

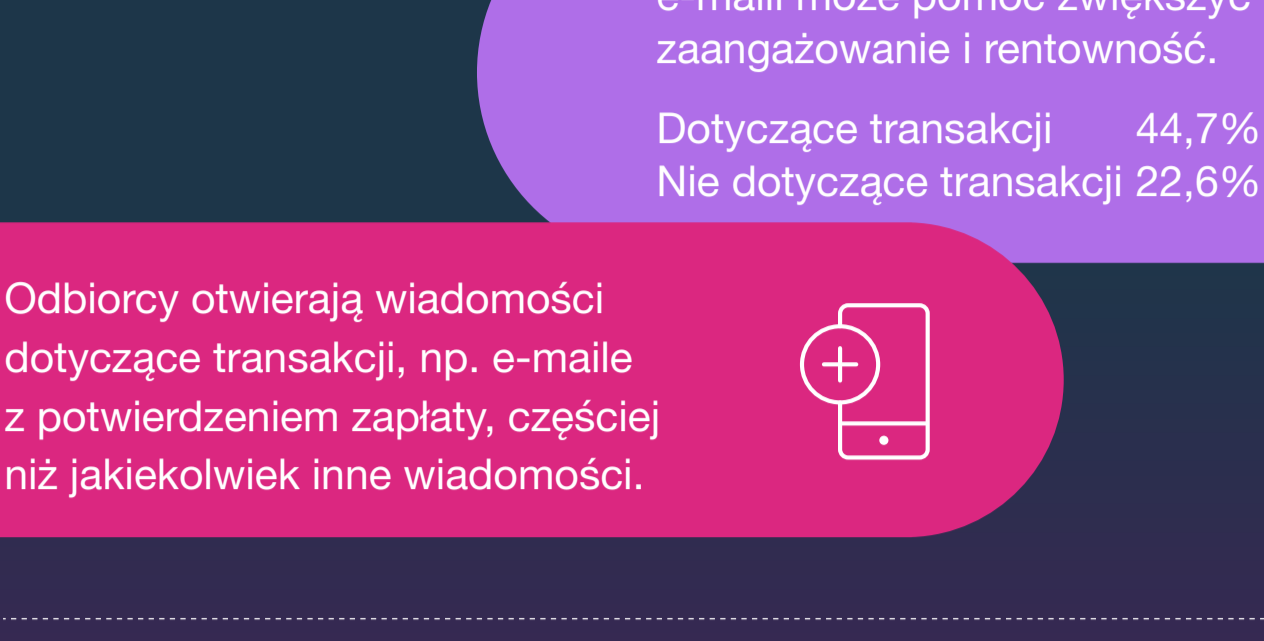
Czy wskaźniki marketingowe spełniają Twoje oczekiwania?

Dowiedz się z badania porównawczego IBM Watson Marketing, jak Twoje wskaźniki e-mailingowe i mobilne wyglądają na tle wyników tysięcy klientów, każdej branży i kontynentu, oraz zacznij budować inteligentne kampanie marketingowe.

WSPÓŁCZYNNIKI UNIKALNYCH OTWARĆ E-MAILI



Jak sobie radzisz w porównaniu do średniej w branży?

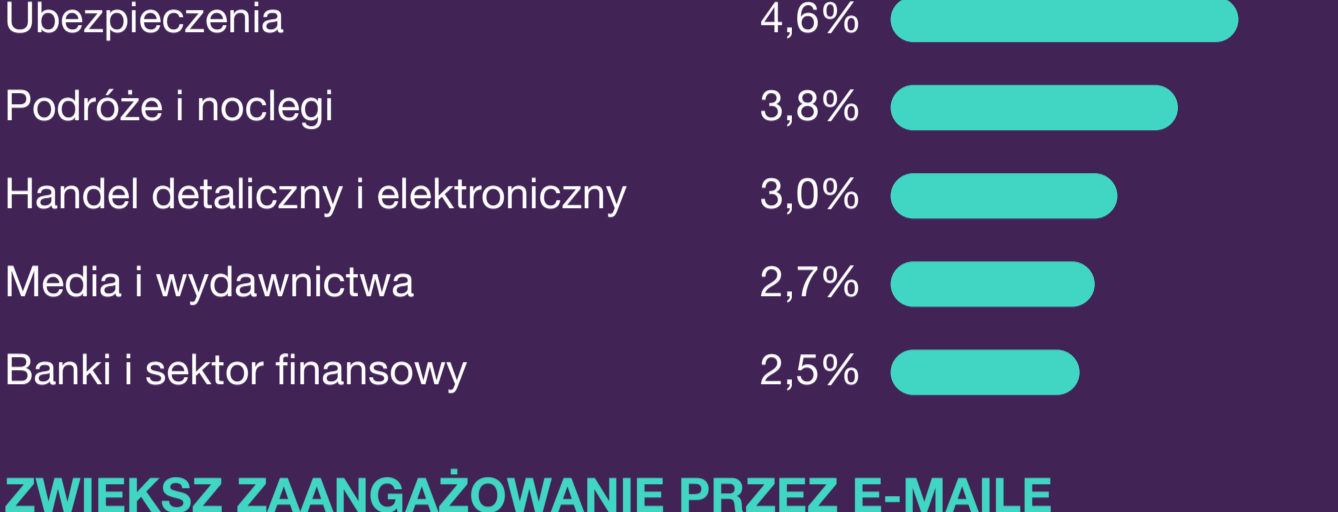


Zrozumienie współczynnika otwarć e-maili może pomóc zwiększyć zaangażowanie i rentowność.

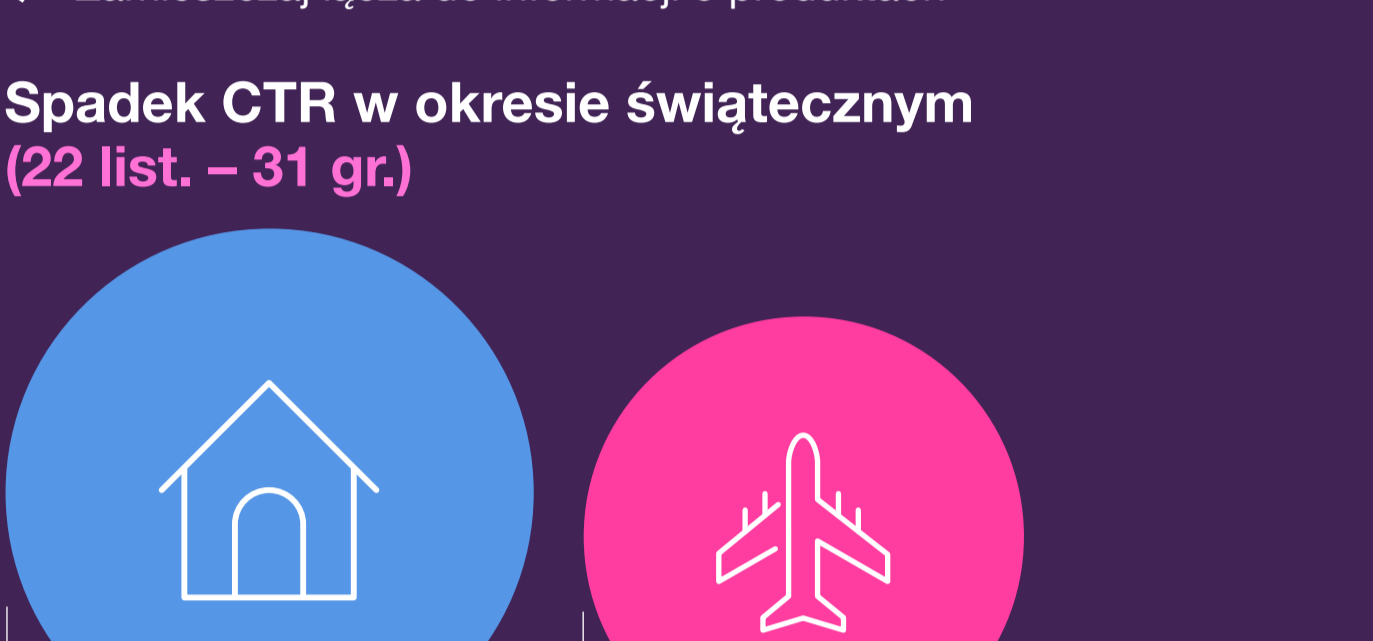
Dotyczące transakcji 44,7%
Nie dotyczące transakcji 22,6%

Odbiorcy otwierają wiadomości dotyczące transakcji, np. e-maile z potwierdzeniem zapłaty, częściej niż jakiegokolwiek inne wiadomości.

WSPÓŁCZYNNIKI KLIKALNOŚCI



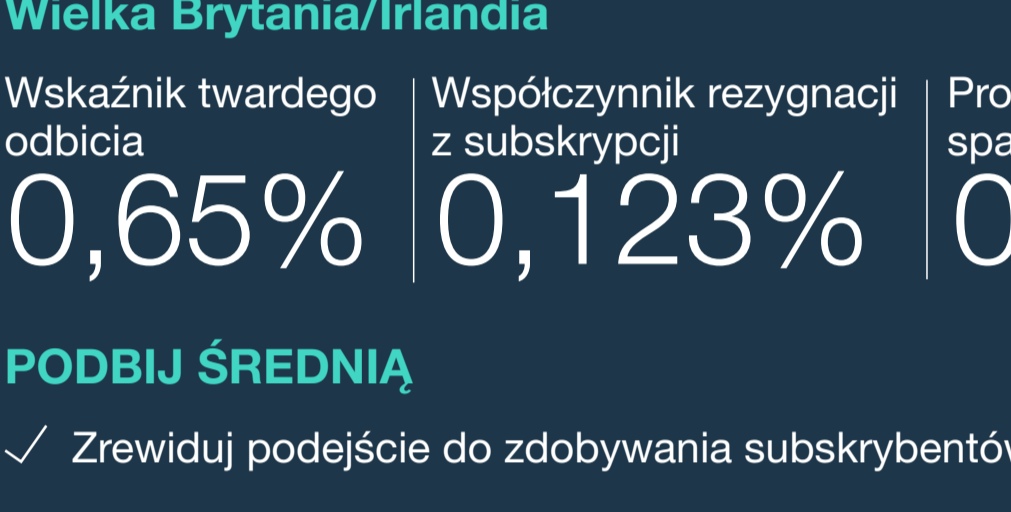
Jak sobie radzisz w porównaniu do średniej w branży?



ZWIĘKSZ ZAANGAŻOWANIE PRZEZ E-MAILE

- ✓ Zachęcaj do powiązanych zakupów
- ✓ Proś nabywców o ocenienie zakupów
- ✓ Zamieszczaj łącza do informacji o produktach

Spadek CTR w okresie świątecznym (22 list. – 31 gr.)



MIGRACJA Z LIST E-MAILINGOWYCH (WYCOFANIE SIĘ)

Europa kontynentalna

Wskaźnik twardego odbicia 0,49% | Współczynnik rezygnacji z subskrypcji 0,129% | Procent oznaczeń jako spam 0,011%

Wielka Brytania/Irlandia

Wskaźnik twardego odbicia 0,65% | Współczynnik rezygnacji z subskrypcji 0,123% | Procent oznaczeń jako spam 0,010%

PODBIJ ŚREDNIĄ

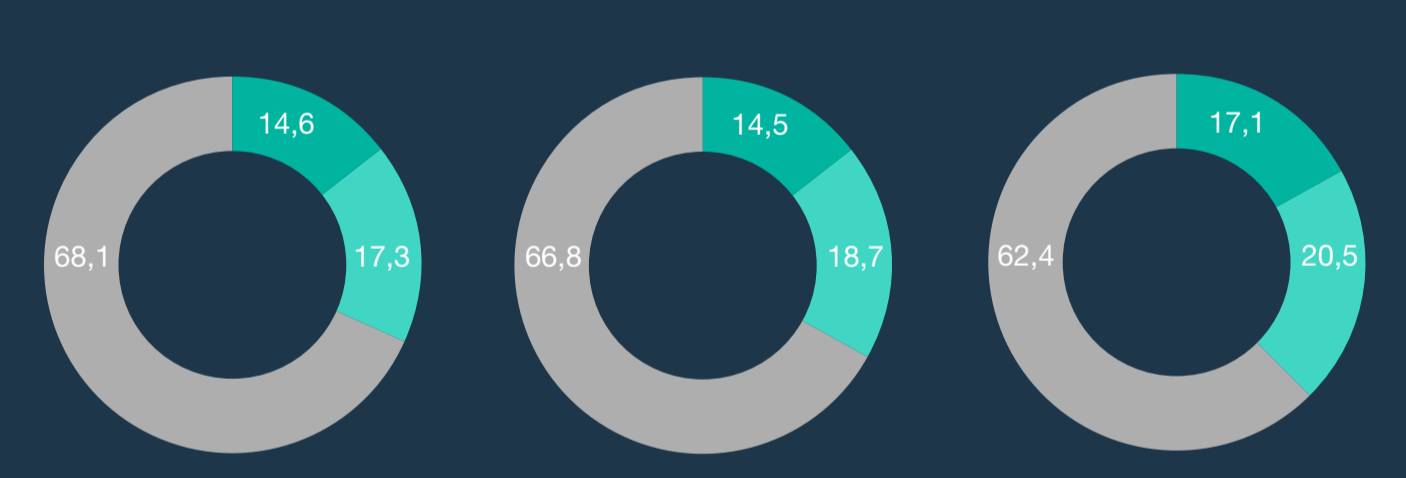
- ✓ Zrewiduj podejście do zdobywania subskrybentów
- ✓ Przeanalizuj zarządzanie bazą danych
- ✓ Uprość wycofywanie zgody i zaproponuj alternatywy

Sztuczna inteligencja pomaga przewidzieć migrację z wyprzedzeniem, co rozwiązuje największe problemy marketingu e-mailowego.

URZĄDZENIE DO ODBIERANIA E-MAILI (%)

Czy dobrze wykorzystujesz kanały komunikacji?

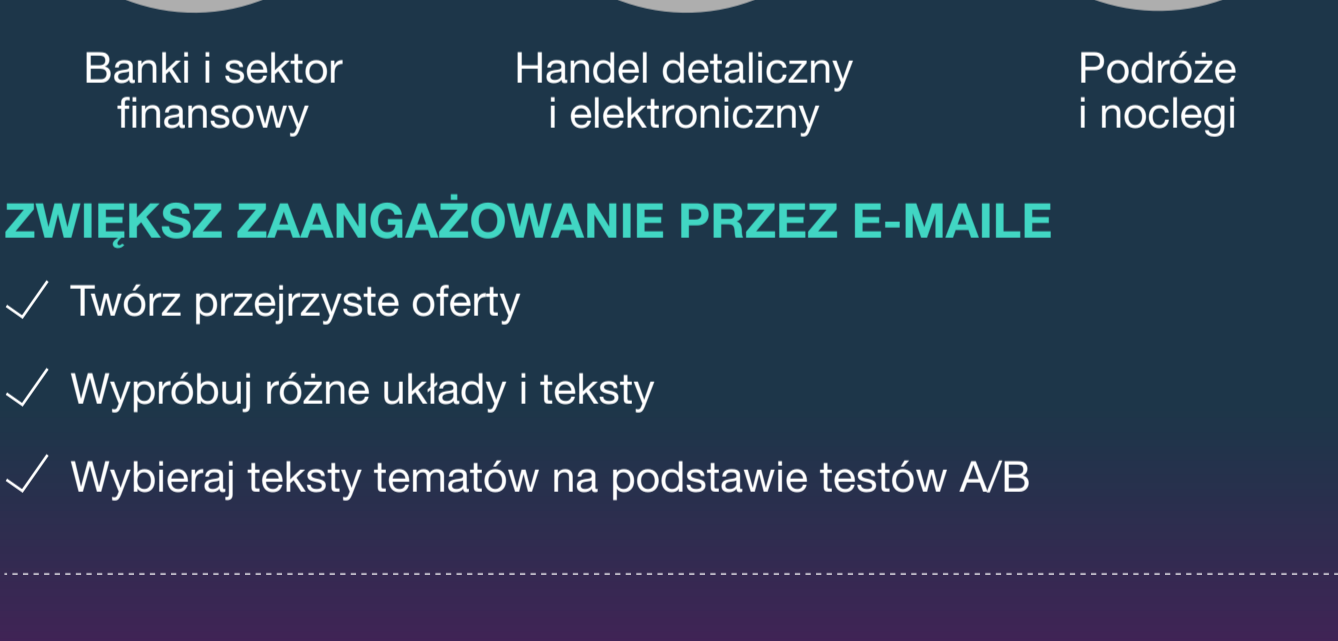
● Poczta internetowa ● Urządzenia mobilne ● Komputery



W Wielkiej Brytanii i Irlandii 62,9% e-maili jest czytanych na urządzeniach mobilnych, więc marketerzy zaczynają właśnie od tego nośnika.

WSKAŹNIK ZAANGAŻOWANIA PRZEZ E-MAILE (%)

● Przejrzane ● Przeczytane pobieżnie ● Przeczytane



ZWIĘKSZ ZAANGAŻOWANIE PRZEZ E-MAILE

- ✓ Twórz przejrzyste oferty
- ✓ Wypróbuj różne układy i teksty
- ✓ Wybieraj teksty tematów na podstawie testów A/B

MARKETING SMS

Świat

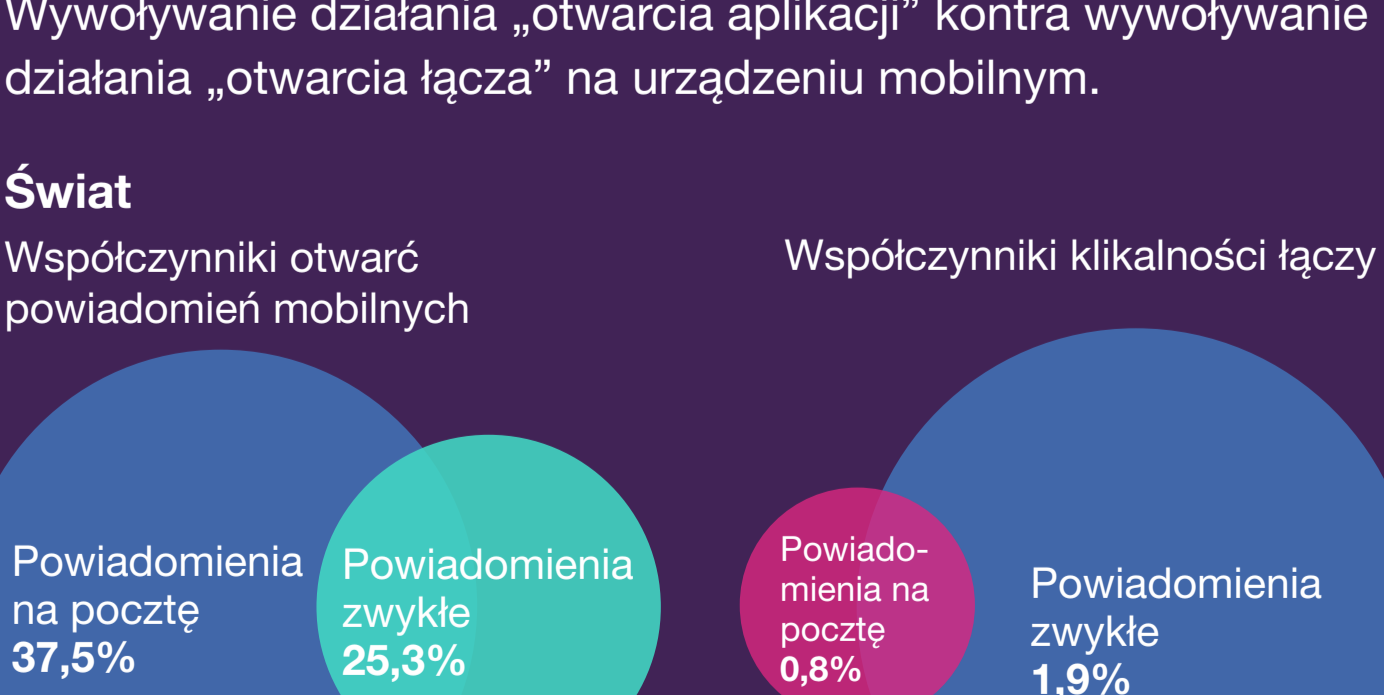
Dostarczalność 82,3% | Rezygnacje 5% | Wysłanych w miesiącu 321

ZWIĘKSZ ZAANGAŻOWANIE PRZEZ SMS-y

- ✓ Wiadomości dotyczące usług
- ✓ Treści skierowane do określonego odbiorcy
- ✓ Terminowe powiadomienia
- ✓ Najnowsze oferty
- ✓ Porady

Dobłą praktyką jest wykorzystanie SMS-ów do zwiększenia liczby subskrypcji za pośrednictwem e-maili i aplikacji mobilnych.

ŚREDNIA ILOŚĆ W MIESIĄCU NA KANAŁ



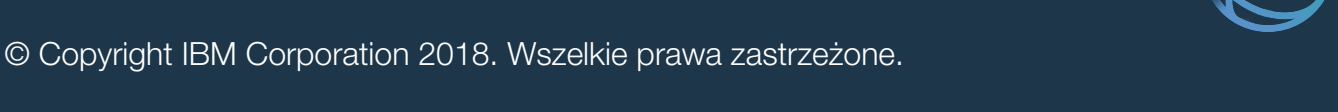
Rozważ przeniesienie części treści do innego kanału w celu uzyskania większego zaangażowania.

POWIADOMIENIA NA POCZTĘ A POWIADOMIENIA ZWYKŁE

Wywoływanie działania „otwarcia aplikacji” kontra wywoływanie działania „otwarcia łącza” na urządzeniu mobilnym.

Świat

Współczynniki otwarć powiadomień mobilnych | Współczynniki klikalności łączy



Spróbuj również zawierać w e-mailach możliwie dużo treści, które są wartościowe i bogate w informacje, a zwykle powiadomienia wykorzystaj do wywoływania określonych działań lub uzyskania lepszej konwersji.

Co kryją w sobie wskaźniki marketingowe? Pobierz najnowszy raport porównawczy IBM **Wskaźniki e-mailingowe i mobilne dla inteligentniejszego marketingu** z dokładniejszymi informacjami na ten temat.

Zobacz, w jaki sposób **Watson Campaign Automation** może lepiej wykorzystać dane, aby usprawnić Twoje kampanie, wspomagając się sztuczną inteligencją.

[Pobierz](#)

[Więcej informacji](#)

Wszystkie wartości procentowe są wartościami średnimi. Informacje pochodzą z badania dotyczącego e-maili i wiadomości marketingu mobilnego przeprowadzanego w roku 2017 przez kilka tysięcy klientów IBM Watson Marketing zlokalizowanych w ponad 40 krajach.

