

*** LA BOUTE DE RÉCEPTION EST OU ***

★ CHAMP DE BATAILLE ★

PROFESSIONNELS ET GRAND PUBLIC, LE CONTACT EST INFINI. LA BOUTE DE RÉCEPTION S'EST TRANSFORMÉE EN UN VÉRITABLE CHAMP DE BATAILLE, OÙ SE SONT LES ADRESSES QUI DÉTERMINENT LES PARRAINAGES EN CHOISISANT DE LIRE OU NON LES EMAILS DES ANNONCIERS.

LES CONCRÈTES DIRECTES NE SONT PAS LES SEULS À SE DÉPÊCHER À VÉRIFIER LES ADRESSES. DANS LA BOUTE DE RÉCEPTION, TOUTES LES COMPAGNIES S'EFFORCENT POUR LA VICTOIRE.

*** EMAIL ADDICTS ***

LES ADRESSES REÇOIVENT EN MOYENNE

416

MESSAGES COMMERCIAUX PAR MOIS



LE PLUS GRAND FAN D'EMAILS AU MONDE:

LE DESTINATAIRE QUI DÉTIENT LE RECORD EN TERME D'EMAILS REÇUS REÇUT

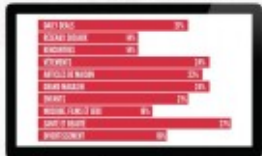
115547 MESSAGES PAR MOIS

DAILY DEALS, MESSAGES DE RÉSEAU SOCIAL ET DE CITES DE RENCONTRES: LE TOP 3 DANS LES BOUTES DE RÉCEPTION.



- DAILY DEALS
- RÉSEAU SOCIAL
- RENCONTRES
- VÊTEMENTS
- ARTICLES DE PRESSE
- GRAND PARRAIN
- CARRIÈRE
- PARRAINAGE, BARRAGE ET LOGI
- SANTÉ ET BIEN-ÊTRE
- INVESTISSEMENT

*** EMAILS LES PLUS LUS ***



Parmi les messages les plus fréquemment lus, les plus lus sont les messages de promotion des produits de beauté et de santé, de vêtements, d'articles de presse et proposant de grands parrains.

LA PALME D'OR



Tous types de messages compris (sans distinction de contenu), la cote de popularité et les messages sont les seuls qui remportent la palme auprès des abonnés. Sans la mesure on ne peut pas déterminer quels sont les plus lus.

• LA LUTTE DES MARQUES •

LES ANNONCIERS PARTAGENT UNE GRANDE PART DE LEURS ADRESSES AVEC LEURS CONCURRENTS DANS LEUR CATÉGORIE RESPECTIVE. LE POURCENTAGE DES EMAILS LUS PAR LE PUBLIC COMMUN DONNE UNE BONNE INDICATION DE LA RÉCEPTION ET DE LA PÉRIODE DES ADRESSES.

CATÉGORIE: VOYAGES 7%

1,8%

CATÉGORIE: GRANDE CONSOMMATION 7%

22,1%

OFFRE DE VOYAGE: VILLAGE MARIAGE CHÈRE

ACHAT: ALIEXPRESS

• NOMBREUR: VOYAGE PREMIER •

• NOMBREUR: AUCHAN •

LE TAUX DE LECTURE DES ADRESSES DE VOYAGE EST DE 1,8% POUR LES 11 PARRAINS DE LA CATÉGORIE VOYAGE PREMIER.

LE TAUX DE LECTURE DES ADRESSES DE GRANDE CONSOMMATION EST DE 22,1% POUR LES 11 PARRAINS DE LA CATÉGORIE AUCHAN.

CATÉGORIE: RÉSEAU SOCIAL 6%

62,6%

CATÉGORIE: SANTÉ EN LOGI 6%

1,6%

FACEBOOK: L'ESPACE

WIKI: L'ESPACE

• NOMBREUR: VMAO •

• NOMBREUR: JEUX.FR •

LE TAUX DE LECTURE DES ADRESSES DE RÉSEAU SOCIAL EST DE 62,6% POUR LES 11 PARRAINS DE LA CATÉGORIE FACEBOOK.

LE TAUX DE LECTURE DES ADRESSES DE SANTÉ EN LOGI EST DE 1,6% POUR LES 11 PARRAINS DE LA CATÉGORIE WIKI.

*** MÉTHODOLOGIE ***

LES DONNÉES REÇUES DE L'ANALYSE DES ADRESSES PAR NOTRE PARTENAIRES AVEC NOS DESIGNERS ET NOTRE ÉQUIPE DE RECHERCHE, DE FAÇON CONSCIENTE, SONT TRÈS PRÉCISES. CETTE ANALYSE A PORTÉ SUR DES MILLIARDS DE MESSAGES ENVoyÉS À DES MILLIONS D'ADRESSES DE MESSAGES.

[Infographie] : La boîte de réception email est un champ de bataille

Pour célébrer le lancement sur le marché français d'Inbox Insight, son outil de veille concurrentielle email, Return Path a entrepris aux mois de mai et juin 2013 une analyse sur des milliards de messages envoyés à son panel de 3 millions d'utilisateurs de messagerie. Le résultat ? Une toute nouvelle infographie étonnante qui lève le rideau sur les gagnants (et perdants) sur le marché des grandes marques françaises.

Pour en savoir plus, [allez ici](#)

*** LA BOÎTE DE RÉCEPTION EST UN ***

★ CHAMP DE BATAILLE ★

PROFESSIONNELS ET GRAND PUBLIC, LE CONSTAT EST UNANIME : LA BOÎTE DE RÉCEPTION S'EST TRANSFORMÉE EN UN VÉRITABLE CHAMP DE BATAILLE, OÙ CE SONT LES ABONNÉS QUI DÉSIGNENT LES VAINQUEURS EN CHOISISSENT DE LIBRE OU NON LES EMAILS DES ANNONCEURS.

LES CONCURRENTS DIRECTS NE SONT PAS LES SEULS À SE DISPUTER L'ATTENTION DES ABONNÉS. DANS LA BOÎTE DE RÉCEPTION, TOUTS LES EXPÉDITEURS RIVALISENT POUR LA VICTOIRE.

*** EMAIL ADDICTS ***

LES ABONNÉS REÇOIVENT EN MOYENNE

416

MESSAGES COMMERCIAUX PAR MOIS

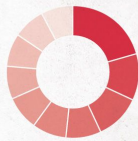


LE PLUS GRAND FAN D'EMAILS AU MONDE:

LE DESTINATAIRE QUI DÉTIENT LE RECORD EN TERMES D'EMAILS REÇUS REÇUIT

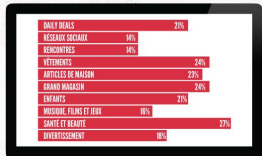
115547 MESSAGES PAR MOIS

DAILY DEALS, MESSAGES DE RÉSEAUX SOCIAUX ET DE SITES DE RENCONTRES: LE TOP 3 DANS LES BOÎTES DE RÉCEPTION.



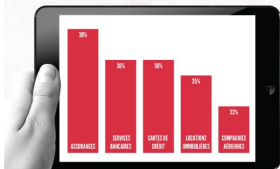
- DAILY DEALS
- RÉSEAUX SOCIAUX
- RENCONTRES
- VÊTEMENTS
- ARTICLES DE MAISON
- GRAND MAGASIN
- ENFANTS
- MUSIQUE, FILMS ET JEUX
- SANTÉ ET BEAUTÉ
- INVESTISSEMENT

*** EMAILS LES PLUS LUS ***



PARMI LES MESSAGES LES PLUS FRÉQUEMMENT REÇUS, LES PLUS LUS SONT LES MESSAGES DE PROMOTION DES PRODUITS DE BEAUTÉ ET DE SANTÉ, DE VÊTEMENTS, D'ARTICLES DE MAISON ET PROVENANT DE GRANDS MAGASINS.

LA PALME D'OR



TOUTS TYPES DE MESSAGES CONFONDUS (SANS CONSIDÉRATION DE VOLUME), LA GESTION DE PATRIMOINE ET LES VOYAGES SONT LES SUJETS QUI REMPORTE LA PALME APRÈS DES ABONNÉS, DANS LA MESURE OÙ CE SONT LES CATÉGORIES D'EMAILS LES PLUS LUS.

★ LA LUTTE DES MARQUES ★

DES ANNONCEURS PARTAGENT UNE GRANDE PARTIE DE LEURS ABONNÉS AVEC LEURS CONCURRENTS DANS LEUR CATÉGORIE RESPECTIVE. LE POURCENTAGE DES EMAILS LUS PAR CE PUBLIC COMMUN DONNE UNE BONNE INDICATION DE LA RÉTENTION ET DE LA FIDÉLITÉ DES ABONNÉS.

CATÉGORIE: VOYAGES ✈

1.8%

VOYAGE PRIVE vs VOYAGER MOINS CHER

★ VAINQUEUR: VOYAGE PRIVE! ★

LE TAUX DE LECTURE DES CAMPAGNES DE VOYAGE PRIVE EST 10% PLUS ÉLEVÉ POUR LES 11% D'ABONNÉS QUE LA MARQUE PARTAGE AVEC VOYAGER MOINS CHER.

CATÉGORIE: GRANDE CONSOMMATION 🛒

22.1%

AUCHAN.FR vs CARREFOUR

★ VAINQUEUR: AUCHAN! ★

LE TAUX DE LECTURE DES CAMPAGNES DE AUCHAN EST 20% PLUS ÉLEVÉ POUR LES 11% D'ABONNÉS QUE LA MARQUE PARTAGE AVEC CARREFOUR.

CATÉGORIE: RÉSEAUX SOCIAUX 🗨

62.6%

VIADEO vs LINKEDIN

★ VAINQUEUR: VIADEO! ★

LE TAUX DE LECTURE DES CAMPAGNES DE VIADEO EST 10% PLUS ÉLEVÉ POUR LES 11% D'ABONNÉS QUE LA MARQUE PARTAGE AVEC LINKEDIN.

CATÉGORIE: JEUX EN LIGNE 🎮

1.6%

WILLAMAL.FR vs JEUX.FR

★ VAINQUEUR: JEUX.FR! ★

LE TAUX DE LECTURE DES CAMPAGNES DE JEUX.FR EST 10% PLUS ÉLEVÉ POUR LES 11% D'ABONNÉS QUE LA MARQUE PARTAGE AVEC WILLAMAL.FR.

*** MÉTHODOLOGIE ***

CES DONNÉES RÉSULTENT DE L'ANALYSE RÉALISÉE PAR RETURN PATH AUX MOIS DE MAI ET JUIN 2013 AU MOYEN DE SON OUTIL DE VEILLE CONCURRENTIELLE, INBOX INSIGHT. CETTE ANALYSE A PORTÉ SUR DES MILLIARDS DE MESSAGES ENVoyÉS À SON PANNEAU DE 9 MILLIONS D'UTILISATEURS DE MESSAGERIE.

