviate nei giorni successivi all'iscrizione di un nuovo contatto.

15.1 Trigger Disponibili

Ogni automazione parte da un **trigger**, cioè l'evento che ne avvia l'esecuzione per un determinato iscritto:

- **New Subscriber:** si attiva quando un nuovo contatto si iscrive (tramite form, import o API).
- **Tag Added / Tag Removed:** si attiva quando a un iscritto viene aggiunto o rimosso un tag specifico.
- **Date Field:** si attiva in corrispondenza di una data calcolata su un campo dell'iscritto (es. compleanno, anniversario, scadenza).
- **Subscriber Inactivity:** si attiva quando un iscritto non interagisce con le tue email per un periodo configurabile.

- **Manual:** il flusso viene avviato manualmente per uno o più iscritti selezionati.
- **Webhook:** il flusso viene avviato da una chiamata HTTP esterna a un endpoint dedicato. Infomail genera automaticamente un token univoco per autenticare le richieste.

15.2 Tipi di Step

Un'automazione è una sequenza di passi (step) eseguiti in ordine per ogni iscritto che entra nel flusso:

- **Send Email:** invio di una email basata su un template salvato.
- **Wait / Delay:** pausa per un numero configurabile di minuti, ore o giorni prima del passo successivo.
- **Conditional Branch:** diramazione del flusso in base a una condizione (es. ha aperto l'email precedente? ha un tag specifico?).
- **Add Tag / Remove Tag:** assegna o rimuove un tag all'iscritto, utile per segmentarlo o per innescare altre automazioni.
- **API Call:** esegue una chiamata HTTP verso un sistema esterno con i dati dell'iscritto.

15.3 Step AI (se abilitati nel piano)

Se il piano include le funzionalità AI, sono disponibili anche step intelligenti:

- **AI Enrich Subscriber:** arricchisce il profilo dell'iscritto con dati derivati dal suo comportamento.
- **AI Score Subscriber:** calcola un punteggio di propensione (es. probabilità di conversione).
- **AI Condition:** ramificazione basata su una valutazione AI del profilo.
- **AI Generate Content:** genera dinamicamente il contenuto dell'email in base al destinatario.

15.4 Configurazione e Stato

- **Ripetibilità:** puoi consentire o impedire che lo stesso iscritto entri più volte nello stesso flusso, e impostare un limite massimo di ingressi.

- **Statistiche:** per ogni automazione vengono mostrati i contatori di iscritti entrati, attualmente attivi, completati e falliti.
- **Stato:** Draft (in progettazione) → Active (in esecuzione) → Paused (sospesa) → Completed (terminata).

Consiglio

Inizia con un'automazione semplice di benvenuto (2-3 email a distanza di qualche giorno) prima di costruire flussi articolati. Verifica sempre il funzionamento in modalita Draft con un iscritto di prova.

16. A/B Testing

L'A/B Testing ti consente di confrontare due o più varianti di una campagna su una porzione della tua lista, individuare quella più performante e inviarla automaticamente al resto dei destinatari.

16.1 Creazione di un Test

1. Scegli la campagna o crea una nuova campagna in modalita A/B Test.
2. Definisci le **varianti** da confrontare: tipicamente differiscono per oggetto, mittente o contenuto.
3. Imposta la **percentuale di campione** (tipicamente 10-30%) che riceverà le varianti per il test.
4. Configura il **criterio di vincita** e la **durata** del test.

16.2 Criteri di Vincita

Criterio	Cosa misura
Open Rate	Percentuale di destinatari che hanno aperto l'email (utile per testare oggetto/mittente)

Click Rate	Percentuale di destinatari che hanno cliccato almeno un link (utile per testare contenuti e CTA)
Click-to-Open Rate	Percentuale di cliccatori sugli aperti (utile per isolare l'efficacia del contenuto)
Manuale	Selezioni tu stesso la variante vincente al termine del test

16.3 Confidenza Statistica

Per dichiarare un vincitore in modo affidabile, imposta il livello di **confidenza statistica** richiesto (tipicamente 80-99%). Più alto è il livello, più grande deve essere la differenza tra le varianti per essere considerata significativa.

16.4 Ciclo di Vita del Test

- **Draft:** test in configurazione, non ancora inviato.
- **Testing:** le varianti sono state inviate al campione di test; raccolta dati in corso.
- **Awaiting Results:** il test è in attesa di raggiungere la durata minima o la confidenza richiesta.
- **Winner Declared:** la variante vincente è stata identificata.
- **Completed:** la variante vincente è stata inviata al resto della lista.

Invio automatico del vincitore

Puoi scegliere se l'invio al resto della lista debba avvenire in automatico al termine del test oppure se preferisci confermarlo manualmente.

17. Segmenti Dinamici

IN ARRIVO

Funzione in arrivo

Questa funzionalità non è ancora disponibile nell'interfaccia: i contenuti di questo capitolo descrivono quanto sarà reso disponibile a breve.

Oltre ai Tag (etichette statiche assegnate manualmente o via API), Infomail offre i **Segmenti Dinamici**: insiemi di iscritti definiti da una o più condizioni, ricalcolati automaticamente man mano che i dati cambiano.

17.1 Differenza tra Tag e Segmento

	Tag	Segmento Dinamico
Composizione	Lista statica di iscritti	Calcolato in tempo reale dalle condizioni
Aggiornamento	Manuale o via API	Automatico al variare dei dati
Tipico utilizzo	Categorie fisse (es. "Clienti VIP")	Criteri evolutivi (es. "Aperto 3+ email negli ultimi 30 giorni")

17.2 Definizione di un Segmento

Un segmento è composto da una o più condizioni combinate con logica **AND** (tutte vere) oppure **OR** (almeno una vera). I criteri disponibili includono:

- **Tag:** presenza o assenza di un tag specifico.
- **Engagement:** aperture, click, livello di engagement, ultima interazione.
- **Comportamento:** azioni recenti (es. ha cliccato un link in una campagna specifica).
- **Campi custom:** qualsiasi valore dei campi opzionali dell'iscritto.
- **Data di iscrizione:** intervallo temporale di registrazione.

17.3 Aggiornamento e Utilizzo

Il conteggio degli iscritti in ciascun segmento viene ricalcolato periodicamente (in genere ogni ora). I segmenti possono essere usati come destinatari per:

- Campagne email mirate.
- Trigger di automazioni (un iscritto entra/esce dal segmento).
- Sincronizzazione con audience Facebook Ads.

18. AI e Generazione Contenuti

Se il tuo piano include le funzionalità AI, puoi usare l'intelligenza artificiale per generare oggetti, testi e immagini, tradurre contenuti e ottenere suggerimenti per migliorare le tue email. L'utilizzo è regolato da un sistema di crediti.

18.1 Generazione di Testo

- **Subject Lines:** propone fino a 10 oggetti alternativi a partire da un argomento, con tono e lingua a scelta.
- **Email Body:** genera il corpo dell'email in HTML, testo o MJML, con lunghezza personalizzabile (short/medium/long) e CTA configurabile.
- **CTA Suggestions:** propone call-to-action in stile bottone, link o testo.
- **Content Improvement:** rielabora un testo esistente per migliorarne chiarezza, engagement, grammatica, tono o lunghezza.
- **MJML Sections:** genera blocchi pronti (hero, features, CTA, testimonial, footer, colonne, testo) da assemblare nell'editor.
- **Email Completa:** crea l'intera email per tipologie predefinite: newsletter, promozionale, transazionale, annuncio, benvenuto, evento.

18.2 Traduzione

Traduce qualsiasi contenuto nella lingua di destinazione mantenendo (a richiesta) la formattazione HTML e i segnaposto delle variabili.

18.3 Generazione di Immagini

Se la funzionalità è attiva, puoi generare immagini originali da una descrizione testuale, da utilizzare direttamente nelle email o nella Media Gallery.

18.4 Analytics AI

- **Sentiment Analysis:** analisi del tono del contenuto.
- **Engagement Scoring:** previsione del livello di coinvolgimento atteso.

18.5 Sistema di Crediti

Tutte le operazioni AI consumano un numero variabile di **crediti**, tracciato in tempo reale nel pannello. Quando i crediti si esauriscono puoi acquistare pacchetti aggiuntivi tramite il portale di fatturazione. Un sistema di rate limiting impedisce abusi ed errori involontari (es. generazioni ripetute non volute).

Disponibilità

Le funzionalità AI possono essere disabilitate sul tuo piano. Verifica in *Billing > Plan Features* la voce

"Generazione contenuti AI"

19. API REST e Webhook

Infomail espone un'API REST completa che permette di integrare la piattaforma con i tuoi sistemi: gestione iscritti, invio campagne, email transazionali, statistiche,

allegati. La documentazione tecnica completa è disponibile separatamente; questa sezione riassume i gruppi di endpoint principali.

19.1 Autenticazione

L'accesso alle API avviene tramite **API token** personali generabili dalla propria area utente. In alternativa è disponibile l'endpoint `v1/auth/login` per ottenere un token di sessione a partire dalle credenziali utente.

Sicurezza

Trattate i token API come password: non condivideteli, non includeteli in repository pubblici, ruotateli periodicamente.

19.2 Endpoint Principali

Gruppo	Operazioni principali
Campagne	Elenco, dettaglio, creazione, invio, cancellazione, export CSV statistiche
Iscritti	CRUD, unsubscribe/resubscribe, gestione singoli tag
Tag	CRUD tag, associazione massiva con iscritti
Template	Import/export, lettura e aggiornamento del contenuto
Email Transazionali	Invio, recupero stato, schema dei campi variabili (vedi cap. 20)
Allegati	Lista, upload, download, eliminazione
Quota	Verifica residuo email del piano e disponibilità per un invio pianificato
Indirizzi mittente	<code>GET /v1/sender-addresses</code> : indirizzi mittente attivi e verificati del workspace (predefinito per primo)

Iscritti in blocco	<code>POST /v1/subscribers/bulk</code> : inserimento/aggiornamento fino a 1.000 iscritti per richiesta
Campi opzionali	CRUD dei campi personalizzati degli iscritti
Spam check	<code>/v1/spam-check/analyze</code> , <code>/quick</code> , <code>/status</code> : analisi del contenuto prima dell'invio
Workspace	Elenco e gestione dei workspace e dei relativi utenti
WhatsApp e Facebook	Template, campagne, analytics, audience ed eventi (richiedono le rispettive funzioni del piano, cap. 21 e 22)

Note su limiti e piano

- La maggior parte degli endpoint richiede la funzione **API access** del piano; WhatsApp e Facebook richiedono anche le rispettive funzioni.
- Il limite predefinito è di **60 richieste al minuto** per token.
- Il token appartiene al workspace e ha solo una descrizione facoltativa: non esistono permessi (scope) differenziati. Genera i token da **API Tokens** nel menu utente.
- L'elenco iscritti accetta i filtri `per_page` , `is_abused` , `bounce_type` , `bounced` e restituisce anche i dati di bounce e abuso; unsubscribe e resubscribe sono idempotenti.

Esempio: invio di una campagna via API

1. `POST /v1/tags` — crea la lista (tag) dei destinatari.
2. `POST /v1/subscribers/bulk` — carica i destinatari associandoli al tag (`subscribers[]` , `tags[]` ; facoltativi `country` , `consent_source` , `consent_collected_at`). Gli indirizzi non validi sono restituiti in `invalid` senza far fallire il lotto; un indirizzo disiscritto non viene mai riattivato.
3. `POST /v1/templates` (campi `name` e `content` ; l'HTML deve contenere `{{ unsubscribe_url }}`) oppure `POST /v1/templates/import` con uno ZIP.
4. `POST /v1/campaigns` con `send_to_all: false` e `tags: [id]` .
5. `POST /v1/campaigns/{id}/send` — avvia l'invio (si applicano gli stessi controlli di piano e reputazione della sezione 4.6).

6. `GET /v1/campaigns/{id}`, `/messages` e `/stats` — leggi stato ed esiti.

19.3 Webhook

Oltre alle chiamate in uscita, Infomail può ricevere chiamate in ingresso per avviare automazioni esterne:

- **Trigger automazione:** `POST /automations/{token}/trigger` con payload contenente `email` o `subscriber_id` e metadati opzionali. Il token è generato automaticamente dall'automazione configurata con trigger di tipo Webhook.
- **Webhook in ingresso WhatsApp:** endpoint dedicato alla ricezione degli eventi da Meta Cloud (vedi cap. 21).

20. Email Transazionali e SMTP

Le email transazionali sono comunicazioni one-to-one generate da un evento (registrazione, ordine confermato, password reset, ricevuta). Infomail le supporta sia tramite API REST sia tramite SMTP standard.

20.1 API Email Transazionali

- **POST** `/v1/transactional/send` : invia un'email transazionale specificando destinatario, oggetto, corpo, eventuali allegati e header personalizzati. È possibile riferirsi a un template salvato e popolare i campi variabili.
- **GET** `/v1/transactional/templates/{id}` : recupera un template transazionale e l'elenco dei suoi campi.
- **GET** `/v1/transactional/{messageId}` : recupera lo stato di consegna del singolo messaggio (sent, delivered, opened, clicked, bounced, complained).
- **GET** `/v1/transactional/templates/{id}/fields` : restituisce l'elenco dei campi variabili del template.

Sul backend l'invio passa attraverso una coda dedicata (SendTransactionalEmailJob, BatchJob, DrainBuffer) che garantisce throughput elevato senza penalizzare le

campagne di massa.

20.2 SMTP Custom (Zone-MTA)

In alternativa all'API, puoi inviare le email transazionali (e da applicazioni esistenti) tramite il **servizio SMTP custom** di Infomail, basato sul sistema Zone-MTA interno chiamato **Catapulta**.

- **Token SMTP:** credenziali persistenti per autenticarsi al server SMTP. Possono essere abilitate/disabilitate per il singolo tenant.
- **Pool IP:** gli invii utilizzano un pool di IP dedicato con rotazione e DKIM dinamico per dominio.
- **Deliverability:** il sistema applica rate limiting automatico, monitoraggio blacklist e suggerimenti di warm-up per nuovi IP.
- **Tracking:** ogni messaggio inviato via SMTP viene tracciato come quelli inviati tramite l'interfaccia: aperture, click, bounce, complaint.

Cos'è Catapulta?

Catapulta è il motore di consegna di Infomail. Lavora dietro le quinte: tu vedi le configurazioni di Sending Domain (cap. 10.1) e le metriche di deliverability, ma è Catapulta a gestire le code di invio, la rotazione degli IP e la firma DKIM dei messaggi.

21. WhatsApp Marketing IN ARRIVO

Funzione in arrivo

Questa funzionalità non è ancora disponibile nell'interfaccia: i contenuti di questo capitolo descrivono quanto sarà reso disponibile a breve.

Se il piano include l'integrazione WhatsApp, puoi gestire template approvati, inviare campagne e messaggi transazionali tramite l'API di Meta Cloud, e

analizzarne le performance direttamente in Infomail.

21.1 Template

- Creazione, modifica, eliminazione di template WhatsApp.
- I template devono essere sottoposti ad approvazione da parte di Meta prima dell'invio.
- Definizione dei parametri dinamici (campi del corpo) che verranno popolati a runtime.

21.2 Campagne WhatsApp

- Invio massivo a una lista o segmento utilizzando un template approvato.
- Schedulazione dell'invio e cancellazione di campagne pianificate.
- Mappatura dei parametri del template con i campi degli iscritti.

21.3 WhatsApp Transazionale

- **Send API:** invio one-to-one da applicazione esterna tramite endpoint dedicato.
- **Status API:** recupero dello stato del singolo messaggio (sent, delivered, read, failed).

21.4 Analytics WhatsApp

Sezione di reportistica dedicata: tassi di consegna, lettura, errore per campagna; metriche per template; export dei dati. Il dato può essere ricalcolato in caso di disallineamento con i webhook Meta.

21.5 Webhook Meta

L'endpoint `POST /whatsapp/webhook` riceve in tempo reale gli eventi dalla piattaforma Meta Cloud (consegna, lettura, errore, risposta). La URL del webhook va configurata nel pannello Meta Business durante l'attivazione del numero WhatsApp Business.

22. Facebook Ads Integration

IN ARRIVO

Funzione in arrivo

Questa funzionalità non è ancora disponibile nell'interfaccia: i contenuti di questo capitolo descrivono quanto sarà reso disponibile a breve.

Se il piano include la *Facebook Ads Integration*, puoi sincronizzare le tue liste e i tuoi segmenti come **Custom Audience** su Meta, e tracciare gli eventi di conversione tramite la Conversions API.

22.1 Custom Audience

- **Creazione audience:** esporta una lista, un segmento o una campagna come Custom Audience verso il tuo Business Manager.
- **Sync:** aggiornamento periodico dell'audience al variare degli iscritti che soddisfano le condizioni.
- **Statistiche:** conteggio iscritti sincronizzati, ultimi aggiornamenti, errori di matching.
- **Cancellazione:** rimozione dell'audience dal Business Manager con un click.

22.2 Conversions API

Invio di eventi di conversione direttamente da Infomail ai Pixel di Meta, evitando le perdite tipiche del tracking lato browser. Supporta:

- Tracciamento di eventi standard (PageView, Lead, Purchase, ecc.) collegati alle attività degli iscritti.
- Invio batch di eventi multipli in una sola chiamata.
- Mappatura dei parametri di matching avanzato (email, telefono, città) già presenti nel profilo iscritto.

Configurazione iniziale

Per attivare l'integrazione, in *Impostazioni > Integrazioni* autorizza Infomail al tuo account Meta Business e seleziona l'ad account e il pixel da utilizzare.

23. Tracciamento Aperture e Consenso

Il Garante privacy, con il provvedimento n. 284 del 17/04/2026 sul pixel di tracciamento nelle email, richiede l'adeguamento entro il **29 ottobre 2026**. Infomail ti fornisce gli strumenti per adeguarti; la responsabilità di avere una base giuridica valida resta del titolare del trattamento (tu).

23.1 Cosa cambia

- Il provvedimento riguarda solo il **pixel di apertura**. L'informativa sul tracciamento è comunque sempre dovuta.
- Dal 29 ottobre 2026, per i contatti italiani le **aperture individuali** (chi ha aperto) sono visibili solo per chi ha dato il consenso, oppure per i contatti che ti avevano già autorizzato a scrivergli (iscrizione o rapporto cliente) e che sono stati informati del tracciamento.
- Per gli altri contatti la piattaforma registra solo un **conteggio anonimo aggregato** delle aperture.
- Chi ha rifiutato o revocato il consenso non viene mai tracciato individualmente.
- I contatti senza paese sono considerati italiani. Altri paesi possono avere regole e date diverse.
- Prima del 29 ottobre il comportamento resta quello precedente.

23.2 Indicare chi puoi tracciare: "Tracciamento contatti"

Dal **menu utente** (in alto a destra) scegli **Tracciamento contatti**, oppure usa il pulsante in Subscribers o il link "Sistema adesso" nella campanella. Se ci sono contatti senza indicazione, si apre la finestra **"Puoi tracciare chi apre le tue email?"**, che

indica quanti contatti sono interessati e ricorda che puoi vedere chi apre le email solo se i contatti ti avevano autorizzato a scrivere e sono stati informati del tracciamento. Le risposte sono:

- **Sì, confermo:** dichiarare una base giuridica preesistente. Sul contatto compare "Dichiarato": non è un consenso della persona, è il titolare che si assume la responsabilità.
- **No:** i contatti restano nel tracciamento anonimo; il promemoria sparisce.
- **Decido dopo:** la scelta viene registrata ma il promemoria resta.
- **Scegli i contatti:** scegli tu quali contatti includere.

Finché ci sono contatti senza indicazione, nella campanella compare il promemoria "Consenso al tracciamento da sistemare". La finestra non si apre da sola: si richiama dal menu o dalla campanella.

23.3 Stato del singolo contatto

Stato	Significato
Sì, può essere tracciato	La persona ha dato il consenso (con data), oppure è "Dichiarato" dal titolare
No, non può essere tracciato	La persona ha rifiutato o revocato il consenso
Non specificato	Nessuna indicazione: dal 29 ottobre non potrà più essere tracciato singolarmente

Nella scheda del contatto trovi lo storico completo. Puoi modificare lo stato dal form di modifica (campi *Tracking Consent* e *Consent collected on*), dall'import (cap. 8.3) o raccogliere il consenso dal form di iscrizione (cap. 7.2).

23.4 Opzioni nella campagna

Opzione	Effetto
---------	---------

Traccia aperture (attiva)

Traccia le aperture in modo conforme alle regole nazionali: in Italia conteggio anonimo per tutti e dettaglio individuale solo per chi ha il consenso. Se la disattivi non viene registrata nessuna apertura (i clic restano tracciati)

Traccia individualmente solo chi ha dato il consenso

Chi non ha il consenso non viene tracciato affatto, nemmeno nel totale anonimo

Email di servizio o istituzionale, non promozionale

Consente il tracciamento individuale anche senza consenso, per comunicazioni dovute per legge o per contratto. Si basa sulla tua dichiarazione: la piattaforma non la verifica, usala solo se vera

Traccia click / Non tracciare i click di chi non ha dato il consenso

Precauzione facoltativa sui link (vedi cap. 4.1)

Le due sotto-opzioni delle aperture sono mutuamente esclusive e si disattivano se spengi "Traccia aperture".

23.5 Come leggere i report

- La scheda **Opens** mostra la scheda "**Aperture anonime (totali)**": un dato aggregato *lordo*, che include le riaperture, quindi non confrontabile con le aperture uniche individuali.
- Il messaggio "**Copertura parziale del dato individuale**" avverte che l'elenco individuale contiene solo i destinatari riconoscibili e che il tasso di apertura calcolato su di esso è sovrastimato: per misurare il coinvolgimento dell'intera campagna usa i **clic**.
- Se le aperture sono disattivate vedi "Tracciamento aperture disattivato per questa campagna".

23.6 Il destinatario: "Gestisci Tracciamento"

Ogni email promozionale contiene nel footer il link "**Gestisci Tracciamento**": la persona può disattivare il tracciamento delle aperture senza disiscriversi. La revoca

viene registrata sul contatto.

Cosa devi fare ora

1. Apri *Tracciamento contatti* e indica lo stato dei contatti esistenti.
2. Nei nuovi import specifica il consenso e la data di raccolta (cap. 8.3).
3. Aggiungi ai form di iscrizione la casella del consenso al tracciamento (cap. 7.2).
4. Verifica che l'informativa privacy citi il tracciamento delle aperture.

24. Integrazioni (Import da altri sistemi)

IN ARRIVO

Funzione in arrivo

Questa funzionalità non è ancora disponibile nell'interfaccia: i contenuti di questo capitolo descrivono quanto sarà reso disponibile a breve.

Da **Settings > Integrations** puoi collegare un sistema esterno e importare liste e contatti in Infomail. Ogni lista importata diventa un **Tag**. Le importazioni sono **una tantum e in sola lettura**: Infomail legge i dati dal sistema di origine senza modificarli.

Integrazione	Credenziali richieste	Cosa importa
Microsoft Dynamics 365	URL organizzazione, Azure tenant ID, Client ID, Client secret, versione API	Liste marketing e contatti
Mailchimp	API key	Audience e iscritti
HubSpot	Access token	Liste e contatti
Shopify	Dominio del negozio, Access token	Clienti

- 1 **Apri Settings > Integrations** e scegli l'applicazione: ogni scheda indica se è Connected, Connect o Coming soon.
- 2 **Inserisci le credenziali**, salva e usa **Test** per verificare la connessione.
- 3 **Scegli le liste** da importare e avvia l'importazione.

Consenso e liste importate

Anche per i contatti importati da altri sistemi valgono le regole di conformità del cap. 8 e del [cap. 23](#). Dopo l'importazione indica in "Tracciamento contatti" quale base giuridica hai per il tracciamento delle aperture.

Credenziali

Tratta le credenziali come password; usa, se possibile, chiavi con permessi di sola lettura.

25. Novità di Ottobre 2026

Riepilogo delle modifiche introdotte rispetto alla versione di maggio 2026.

Area	Novità	Capitolo
Privacy	Tracciamento aperture e consenso (Provv. Garante 284/2026), opzioni per campagna, footer "Gestisci Tracciamento", report con aperture anonime	23, 4.1, 3.3, 10.2
Iscritti	Stato di consenso, paese, storico, stato "In verifica", doppia conferma sempre obbligatoria nei form	6, 7

Import	Consenso e paese in import, guida CSV, nuova dichiarazione, report con revoche	8.3
Campagne	Tab Errore, stati Paused/Error, approvazione Editor/Admin, controlli prima dell'invio, limiti di reputazione	3.2, 4.5, 4.6
Mittenti	Conferma via email degli indirizzi mittente; controllo WHOIS dei domini	10.1, 10.4
Deliverability	Policy block distinti dai bounce, sospensione automatica	10.3, 3.3
Integrazioni	Import da Dynamics, Mailchimp, HubSpot, Shopify, WordPress	24
Account	Verifica email in registrazione, accessi social, workspace multipli	1, 12, 13
Fatturazione	Piani a canone o a crediti, crediti AI personali, scadenza piano	14
API	Sender addresses, iscritti in blocco, spam check, workspace, esempio di invio	19, 20

Infomail 2026 — Guida Utente Completa

Ultimo aggiornamento: Ottobre 2026

Per supporto tecnico visita www.infomail.it