

Infographie Contenu personnalisé et promotion, gages d'un email efficace

Publié par Laure Trehorel le 30 juin 2016

📁 *Ressources* > 📁 *Data room*

Que pensent les internautes des emails commerciaux et marketing ? Autant sur la forme que sur le contenu, les destinataires de ces courriers électroniques ont leurs exigences et leurs préférences. Découvrez-les dans cette infographie.



Tapez votre recherche

des internautes ouvrent au moins la moitié des emails qu'ils reçoivent, et seuls 18% n'apprécient pas les emails marketing.

2	Marque	6,9/10
3	Images	6,3/10
4	Originalité	6,3/10

1^{re} LECTURE

RELECTURE

67% des internautes prennent connaissance de leur email sur un ordinateur.
56% le relisent sur un autre écran.

IMPORTANCE DE LA PRÉVISUALISATION

Ni ouverture, ni clic

42% des internautes utilisent la prévisualisation...
qui n'est pas mesurée.

Contenus préférés des internautes

M/20

1	Promotions	7,3/10
2	Nouveautés	6,7/10
3	Innovation	6,5/10
4	Informations	6,1/10



97% reçoivent des emails non sollicités, et pourtant...

30% les ouvrent s'ils apprécient la marque.

Étude Jack Russell/Médiamétrie "Évaluation des emails marketing" réalisée sur un échantillon de 2001 internautes représentatif de l'ensemble de la population française entre le 26 avril et le 6 mai 2016.



Tous droits réservés Jack Russell/Médiamétrie – Jack Russell – RCS Paris B 438 689 747 – jack-russell.fr – hello@jack-russell.fr

La toute jeune agence d'email marketing Jack Russell sort son premier baromètre en partenariat avec Médiamétrie. Ses principaux enseignements : il ne faut pas négliger la prévisualisation des emails, qui joue un rôle important pour les internautes. Si les emails commerciaux font partie de leur quotidien (94% d'entre eux en reçoivent) un peu plus de 54% d'entre eux ouvrent la moitié ou plus de ces messages électroniques.

Leurs principaux critères ? Un contenu personnalisé et présentant la marque et son univers pour la forme, mais, encore et toujours, une promotion intéressante dans le contenu, ainsi qu'une nouveauté ou une innovation. La clé pour susciter l'intérêt, la satisfaction et l'envie de partager chez le destinataire est de lui offrir un avantage, et de le valoriser à travers une

exclusivité. une avant-première.

Tapez votre recherche