MagNews

in collaborazione con HUMAN HIGHWAY

EMAIL MARKETING
EXPERIENCE REPORT 2016

MagNews

AGENDA

Introduzione

Il Campione

1. *L'email marketing in italia*
2. *Com'è utilizzata la posta elettronica in Italia?*
3. *Dem e Newsletter che piacciono di più agli italiani*
4. *Spam vs Adblocking*
5. *Email vs Social Network: come preferiscono comunicare gli italiani*
6. *La vita senza email*

Introduzione

L'Osservatorio "**Email Marketing Experience Report 2016**", svolto in collaborazione con l'Istituto di **ricerca Human Highway**, vuole indagare, per il II anno consecutivo, come evolve **il rapporto che gli italiani hanno con la posta elettronica** e i vari sistemi di messaggistica integrati nei social network.

Dai risultati della ricerca emerge che il canale email, pur essendo quello più maturo rafforza la sua importanza ed è uno strumento irrinunciabile per gli italiani. Infatti ogni giorno in Italia vengono ricevuti oltre **900 milioni di messaggi di posta elettronica**. I messaggi ricevuti dagli utenti sono per la maggior parte di natura commerciale (offerte, promozioni, sconti, buoni).

Nonostante la recente diffusione dell'Adblocking e dei sistemi di messaggistica istantanea, l'**email rimane il canale preferito e meno invasivo per la comunicazione**. Gli italiani hanno imparato a filtrare la posta non desiderata riducendo il livello di spam rispetto a qualche anno fa. **La vita senza l'email sarebbe più complicata da gestire, meno efficiente e più lenta**. L'email è il primo canale di cui gli italiani non potrebbero fare a meno

L'email rimane lo strumento più utilizzato per gestire le relazioni con un brand, scambiare link e risorse web lasciando alle chat dei social network (Whatsapp leader indiscusso) l'utilizzo di conversazioni veloci.

Il Campione

La ricerca è stata condotta su un campione composto da **uomini e donne** di almeno 18 anni di età, che risiedono su tutto il **territorio nazionale** e si **connettono alla rete** con regolarità, almeno una volta alla settimana.

Il campione si compone di **1.038** casi e rappresenta una collettività di **30,8 milioni di individui** (è stato ponderato per quote di sesso per età, zona geografica di residenza, intensità di fruizione dei quotidiani cartacei e device utilizzato per connettersi in rete). E' stato, inoltre, trattato per assicurare la qualità dei casi, escludendo le compilazioni distratte, le risposte incoerenti, le dubbie identità del compilatore, le compilazioni troppo frettolose.

Le interviste sono state eseguite online sul panel di **ricerca Human Highway** (OpLine, www.opline.it).

12,2%

18-24 anni

17,3%

25-34 anni

24,2%

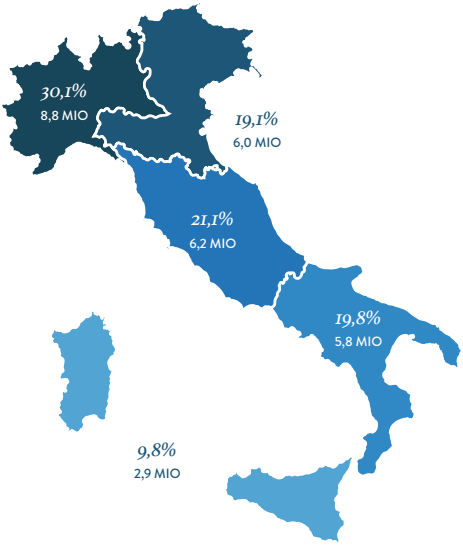
35-44 anni

22,3%

45-55 anni

24,0%

Più di 55 anni



1. L'email marketing in Italia

Le caselle email superano il numero di abitanti in Italia: sono 71 milioni dli indirizzi email utilizzati dagli italiani, che ricevono **900 milioni** di messaggi di posta elettronica ogni giorno, poco meno di **30 per utente**.

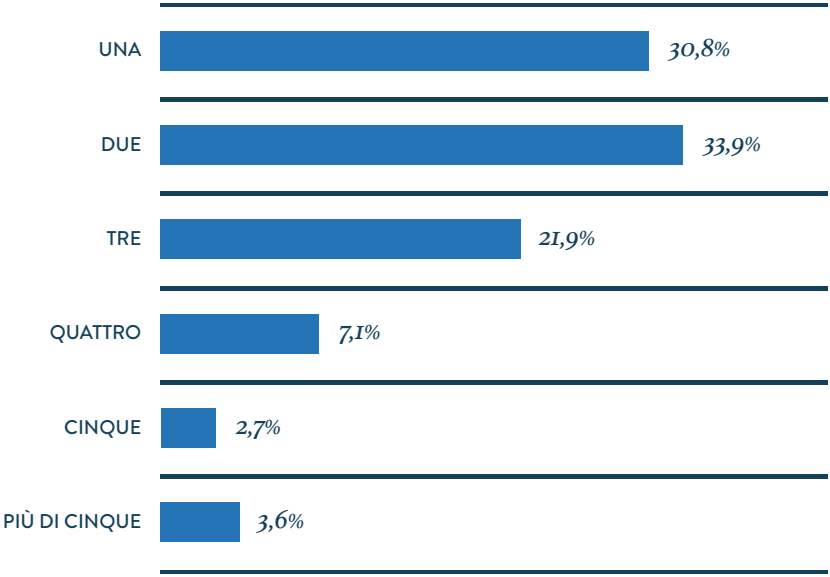
Ciascun individuo utilizza in media **2,3 caselle di posta**, in particolare sono i **giovani adulti** (25-34 anni) e gli **uomini** ad avere più indirizzi mail (2,4 quelli utilizzati dagli uomini rispetto ai 2,2 delle donne). Gli utenti in mobilità, che utilizzano lo smartphone per accedere ad internet, hanno caselle diverse rispetto a quelli che usano solo il PC o tablet.

Generalmente, le persone distinguono le email di lavoro da quelle personali, o addirittura aprono una casella di posta per messaggi di poco interesse da consultare saltuariamente (38%). **Sono più gli uomini rispetto alle donne ad utilizzare più caselle per cercare di conservare l'anonimato** (es. caselle con nomi di fantasia).

17 milioni di persone (55% degli utenti italiani) dichiara di **possedere ed utilizzare Gmail**, il fornitore di posta elettronica più diffuso in Italia. Seguono Microsoft e Italia Online (Libero, Wind, iol.it) con 10 milioni di caselle attive ciascuno. Gmail risulta l'email di riferimento per una quota sempre maggiore di utenti italiani; infatti, nel 2016, ha raggiunto livelli di longevità pari a quelli di fornitori storici come Yahoo e Tiscali.

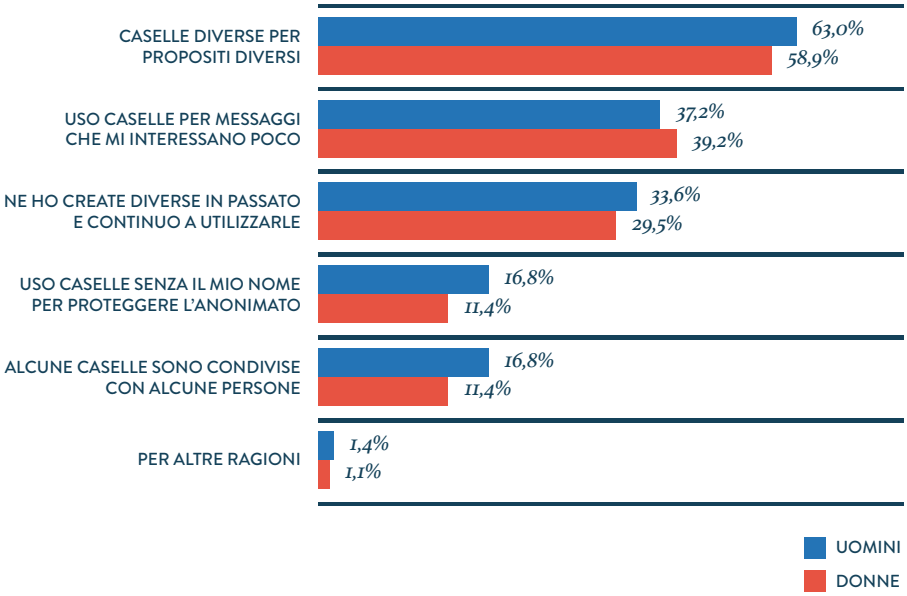
Le caselle di Fastweb sono quelle più trascurate: la maggioranza degli utenti dichiara di consultarle saltuariamente (1 utente su 3). **Quelle aziendali**, invece, **sono utilizzate** molto spesso dal **72% dei possessori**.

Quante diverse caselle di posta utilizzi abitualmente, contando anche la tua casella di posta aziendale?

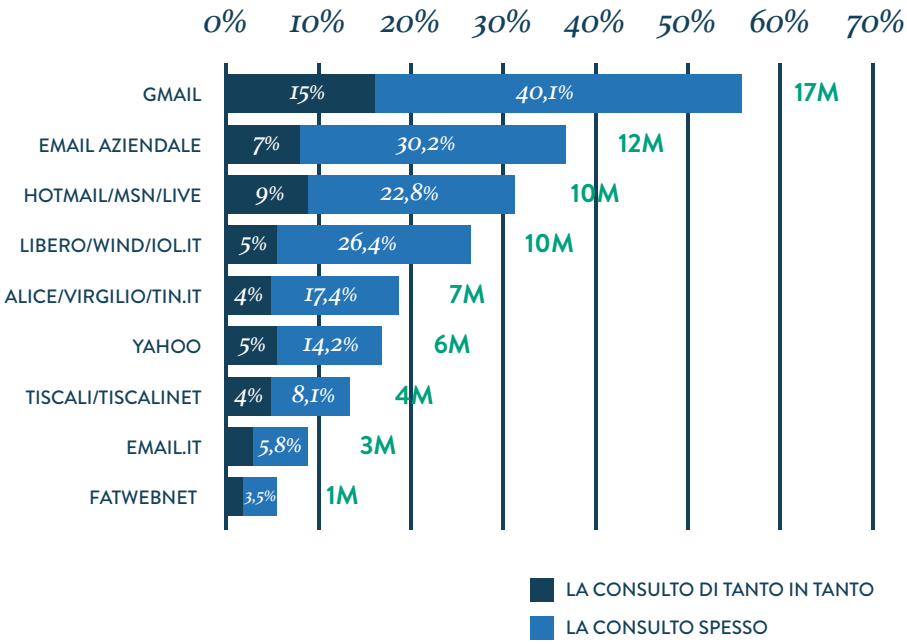


NUMERO DI CASELLE POSSEDUTE

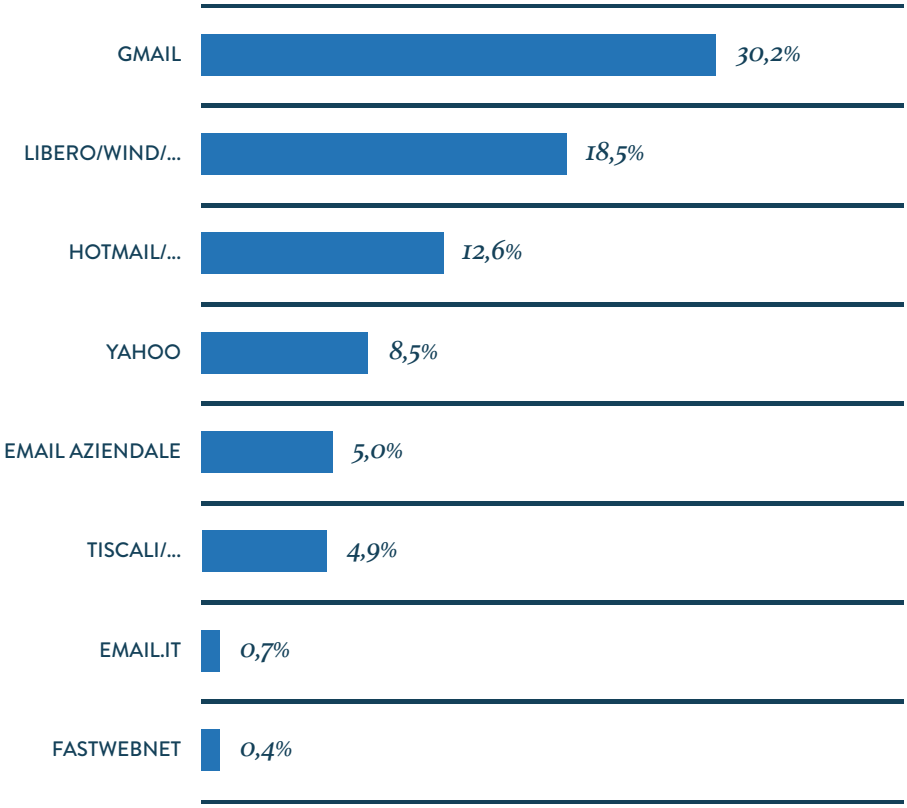
Per quali delle seguenti motivazioni usi più caselle?



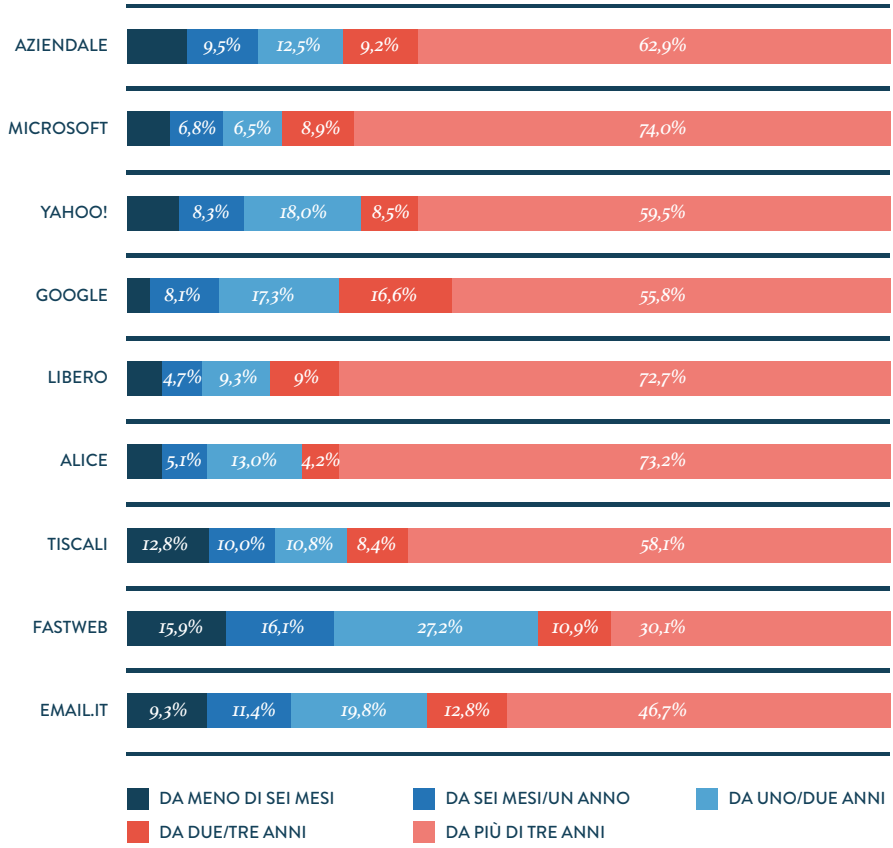
Possiedi almeno una casella di posta su questi domini e, se ne hai almeno una, quanto spesso la consulti?



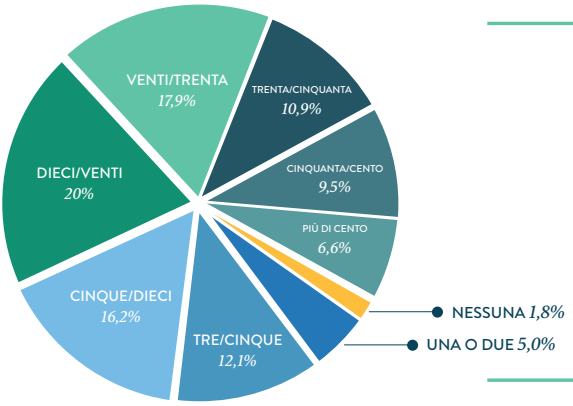
Quale di queste è la tua casella di posta elettronica di riferimento, quella più importante per te, di cui non puoi fare a meno per gestire la tua vita quotidiana?



Da quanto tempo possiedi queste caselle di posta?



Pensa ora a tutte le mail che hai ricevuto ieri, di qualsiasi tipo (lavoro, personali, spedite da sistemi automatici etc...). Più o meno quante email hai ricevuto ieri su tutte le caselle di posta che utilizzi abitualmente?



IL TRAFFICO DI EMAIL

MEDIA:
29,4 EMAIL RICEVUTE PER UTENTE.

TOTALE: 900 MILIONI DI MESSAGGI EMAIL RICEVUTI OGNI GIORNO DAGLI ITALIANI.

2. Com'è utilizzata la posta elettronica in Italia?

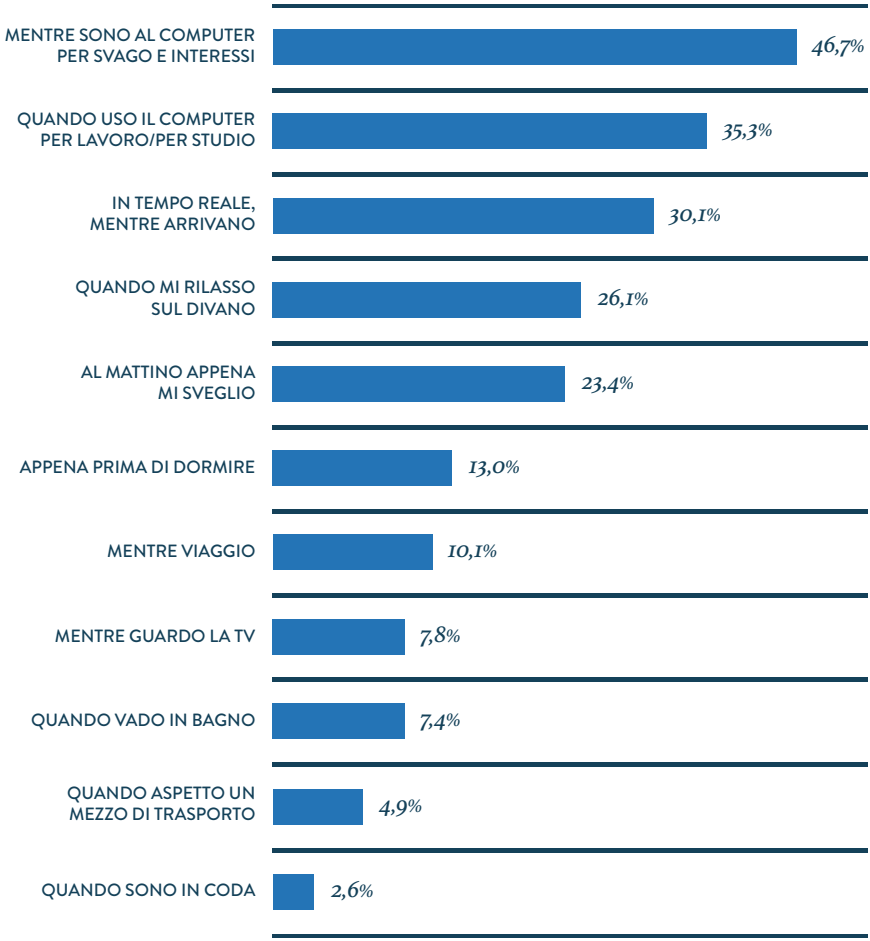
Dalla ricerca si osserva che **il web è il canale di accesso alla posta più diffuso** (**81%**), seguito da un **lettore di posta** (**45%**), in particolare per le email aziendali, e **App** (**43%**) specialmente nel caso Gmail. Solo il 15,4% degli utenti accede alla posta utilizzando tutti i canali a disposizione.

Rispetto ad un anno fa, **la lettura** della posta **dal Web** è rimasta **costante**, invece dal **lettore di posta** e **via App** è **raddoppiata**. Chi preferisce accedere alla posta via Web sono maggiormente le donne, over 35, con poca dimestichezza nell'utilizzo degli strumenti online, invece via App sono per lo più utenti uomini giovani e tech-friendly. Da lettore di posta è più probabilmente uomo, over 55, con una buona confidenza con gli strumenti online ma non con il mobile.

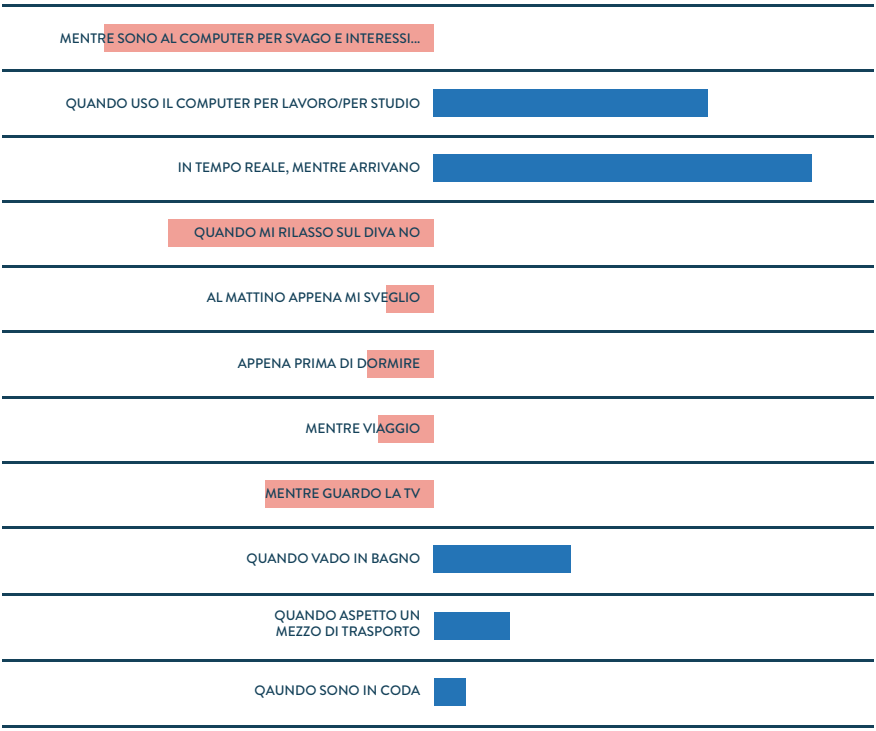
Gli italiani preferiscono **leggere le email mentre sono davanti al computer per svago** (**47%** dei casi) oppure per lavoro o per studio (**35%** dei casi). E' aumentata significativamente la quota delle persone che leggono le **email in tempo reale** (**30%**), in particolare gli uomini, o durante i **momenti di relax** (**26%**), sul divano (più le donne) o in bagno (specialmente il sesso maschile).

Il tipico messaggio ricevuto è di natura commerciale: il 53%, infatti, riceve messaggi di offerte e promozioni commerciali mentre il 28% segnala di trovare spesso newsletter tematiche. I messaggi a cui si presta maggior attenzione sono di diversa natura: messaggi di amici e parenti (anche in forma di allegati multimediali) e messaggi di lavoro. Le offerte commerciali sono quelle che ricavano la minor attenzione.

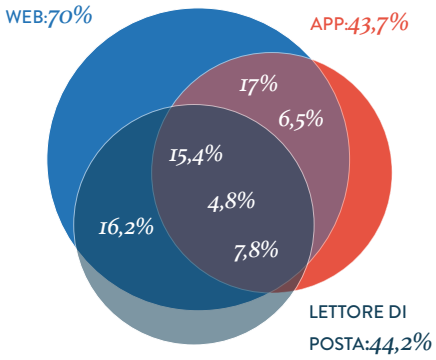
In quali situazioni ti capita più spesso di leggere i tuoi messaggi di posta elettronica?



◀ PIÙ SPESSO PER LE DONNE PIÙ SPESSO PER GLI UOMINI ▶



Come accedi alle tue caselle di posta elettronica?



3. Dem e Newsletter che piacciono di più agli italiani

Ogni giorno in Italia vengono ricevuti 240 milioni di messaggi commerciali via posta elettronica, **7,7 per utente Internet**.

L'argomento più frequente nei messaggi commerciali è costituito da sconti e promozioni: il 61% degli utenti dichiara di ricevere questo tipo di messaggi, seguito da contenuti di viaggi e turismo (41,5%) e avvisi / notifiche dai social network (35%). Nessuna variazione di rilievo negli ultimi mesi eccetto che per le DEM su Software/ App/ Tecnologia, divenute più popolari.

Le **donne** sono **più interessate a newsletter di sconti, moda, salute e bellezza e gastronomia**, mentre gli **uomini si iscrivono più spesso** a servizi informativi su temi di **tecnologia, meteo, sport, auto/moto, bollette e utenze di casa**.

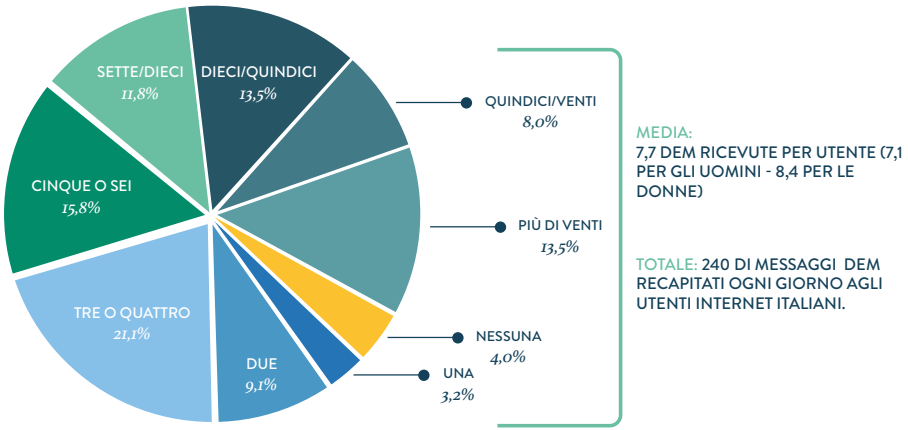
Le motivazioni di sottoscrizione alle newsletter sono prevalentemente tre: il **bisogno di informazione e aggiornamento**, aspetto sempre più rilevante nella scelta di iscriversi a una newsletter, come afferma il 35% degli utenti, la **funzione di promemoria** (20,4%) e **l'interesse verso i contenuti** (18,4%).

Esistono però alcune differenze a seconda della tipologia di newsletter: ad esempio, la convenienza e la possibilità di fare buoni affari per le newsletter di viaggi e turismo, promozioni e sconti, moda e bollette, il legame con il brand nel caso di informazione sportiva e l'utilità come promemoria nel caso di messaggi sulle scadenze delle bollette, utenze e pagamenti. Per quanto riguarda le DEM su giochi, scommesse online, oroscopo, e notifiche

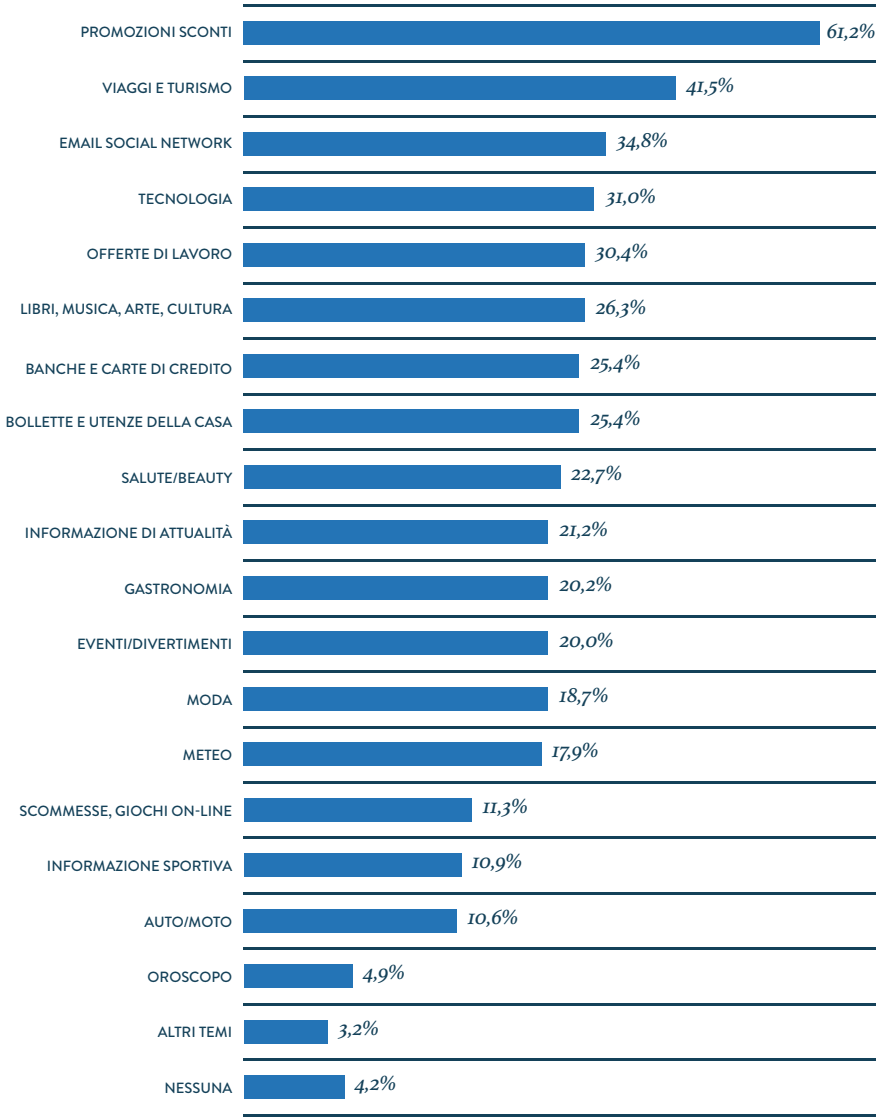
dai social network, la tendenza è che ci sia iscritti inconsapevolmente senza una ragione particolare.
L'interesse verso i messaggi dipende dal contenuto e i primi tre temi in ordine di importanza sono tutti legati agli acquisti: **buoni sconto** (60%), **email successive a un acquisto online** (41%), **coupon e opportunità di nuovi acquisti on e offline** (36%).

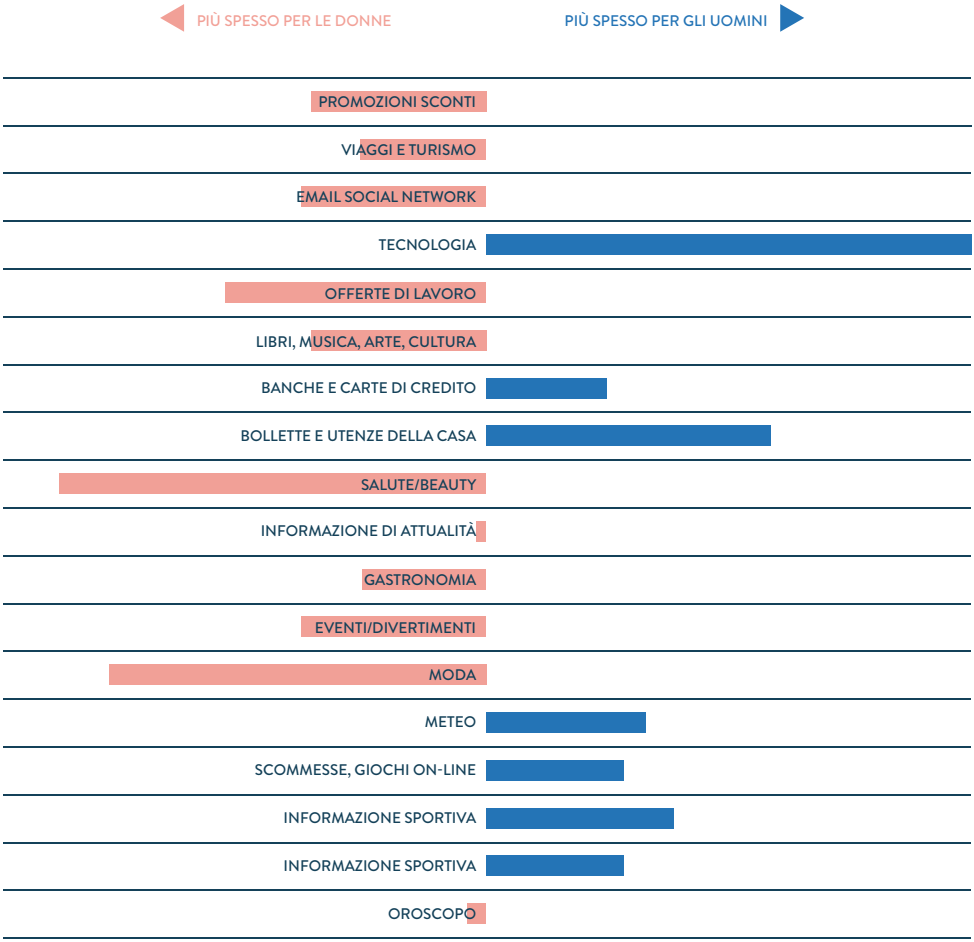
Per gli utenti, una newsletter di successo deve essere chiara nel suo contenuto e inviata con una bassa frequenza. La rilevanza per il destinatario diventa secondaria rispetto alla bassa frequenza.

Escludendo le email personali e quelle di lavoro, probabilmente ricevi email commerciali da parte di aziende che vogliono vendere qualcosa o promuovere un loro prodotto o servizio. Si tratta di email spedite a chi fa parte di "mailing list". Pensando a queste mail, prova a fare un conto: quante ne ricevi più o meno ogni giorno?

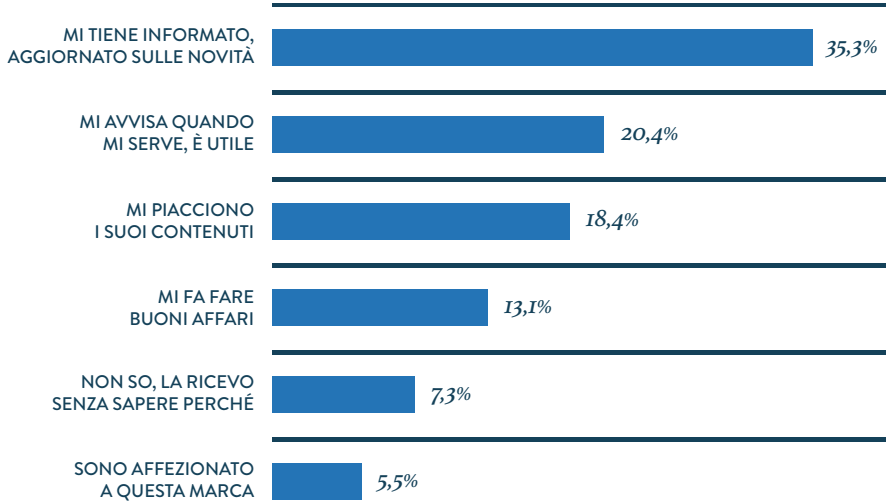


Sapresti indicarci i temi delle newsletter a cui sei iscritto?

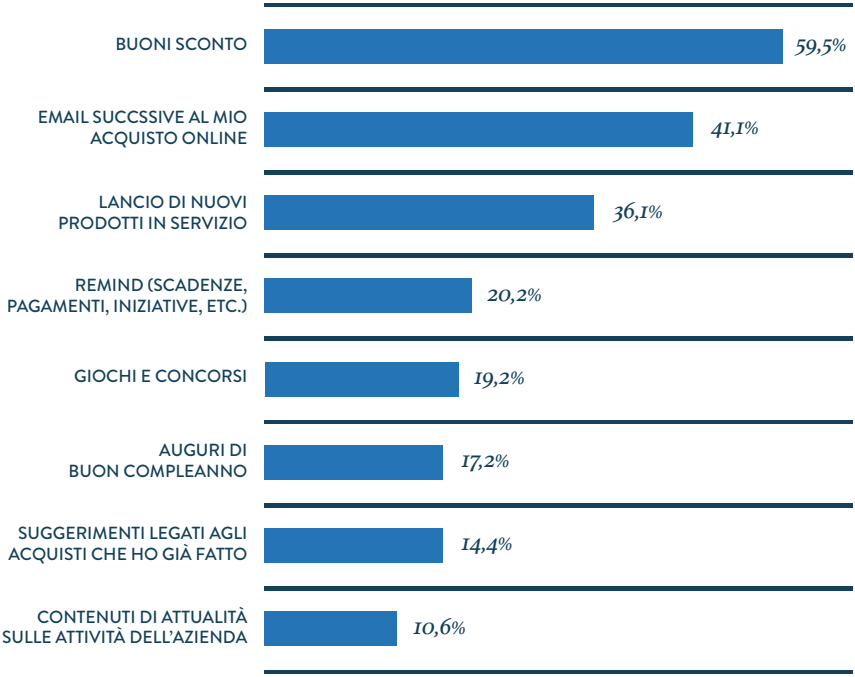



PIÙ SPESSO PER LE DONNE
PIÙ SPESSO PER GLI UOMINI
PROMOZIONI SCONTI
VIAGGI E TURISMO
EMAIL SOCIAL NETWORK
TECNOLOGIA
OFFERTE DI LAVORO
LIBRI, MUSICA, ARTE, CULTURA
BANCHE E CARTE DI CREDITO
BOLLETTE E UTENZE DELLA CASA
SALUTE/BEAUTY
INFORMAZIONE DI ATTUALITÀ
GASTRONOMIA
EVENTI/DIVERTIMENTI
MODA
METEO
SCOMMESSE, GIOCHI ON-LINE
INFORMAZIONE SPORTIVA
INFORMAZIONE SPORTIVA
OROSCOPO

Analizziamo queste newsletter a cui ci hai detto di essere iscritto: per quali ragioni hai deciso di ricevere le mail da queste newsletter?



Tra i contenuti che trovi nelle newsletter e nelle email inviate dalle aziende, quali sono quelli che ti piacciono di più?



4. Spam vs Adblocking

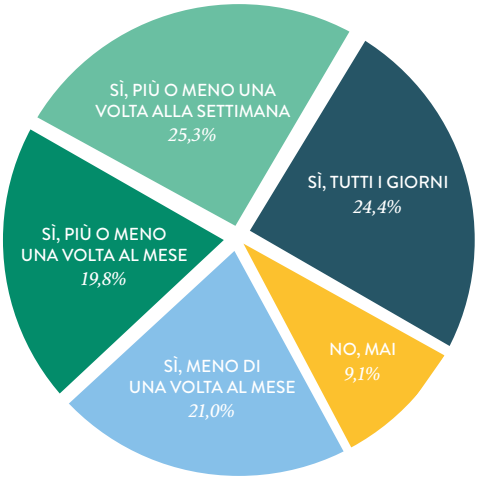
Il **73% degli utenti ha attivato i filtri anti-spam** sulla propria casella di posta: si tratta di 22,4 milioni di persone. La percezione generale è che il **fenomeno anti-spam sia in crescita**, anche se con un'intensità inferiore rispetto a quanto misurato nel 2015.

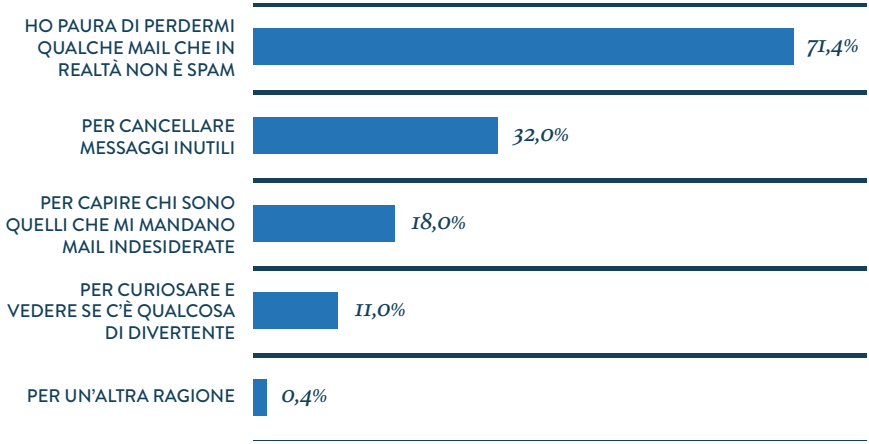
Questo dato, però, va letto facendo una piccola precisazione su come gli utenti percepiscono questo fenomeno. Lo spam è un messaggio pubblicitario che l'utente riceve senza aver dato alcun tipo di consenso, mentre per l'utente i "messaggi spam" sono tutti quei messaggi che non sono di loro interesse. Molto spesso gli utenti considerano spam anche alcune newsletter di cui non ricordano di essersi iscritti.

Insieme al filtro anti-spam, in quest'ultimo periodo si sta diffondendo il **fenomeno dell'AdBlocking**, cioè il filtraggio della pubblicità, anche se risulta essere meno conosciuto rispetto al primo. La notorietà del fenomeno riguarda oltre 7 milioni di persone, tra le quali la grande maggioranza **(82%) ha anche un AdBlock attivo** (6,7 milioni) su almeno uno dei dispositivi che utilizza abitualmente.

Gli utenti che si difendono dalle "intrusioni" (con anti-spam e AdBlock attivi) sono per la maggioranza **maschi, giovani e che operano soprattutto da mobile e sui social.**
Un altro fenomeno, ormai conosciuto dalla maggior parte degli utenti Internet, è il behavioural targeting. Infatti, **l'82,6% degli utenti è consapevole della pubblicità che "ti segue" sul web**, e la quota di consapevoli è leggermente più elevata tra chi ha installato un **AdBlock (89,2%)**. Il 71% è consapevole del behavioural targeting via email.

Ti capita mai di andare a vedere cosa c'è nella tua cartella anti-spam / di posta indesiderata? Per quali ragioni vai ogni tanto a vedere cosa c'è nella tua cartella anti-spam / di posta indesiderata?





Pensando alla tua esperienza dell'email, negli ultimi due o tre anni la quantità di Junk email che ricevi (spam, messaggi indesiderati) è aumentata o diminuita?

Trend spam

AUMENTATA:
IL 48% DEI RISPONDENTI DICHIARA CHE LO SPAM A CUI È SOTTOPOSTO OGGI È UN PO' O MOLTO SUPERIORE A QUELLO DI TRE ANNI FA.

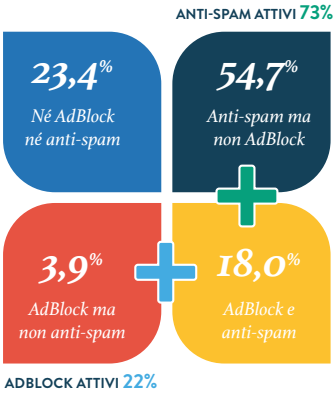
DIMINUITA:
IL 21% DEI RISPONDENTI DICHIARA CHE LO SPAM A CUI È SOTTOPOSTO OGGI È UN PO' O MOLTO INFERIORE QUELLO DI TRE ANNI FA.

Hai attivato e gestisci i filtri anti-spam (contro la posta indesiderata) delle tue caselle di email?

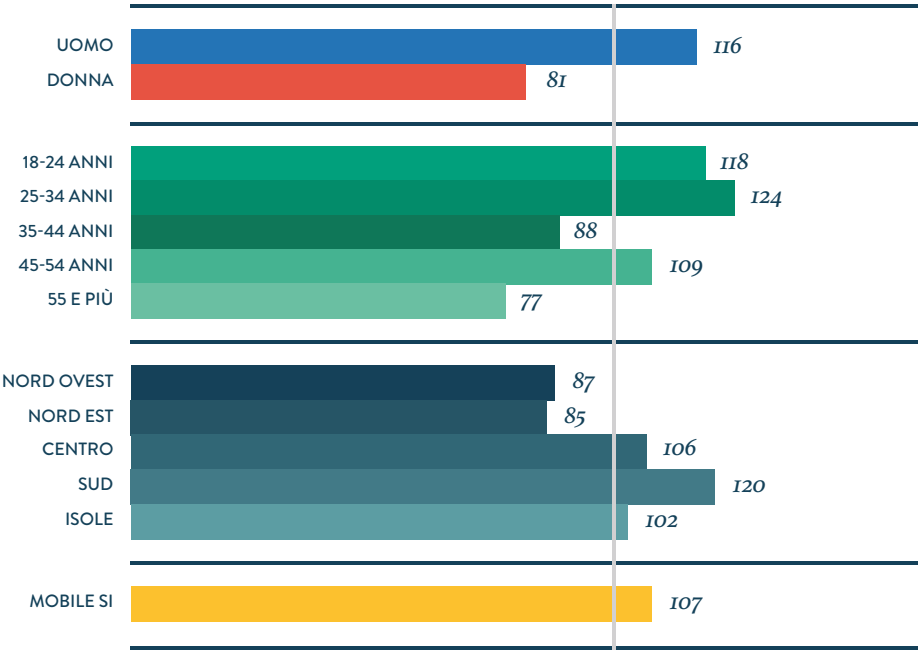
SPAM VS ADBLOCKING

22,4 MILIONI
NUMERO DI PERSONE CHE HANNO ATTIVATO FILTRI ANTI-SPAM SULLA PROPRIA CASELLA (73% DEGLI UTENTI).

6,7 MILIONI
PERSONE CHE HANNO ATTIVATO L'ADBLOCK (22% DEGLI UTENTI)



Il profilo degli utenti con Adblocking e filtri anti spam attivi.



Ti è mai capitato di notare che la pubblicità di certi prodotti e servizi "ti segue" sul Web? Cioè che quando ti interessi a un prodotto o a un servizio poi ti capita di rivederlo nei giorni successivi nelle pubblicità inserite nelle pagine Web...

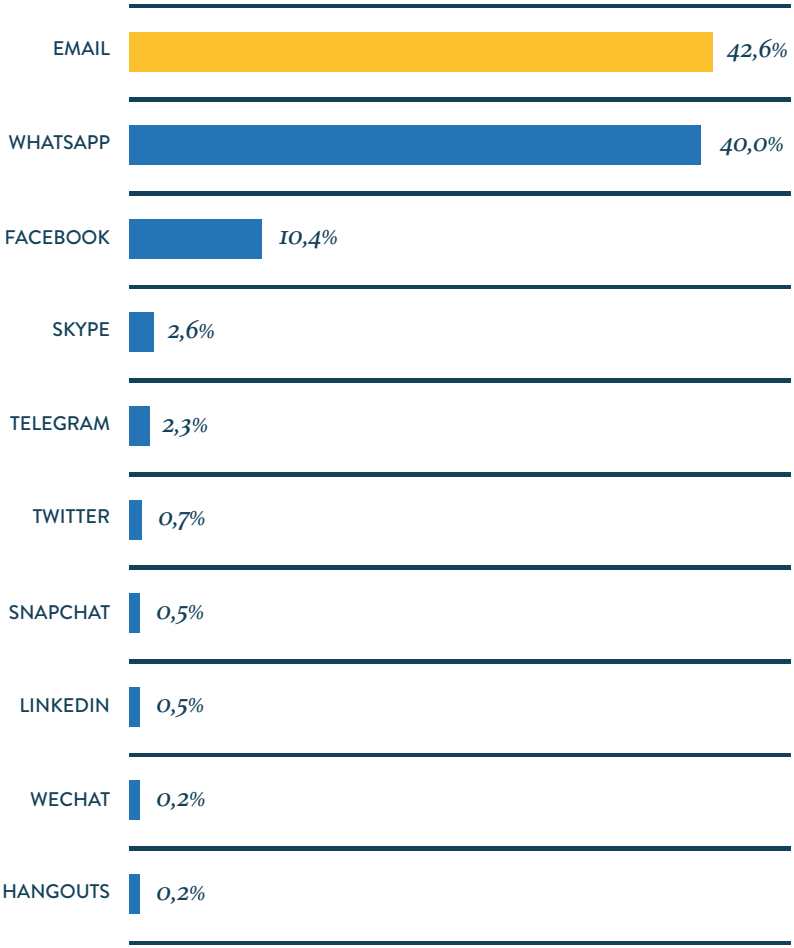
5. Email vs Social Network: come preferiscono comunicare gli italiani

Negli ultimi anni i social network e gli strumenti di messaggistica stanno avendo un ruolo centrale nella vita quotidiana, privata e professionale, degli italiani. Tra i vari sistemi di messaggistica, **Whatsapp ha guadagnato il primo posto** diventando leader indiscusso.

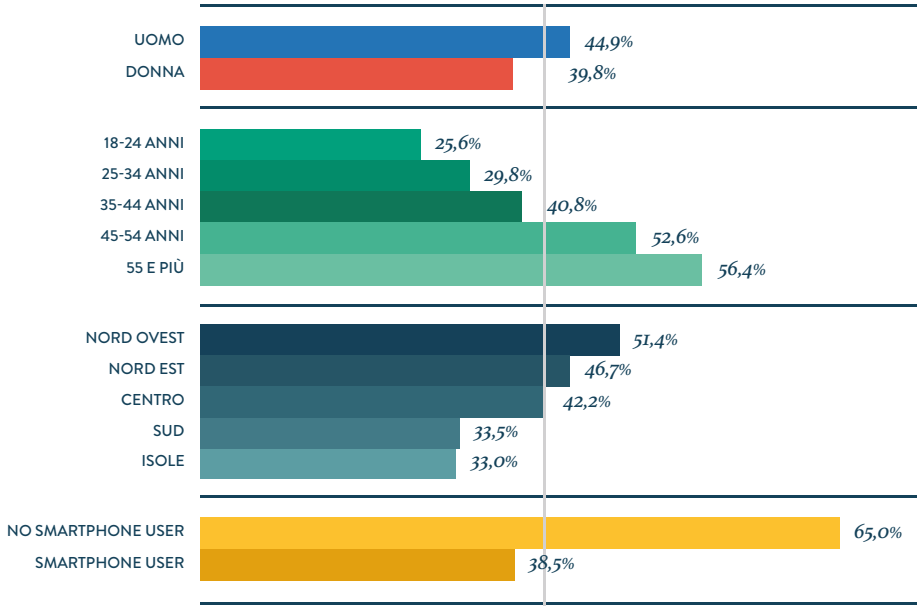
Nonostante tutto, **l'email continua ad essere lo strumento più indicato per gestire relazioni con aziende** (gestione dei servizi, informazioni dai brand, processo di acquisto online) **e per lo scambio di link e risorse del Web**.

L'email viene apprezzata, rispetto ad altri sistemi di messaggistica, perché **non presenta i tipici problemi di privacy** che si incorre con altri strumenti, per la **ricchezza dei contenuti** e degli allegati ai messaggi e anche **per le funzionalità** legate all'organizzazione e gestione dei messaggi.

Se domani questi servizi dovessero chiudere, tutti tranne uno, quale di questi salveresti? Quale sarebbe quello che vorresti non morisse mai?



Il profilo di quanti salverebbero l'email



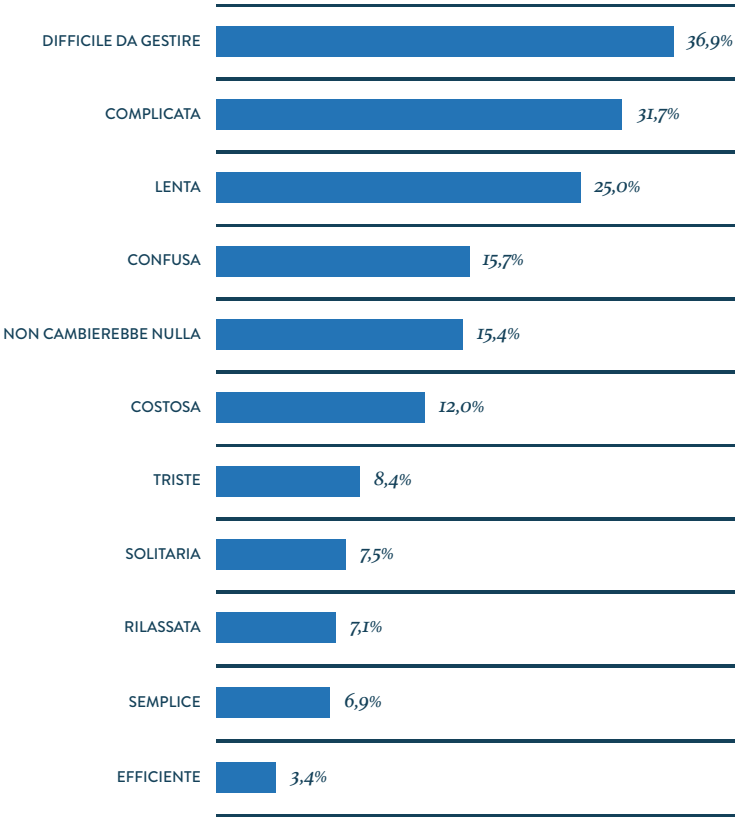
Email o social network: quale canale preferisci?

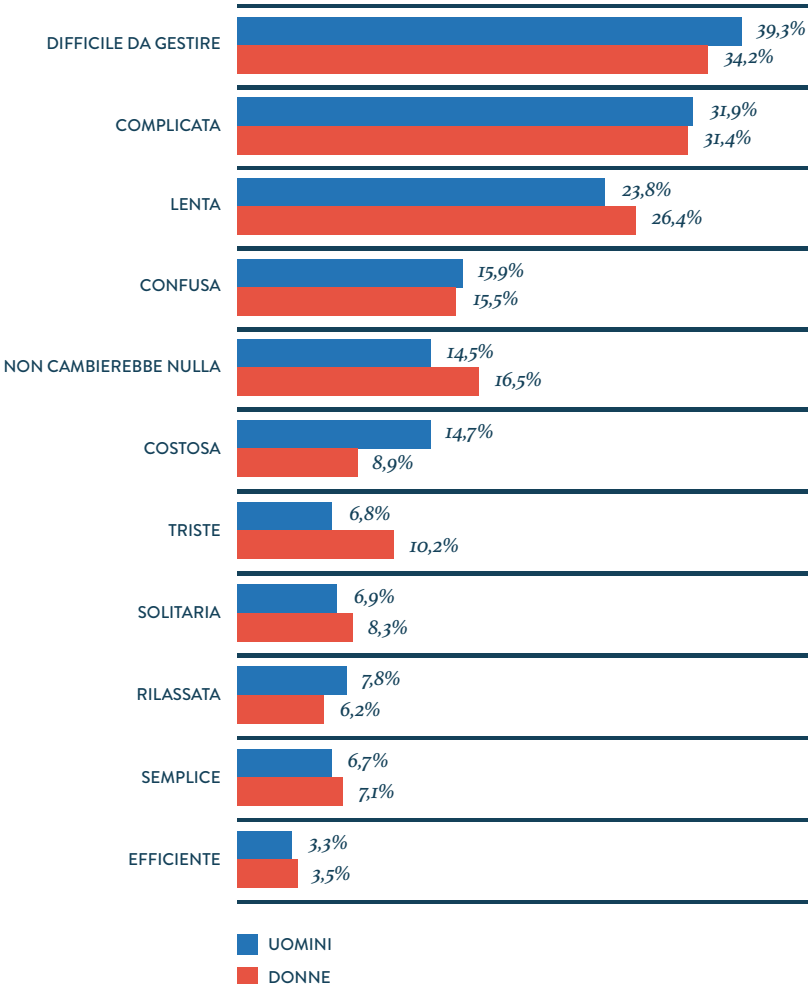
	1°	2°	3°
Ricevere spedire un messaggio o un contenuto multimediale			
Invitare a una festa degli amici			
Ricevere un buono sconto			
Gestire un disservizio			
Seguire un brand che mi piace			

6. La vita senza email

In ogni caso l'email non perde la sua funzione fondamentale: la vita senza l'email sarebbe più complicata da gestire (soprattutto per gli uomini), meno efficiente e più lenta.

Se domani non ci fosse più l'email, cosa significherebbe per te? Come descriveresti con tre parole un mondo in cui non ci fosse più l'email?




DIFFICILE DA GESTIRE
39,3%
34,2%
COMPLICATA
31,9%
31,4%
LENTA
23,8%
26,4%
CONFUSA
15,9%
15,5%
NON CAMBIEREBBE NULLA
14,5%
16,5%
COSTOSA
14,7%
8,9%
TRISTE
6,8%
10,2%
SOLITARIA
6,9%
8,3%
RILASSATA
7,8%
6,2%
SEMPLICE
6,7%
7,1%
EFFICIENTE
3,3%
3,5%
UOMINI
DONNE

Ti è piaciuta questa ricerca?

Non finisce qui: sono in arrivo altri Insight! Iscriviti alla nostra newsletter per riceverli non appena verranno pubblicati! http://www.magnews.it/newsletter/

Vuoi approfondire questi contenuti o parlare del tuo progetto di email marketing? Scrivi a **marketing@diennea.com**

Licenza Creative Commons

Questa licenza ti permette

di riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire recitare quest'opera.

A queste condizioni:

Attribuzione. Devi attribuire la paternità dell'opera nei modi indicati dall'autore o da chi ti ha dato l'opera in licenza e in modo tale da non suggerire che essi avallino te o il modo in cui tu usi l'opera.

Non commerciale. Non puoi usare quest'opera per fini commerciali.

Non opere derivate. Non puoi alterare o trasformare quest'opera, né usarla per creane un'altra.

Ulteriori indicazioni:

Per riprodurre in tutto o in parte i dati presentati in questa ricerca è necessario indicare la fonte dell'opera con la seguente dicitura:

http://www.magnews.it/email marketing experience 2016/

Per ricevere le nostre ricerche in anteprima, iscriviti alla nostra newsletter:

http://www.magnews.it/newsletter/

I nostri numeri

4

sedi in Italia
Faenza, Milano, Pisa, Parigi

110

Dipendenti

+600

Clienti

1,5

di mail inviate
al mese

Ci hanno scelto

BMW · Cofidis · GENERALI · Gardaland · Stroili · IMETEC · ANDI · Canon · Findomestic · ALESSI · autostrade per l'Italia · Ducati · EATALY · TRONY · bticino · Obiettivo Lavoro · ATM · STAR · Bologna Fiere · dolomiti.it · banzai · parmalat · PHILIPS · Valextra · SNAI

Diennea Headquarters | Viale Marconi 30/14 | 48018 Faenza (RA) - Italy
Tel. (+39) 0546 066100 | Fax. (+39) 0546 399913

Diennea Milano | Via Donatello 30 | 20131 Milano (MI) - Italy
Tel. (+39) 02 45374600

Diennea Pisa | Via Umberto Forti 6 | 56121 Pisa (PI) - Italy

Diennea Paris | 7 Rue De La Paix | Paris - 75002 - France
Tel. (+33) (0) 174180308

VUOI CHE I TUOI CONTATTI NON VEDANO L'ORA DI RICEVERE LE TUE EMAIL?

MagNews è un software molto potente per **la creazione e l'invio delle tue newsletter** e per la **gestione della tua mailing list!** Ma è anche un **team di consulenti** pronti a progettare con te campagne email che non t'immagini!

PROVA MAGNEWS!

MagNews

www.magnews.it