

Où se situent vos métriques marketing ?

À l'aide des recherches de référence Watson Marketing d'IBM, comparez vos statistiques e-mails et mobiles à celles de milliers de clients, sur l'ensemble des secteurs et des continents, et commencez dès aujourd'hui à concevoir des campagnes marketing plus intelligentes.

TAUX D'OUVERTURE UNIQUES AUX E-MAILS



Europe continentale

Royaume-Uni/Irlande

Monde entier

Où se situe votre entreprise par rapport à la moyenne du secteur ?



Comprendre les taux d'ouverture des e-mails peut vous aider à améliorer engagement et ROI.

Transactionnels 44,7 %

Non-transactionnels 22,6 %

Les destinataires ouvrent les messages transactionnels, tels que les reçus par e-mail, plus que tout autre type de message.



TAUX DE CLICS DES E-MAILS



Europe continentale

Royaume-Uni/Irlande

Monde entier

Où se situe votre entreprise par rapport à la moyenne du secteur ?



ACCROÎTRE L'ENGAGEMENT AU NIVEAU DES E-MAILS

- ✓ Proposez des incitations pour des achats connexes
- ✓ Invitez les acheteurs à donner leur avis sur leurs achats
- ✓ Lien vers des informations relatives au produit

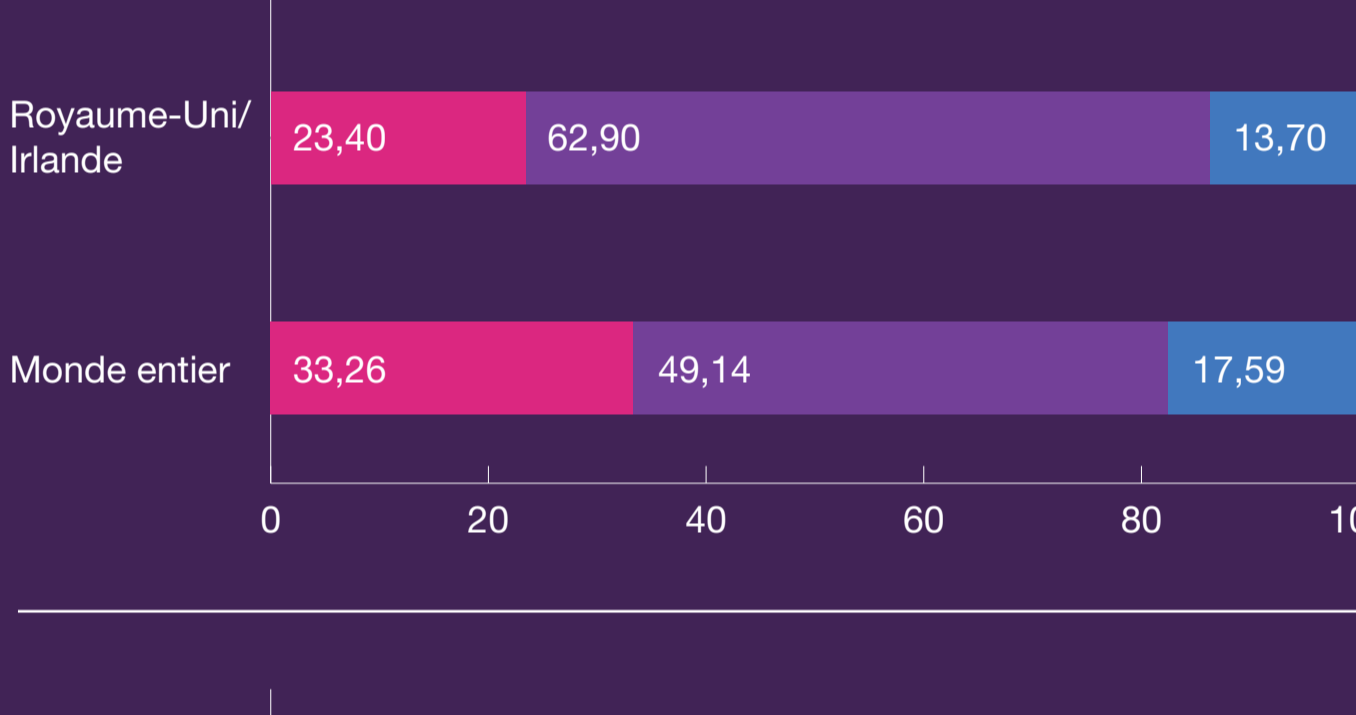
Les taux de clics baissent durant les fêtes de fin d'année (du 22 nov. au 31 décembre)



Hors vacances

Vacances

TAUX DE DÉSINSCRIPTION AUX E-MAILS (DÉSENGAGEMENT)



AMÉLIORER VOTRE MOYENNE

- ✓ Revoquez votre approche en termes d'acquisition des abonnés
- ✓ Réévaluez la gestion de la base de données
- ✓ Simplifiez les options opt-out et proposez des alternatives

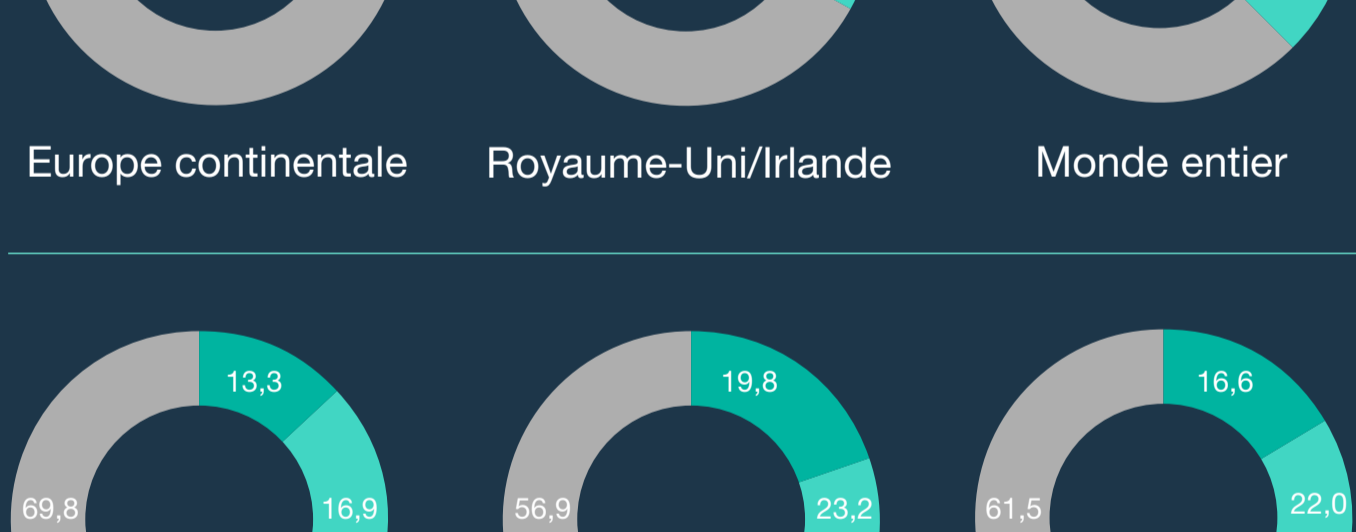


L'IA peut vous aider à prédire les désinscriptions avant qu'elles ne se produisent, solutionnant ainsi vos plus importants problèmes en matière d'e-mail marketing.

DISPOSITIF D'ACCÈS AUX E-MAILS (%)



Vos priorités en matière de canaux sont-elles bien ciblées ?



Avec un taux de lecture des e-mails sur dispositifs mobiles de 62,9 %, les marketers britanniques et irlandais doivent prioriser la technologie mobile.

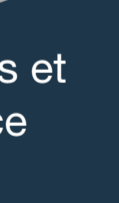
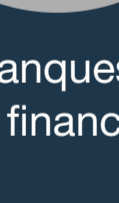
TAUX D'ENGAGEMENT AU NIVEAU DES E-MAILS (%)



Europe continentale

Royaume-Uni/Irlande

Monde entier



Banques et finance

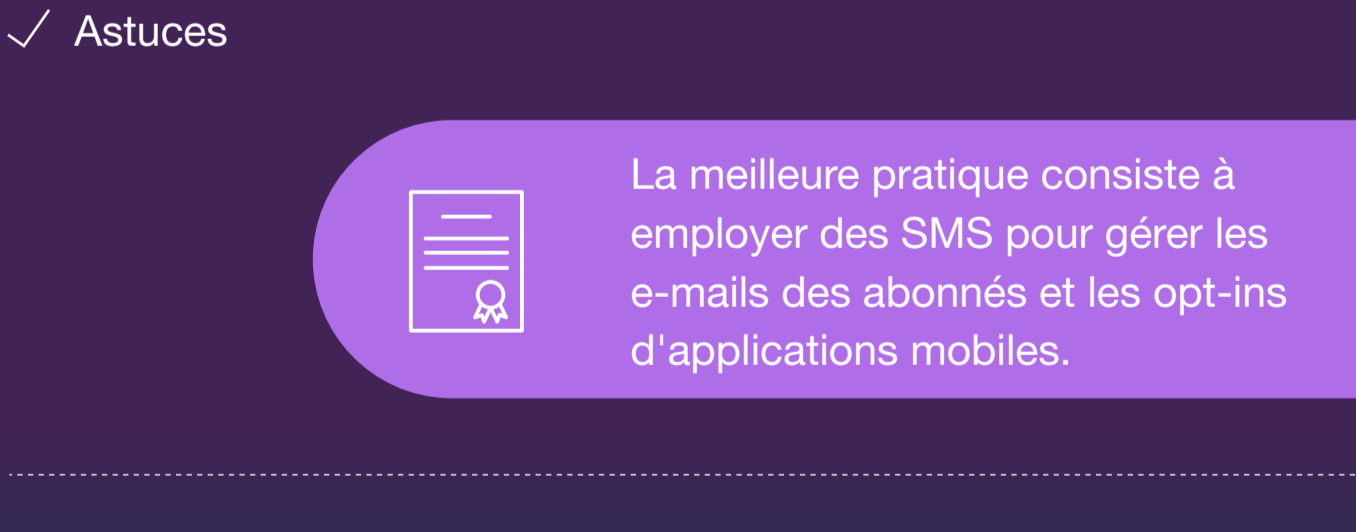
Commerce de détail et commerce électronique

Voyages et hébergement

ACCROÎTRE L'ENGAGEMENT AU NIVEAU DES E-MAILS

- ✓ Veillez à ce que vos offres soient claires
- ✓ Testez les différents éléments du texte et du design
- ✓ Appliquez le Test A/B aux lignes Objet

MARKETING PAR SMS



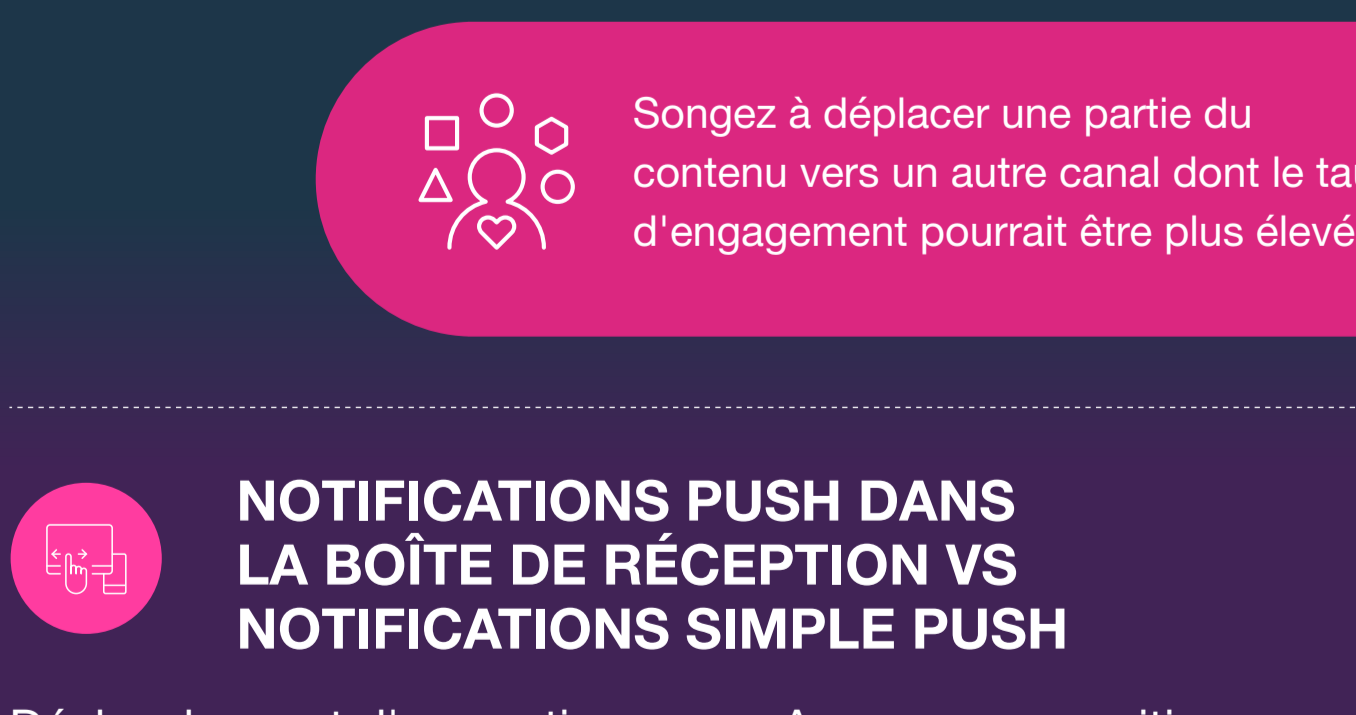
ACCROÎTRE L'ENGAGEMENT AU NIVEAU DES SMS

- ✓ Mises à jour des services
- ✓ Contenu ciblé
- ✓ Notifications en temps opportun
- ✓ Dernières offres
- ✓ Astuces



La meilleure pratique consiste à employer des SMS pour gérer les e-mails des abonnés et les opt-ins d'applications mobiles.

VOLUME MENSUEL MOYEN PAR CANAL

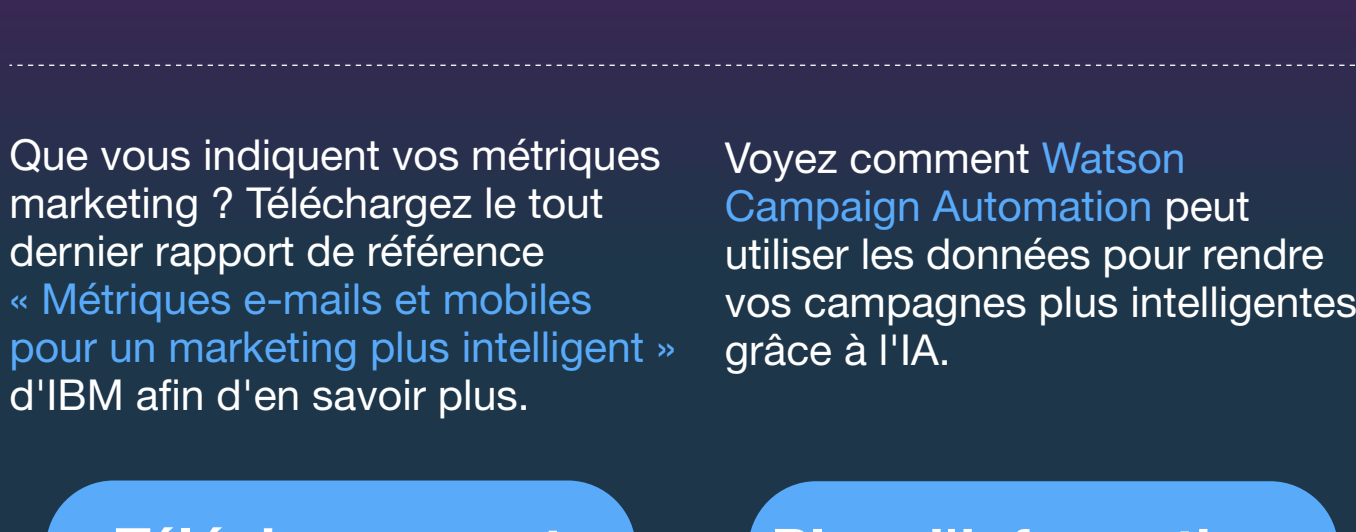


Songez à déplacer une partie du contenu vers un autre canal dont le taux d'engagement pourrait être plus élevé.

NOTIFICATIONS PUSH DANS LA BOÎTE DE RÉCEPTION VS NOTIFICATIONS SIMPLE PUSH



Déclenchement d'une action « openApp » par opposition au déclenchement d'une action d'URL sur un dispositif mobile.



Envisagez d'axer le contenu de votre boîte de réception sur du contenu à valeur ajoutée et informatif, alors que les messages simple push peuvent être utiles pour une action ou une conversion spécifique.

Que vous indiquent vos métriques marketing ? Téléchargez le tout dernier rapport de référence « Métriques e-mails et mobiles pour un marketing plus intelligent » d'IBM afin d'en savoir plus.

Voyez comment Watson Campaign Automation peut utiliser les données pour rendre vos campagnes plus intelligentes grâce à l'IA.

Téléchargement

Plus d'informations

Tous les pourcentages indiqués représentent des valeurs moyennes. Les informations proviennent d'une étude de 2017, qui a analysé les e-mails et les messages de marketing sur les dispositifs mobiles déployés par plusieurs milliers de clients d'IBM Watson Marketing, localisés dans plus de 40 pays.

