



Étude Sncd EMA - Email Marketing Attitude BtoB

Les professionnels face à l'email marketing et le SMS en 2019



Sncd, qui sommes-nous ?



- **Objectifs & moyens**
 - **Profil des répondants**
 - **Boîte Emails**
 - **Volumes d'Emails**
 - **Ouverture des Emails**
 - **Clics sur les Emails**
- **Newsletter**
 - **Terminaux et fréquence de connexion**
 - **Actions post-réception**
 - **Techniques de communication**
 - **Comportement & désabonnement**
 - **Spam**

Les objectifs et moyens

- L'objectif de cette étude (questionnaire en ligne - 8e édition – été 2019) est d'identifier et de comprendre le comportement des professionnels face à la réception d'un e-mailing de prospection en BtoB ;
- Il s'agit de connaître quelle attitude le « marketer » doit adopter face à l'email et ainsi, déterminer un ensemble de bonnes pratiques pour cette cible ;
- Combbase et Kompass ont fourni les fichiers de contact, Vertical Mail a assuré la mise en ligne du questionnaire et exploité les résultats. Enfin Dolist a effectué le routage du questionnaire et a produit l'infographie de l'étude 2019;
- L'étude 2019 s'est basée sur un échantillon de 208 professionnels.

Profil des répondants

57% en 2019

43% en 2019

57% en 2018

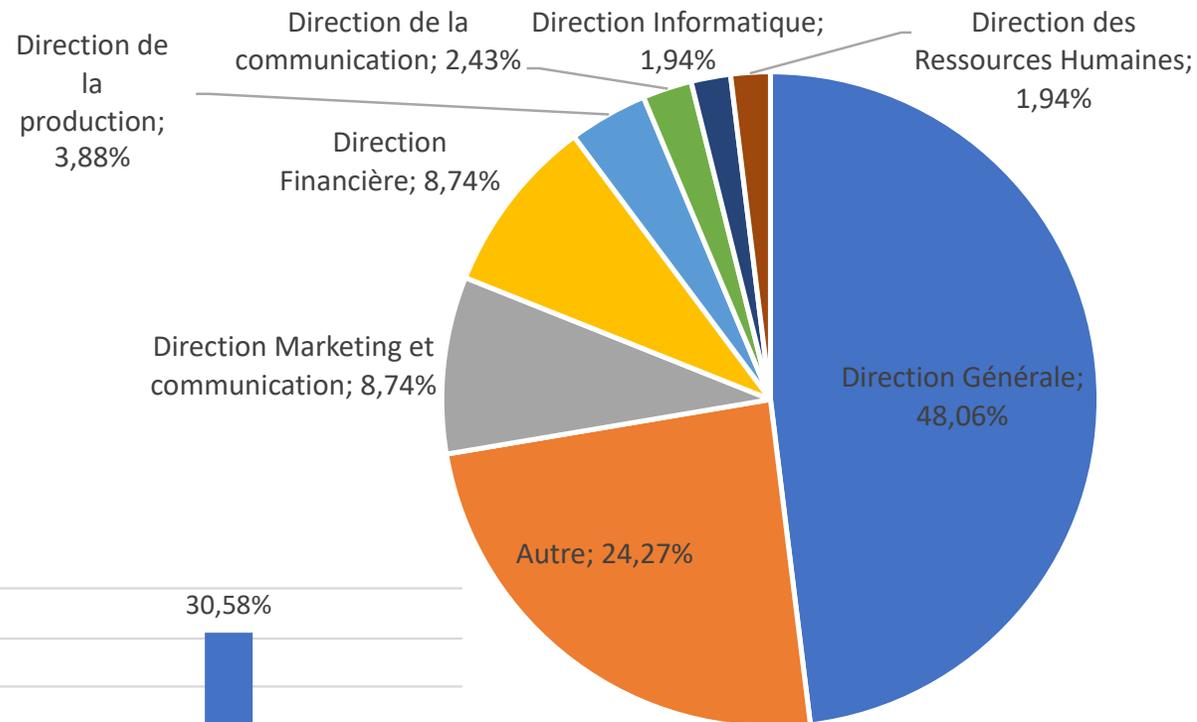
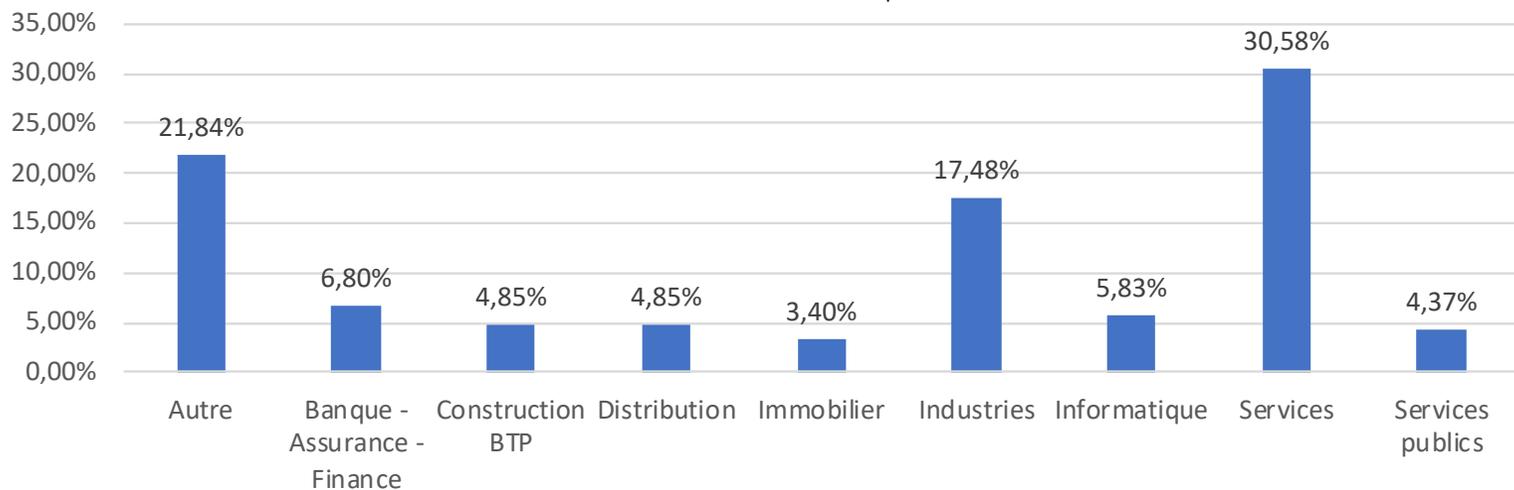
43% en 2018



Hommes

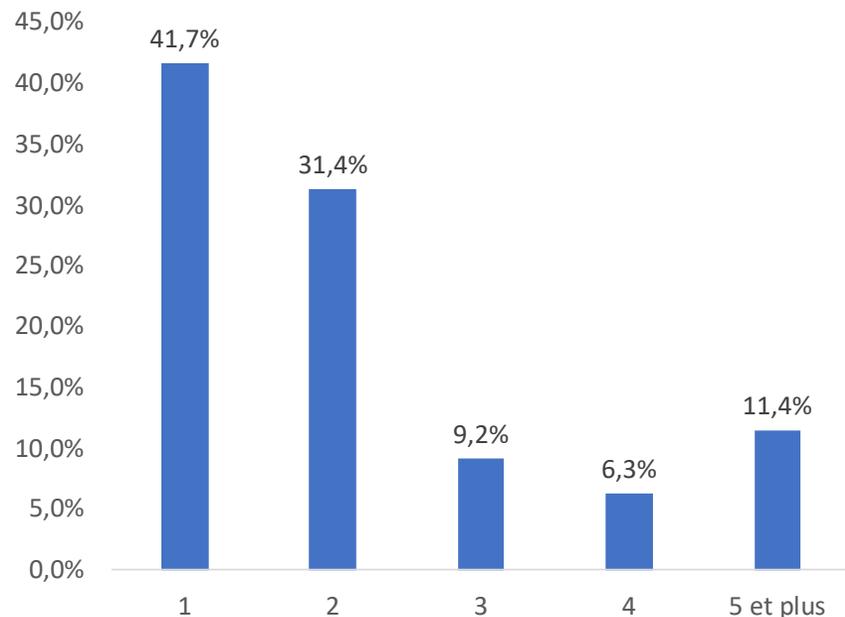


Femmes



Boîtes emails

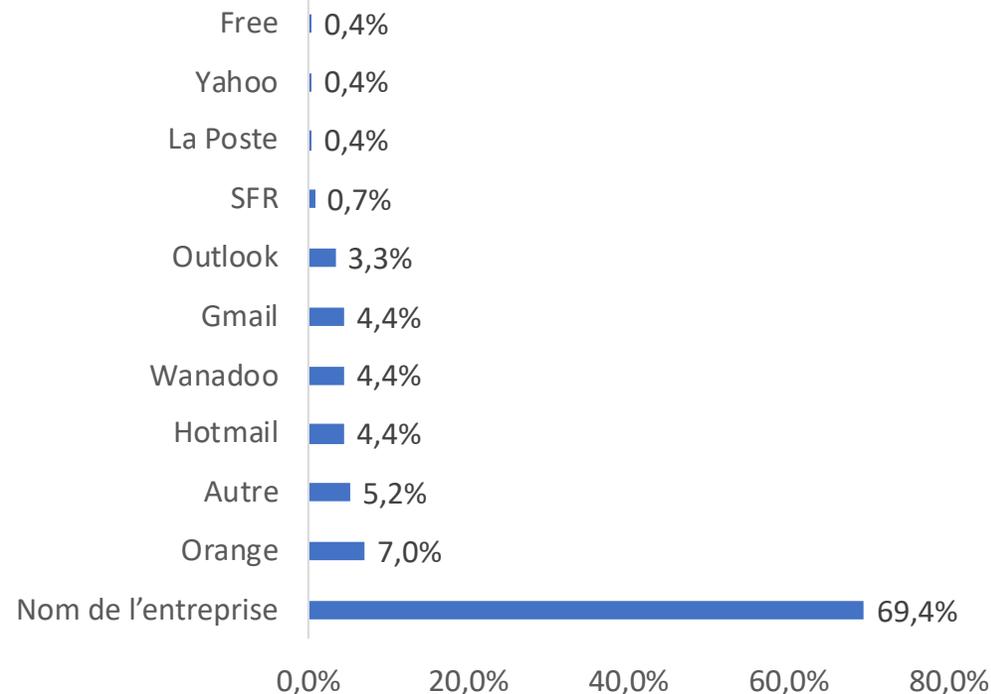
Rappel de la question : Au total, combien d'adresses email professionnelles utilisez-vous ?



USAGES MULTI-BOÎTES

Pour la première année, les professionnels ont majoritairement plus d'une adresse email (51% n'en avaient qu'une en 2018)

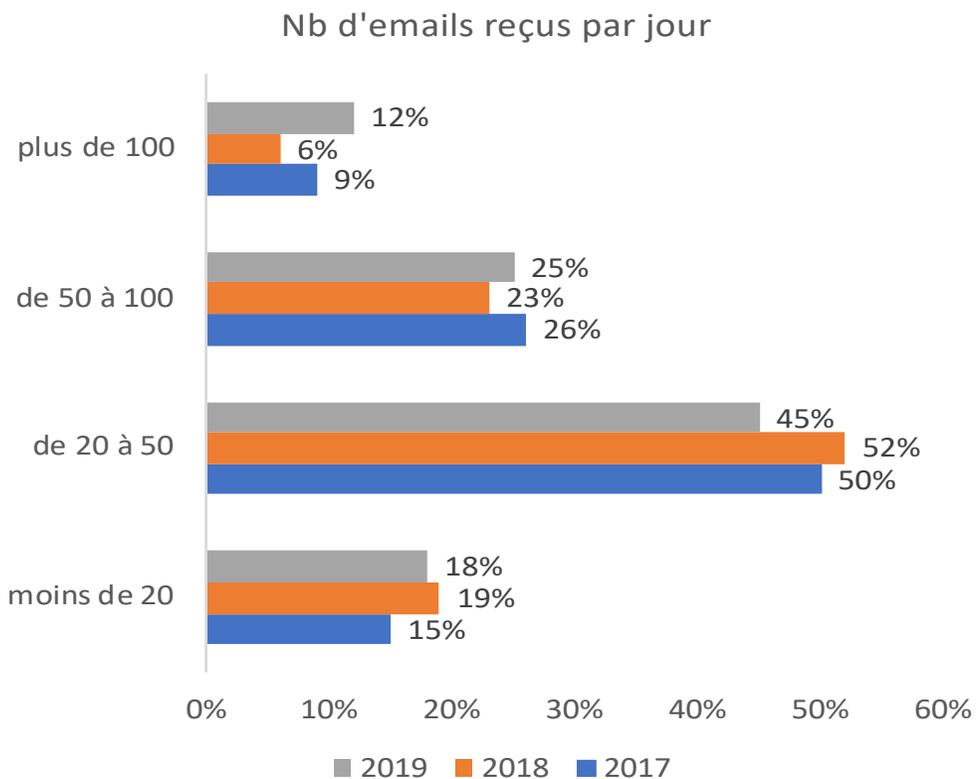
Rappel de la question : Quel est le nom de domaine de votre adresse email professionnelle principale ?



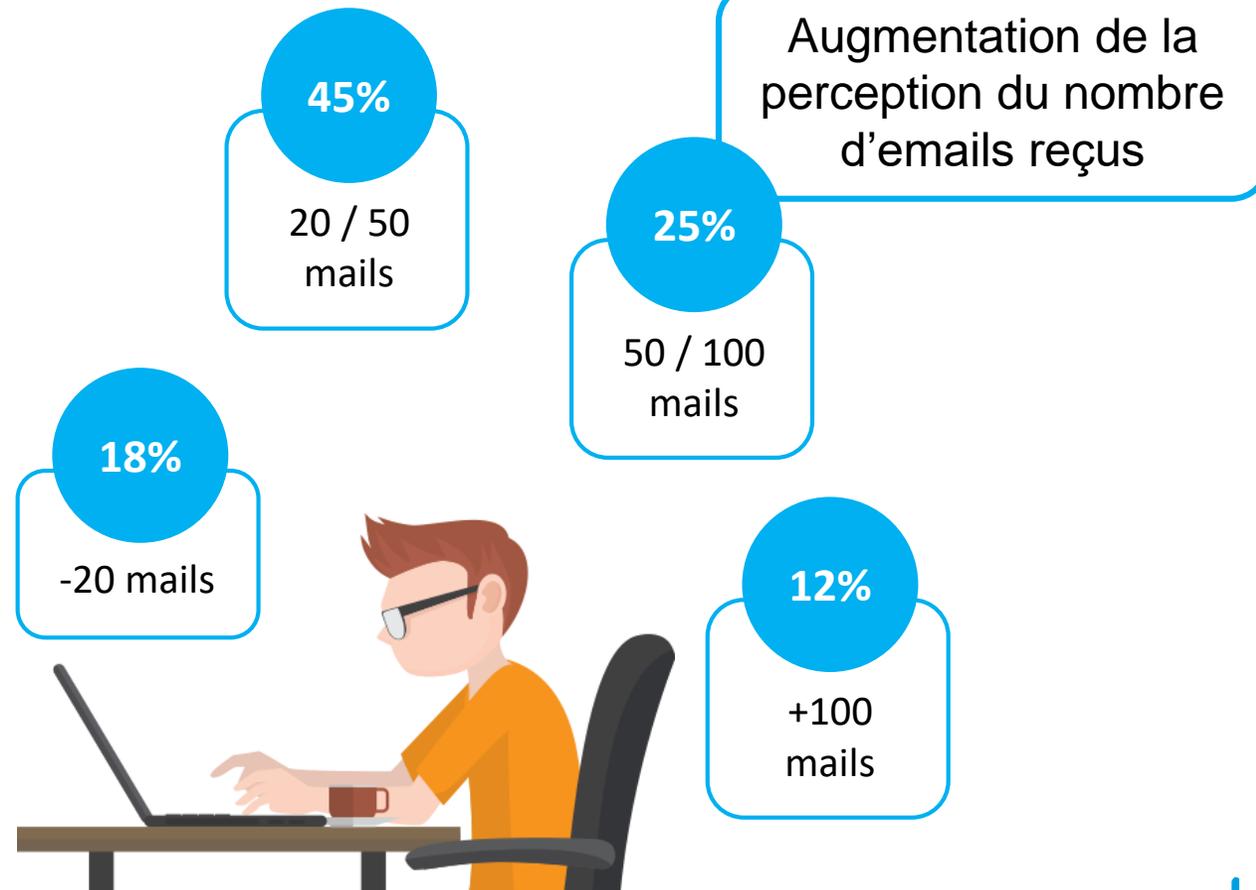
Personnalisation des noms de domaines à hauteur de 69% alors qu'ils n'étaient que 47% en 2018

Volumes d'emails

Rappel de la question : Combien d'emails recevez-vous chaque jour sur votre messagerie professionnelle ?

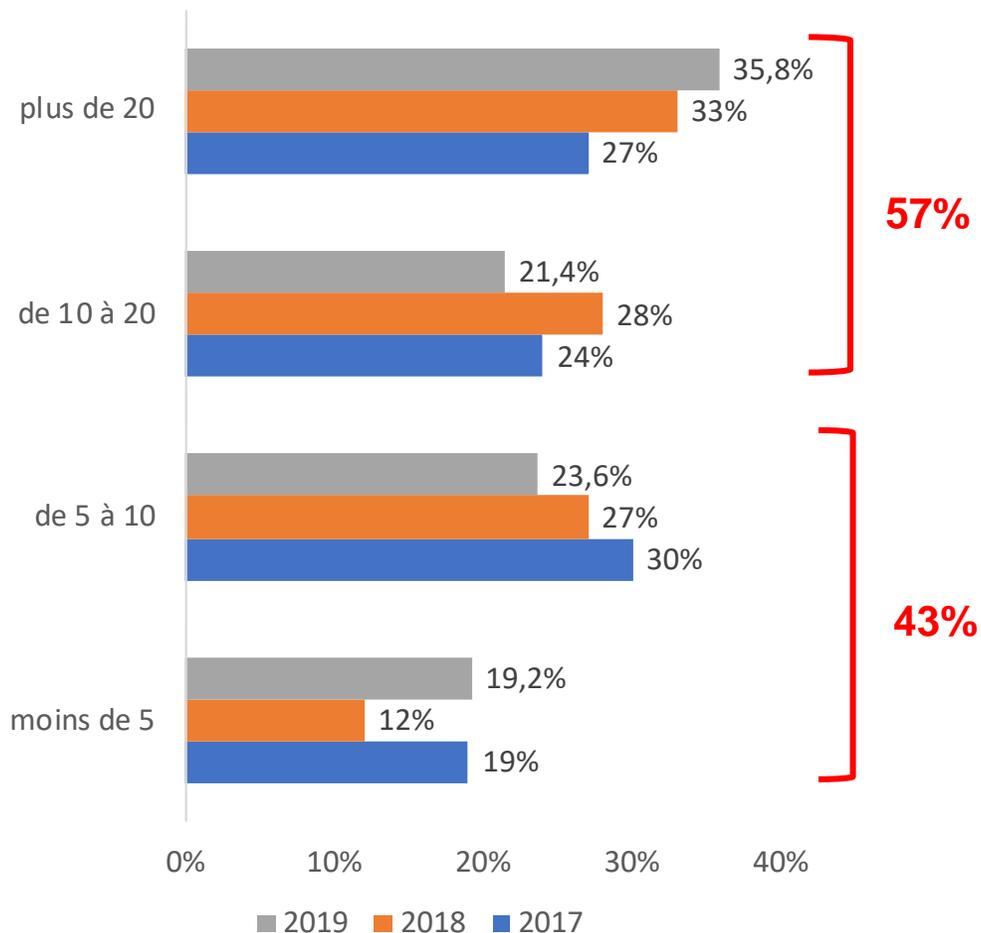


NOMBRE D'EMAILS REÇUS



Volumes d'emails

Rappel de la question : Parmi ces emails reçus sur votre messagerie professionnelle, combien sont des emails publicitaires ?



NOMBRE D'EMAILS PUBLICITAIRES REÇUS

43% des professionnels reçoivent entre **0 et 10 mails** publicitaires par jour

57% reçoivent **plus de 10 mails** vs **61% en 2018**



Ouverture des emails

EMA
BtoB

Rappel de la question : Quelles sont les raisons qui vous incitent à ouvrir des emails publicitaires reçus sur votre messagerie professionnelle ?

L'EMAIL PUBLICITAIRE COMME
MOYEN DE S'INFORMER



50% des professionnels ouvrent un email publicitaire pour **s'informer**

19% pour **découvrir des nouveautés**

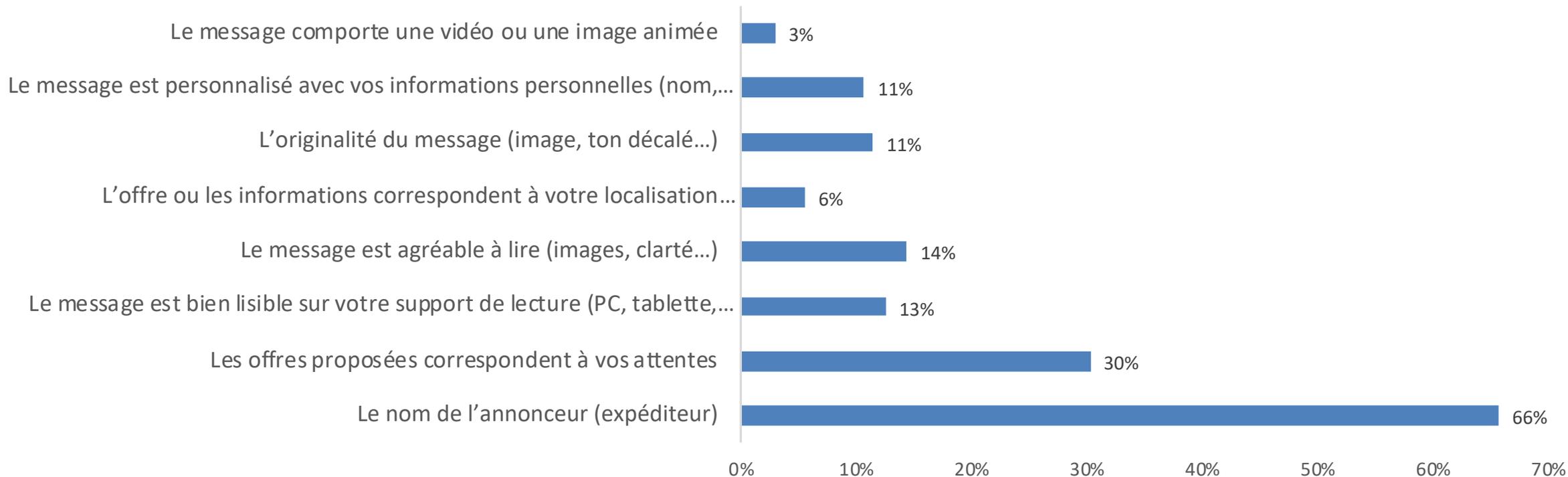
21% pour faire de la **veille concurrentielle**

7% pour profiter **d'offres promotionnelles**

Participer à des jeux n'est pas un motif d'ouverture en BtoB : **1%**

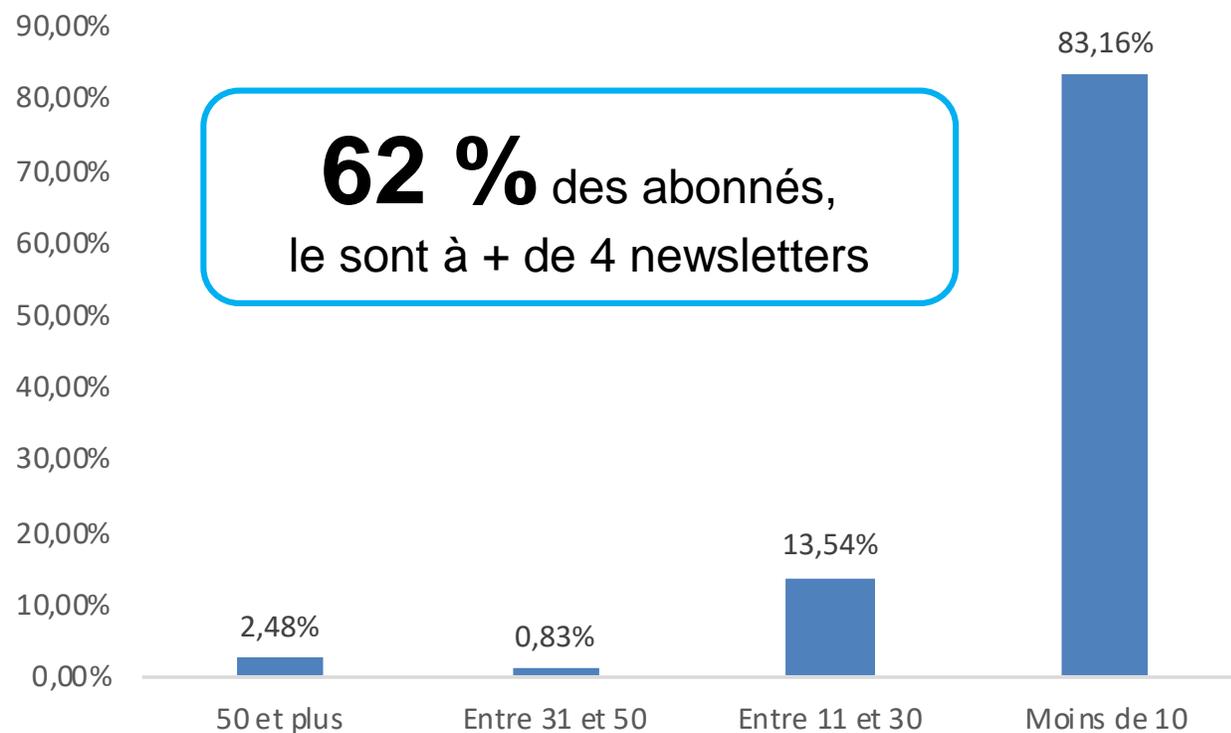
Clic sur les emails

Rappel de la question : Qu'est-ce qui vous fait cliquer dans un email ?

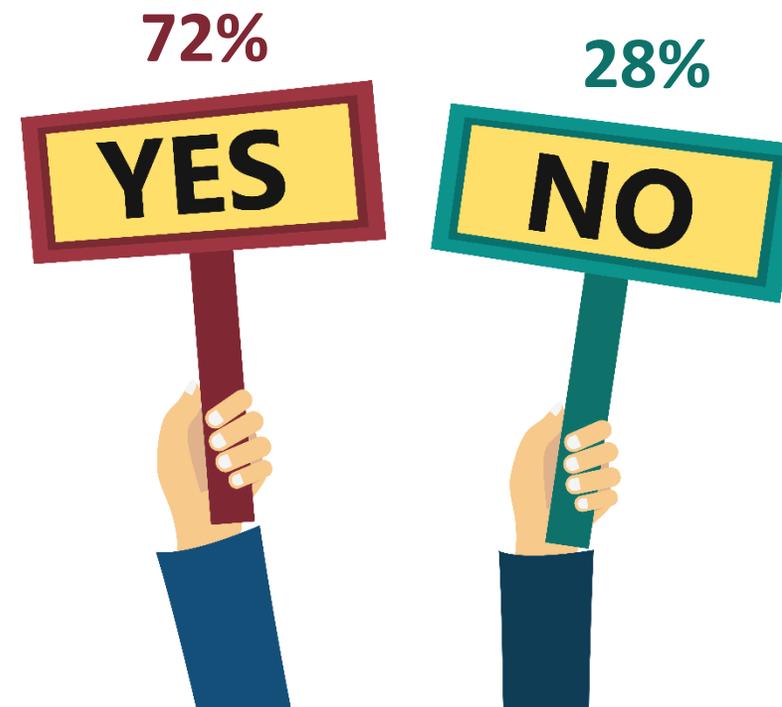


Comme pour l'ouverture, l'annonceur et l'offre sont les principaux facteurs de clic.

Rappel de la question : Etes-vous abonné à des newsletters professionnelles ?



62 % des abonnés,
le sont à + de 4 newsletters



Terminaux et fréquence de connexion

Rappel de la question : De quel terminal vous connectez-vous à votre messagerie professionnelle ?

L'ORDINATEUR TERMINAL PRINCIPAL DE CONNEXION



97%

Ordinateur



46 %

Smartphone



11%

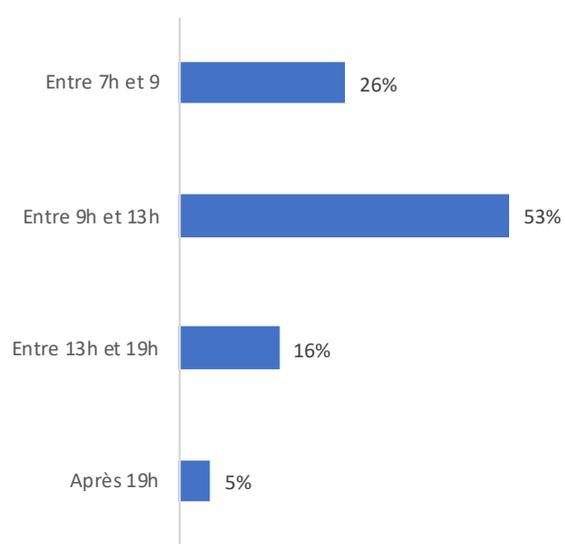
Tablette

Terminaux et fréquence de connexion

Rappel de la question : À quels moments de la journée consultez-vous votre messagerie professionnelle ?

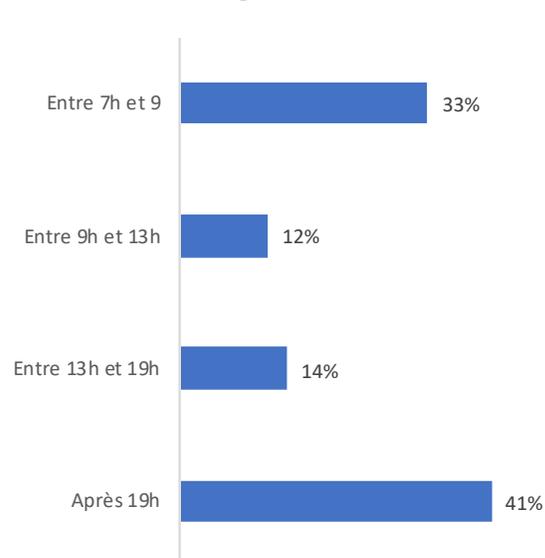
DIFFÉRENTS TERMINAUX, DIFFÉRENTS USAGES

Ordinateur



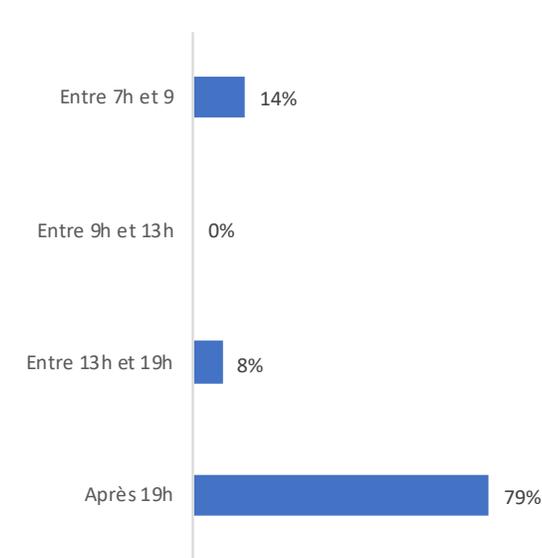
53 % : 9h-13h
26% : 7h-9h

Smartphone



33 % : 7h-9h
41% : après 19h

Tablette



14 % : 7h-9h
79% : après 19h

Actions post-réception

EMA
BtoB

LA VISITE DU SITE WEB, ACTION LA PLUS FRÉQUENTE



Aller sur le
site internet
de l'expéditeur

84%



Faire une
demande de
devis

61%



Remplir un
formulaire de
contact

56%



Contacter
l'annonceur par
téléphone

45%

Actions post-réception

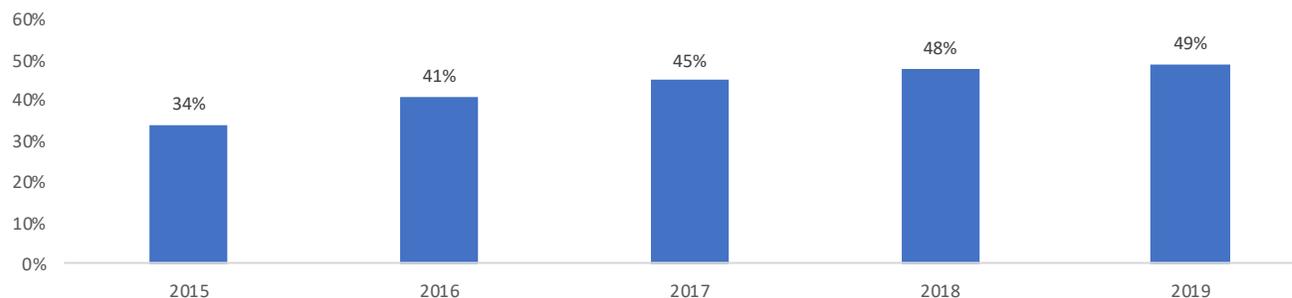
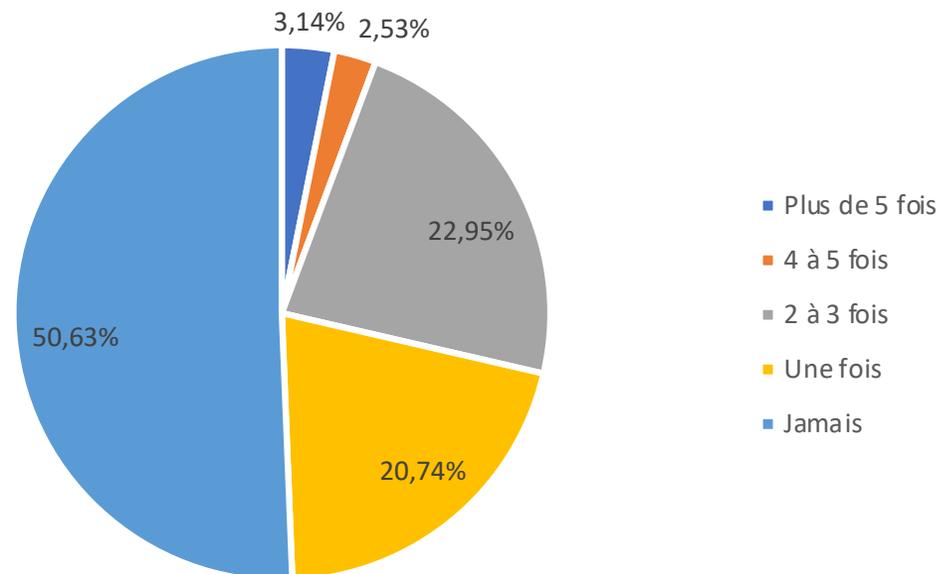
Rappel de la question : Avez-vous déjà acheté un produit ou un service suite à un email publicitaire reçu à titre professionnel ?

ACHATS

50% des interrogés déclarent avoir déjà **acheté au moins un produit ou un service** suite à un email reçu à titre professionnel
Et **22%** d'entre eux l'ont fait 2 à 3 fois.



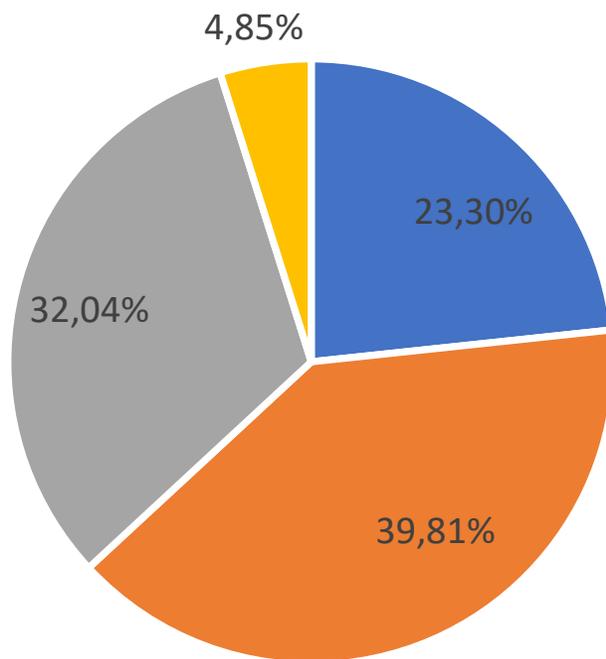
Un comportement qui se généralise



Techniques de communication

Rappel de la question : Quels types de publicités complémentaires vous incitent le plus à visiter un site web ?

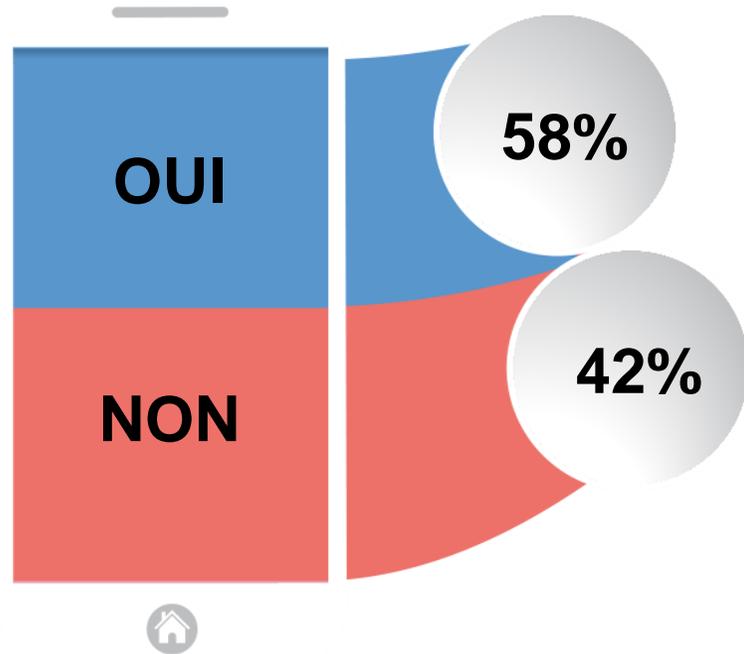
LES TYPES DE PUBLICITÉS QUI INCITENT À VISITER UN SITE WEB



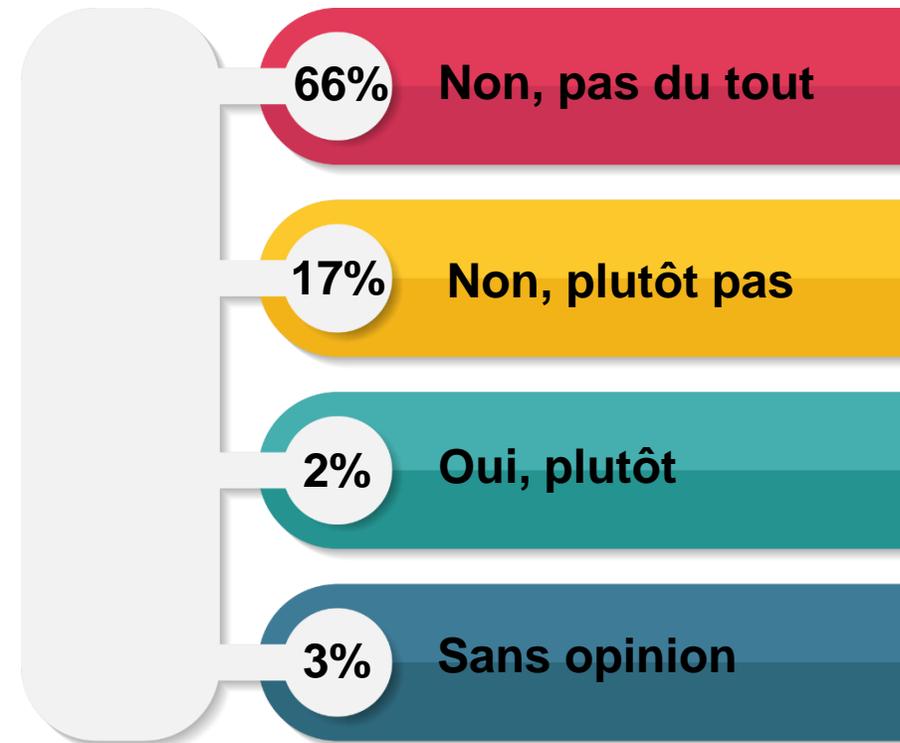
- Publicité email + bannière sur site internet
- Publicité email + catalogue
- Publicité email + papier
- Publicité email + SMS

Actions post-réception

Rappel de la question : Vous arrive-t-il de recevoir un appel téléphonique suite à un email publicitaire ?

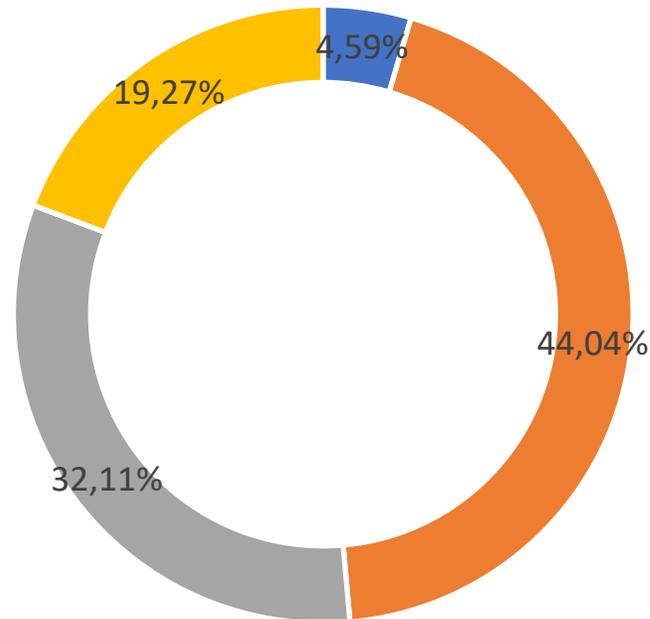


Rappel de la question : Appréciez-vous de recevoir ces appels ?



Techniques de communication

Rappel de la question : Sur votre téléphone mobile, à quel support publicitaire êtes-vous le plus attentif ?



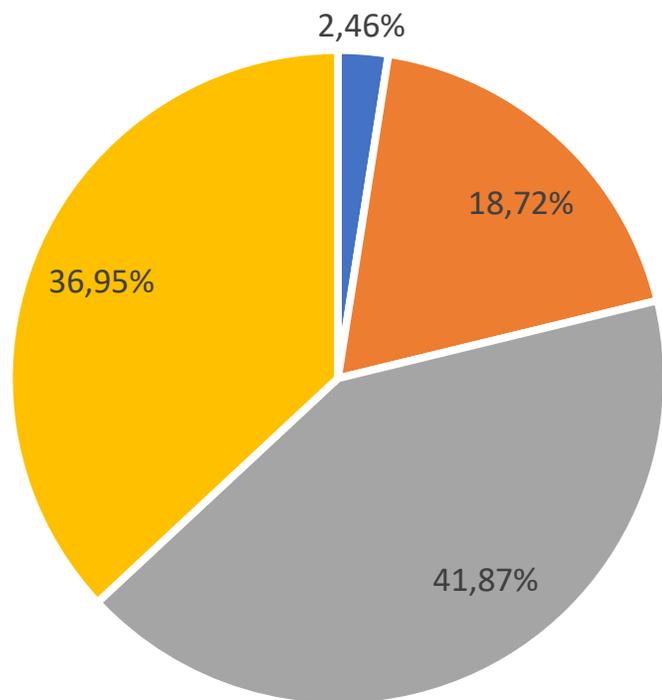
- Un bandeau publicitaire
- Un email reçu
- Un SMS envoyé par une marque
- Une notification envoyée sur une application mobile installée

Deux modes de contact commercial sont privilégiés par les possesseurs de smartphone :

- l'email
- le SMS

Comportements et désabonnement

Rappel de la question : Lorsque vous vous désabonnez d'un email, est-ce parce que...



- Les messages sont presque toujours les mêmes
- Les offres ne correspondent pas à vos attentes
- Vous n'avez pas demandé à recevoir les emails de l'expéditeur
- Vous recevez trop d'emails de manière générale (pas forcément de cet expéditeur)

PRESSION MARKETING

Une perception globalisée pour **37%** des répondants.

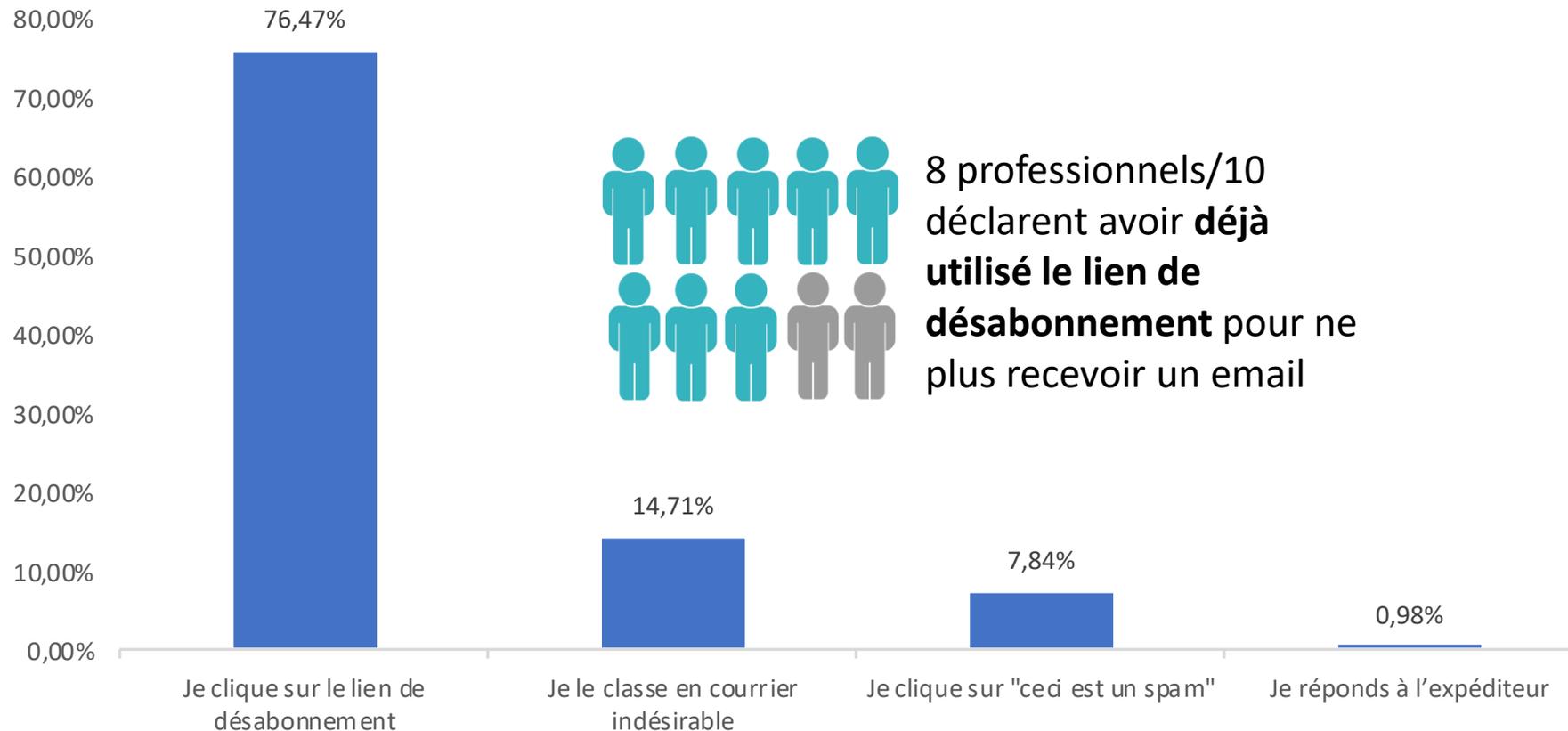
41% se désabonnent après avoir reçu un email qu'ils n'avaient pas demandé à recevoir dans un contexte d'opt out



Taux de désabonnement moyen
entre 1% et 3% en BtoB

Comportements et désabonnement

Rappel de la question : Comment vous désabonnez-vous généralement d'un email ?

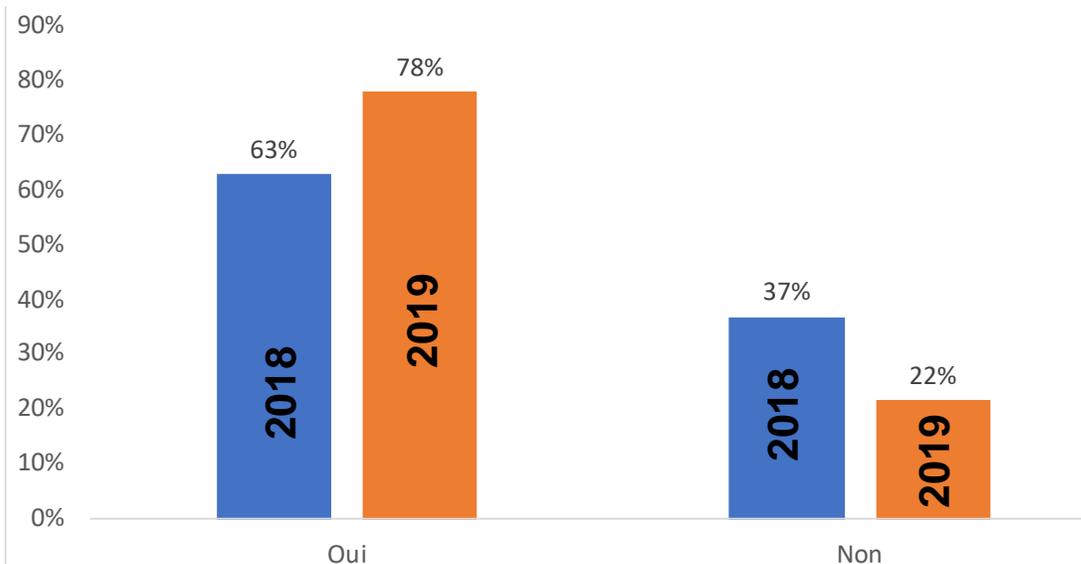


8 professionnels/10
déclarent avoir **déjà
utilisé le lien de
désabonnement** pour ne
plus recevoir un email

« Répondre à l'expéditeur » et « poster un message sur le site de l'entreprise » ne sont **pratiquement jamais utilisés pour se désabonner.**

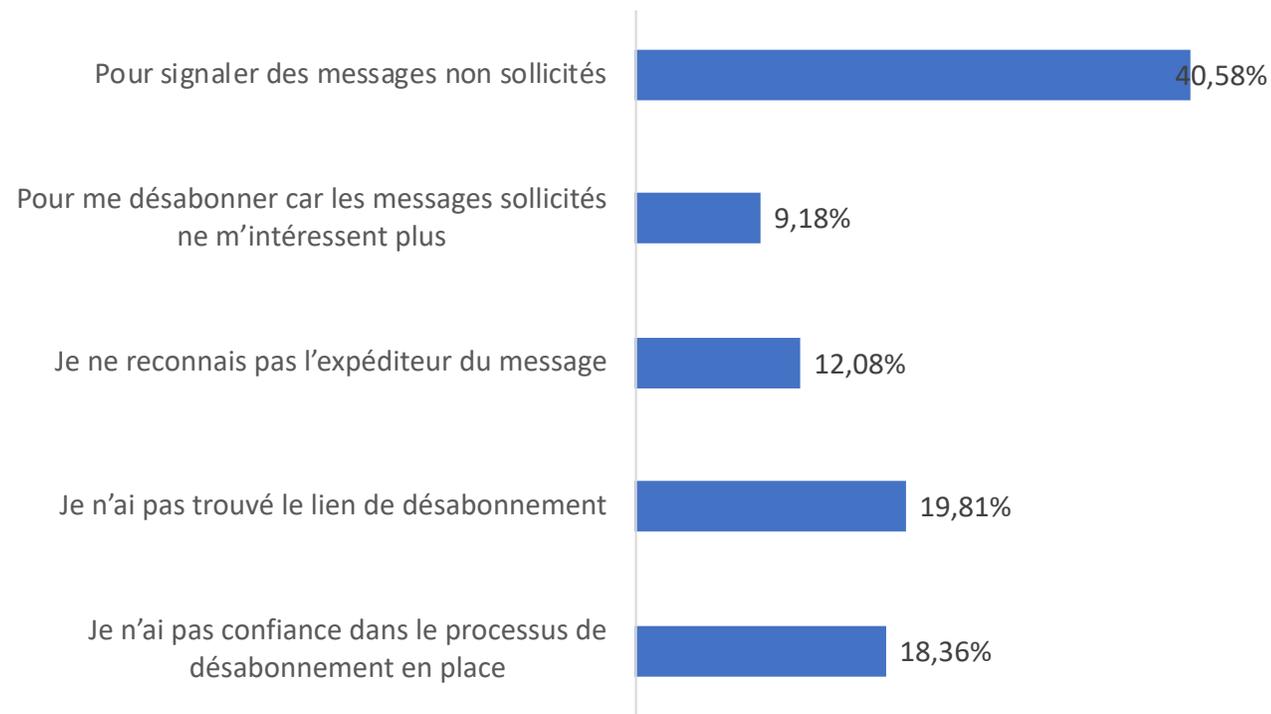
Spam

Rappel de la question : Avez-vous déjà utilisé le bouton « signaler comme SPAM » ?



L'utilisation du bouton spam devient une pratique courante avec **+ 15 points** entre 2018 et 2019

Rappel de la question : Pour quelles raisons avez-vous eu recours au bouton « signaler comme SPAM » ?



Conclusion

58% visitent un site web suite à la réception d'un email

50% ont acheté un produit suite à la réception d'un email

62% sont abonnés à plus de 4 newsletters

50% utilisent plus d'une boîte email professionnelle



78% ont déjà utilisé le bouton « signalé comme SPAM »

44% déclarent être attentif aux emails reçus sur leur mobile

Partenaires de l'étude

EMA
BtoB



Contact : Christophe de Larquier
larquier@combbase.com



Contact : Jean-Paul Lieux
marketing@dolist.com



Contact : Gilles Tyssier
info@kompass.com



Contact : Artus de Saint Seine
adesaintseine@vertical-mail.com



info@snccd.org
Tél : 01 55 43 06 11



MERCI POUR VOTRE ATTENTION !

Pour retrouver l'étude
rendez-vous sur :
www.sncd.org



sncd
Data Marketing Industrie

The logo for sncd Data Marketing Industrie is contained within a white circle. The text 'sncd' is in a large, blue, sans-serif font. Below it, 'Data Marketing' and 'Industrie' are stacked in a smaller, black, sans-serif font. To the right of the text is a small icon consisting of four colored dots (blue, red, blue, red) arranged in a square pattern. The white circle is set against a teal background and has a reflection effect below it.