

E-MAIL MARKETING CONSUMER REPORT 2009

Italiani e Internet:
abitudini e comportamenti
nell'uso di e-mail e mailing list

ESTRATTO DEI RISULTATI DELLA RICERCA

Ricerca condotta a livello nazionale
da Human Highway per **ContactLab**



ContactLab è leader italiana nell'offerta di soluzioni e consulenza di **e-mail, sms** e **digital direct marketing**.

L'expertise acquisita dal 2000 ad oggi nella gestione di oltre **800 Clienti** in tutti i settori ha consentito di sviluppare un mix completo di tecnologia e consulenza che spazia da soluzioni "chiavi in mano" a personalizzazioni avanzate per la gestione di campagne internazionali a 360°.

ContactLab offre:

- consulenza in marketing digitale (realizzazione newsletter e campagne DEM);
- tecnologia per la gestione delle campagne sui canali e-mail (oltre 15 milioni di spedizioni al giorno), sms, mms, fax e sondaggi, con analisi statistiche, comparative e di performance;
- consulenza nella creazione di campagne di acquisizione utenti, di concorsi e giochi online per incrementare gli iscritti al database, di programmi di incentivazione e fidelizzazione.

ContactLab si avvale di un team di oltre 40 professionisti esperti in information technologies and systems, comunicazione e marketing, business development, Internet and e-mail strategies.

L'universo dell'indagine

Metodologia

Il campione utilizzato nella presente ricerca rappresenta **l'utenza Internet italiana** settimanale, di almeno quindici anni di età. Tale definizione comporta la selezione di individui che presentino le seguenti caratteristiche:

- residenti in Italia e nati prima del 1993
- che dichiarano di connettersi regolarmente alla Rete almeno una volta alla settimana, indipendentemente dal device e dal luogo di collegamento
- che utilizzano la Rete autonomamente.

Sulla base della definizione sopra riportata, la penetrazione della Rete nella popolazione italiana con lo stesso vincolo di età è pari al 42,4%, per **complessivi 21,4 milioni di individui** (Fonte: Ricerca di Base di Human Highway su 4.000 casi CATI, Luglio 2008 aggiornata a Febbraio 2009).

Il campione di partenza è stato selezionato per quote di sesso per età (in cinque fasce) conformi alle indicazioni della Ricerca di Base.

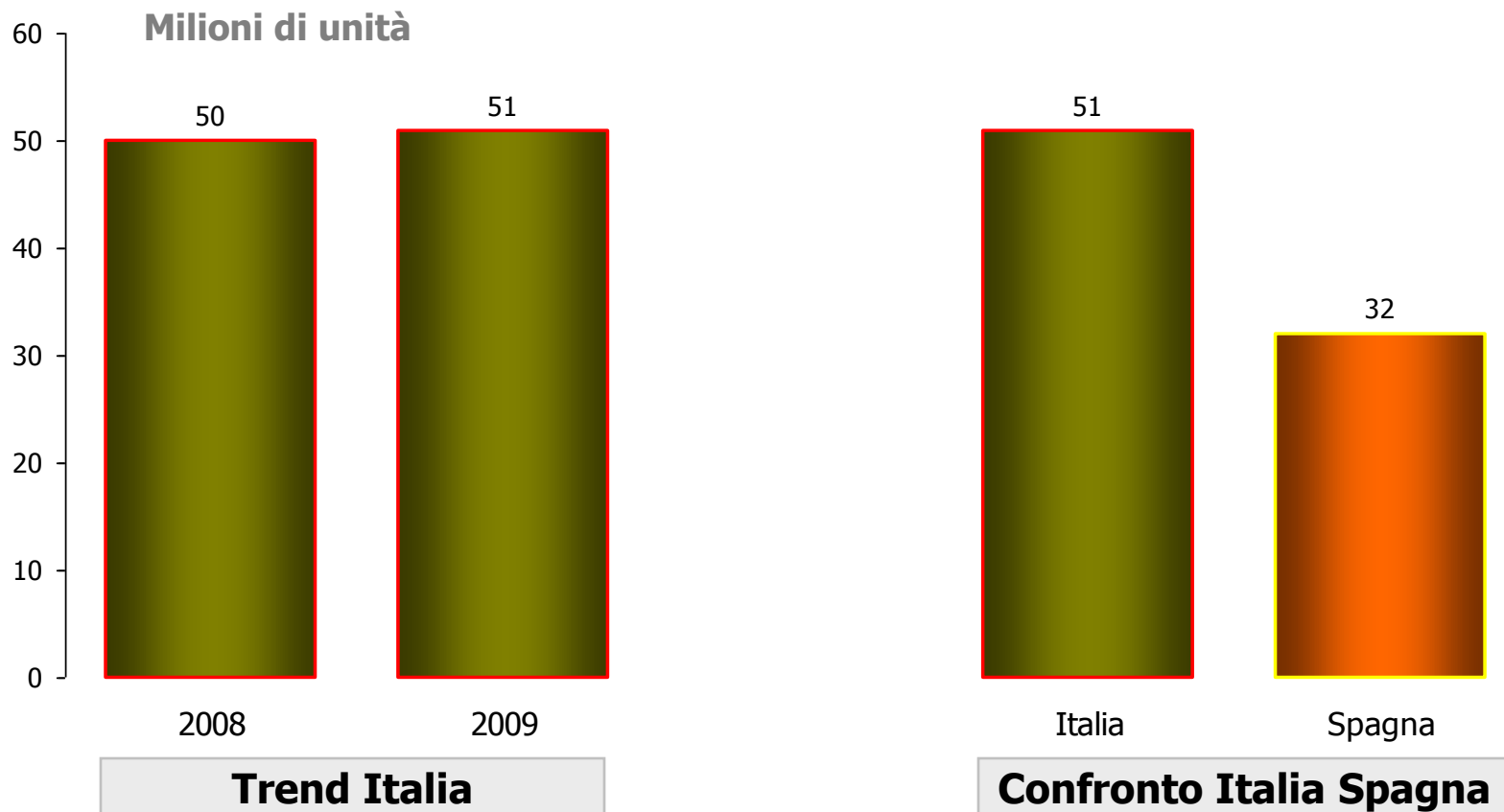
La ricerca intende descrivere un importante fenomeno dell'online, particolarmente discriminato dall'intensità di utilizzo del mezzo. Per questo motivo il campione dei rispondenti è stato trattato statisticamente tenendo in considerazione, oltre alla già citata struttura di sesso per età, anche la frequenza di connessione alla Rete Internet.

La ricerca è stata eseguita sugli individui appartenenti al panel OpLine di Human Highway.

Key findings

Posta elettronica: volumi di utilizzo

- I **volumi di utilizzo** della posta elettronica in Italia sono impressionanti: **51 milioni** di caselle di posta (**2,3** per utente Internet) sono destinatari di **420 milioni** di messaggi scambiati ogni giorno (circa **20** per utente Internet)

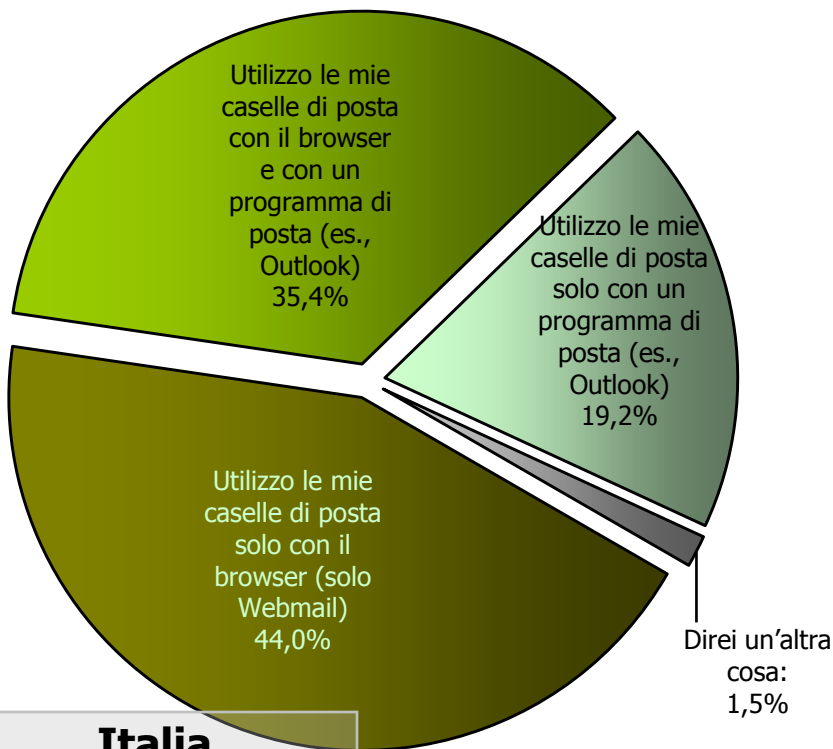


Key findings

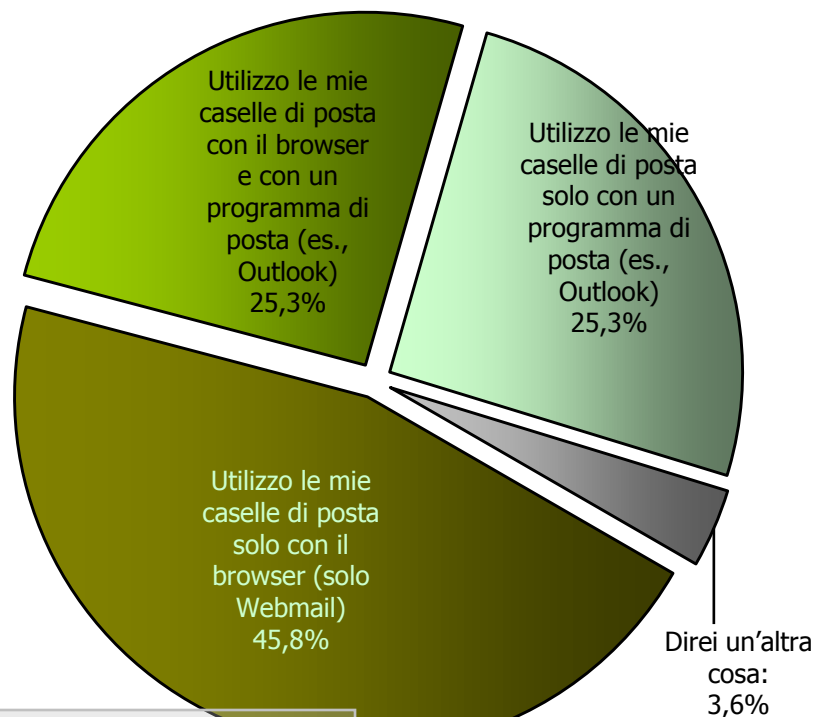
Posta elettronica: strumenti di utilizzo

- Solo il 20% utilizza unicamente un lettore di posta (es. Outlook) per consultare la propria casella e-mail. E' prevalente l'utilizzo della **Webmail (80%** dei casi) e in questa quota di utenti più della metà dichiara di consultare la posta esclusivamente attraverso il Web

Quale tra questi comportamenti si avvicina di più alla tua esperienza abituale di utilizzo di una casella di posta elettronica?



Italia

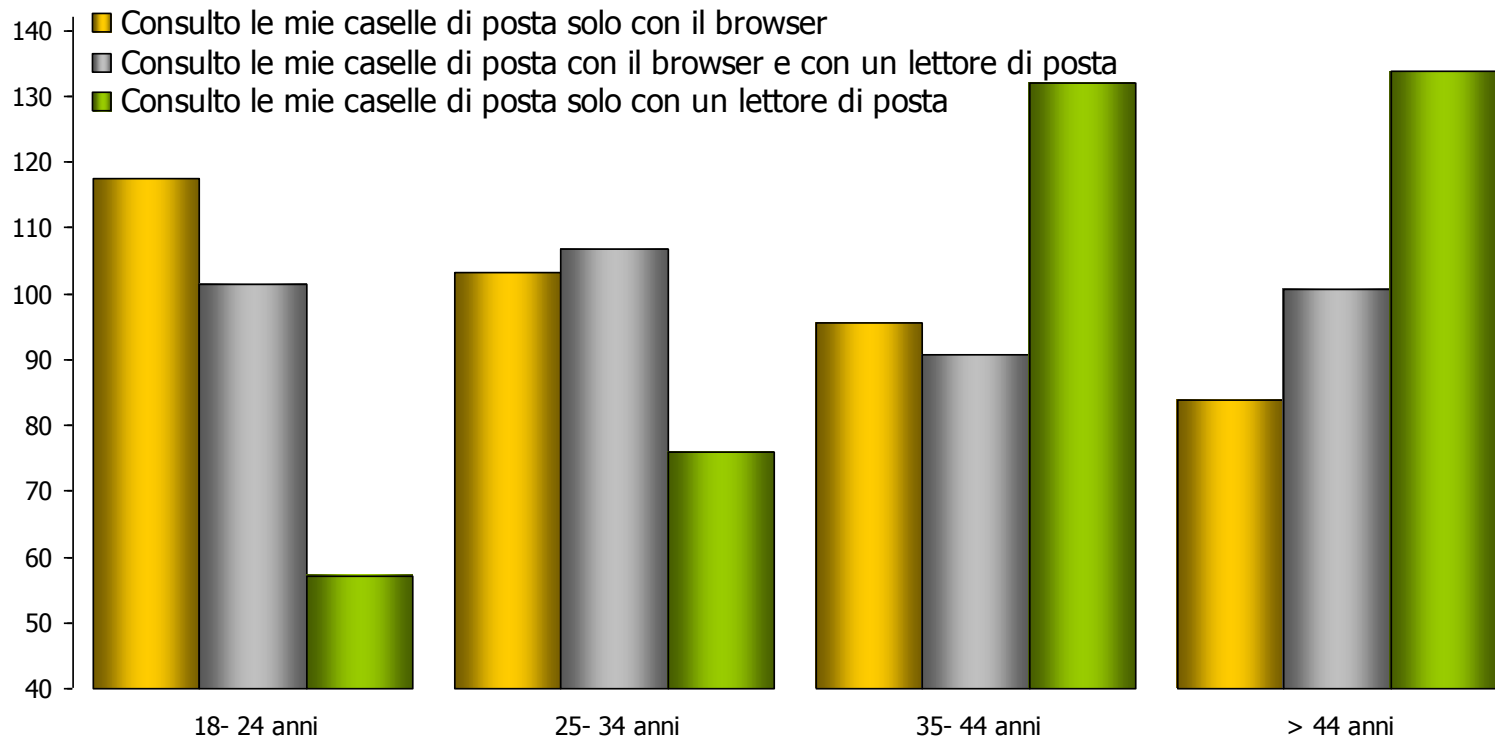


Spagna

Key findings

Posta elettronica: modalità di fruizione

- **L'età** influisce in modo significativo sulle modalità di fruizione della posta elettronica: al crescere dell'età sale l'utilizzo esclusivo del lettore di posta mentre, al contrario, tra gli utenti più giovani vi è la maggior concentrazione di individui che fanno uso esclusivo del browser per la posta. Inoltre, al crescere della frequenza media di connessione a Internet cresce il ricorso alla doppia modalità di consultazione (Web e lettore di posta)



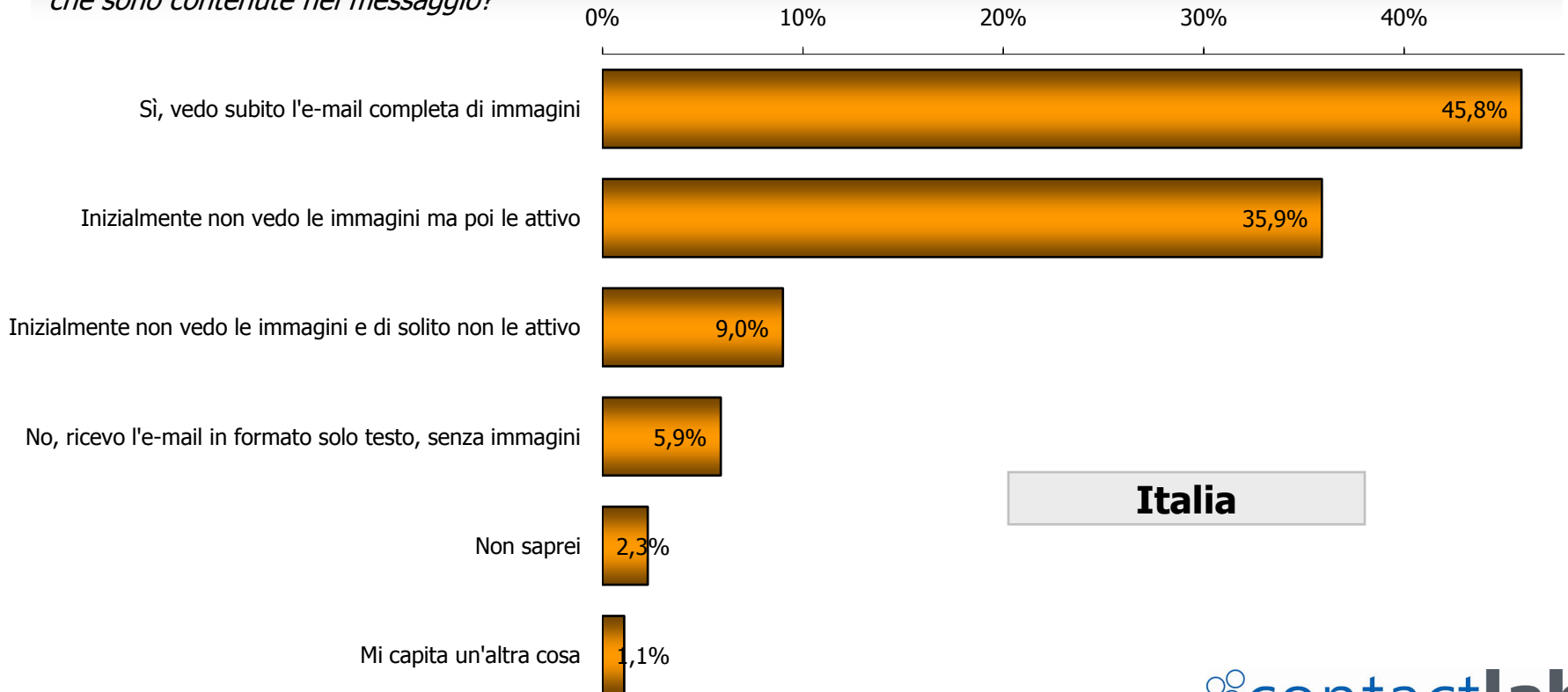
Età degli utenti in quattro fasce - Italia

Key findings

Posta elettronica: e-mail html con immagini

- Per il **46% degli utenti il caricamento delle immagini nelle e-mail è attivato di default**. Un ulteriore 36% attiva solitamente le immagini con un'operazione volontaria, a seguito della ricezione del messaggio, e questo restringe il segmento di individui che di norma rifiuta le immagini nelle mail al 15%

Quando nella tua casella di posta principale ricevi una e-mail di testo e immagini da una mailing list, vedi le immagini che sono contenute nel messaggio?

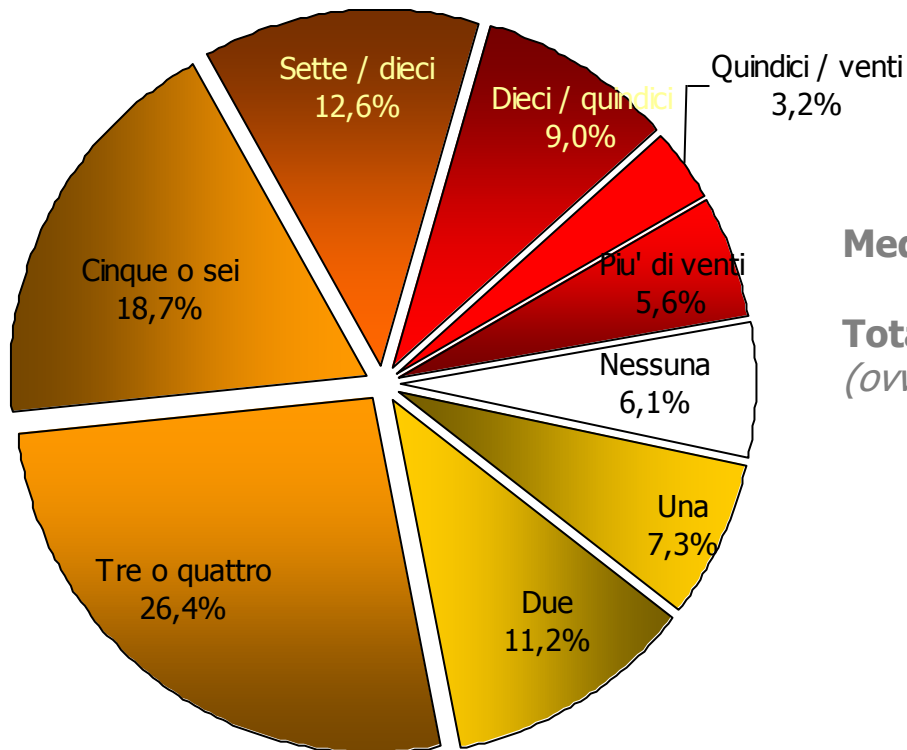


Key findings

Mailing list: volumi delle iscrizioni

- **L'iscrizione alle mailing list** è una pratica **diffusa in tutta l'utenza** Internet: solo il 6% dichiara di non essere iscritto ad alcuna mailing list. La media di mailing list per utente è pari a poco più di sei e genera **140 milioni di indirizzi** (ovviamente duplicati) presenti nei database delle mailing list attive in Italia

Ripensando alle e-mail che ricevi, prova a fare un conto: a quante mailing list sei iscritto?



Media: 6,4 mailing list per utente

Totale: 140 milioni di destinatari di e-mail
(ovviamente duplicati)

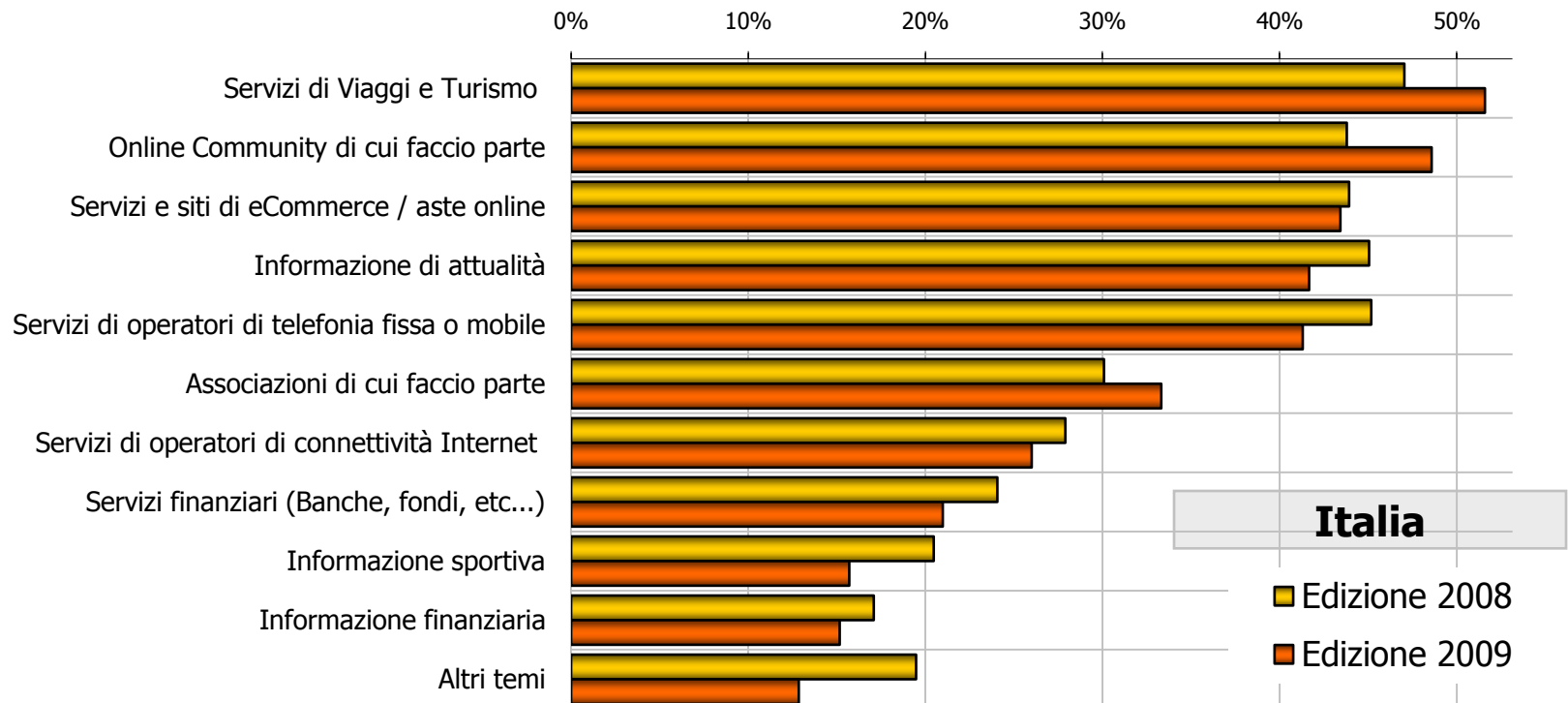
Italia

Key findings

Mailing list: contenuti e servizi

- Un tentativo di censimento delle liste basato sul ricordo mostra **un mercato estremamente frantumato**, sia nell'elevatissimo numero degli operatori menzionati che nella varietà degli argomenti e dei servizi erogati attraverso la comunicazione via e-mail delle mailing list. Tra questi si distinguono i servizi per viaggi e turismo (52% degli utenti), social networks e online communities (49%), siti di e-commerce (43%)

Ripensando a tutte le e-mail che ricevi dalle mailing list a cui sei iscritto, di quali temi trattano?

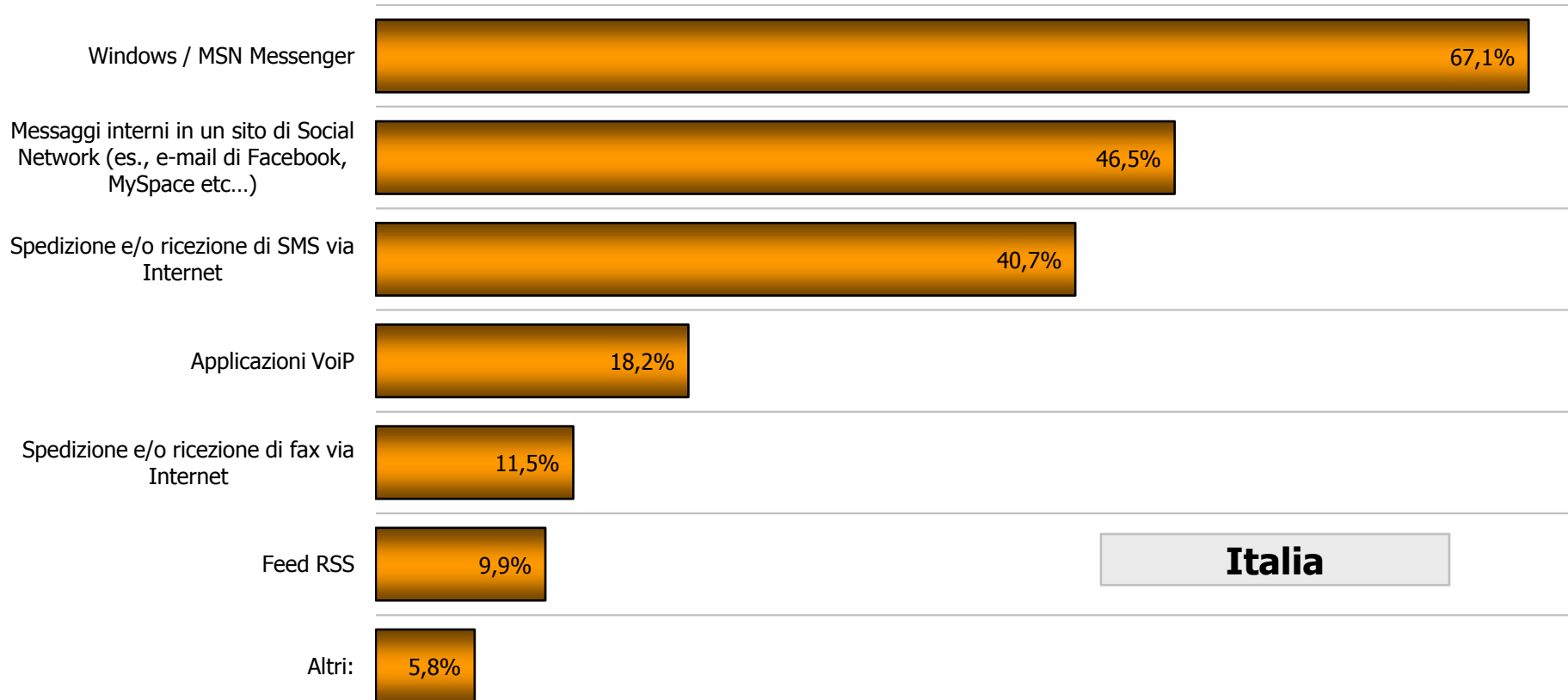


Key findings

Sistemi di messaggistica alternativi: volumi di utilizzo

- Tra i sistemi di messaggistica alternativi all'e-mail il più popolare è il messenger (per **due terzi** degli utenti), le applicazioni Voip (**18%**) e l'SMS da Web, utilizzato dal **40%** degli utenti Internet italiani

Oltre all'e-mail, quali tra questi altri sistemi di messaggistica e comunicazione utilizzi abitualmente su Internet?





La versione completa della ricerca
"E-mail Marketing Consumer Report 2009 – Italia"
e la stessa ricerca effettuata sul mercato spagnolo
per un totale di

129 pagine - 105 grafici - oltre 1600 interviste effettuate

sono scaricabili gratuitamente sul sito

www.contactlab.com

Grazie per l'interesse e a presto

E-mail Marketing Consumer Report 2009

Copyright

- *Tutti i materiali, i dati e le informazioni pubblicati all'interno della ricerca "E-mail Marketing Consumer Report 2009" sono no copyright: possono, cioè, essere riprodotti, modificati, distribuiti, trasmessi, ripubblicati o in altro modo utilizzati, in tutto o in parte, senza il preventivo consenso di ContactLab, a condizione che tali utilizzi avvengano per finalità di uso personale, studio, ricerca o comunque non commerciali e che sia citata la fonte attraverso la seguente dicitura, impressa in caratteri ben visibili: "www.contactlab.com"*
- *Se la ricerca viene riprodotta integralmente deve apparire la dicitura "Ricerca pubblicata da ContactLab". Se la ricerca viene solo citata o pubblicata in modo parziale, è sufficiente indicare l'indirizzo web del nostro sito. Nel caso in cui gli articoli non vengano pubblicati integralmente è necessario specificare che se ne stanno utilizzando solo delle parti (ad esempio attraverso l'uso di puntini di sospensione) e indicare distintamente che la ricerca integrale è disponibile sul sito www.contactlab.com. In nessun caso è consentita l'alterazione - neppure di minima entità - del testo originale*
- *Ove i materiali, dati o informazioni siano utilizzati in forma digitale, la citazione della fonte dovrà essere effettuata in modo da consentire un collegamento ipertestuale (link) alla home page www.contactlab.com*
- *In ogni caso, dovrà essere data tempestiva comunicazione dell'avvenuta riproduzione dei materiali tratti da www.contactlab.com, inviando una e-mail al seguente indirizzo, marketing@contactlab.com, allegando, laddove possibile, copia elettronica dell'articolo in cui i materiali sono stati riprodotti*



Via Natale Battaglia, 10

20127 Milano

Tel. + 39 02 28 31 181

Fax + 39 02 70 03 02 69

E-mail: marketing@contactlab.com

www.contactlab.com