

EUROPEAN E-MAIL MARKETING CONSUMER REPORT 2009

► REPORT EUROPE

► REPORT ITALY

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

► REPORT FRANCE

► REPORT SPAIN

► REPORT GERMANY

► REPORT UNITED KINGDOM

ESTRATTO DEI RISULTATI DELLA RICERCA



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 20 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 50 professionisti esperti in information technologies and systems, comunicazione e marketing, business development, Internet and e-mail strategies.



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:

1. residenti in Italia e nati prima del 1993
2. che dichiarano di connettersi regolarmente alla Rete almeno una volta alla settimana, indipendentemente dal dispositivo e dal luogo di collegamento

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 attualizzata 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

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



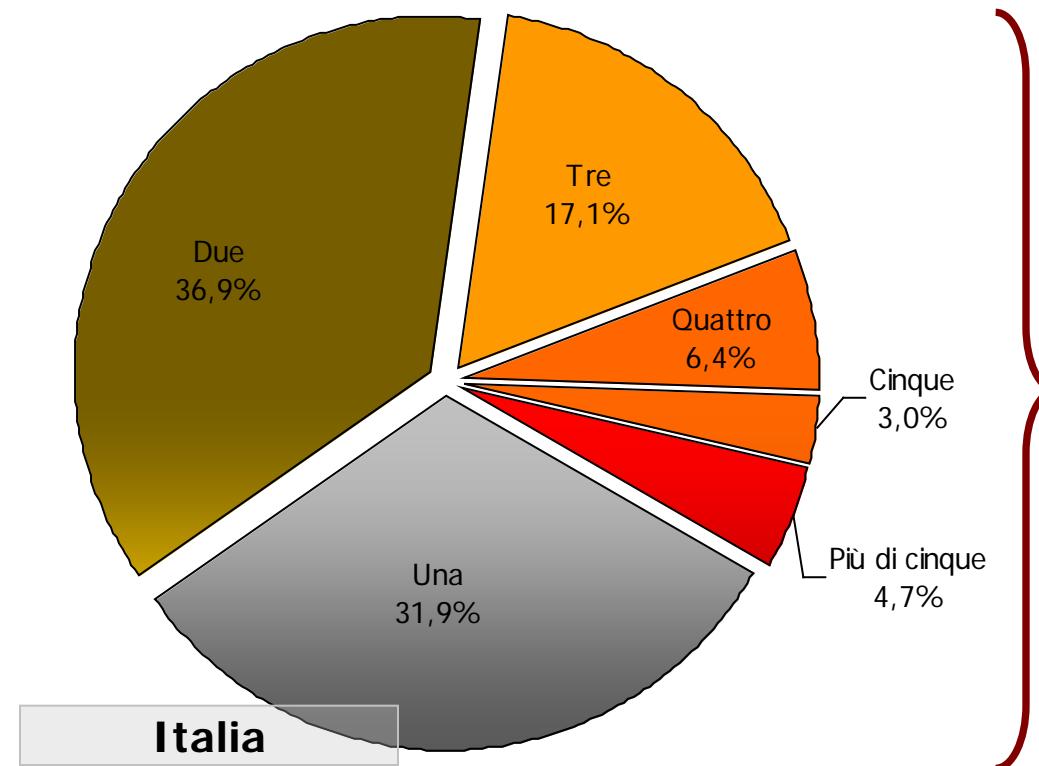
Utilizzo abituale dell'e-mail

Numero di caselle di posta elettronica utilizzate

Partiamo pensando alla posta elettronica e all'utilizzo che ne fai.

Quante diverse caselle di posta utilizzi abitualmente?

Base:
campione
casi
totale
914



Media: 2,30 caselle per utente

Totale: **51 milioni** le caselle di posta utilizzate dall'utenza Internet italiana

Circa il 55% dell'utenza Internet possiede e utilizza regolarmente tra due e tre caselle di posta elettronica.

Il 32% che dichiara di utilizzarne solo una sarà escluso da alcuni risultati presentati nelle prossime slide, relativi all'utilizzo di più caselle di posta.

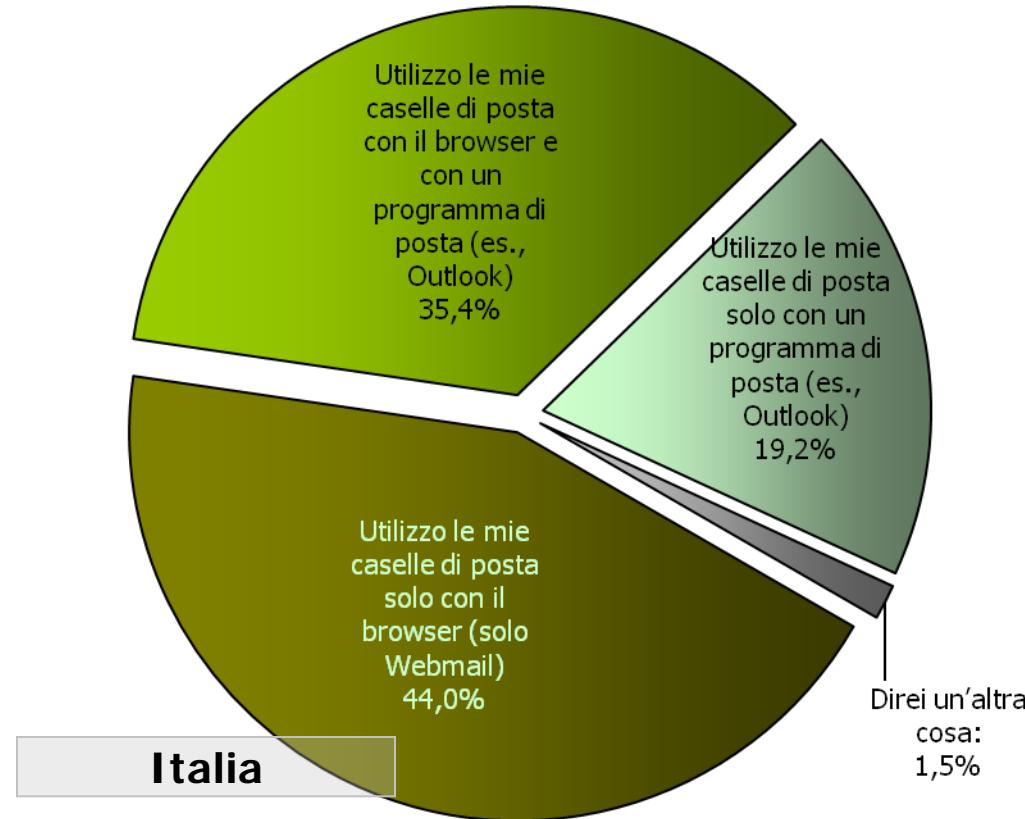


Utilizzo abituale dell'e-mail

Modalità di consultazione della casella di posta elettronica

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

Base: totale campione 914 casi



In Italia solo il 20% utilizza unicamente un lettore di posta (es. Outlook) per consultare la propria casella e-mail. E' prevalente l'utilizzo della Webmail, nell'80% dei casi, e fra questi più della metà dichiara di consultare la posta esclusivamente attraverso il Web.

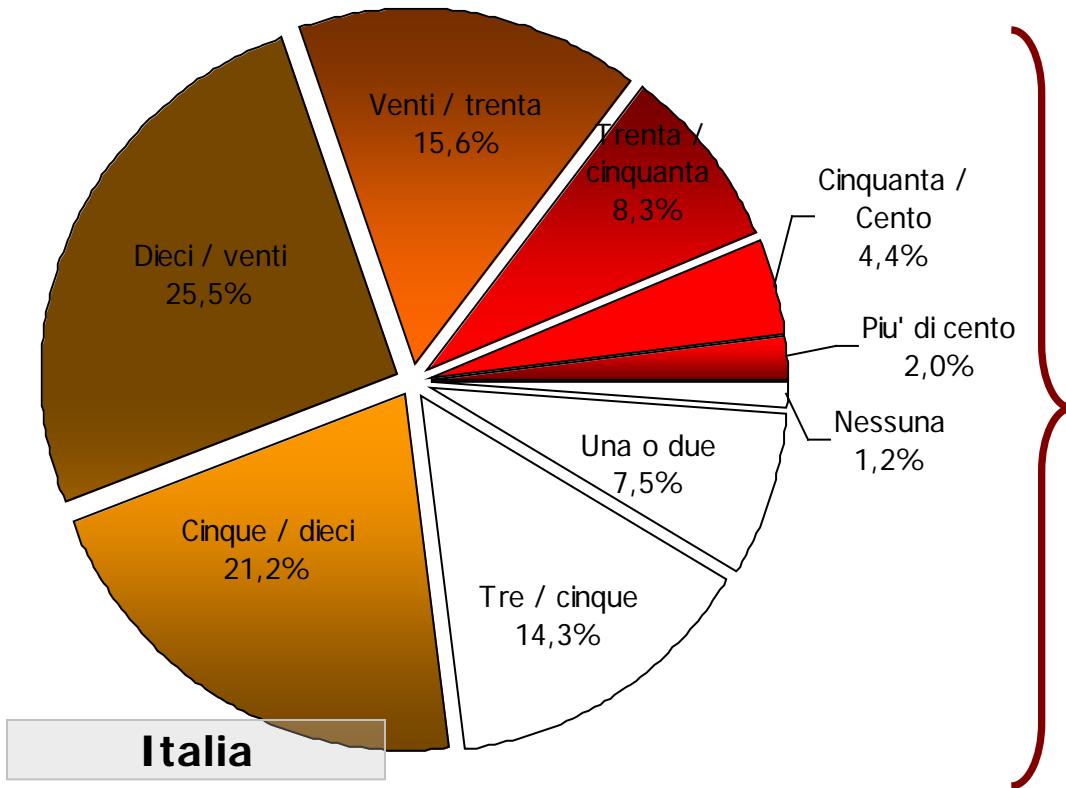


Utilizzo abituale dell'e-mail

Messaggi di posta elettronica ricevuti nel giorno medio

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

Base:
campione
casi
totale
914



Media: 19,1 e-mail ricevute per utente

Totale: 420 milioni di messaggi e-mail ricevuti ogni giorno agli utenti Internet italiani

Dalla distribuzione del numero di messaggi ricevuti per utente si ricava la stima del volume complessivo di messaggi di posta quotidianamente ricevuti dall'utenza Internet italiana, pari a 420 milioni di unità, poco meno di 20 per utente. La stima è ottenuta dal dato dichiarato dagli intervistati e si riferisce al giorno medio poiché non varia in funzione del giorno della settimana in cui è stata eseguita l'intervista.



Utilizzo abituale dell'e-mail

Dispositivi utilizzati per la consultazione della posta

*Quali dispositivi utilizzi per consultare le tue caselle di posta?
[segna tutti quelli che possiedi e utilizzi per consultare la posta elettronica]*

Base:
campione
casi

totale
914



Il 18% degli intervistati – corrispondente a un insieme di circa 4 milioni di individui – dichiara di utilizzare almeno un dispositivo mobile per consultare la propria casella di posta. Il valore rilevato è uguale a quello del 2008 anche se il mix che lo produce (iPhone, BlackBerry, smartphones...) è profondamente cambiato al proprio interno.



Dispositivo preferito in base alle situazioni

Confronto tra i dispositivi

*E pensando a queste situazioni, puoi per favore indicarci quale strumento preferiresti utilizzare?
[indica pure tutti e due se immagini di utilizzare entrambi senza preferenze]*

Base: campione di chi utilizza almeno un dispositivo evoluto E uno NON evoluto, 148 casi

Quando ricevo una e-mail che mi chiede di seguire un link sul Web preferisco utilizzare...



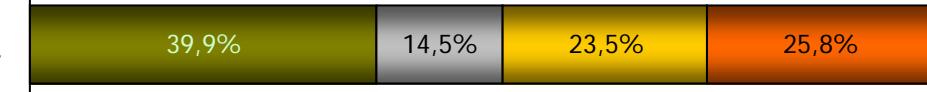
Quando devo fare un'operazione dispositivo in Banca (es., un bonifico) preferisco utilizzare...



Quando voglio leggere le ultime notizie su un quotidiano online uso...



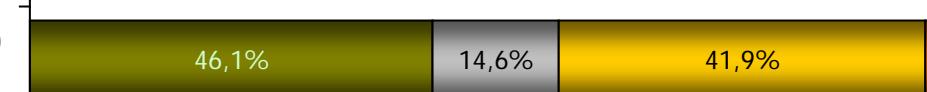
Quando voglio vedere l'andamento dei titoli di borsa uso...



Quando devo scrivere una e-mail preferisco farlo con...



Per leggere le novità su un sito che mi interessa (es., un blog) uso...



Per acquistare un biglietto aereo / del treno, uso...



Voglio cercare una destinazione per la mia prossima vacanza, per informarmi preferisco usare...



■ Il PC

□ Il mio dispositivo mobile

■ Entrambi (PC e dispositivo mobile)

□ Nessuno di questi

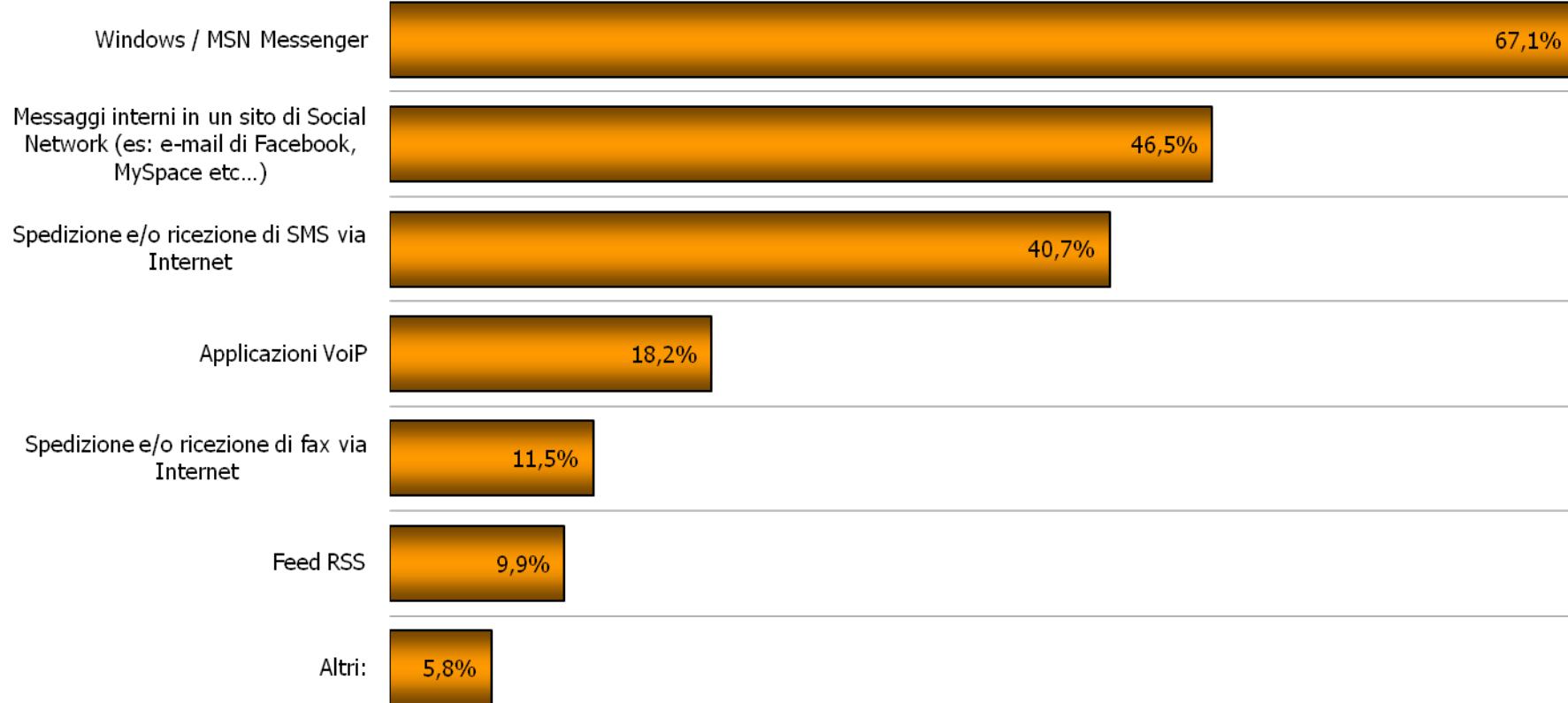


Sistemi di messaggistica e comunicazione

Utilizzo di soluzioni diverse dall'e-mail

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

Base: totale campione
914 casi



Windows / MSN Messenger conserva in Italia la posizione di leadership nella famiglia dei tool di messaggistica via Internet. Da notare il peso significativo dei messaggi intra-community nei siti di social network e la popolarità del sistema di gestione degli sms da Web.



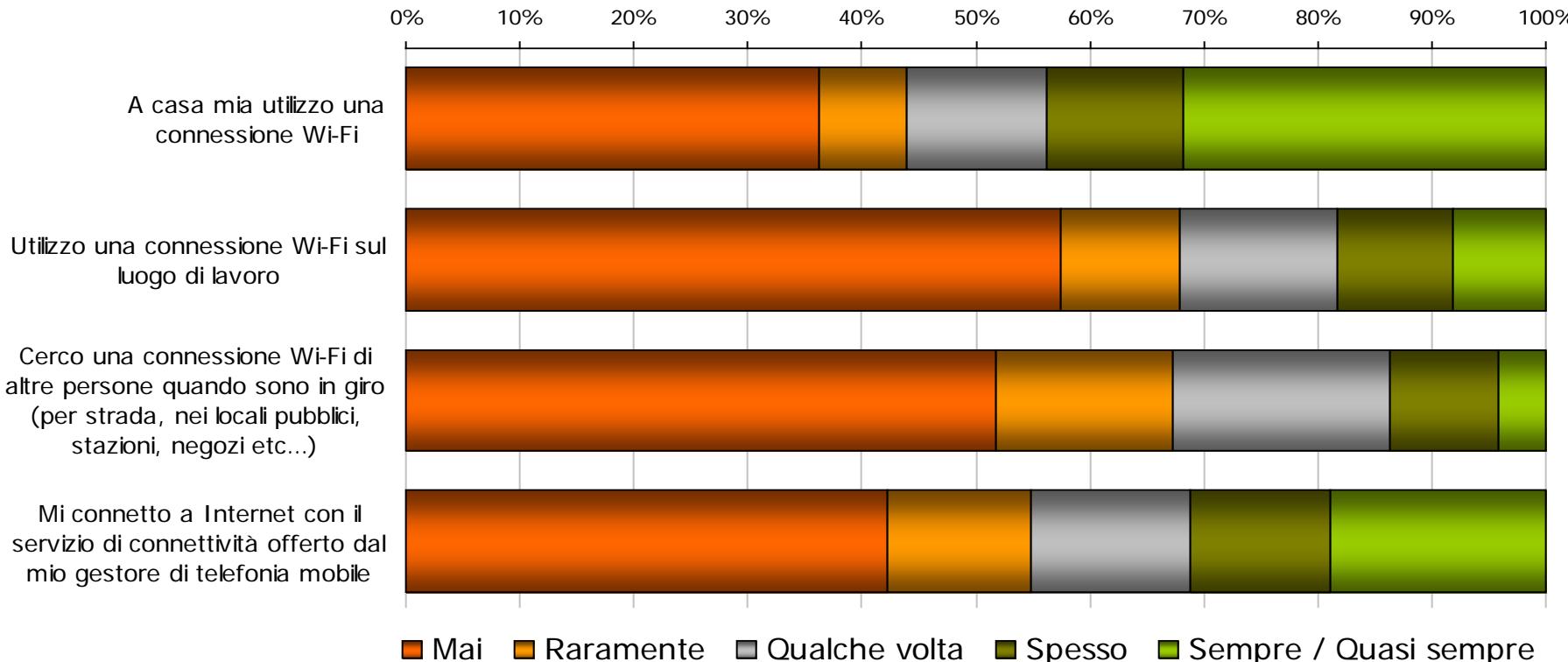
Connessione wireless ad Internet

Situazioni tipiche

Ti presentiamo ora alcune tipiche situazioni in cui ci si può connettere a Internet per consultare e scrivere messaggi di posta elettronica. Puoi dirci con quale frequenza ti capita di vivere queste situazioni?

[segna tutti quelli che utilizzi abitualmente]

Base:
campione
casi
totale
914



L'utilizzo della connessione Wi-Fi da casa copre più del 40% dell'utenza Internet italiana. Molto minore il ricorso alla connettività wireless dal lavoro e ancora minore l'incidenza della connettività Wi-Fi nei luoghi pubblici. I subscriber dei servizi di connettività offerti dai gestori mobile arrivano a coprire un utente Internet su tre (7 milioni di individui).



La ricerca completa

E-mail Marketing Consumer Report 2009 / Italia

arricchita di una sezione inedita con approfondimenti
sull'utilizzo dell'e-mail in mobilità

è scaricabile 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, 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*

La ricerca è stata condotta da Human Highway, che è da ritenersi responsabile di tutti i contenuti pubblicati.



Via Natale Battaglia, 12

20127 Milano

Tel. + 39 02 28 31 181

Fax + 39 02 70 03 02 69

E-mail: marketing@contactlab.com

www.contactlab.com

Milan - Rome

London - Madrid - Munich - Paris