



[EMAIL \(HTTP://COMARKETING-NEWS.FR/EMAIL/\)](http://comarketing-news.fr/email/)

La moitié des emails sont relus sur un second écran

[COMARKETING-NEWS \(HTTP://COMARKETING-NEWS.FR/AUTHOR/COMARKETWP/\)](http://comarketing-news.fr/author/comarketwp/) - 5 JUIL, 2016

Selon un baromètre réalisé par l'agence Jack Russel et Médiamétrie, 56% des internautes relisent leur emails sur un écran différent de celui utilisé lors de la première lecture. Et dans tous les cas de figures, l'ordinateur prédomine encore...

[Jack Russell \(http://jack-russell.fr/\)](http://jack-russell.fr/), nouvelle agence spécialisée dans l'email marketing créée par Eric Azara et Frédéric Goubet (ex-Wunderman et Digitas), publie, en partenariat avec Médiamétrie, les résultats de son premier baromètre dédié aux emails marketing.

Selon l'agence : « *Les données actuelles sur l'émailing, taux d'ouverture et taux de clic sont des statistiques quantitatives issues, en règle générale, des plateformes de gestion de campagne. Elles ont du mal à mesurer l'effet courrier indésirable* » .

2000 consommateurs ont participé à l'étude et répondu à 30 questions sur leurs habitudes face à l'email : *Qu'est-ce qui suscite leur intérêt ? Qu'est-ce qui leur plait dans un email ? Qu'est-ce qu'ils sont prêts à partager avec leur entourage ?*

« *Le baromètre, créé avec les équipes scientifiques de Médiamétrie permet d'évaluer la performance et la pertinence des campagnes emails au même titre qu'un média traditionnel.* » .

80% d'entre eux en reçoivent plus de 10 par semaine et les 20% restants disent en recevoir plus de 50! Vous avez dit pression marketing?

Ils ne sont toutefois que **18% à déclarer ne pas apprécier ces emails commerciaux**, 54% des internautes déclarant même ouvrir la moitié de ceux qu'il reçoivent...

Au global, **90% des interrogés déclarent ouvrir des emails commerciaux ou marketing chaque semaine.**

A noter que **la promotion est le premier contenu pour déclencher l'ouverture**, suivie de la nouveauté et de l'innovation.

L'ordinateur reste l'écran privilégié

Si la lecture sur mobiles prend de plus en plus d'importance, **l'ordinateur apparaît toujours comme l'écran privilégié pour lire ses emails** (67%), devant le téléphone (25%) et la tablette (8%).

Et il en va de même lorsqu'il s'agit de relecture d'un message : **78% des personnes qui consultent leurs mails sur mobile les relisent sur ordinateur.**

Pour la relecture des emails, l'ordinateur est également favorisé



56% relisent leurs emails sur un écran différent de celui utilisé lors de la première lecture

▸ 44% ne relisent pas leurs emails sur un autre écran

Lorsque la 1^{ère} lecture est effectuée sur...



Ordinateur

60%

ne relisent pas
leurs emails



Téléphone mobile

78%



relisent leurs emails
sur **ordinateur**



Tablette

70%

**Les chiffres en italique doivent être interprétés avec précaution en raison d'un effectif interrogé faible (sous le seuil d'alerte à 60).*

▸ Base : Internautes de 18 ans et plus (n=2001)

▸ Question : Vous prenez généralement connaissance de vos emails sur votre ordinateur / téléphone mobile / tablette tactile en premier. Vous arrive-t-il de relire vos emails sur un autre écran ?

30/06/2016 | 8

<http://comarketing-news.fr/wp-content/uploads/etude-jackrussel-mediаметrie.jpg>

D'où l'importance d'intégrer l'email responsive lors de ses campagnes emails...

Les principaux chiffres en infographie

CECI N'EST PAS UN SPAM

MAIS CE QUE PENSENT RÉELLEMENT
LES INTERNAUTES DES EMAILS QU'ILS REÇOIVENT

Les emails marketing sont les emails que l'on accepte de recevoir car on s'est inscrit ou abonné auprès d'une marque ou d'une entreprise en donnant son adresse email.

94%

des internautes
reçoivent des emails
marketing.

+ de 10 emails / semaine

80% des internautes reçoivent plus de 10 emails marketing chaque semaine. 20% des internautes en reçoivent plus de 50 !

54%

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

Un contenu adapté au destinataires et la promotion
sont les clés pour susciter l'intérêt

1	Contenu personnalisé	7,5/10
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.

La note moyenne
que les internautes
attribuent aux emails
marketing :

M/20

**Contenus préférés
des internautes**

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.

JACK RUSSELL