



+ de **6,33%**
de conversion pour
les e-mails d'abandon
de panier d'achat
envoyés en moins
d'une heure



Il vaut la peine d'analyser les données et de trouver les meilleures façons d'envoyer des e-mails ciblés en fonction des habitudes, des achats passés et qui correspondent aux consommateurs. Cela devrait réduire les chances que les gens soient ennuyés par les e-mails marketing qui arrivent dans leurs boîtes de réception.

68%

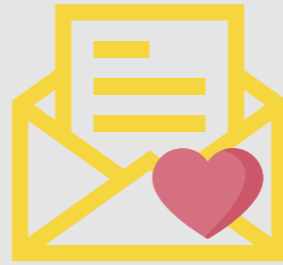


DES MILLÉNAUX
ont acheté après avoir reçu e-mails promotionnels

N'oubliez pas que les e-mails promotionnels ont toujours du poids lorsqu'ils intéressent les milléniaux.

Comme il est si facile pour les gens de créer de nouvelles adresses e-mail à des fins spécifiques, vous devez régulièrement parcourir vos listes et supprimer les anciennes adresses e-mail. De plus, incitez les consommateurs à garder les marques au courant lors de la création de nouvelles adresses e-mail.

55%
des consommateurs



aiment les e-mails contenant des produits et des offres pertinentes

2 HEURES 1/2
PAR JOUR



à vérifier les e-mails personnels au travail

77%

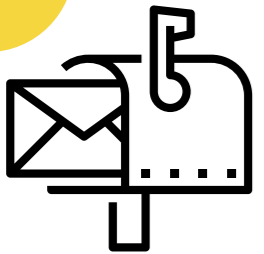
des internautes suppriment les e-mails non sollicités avant même de les avoir lus



Les gens ont fait de la vérification des e-mails une activité qui s'intègre à chaque partie de leur journée. Vous n'avez pas nécessairement besoin d'attendre pour envoyer des e-mails personnels en dehors des heures de travail.

L'opt-in apparaît comme une nécessité et une bonne pratique du marché. L'importance de bien obtenir la permission (*permission marketing* - Steve Godin)

1,75



nombre moyen de boîtes e-mails par utilisateur

L'importance de l'iPhone dans ces résultats fait ressortir le fait qu'un nombre important de personnes aiment lire leurs e-mails sur des appareils mobiles.

Prenez en compte le fait qu'un grand pourcentage de votre public lira les e-mails via leur smartphone, en veillant à éviter les fichiers d'image volumineux et les longs paragraphes.



56%

des e-mails sont lus sur les iPhones ou dans Gmail

