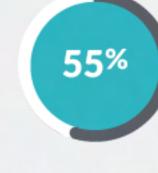


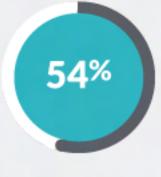
## **EQUIPEMENTS INTERNET**



utilisent un ordinateur, un smartphone et une tablette



de ceux qui utilisent un ordinateur personnel pour se connecter à internet utilisent aussi un smartphone



des utilisateurs de smartphone sont aussi utilisateurs de tablettes

2,2 équipements en moyenne - 2,9 pour les multi-devices



2,1

adresses emails par internaute en moyenne

consultent leur boîte

principale au moins une



37%

reçoivent plus de 25 emails par jour



fois par jour

96%

les services administratifs

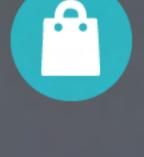


88%

gèrent leur correspondance personnelle



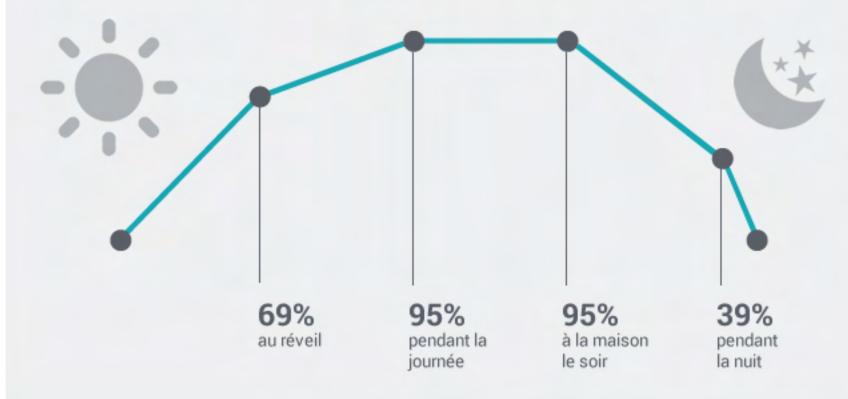
68%



65%

leurs achats et ventes privées

## MOMENTS DE CONSULTATION DE L'EMAIL



# SITUATIONS PROPICES A LA CONSULTATION



quand je m'ennuie

83%



pendant la pause déjeuner

72%

48%

dans les transports



35%

65%

au bureau



31%



parler à quelqu'un

pour éviter de



aux toilettes

### Acheteurs **Email Addicts** Détachés **Experts**

SEGMENTATION DES INTERNAUTES

18%

· Sensibles aux offres promotionnelles

Suréquipés en devices

Acheteurs cross-canal

Réticents

27%



25%



- Mobinautes

Sous équipés en devices

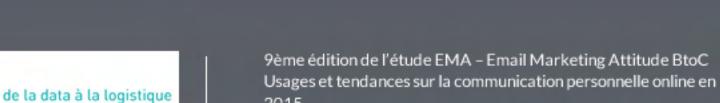
Peu acheteurs online et peu

sensibles aux offres commerciales

Perception négative de l'email



influencés



2015.

Marketing Services

sncd

Email-to-store

9ème édition de l'étude EMA – Email Marketing Attitude BtoC

Etude menée à l'initiative du SNCD et d'Experian Marketing Services auprès de 1 200 internautes. SNCD: www.sncd.org

www.experian.fr/marketing-services Copyright Experian Marketing Services

Experian Marketing Services