

L'observatoire de l'emailing BtoB

* LE CHIFFRE CLE

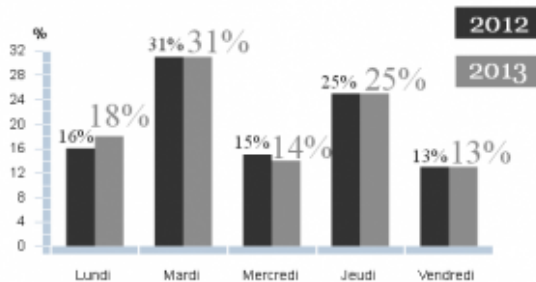
En 2013, les terminaux mobiles représentent 24% des emails lus.

La part des smartphones et autres tablettes est en progression par rapport à 2012 (16%).



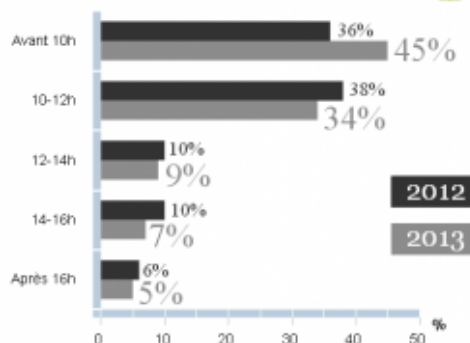
* LES JOURS D'ENVOI

Le Mardi est le jour de la semaine le plus prisé avec 31% des campagnes BtoB.



* LES HORAIRES D'ENVOI

79% des campagnes sont routées le matin et 45% avant 10 heures.



Source et traitement: Histoire d'Adresses

LE PANEL



12 messages/jour



71 annonceurs



2600 messages/an

Le mardi est le jour de la semaine le plus prisé des campagnes emailing BtoB

Histoires d'Adresses publie des données issues de son observatoire de l'emailing BtoB :

- En 2013, les terminaux mobiles représentent 24% des emails lus
- Le Mardi est le jour de la semaine le plus prisé avec 31% des campagnes BtoB
- 79% des campagnes sont routés le matin et 45% avant 10 heures

L'observatoire de l'emailing BtoB

* LE CHIFFRE CLE

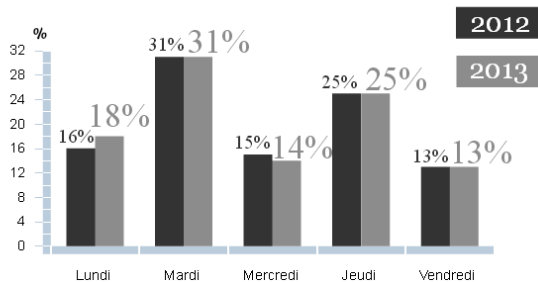
En 2013, les terminaux mobiles représentent 24% des emails lus.

La part des smartphones et autres tablettes est en progression par rapport à 2012 (16%).



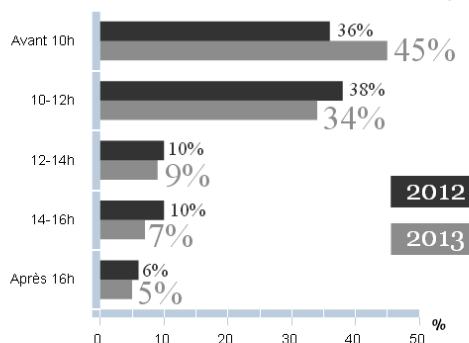
* LES JOURS D'ENVOI

Le Mardi est le jour de la semaine le plus prisé avec 31% des campagnes BtoB.



* LES HORAIRES D'ENVOI

79% des campagnes sont routées le matin et 45% avant 10 heures.



Source et traitement: Histoire d'Adresses

LE PANEL



12 messages/jour



71 annonceurs



2600 messages/an

emailing btob