



Vidéo marketing



Marketing mobile



Guide juridique de l'e-marketing



Community Management



Réseaux sociaux



Réseaux sociaux

## Mon livre sur l'emailing

Les éditions ENI m'ont sollicité afin d'écrire un ouvrage sur l'email marketing :

E-mailing – Fidélisation, Acquisition : réussir ses campagnes marketing

L'ouvrage sortira en février 2014 dans la collection Web et E-marketing.

Présentation de l'ouvrage : E-mailing – Fidélisation, Acquisition : réussir ses campagnes marketing

L'e-mail est aujourd'hui un outil de communication sur le web incontournable. Malgré la concurrence des nouveaux médias,

comme les réseaux sociaux, une image altérée en raison du spam, certains risques comme le phishing et le pouvoir de décision maîtrisé et revendiqué par les utilisateurs d'internet, l'e-mail reste le support préféré des internautes pour recevoir des informations commerciales.

La démocratisation du smartphone, des tablettes et la possibilité de lire ses messages à tout moment ont redynamisé son impact et son potentiel.

Pour un site e-commerce, les campagnes d'e-mailing sont obligatoires afin de valoriser les produits; pour toute autre activité, elles sont indispensables.

Que ce soit comme outil de fidélisation (newsletter, e-mail transactionnel...) ou comme outil de conquête, la création d'e-mails et toute la stratégie marketing autour de l'e-mailing doivent se faire avec beaucoup de rigueur.

Ce livre s'adresse aux directeurs marketing, responsables communication, webdesigners et à tous professionnels souhaitant communiquer sur Internet.

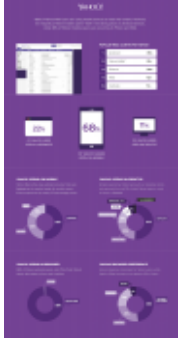
En huit chapitres, vous y trouverez toutes les informations nécessaires pour vous lancer dans des campagnes de e-mailing :

- l'état du marché actuel,
- la bonne stratégie à mettre en place,
- les différents moyens légaux de collecte d'abonnés,
- la manière de concevoir des messages remplissant les trois missions

fondamentales : être lu correctement par tous les supports de lecture, passer à travers les filtres anti-spam, convaincre votre destinataire de passer à l'action,

- savoir choisir ses différents outils techniques,
  - comprendre les différents résultats, positifs et négatifs,
  - anticiper les évolutions futures
-

# WEBMAIL USERS



# Plus de la moitié des emails sont lus sur un mobile

Litmus a pu analyser l'ouverture de 6 millions d'email, et déterminer quelles sont les habitudes de lecture des internautes.

L'information première est que dorénavant le support de lecture majoritaire est le mobile.

Il se confirme donc que la conception de messages au format responsive design est obligatoire. Le message doit être lu correctement quel que soit le support.

Ce qu'il faut retenir :

– 39% des emails sont ouverts sur iOS : 26% sur iPhone, 13% sur iPad.

iPhone = 26%

Android : 22%

iPad : 13%

Outlook.com : 10%

Yahoo mail : 7%

Outlook : 6%

Apple mail : 5%

Gmail : 3%

Windows Live Mail : 3%

Windows Mail : 2%

Other : 2%

AOL Mail : 1%

– 61% des internautes utilisent leur mobile pour accéder à leur messagerie.

– 68% des utilisateurs de Gmail consultent leurs messages sur mobile.

– Les logiciels de bureau les plus utilisés sont Outlook (34%) et Apple Mail (29%).

### WORLD-TO WEBMAIL USERS

WHERE DO WEBMAIL USERS OPEN EMAIL?

39% of webmail users open email on a mobile device.

THE USABILITY OF WEBMAIL ACCOUNTS

Country	Gmail Usability Score	Outlook.com Usability Score
USA	85	85
UK	85	85
France	85	85
Germany	85	85
Spain	85	85
Italy	85	85
Japan	85	85
China	85	85
India	85	85
Brazil	85	85
South Africa	85	85
Australia	85	85
Canada	85	85
South Korea	85	85
Indonesia	85	85
Mexico	85	85
Russia	85	85
Other	85	85

### WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WHERE DO WEBMAIL USERS OPEN EMAIL?

61% of webmail users open email on a mobile device.

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

Country	Mobile Usage
USA	61%
UK	61%
France	61%
Germany	61%

### Outlook.com

WHERE DO WEBMAIL USERS OPEN EMAIL?

22% of Outlook.com users open email on a mobile device.

68% of Outlook.com users open email on a desktop device.

11% of Outlook.com users open email on a tablet device.

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

Country	Mobile Usage
USA	22%
UK	22%
France	22%
Germany	22%

### Hot Mail

WHERE DO WEBMAIL USERS OPEN EMAIL?

21% of Hot Mail users open email on a mobile device.

56% of Hot Mail users open email on a desktop device.

23% of Hot Mail users open email on a tablet device.

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

Country	Mobile Usage
USA	21%
UK	21%
France	21%
Germany	21%

### Outlook.com

WHERE DO WEBMAIL USERS OPEN EMAIL?

33% of Outlook.com users open email on a mobile device.

47% of Outlook.com users open email on a desktop device.

20% of Outlook.com users open email on a tablet device.

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

Country	Mobile Usage
USA	33%
UK	33%
France	33%
Germany	33%

### Gmail

WHERE DO WEBMAIL USERS OPEN EMAIL?

20% of Gmail users open email on a mobile device.

68% of Gmail users open email on a desktop device.

12% of Gmail users open email on a tablet device.

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

WEBMAIL USERS PREFER MOBILE

Country	Mobile Usage
USA	20%
UK	20%
France	20%
Germany	20%