



Leonardo Kelmann

E-mail marketing: por que usar

Share:

Favoritos

5

Além de barato, o e-mail marketing tem o melhor retorno sobre investimento. Conheça os números que comprovam a eficácia deste canal.



Estamos abrindo este espaço para discutirmos e trocarmos ideias sobre relacionamento digital, principalmente, sobre e-mail marketing, que, neste grupo, além de ser a mídia mais eficiente, é, sem dúvidas, a mais barata.

Quando o assunto é e-mail marketing, acredito que a primeira pergunta é: Por que usar e-mail marketing?

Vamos ver algumas razões:

· Porque é o canal de relacionamento digital mais frequentemente utilizado. Segundo o estudo Channel Preferences Survey, de fevereiro de 2012, da ExactTarget, 91% das pessoas vê seu e-mail diariamente, contra 57% para Facebook e SMS, e menos de 30% para outras formas, como check-ins via redes sociais, aplicativos de mensagens, Twitter ou LinkedIn;

· Também é a opção preferida das pessoas para receber ofertas. E este número cresceu de 72%, em 2008, para 77%, em 2012. Neste tópico, é importante ressaltar também que a preferência é válida para todas as faixas de idade, ou seja, inclusive os jovens preferem receber as promoções por e-mail no lugar de outras mídias mais próximas, como redes sociais, SMS ou aplicativos de celular;

· 63% das pessoas usam e-mail para compartilhar conteúdos, bem a frente dos 33% que usam Facebook ou 29% que fazem uso do telefone;

· Segundo o site mediapost.com, comparando com outras mídias, o e-mail traz o melhor ROI (sigla em inglês para retorno sobre o investimento), sendo US\$ 40,00 de faturamento para cada dólar investido, contra US\$ 17,00 de faturamento obtido em publicidade com palavras-chave ou banners. As taxas de clique (ou click-through, no termo original) são em torno de 5% para e-mail, comparado com 0,8% de banners. E no Brasil, como se comporta este público?

- Em 2012, segundo o relatório 17, The Digital Carnival, da ExactTarget, 91% dos consumidores on-line recebem ao menos um e-mail por dia com promoções autorizadas. Para compararmos, 77% dos usuários ativos do Facebook curtiram alguma empresa ou marca e apenas 26% dos usuários ativos do Twitter seguem uma empresa ou marca;

- 46% dos brasileiros citaram e-mail como a primeira comunicação on-line diária. Facebook é citado por 27% das pessoas, enquanto sites de notícias e portais representam 7%.

A ideia é mostrar alguns dos muitos números que comprovam a eficiência do e-mail marketing. Nas nossas próximas conversas, iremos nos aprofundar neste universo do relacionamento digital para entendermos como ele pode ser útil na sua empresa.

E como este é um canal informativo e democrático, fique a vontade para fazer suas perguntas e trocar experiências. Espero encontrá-los em breve!

Leonardo Kelmann tem 15 anos de experiência em tecnologia e é responsável pela unidade de negócios de outsourcing da **Insight Media**