



Cerca news



registrati abbonamenti chi siamo contatti MyADV



Mercato

[Home](#) > [Dati e Ricerche](#)

Dati e Ricerche

- ADS
- AssoComunicazione
- Audipress
- Audiradio
- Auditel
- AudiSat
- Audiweb
- Fcp
- Fcp-Assointernet/
IAB Italia
- Monitor Eventi
- Nielsen Media
Research
- Nielsen Online
- Documenti
- Il futuro della
pubblicità
- Sport System
Europe
- Infomercial

ContactLab rivela le potenzialità dell'e-mail marketing

21/4/2009

Almeno **420 mln** di **e-mail** ricevute ogni giorno in Italia dagli utenti web. A rivelare questa incredibile cifra è l'**E-mail Marketing Consumer Report 2009**, la ricerca commissionata da **ContactLab**, per indagare le abitudini e i comportamenti nell'utilizzo di e-mail e mailing list da parte degli utenti Internet.



E-mail Marketing Consumer Report 2009 è la ricerca commissionata da **ContactLab**, azienda leader nel nostro Paese nei servizi di **e-mail marketing** e **direct marketing digitale**, per indagare le abitudini e i comportamenti nell'utilizzo di e-mail e mailing list da parte degli utenti Internet. L'indagine, giunta alla sua seconda edizione in Italia, è quest'anno stata realizzata anche in Spagna, offrendo per la prima volta un confronto che svela più di una somiglianza nei comportamenti

degli utenti Web nei due paesi, ma anche alcune significative differenze. (Nella foto **Massimo Fubini**, ad **ContactLab**)

Almeno **420 mln** di **e-mail** ricevute ogni giorno in Italia dagli utenti web. 420 milioni di e-mail che vengono recapitate su **51 mln** di caselle e-mail, ovvero 2,3 caselle a testa per ognuno dei circa **22 mln** di utenti Internet del Paese maggiori di 15 anni (vantaggio relativo di **Hotmail**, usato dal **40,7%** dei navigatori, e di **Libero**, **35,7%**, seguiti a distanza da **Alice-Tin.it-Virgilio**, **Yahoo** e **Gmail** che conquistano ognuno fra il **20** e il **24%** degli utenti), e corrispondono a circa 20 messaggi quotidiani per singolo utente; ben **4 mln** di navigatori (**18%** del totale) si collegano alla propria casella e-mail anche attraverso **device mobili**, come smartphone, I-Phone, palmari e BlackBerry, anche se restano largamente prevalenti **PC fissi (76%** dei navigatori) e **portatili (60%)**. Ogni utente Internet, infine, è iscritto mediamente a **6,4 newsletter elettroniche**, per rimanere in relazione con i brand a cui è affezionato e ricevere informazioni e aggiornamenti su prodotti e servizi: prevalgono le **newsletter** legate a **social network** e **interessi personali** (vi è iscritto il **63%** dei navigatori), seguite da quelle di **news di attualità, economia e sport (54%)** e da quelle di **viaggi e turismo (52%)**.

L'indagine è stata realizzata anche sul **mercato spagnolo** con gli stessi criteri: il campione intervistato rappresenta infatti in entrambi i Paesi gli utenti Internet di almeno **15 anni** di età che utilizzano la rete almeno una volta alla settimana, vale a dire il



Altre nella sezione

- ▶ **22/4/2009 19:05**
Weber Shandwick indaga come le banche comunicano la crisi online
- ▶ **9/4/2009 17:00**
TNS si aggiudica la gara da 65 mln per Eurobarometro
- ▶ **3/4/2009 19:35**
IAB Italia: nel 2009 l'adv on line crescerà del 13,7% sul 2008
- ▶ **2/4/2009 19:35**
A+ Ad Audit: vitalità del mercato pubblicitario a -0,2%
- ▶ **1/4/2009 19:15**
Osservatorio Findomestic. A marzo gli italiani sono più ottimisti
- ▶ **Altre Notizie**



Ultimi arrivi



Video Agenzia by Lowe Pirella Fronzoni per Medici Senza Frontiere by AdForum.com



Video Agenzia by Lowe Pirella Fronzoni per Medici Senza Frontiere by AdForum.com

Premio del giorno

EACA Care Awards 2009



Video

avec AdForum.com
EACA Care Awards 2009

Video

avec AdForum.com

42,4% della popolazione over 15 **italiana** e il **43,6%** di quella **spagnola**, rispettivamente **22** e **15,7 mln** di persone.

Mentre in Spagna la ricerca è una novità assoluta, in **Italia** si tratta della seconda release, che segue quella del novembre 2007, mostrando in **14 mesi** una **crecita** del **20%** del numero di **e-mail** complessive ricevute ogni giorno. Confrontando invece i dati 2009 di Italia e Spagna, si nota che le somiglianze sono molto più numerose delle differenze: quasi tutti i dati pro capite misurati dalle ricerche sono simili, dal consumo di e-mail (23 messaggi ricevuti ogni giorno da ciascun navigatore spagnolo, per un totale di 350 milioni di messaggi al giorno in Spagna), al numero di caselle di posta (2,3 a testa in Spagna) all'iscrizione alle mailing list (6,6 newsletter ricevute al giorno da ciascun utente spagnolo).

Tuttavia, si segnalano un paio di **differenze significative**. La prima è relativa ai **device utilizzati**: se, come abbiamo visto in **Italia**, Paese che fra l'altro ha un numero assoluto di utenti Internet più alto della Spagna, ben il **18%** dei navigatori consulta l'e-mail anche attraverso device mobili, in **Spagna** ci si ferma al **12%**, e la sola categoria degli **smartphone** viene utilizzata dal **12%** degli utenti **italiani**, contro appena il **2%** di quelli **spagnoli**. La seconda differenza riguarda le **tipologie di newsletter** più popolari: a vincere in **Spagna** sono infatti quelle di **viaggi e turismo** (vi è iscritto il **58%** degli utenti Internet), seguite da quelle dedicate alle **news** (**51%**) e da quelle legate a interessi personali quali **social network** e **community online** (**47%**). In Italia il podio è invece invertito.

La ricerca di **ContactLab** ha rivelato che le **donne**, rispetto agli uomini, ricevono nel giorno medio il 20% di messaggi e-mail in più e sono iscritte a un maggior numero di mailing list. Ancora, il **20%** del campione in **Italia** (**25%** in **Spagna**, con le percentuali che crescono in entrambi i Paesi in funzione dell'età degli utenti) dichiara che per consultare la propria casella e-mail utilizza unicamente un lettore di posta come ad esempio Outlook, mentre prevale l'utilizzo della **Webmail** (**80%** in **Italia**, **75%** in **Spagna**). Il volume di comunicazioni quotidianamente affidate alla posta elettronica, in Italia come in Spagna, è così elevato da superare quello generato da ogni altro mezzo di comunicazione peer-to-peer.

Se milioni di Italiani ricevono mediamente **6,4 newsletter** al giorno (ma il tasso è più alto per le **donne** e gli **over 45**), è evidente l'importanza dell'**e-mail marketing** come strumento di comunicazione delle aziende. Infatti solo il **6%** degli utenti dichiara di non aver sottoscritto alcun servizio. Un utente su cinque, al contrario, dichiara di essere iscritto a dieci o più mailing list. Quanto alle abitudini di gestione delle e-mail, in quattro casi su cinque gli utenti Internet italiani caricano le eventuali immagini contenute nelle e-mail, sanno in generale riconoscere e difendersi dallo spam e dal phishing e hanno imparato a cancellare la propria iscrizione (unsubscribe) da servizi di mailing list che non ritengono più di proprio interesse.

L'E-mail Marketing Consumer Report 2009 (edizione Italia e Spagna) è da oggi scaricabile gratuitamente all'indirizzo **www.contactlab.com**



Stampa questo articolo 

Invia questo articolo 