

LES INTERNUTES FRANÇAIS FACE À L'EMAIL EN 2013

La dernière étude EMA - Email Marketing Attitude du INCF réalisée par Opinio révèle les différences sur le comportement des internautes français face à l'email en 2013.

HYPERCONNECTIVITÉ



USAGES



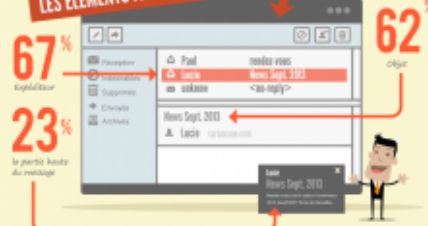
SUPPORTS MOBILES



E-COMMERCE



LES ÉLÉMENTS FAVORISANT L'OUVERTURE



ATTENTION



Les internautes reconnaissent les efforts réalisés par les professionnels pour développer des contenus pertinents.

Source : étude EMA - Email Marketing Attitude 2013 - L'Institut de la Communication Française (INCF) - Opinio - Email Marketing Attitude, menée pour la première fois en France après quatre précédentes réalisées depuis sa mise en œuvre par Opinio à l'échelle internationale. Objectif de l'étude : mesurer l'attitude des internautes français face à l'email en 2013. Méthode : enquête par sondage en ligne. Échantillon : 1000 internautes français âgés de 18 ans et plus. Date de l'étude : du 10 au 15 septembre 2013. Niveau de confiance : 95%. Précision : +/- 3 points de pourcentage.

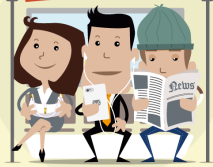
[Infographie] les internautes français face à l'email en 2013

Sarbacane publie une infographie à partir des chiffres de la 7ème édition de l'étude EMA – Email Marketing Attitude du SNCD réalisée par Bisnode sur le comportement des internautes français face à l'email en 2013.

LES INTERNAUTES FRANÇAIS FACE À L'EMAIL EN 2013

La dernière étude EMA - Email Marketing Attitude du SNCD réalisée par Bisnode révèle les chiffres clés sur le comportement des internautes français face à l'email en 2013.

HYPERCONNECTIVITÉ



Un internaute toujours connecté !

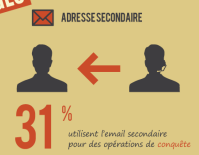


60%

DES INTERNAUTES CONSULTENT EN MOBILITÉ (smartphone + tablette)

97%

DES INTERNAUTES CONSULTENT SUR ORDINATEUR



VS



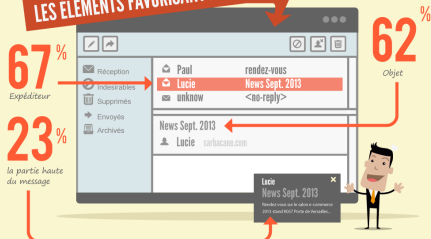
SUPPORTS MOBILES



E-COMMERCE



LES ÉLÉMENTS FAVORISANT L'OUVERTURE



Les internautes reconnaissent les efforts menés par les professionnels pour développer des contenus pertinents.

Source : Étude SNCD - EMA - Email Marketing Attitude 2013 - Lancée par la Commission - Marketing et Spécialité National de la Communication Directe (SNCD), l'étude EMA - Email Marketing Attitude, menée pour la première fois en France depuis 2009, questionne les internautes français sur leur attitude par rapport à l'e-mail. Réalisée en 2013 par Bisnode, l'étude est issue d'une volonté commune de SNCD, de InterMedia, d'Omnicom Media Group et Actemio qui chaque année, à tour de rôle, réalisent l'étude EMA (E-mail Marketing Attitude) SNCD.