

Email w biegu.

Jak dziś sprawdzamy pocztę elektroniczną?



O badaniu

Raport przedstawia najnowsze tendencje i trendy w sposobach sprawdzania poczty email oraz jest barometrem popularności urządzeń mobilnych w Polsce. Jest również próbą odpowiedzi na pytania, z którymi borykają się w szczególności specjaliści email marketingu oraz liderzy opinii:

- ✔ na jakich urządzeniach zazwyczaj sprawdzana jest poczta email
- ✔ do czego najczęściej wykorzystywane są smartfony przez polskich użytkowników
- ✔ jaką rolę odgrywają smartfony w procesie sprawdzania poczty
- ✔ czy marketerzy powinni brać pod uwagę urządzenia mobilne podczas planowania kampanii mailingowej
- ✔ czy wiadomości email otwierane za pomocą urządzeń mobilnych mogą przyczynić się do decyzji zakupowych i szeroko pojętej konwersji.

Badanie zostało przeprowadzone w okresie 22.06 – 25.07.2012 r. na grupie 959 respondentów z różnej wielkości firm z 16 branż.

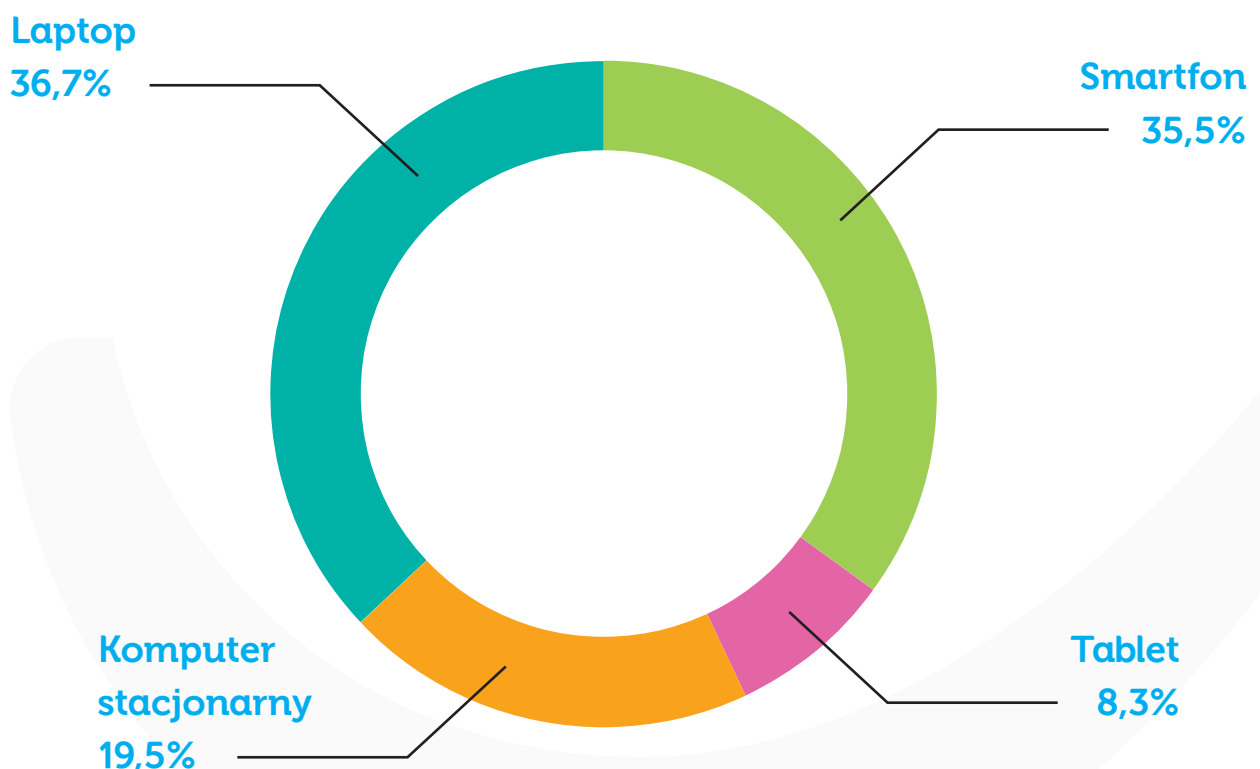
Ogólnie wnioski z badania

- ✔ 1/3 respondentów jest użytkownikami smartfonów
- ✔ Sprawdzanie poczty email - do tego najczęściej wykorzystywany jest smartfon (oprócz wykonywania połączeń telefonicznych)
- ✔ Blisko 40% badanych sprawdza pocztę email w laptopie
- ✔ Blisko 68% ankietowanych sprawdza pocztę email (zarówno służbową, jak i prywatną) na urządzeniach mobilnych
- ✔ Tylko 8,4% badanych od razu kasuje wiadomość, jeśli nie wyświetla się ona poprawnie w smartfonie
- ✔ 63,3% osób wykorzystujących smartfon do sprawdzania poczty email prowadzi za pomocą tego urządzenia aktywną korespondencję – pisze i wysyła emaile.

Urządzenia codziennego użytku

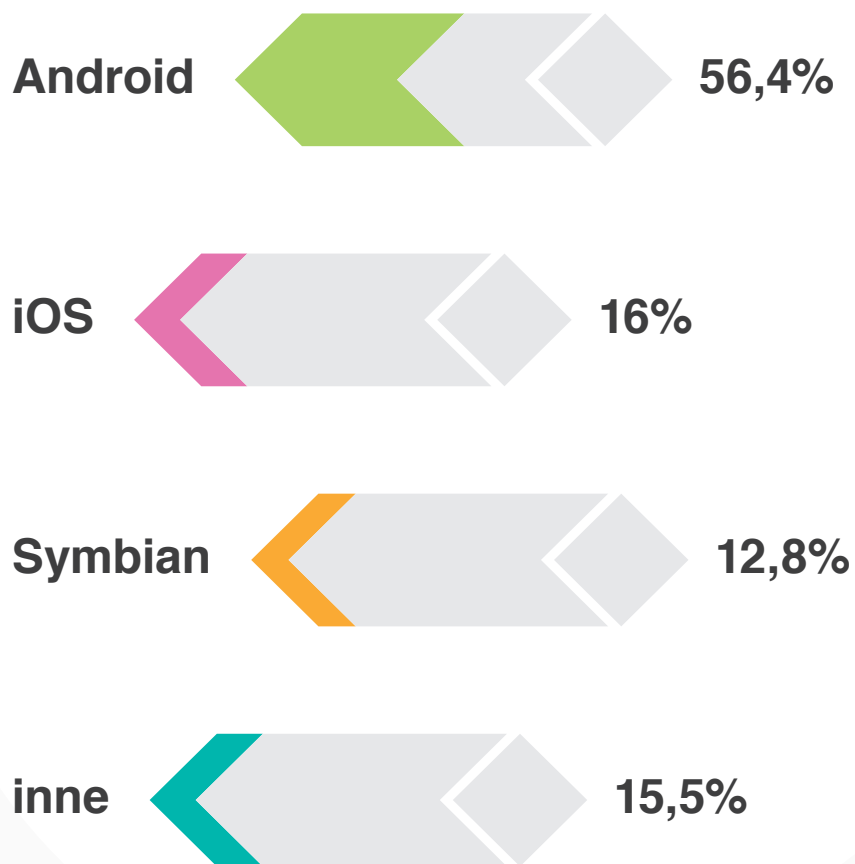
Mobilność – zdecydowanie tym kierują się na co dzień respondenci badania. Mimo, że najpopularniejszym urządzeniem wciąż jest laptop – korzysta z niego 36,7% użytkowników – smartfon osiągnął tylko minimalnie gorszy wynik, 35,5%. Co ciekawe, wyraźny trend mobilności podkreśla niewielka liczba użytkowników komputerów stacjonarnych. Korzysta z nich niespełna 20% badanych.

Natomiast urządzeniem cieszącym się wciąż relatywnie niską popularnością wśród polskich użytkowników jest tablet, z którego korzysta tylko 8,3% Polaków.



Najpopularniejszy system operacyjny

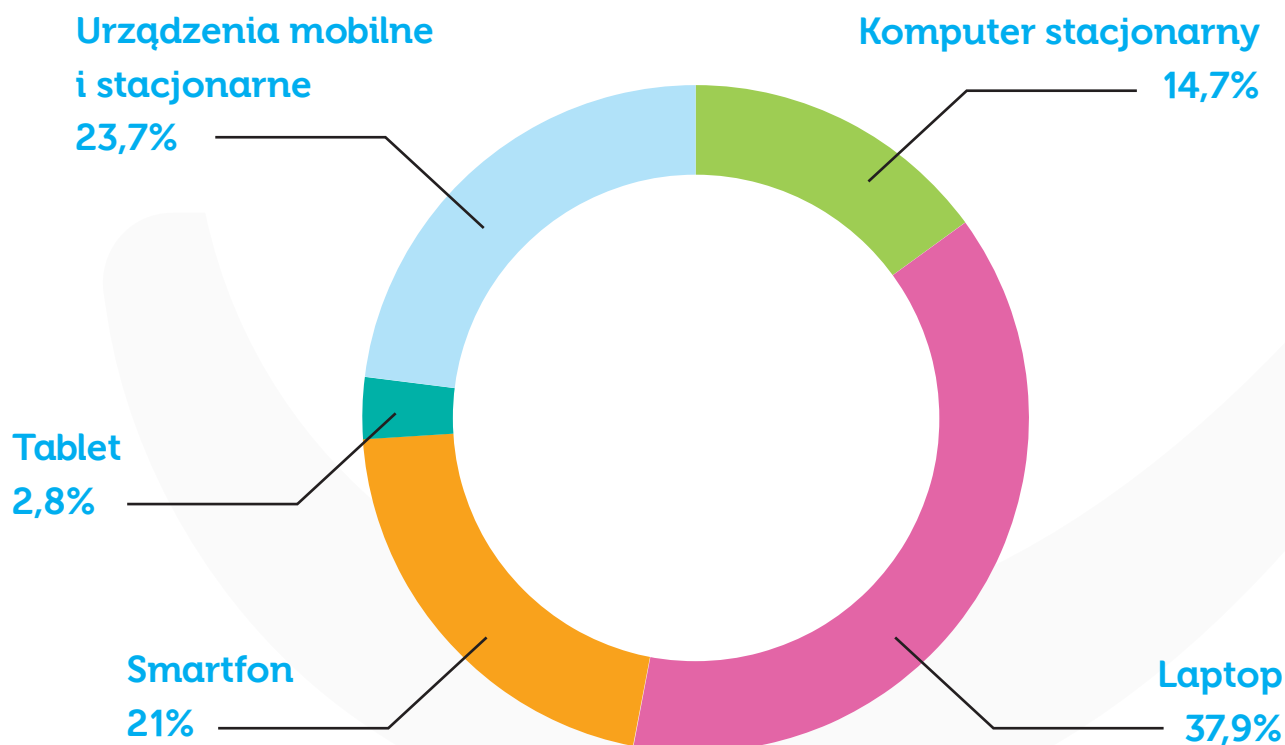
Bezkonkurencyjny okazał się system operacyjny firmy Google – Android. Korzysta z niego ponad połowa użytkowników smartfonów. Na drugim miejscu z wynikiem 16% uplasował się system operacyjny firmy Apple – iOS. Tuż za nim, z minimalnie gorszym wynikiem, znalazł się Symbian – 11,8%.



W jaki sposób najczęściej sprawdzana jest poczta email?

Niemal 24% respondentów wykorzystuje do sprawdzania poczty email jednocześnie urządzenia mobilne i stacjonarne. Natomiast, najczęściej używanym w tym celu narzędziem, jest laptop – 37,9%. Na drugim miejscu uplasował się smartfon - do sprawdzania poczty email wykorzystuje go 21% użytkowników. Co ciekawe, korzystanie z komputera stacjonarnego zadeklarowało jedynie niecałe 15% ankietowanych.

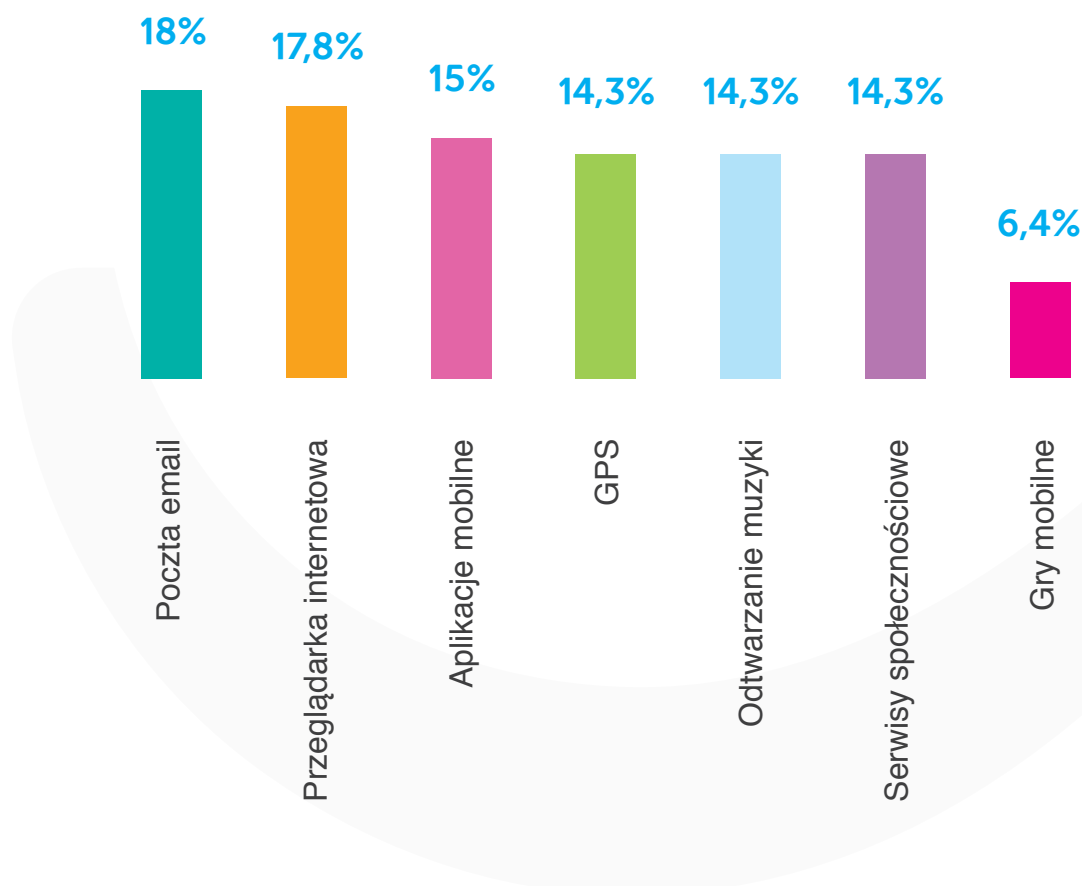
Najrzadziej wykorzystywany do sprawdzania poczty email jest tablet. W tym celu korzysta z niego jedynie 2,8% ankietowanych.



Do czego – oprócz połączeń telefonicznych – najczęściej wykorzystywany jest smartfon?

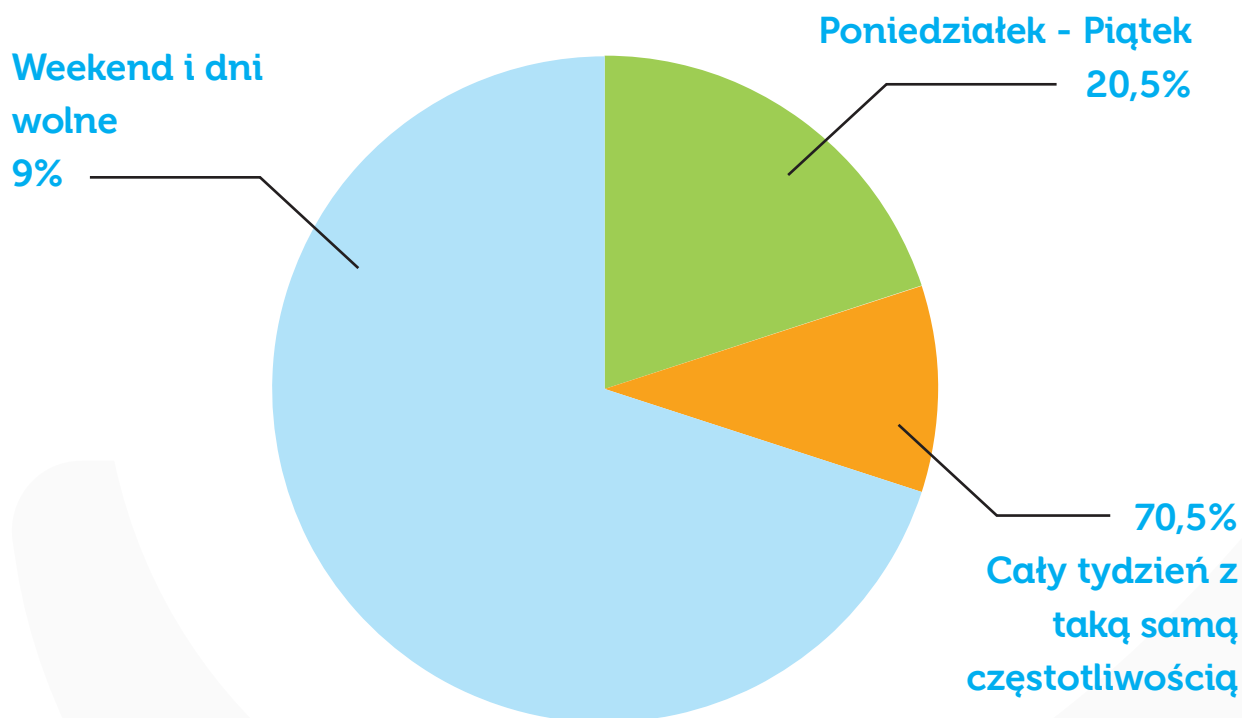
Najwięcej, bo ponad 18% użytkowników, wykorzystuje swoje telefony do sprawdzania poczty email. Na drugim miejscu – z niewiele gorszym wynikiem – znalazło się przeglądanie stron internetowych (17,8%). Ostatnie miejsce na podium w tej kategorii przypadło aplikacjom mobilnym, z których systematycznie korzysta niemal 15% użytkowników smartfonów.

Na kolejnych miejscach znalazły się: nawigacja GPS – 14,3%, odtwarzanie muzyki i serwisy społecznościowe – 14,1% oraz gry mobilne – 6,4%.



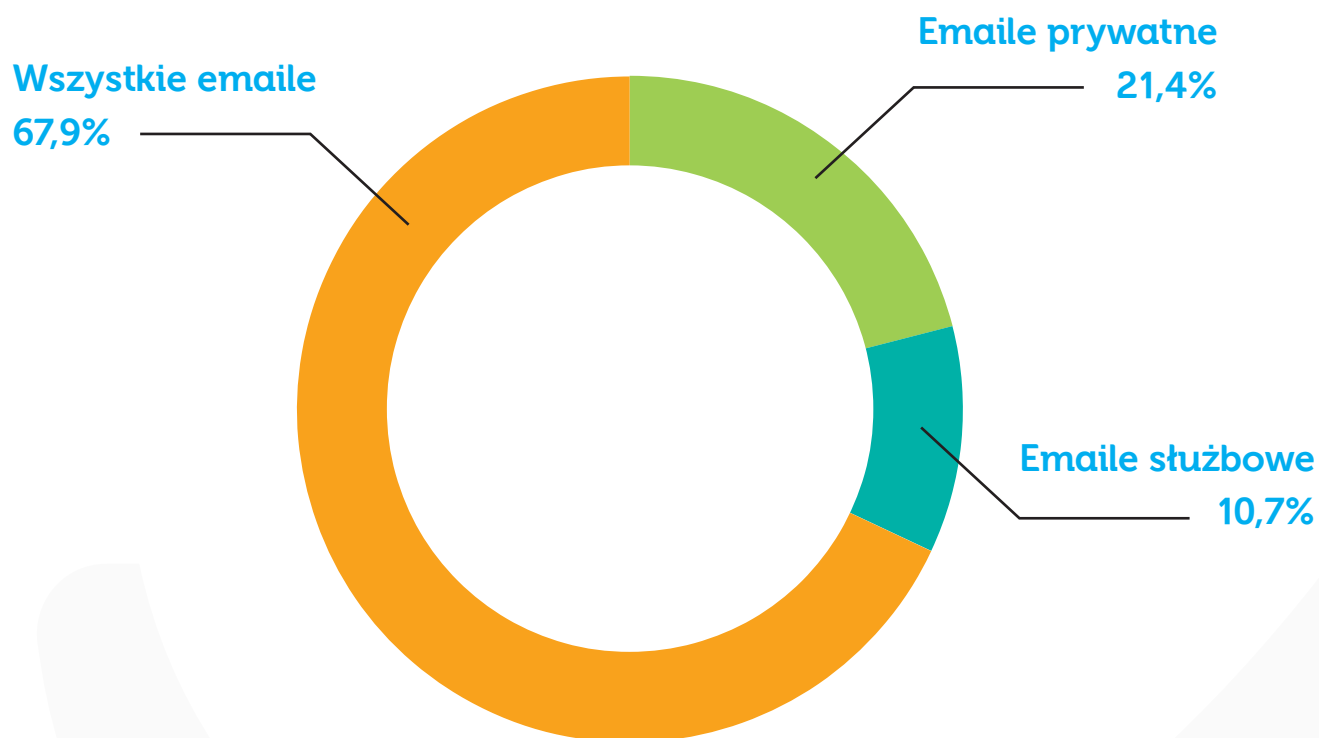
Poczta email w smartfonie vs. dni tygodnia

Zdecydowana większość (70,5%) użytkowników wykorzystujących smartfony do sprawdzania poczty email, robi to regularnie z taką samą intensywnością przez wszystkie dni tygodnia. Jedynie 9% użytkowników wykorzystuje smartfony do sprawdzania poczty tylko w weekendy oraz dni wolne, a 1/5 robi to wyłącznie od poniedziałku do piątku.



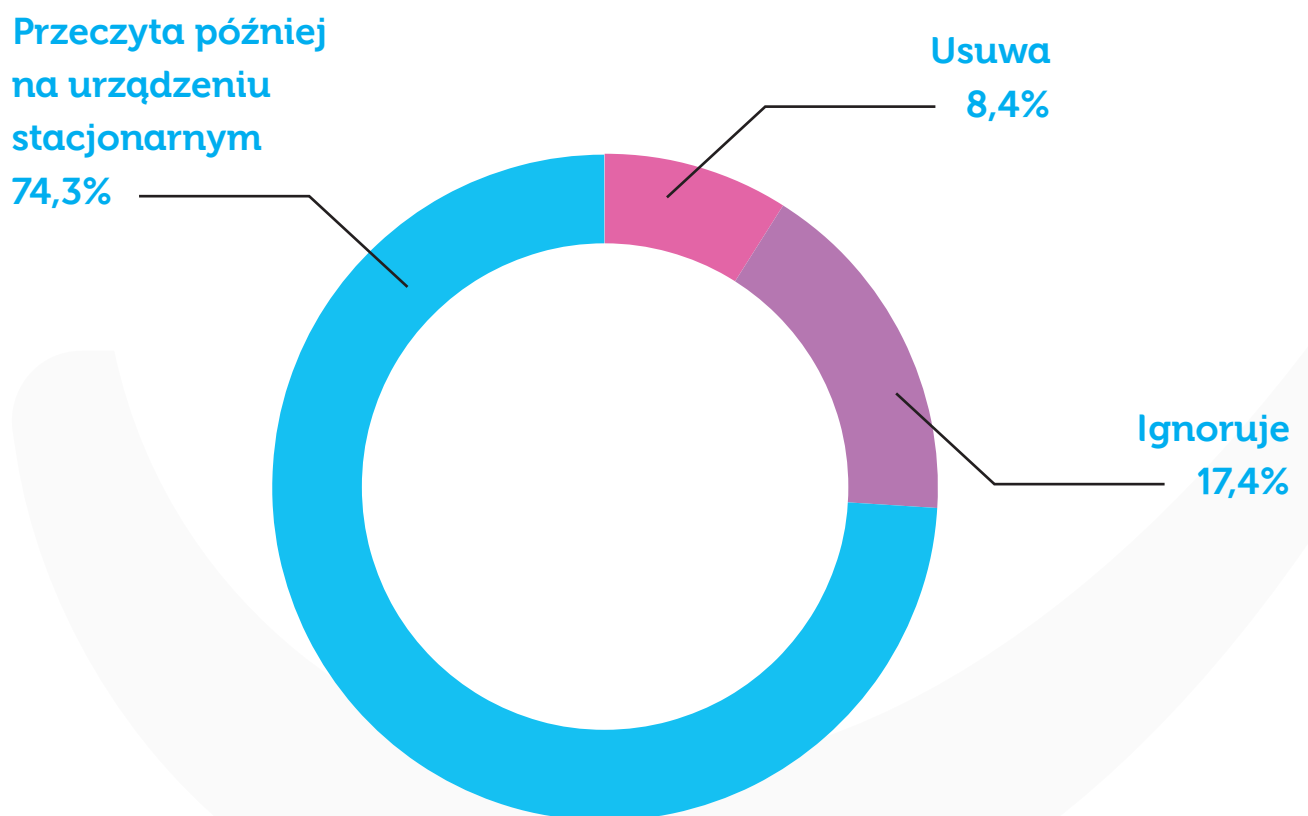
Wiadomości prywatne czy służbowe?

Niemal 68% badanych wykorzystuje smartfony do sprawdzania zarówno korespondencji służbowej, jak i prywatnej. Jedynie 10,7% użytkowników zadeklarowało, że w komórce sprawdzają wyłącznie wiadomości służbowe. Z kolei, 21,4% sprawdza w ten sposób jedynie korespondencję prywatną.



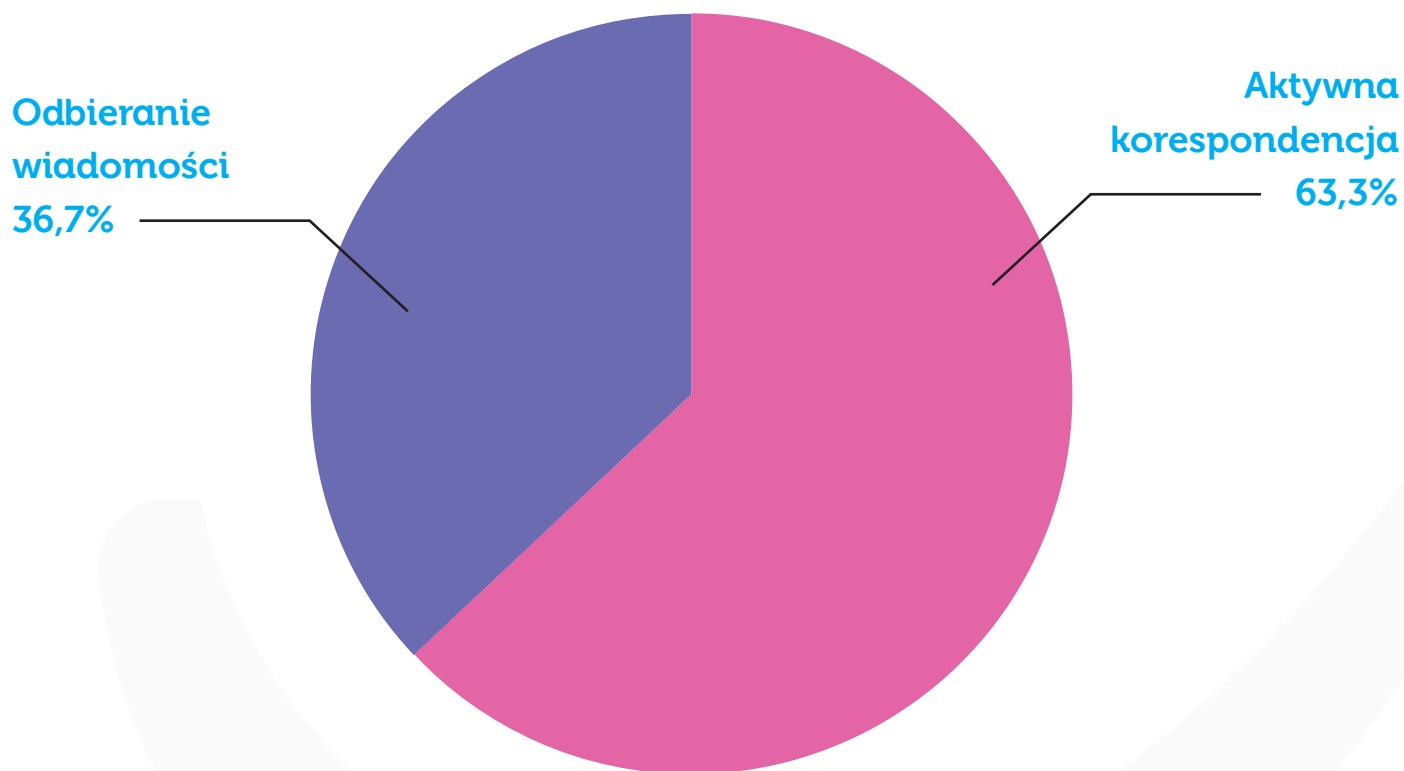
Jeżeli email nie wyświetla się poprawnie na smartfonie to...

W przeciwieństwie do rynku amerykańskiego, 74,3% polskich użytkowników smartfonów deklaruje, że w przypadku, gdy otrzymana wiadomość nie wyświetla się poprawnie na urządzeniu mobilnym, to zostanie ona później przeczytana jeszcze raz na urządzeniu stacjonarnym. Jedynie 8,4% użytkowników ją usunie, a 17,4% po prostu zignoruje.



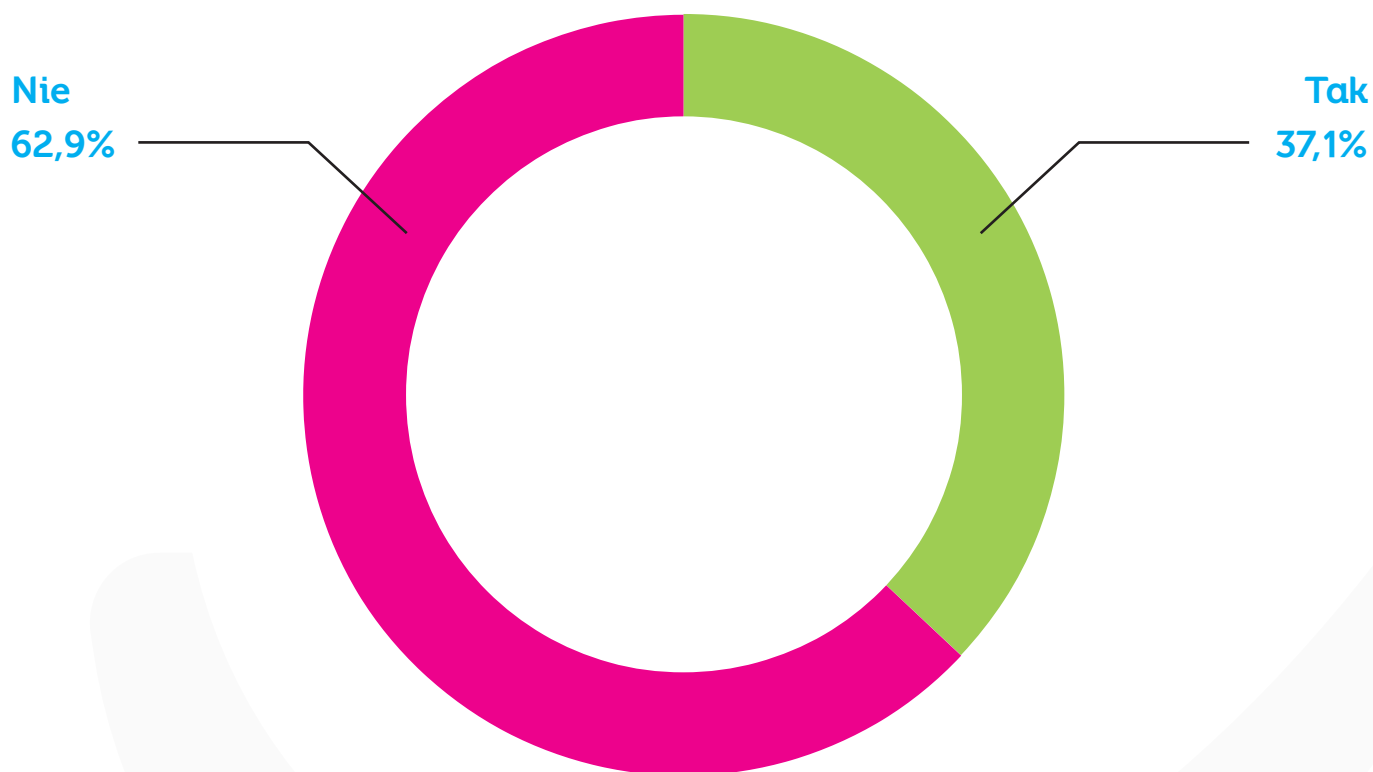
“Za pomocą smartfona prowadzę aktywną korespondencję emailową”

W ten sposób odpowiedziało ponad 63,3% respondentów. Oznacza to, że ponad połowa osób wykorzystujących smartfony do sprawdzania poczty email, zarówno pisze i wysyła emaile, jak i odbiera oraz przegląda wiadomości przychodzące za pomocą tego urządzenia. Zaś 36,7% ogranicza się jedynie do odbierania i przeglądania emaili.



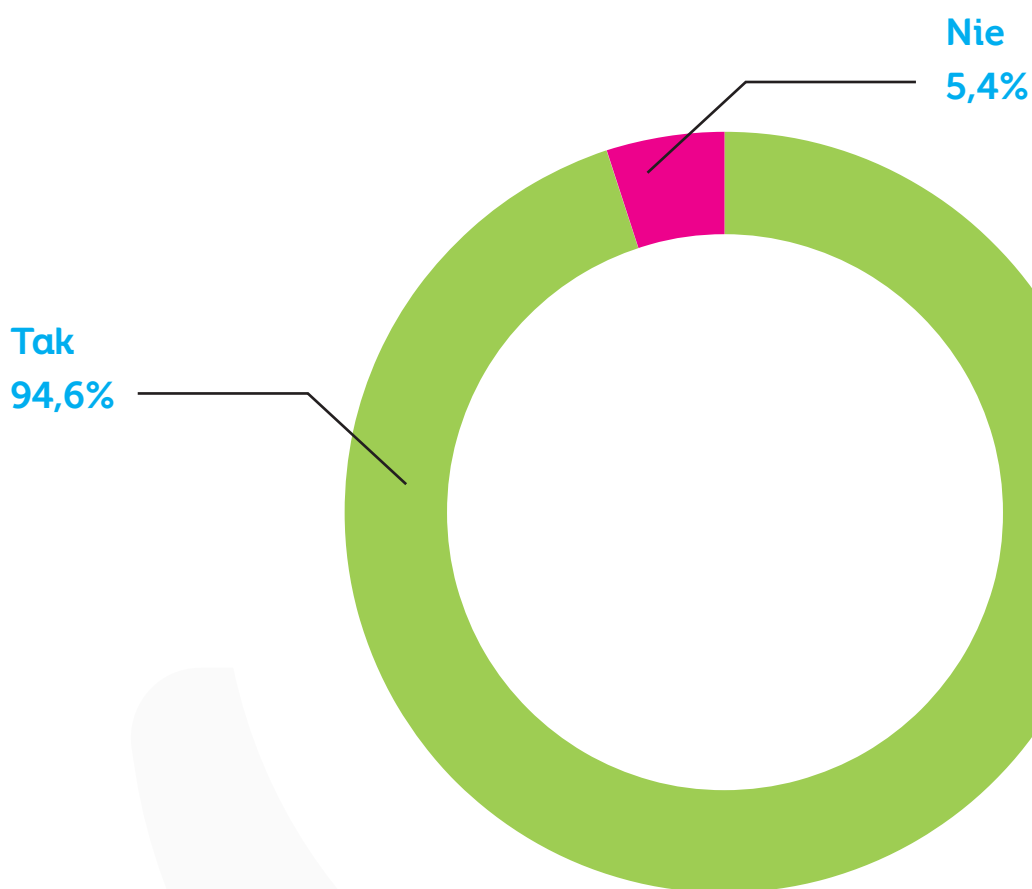
Newslettersy przeczytane w smartfonach jeszcze nie sprzedają

Ponad połowa (62,9%) użytkowników smartfonów wykorzystujących je do sprawdzania poczty email przyznało, że newsletter przeczytany na urządzeniu mobilnym nie skłonił ich do zakupu reklamowanego produktu. Natomiast przeciwnego zdania było 37,1% użytkowników.



Urządzenia mobilne są wygodnym sposobem komunikacji

Respondenci niemal jednogłośnie uznali, że urządzenia mobilne są wygodnym sposobem komunikacji. Twierdzącej odpowiedzi udzieliło blisko 95% z nich. Przeciwnego zdania było jedynie 5,4% ankietowanych.



Opinie ekspertów

Maciej Ossowski, Dyrektor Działu Edukacji i Optymalizacji w GetResponse

Wnioski płynące z badania GetResponse oraz trendów obserwowanych przez nas na rynkach zachodnich są jednoznaczne. Telefony wykorzystujemy dziś częściej do sprawdzania poczty czy przeglądania stron internetowych niż do czynności “pierwszego przeznaczenia”, czyli rozmów czy przesyłania wiadomości tekstowych.

Tempo “konsumpcji” poczty na urządzeniach mobilnych w USA jest jeszcze szybsze. Według badania agencji Return Path, do końca 2012 roku więcej emaili otwieranych będzie na smartfonach niż na laptopach i komputerach stacjonarnych. Dla marketerów to niezwykle ważna informacja i duży zwrot w optymalizacji kampanii email marketingowych.

Aby wyjść naprzeciw trendom i nadal uzyskiwać pożądany zwrot z email marketingowych inwestycji, należy korzystać z platform umożliwiających sprawdzenie poprawności wyświetlania mailingu na urządzeniach mobilnych oraz ilości użytkowników smartfonów wśród odbiorców naszych komunikatów.

Firmy takie jak GetResponse pomagają również marketerom w procesie optymalizacji, oferujących dziesiątki profesjonalnych, zoptymalizowanych pod kątem wyświetlania na smartfonach szablonów wiadomości w formacie HTML.

Marcin Żukowski - redaktor Media2.pl

Wyniki raportu potwierdzają to, o czym mówi się od dawna – mobile wypiera stacjonarne komputery i obecnie znajdujemy się w erze postPC. Ten trend z każdym rokiem robi się coraz silniejszy, a potwierdza to fakt, iż – zgodnie z raportem – jedynie 20% respondentów korzysta z komputerów stacjonarnych. Prawie 37% używa laptopów, a niecałe 36% smartfonów. Mniej popularne są tablety (prawie 9%), ale one są wciąż drogie i dużo osób nie widzi sensu ich kupowania. Ja również nie mam tabletu,

a korzystam ze smartfona i ultrabooka, co pozwala mi na bycie na bieżąco praktycznie w każdym miejscu i o każdej porze.

Trend mobilny potwierdzają wszystkie prezentowane wyniki. Mógłbym podpisać się praktycznie pod każdym z nich. Jeszcze kilka lat temu mój kontakt ze światem odbywał się przez telefon komórkowy, który wykorzystywałem do SMSów i telefonów, a także stacjonarny komputer, na którym używałem maila i komunikatorów. Potem zamiast stacjonarnego komputera pojawił się laptop, a następnie smartfon. Wszechogarniające nas WIFI, a także 3G sprawiają, że teraz w każdej chwili mam dostęp do poczty, a to zupełnie zmieniło moją pracę. Smartfon w ogóle zmienił moje życie i myślę, że podobnie jest w przypadku wielu innych osób.

Dzisiaj dostęp do maila mam w każdej chwili. Moja narzeczona ma już tego momentami zdecydowanie dość. To nasuwa mi dwa wnioski – po pierwsze, mobilny e-mail to niesamowite udogodnienie, ale z drugiej strony rozwój mobile powoduje pewne nowe zagrożenia. Każdy z nas chce być online przez 24/7, a to jest już groźne. Dostajemy maila i od razu na niego odpisujemy. Powiadomienia push sprawiają, że mail jest już praktycznie SMSem. Coraz więcej z nas, na co wskazują wyniki raportu, korzysta ze służbowego maila w smartfonie. To sprawia, że granica na linii praca-dom praktycznie przestaje istnieć. Oczywiście chwalimy sobie to, że dzisiaj możemy pracować z domu, z kawiarni czy z wakacji, ale coraz większa obecności e-maili w naszych smartfonach powoduje, iż musimy być coraz bardziej czujni, aby nie stać się uzależnionymi od technologii i jej dobrodziejstw.

Ewa Bartnik - eKomeracyjnie.pl

Coraz więcej osób docenia zalety smartfona i za jego pomocą przegląda strony www, sprawdza pocztę e-mail i korzysta z mobilnych aplikacji. Pytanie tylko, czy drzemie tu potencjał sprzedażowy? Moim zdaniem – tak, i to duży. Trzeba tylko pamiętać o tym, że użytkownik mobilny ma nieco inne potrzeby, niż ten korzystający z komputera stacjonarnego czy laptopa.

W odpowiedziach do badania GetResponse, prawie 2/3 osób prowadzących aktywną korespondencję e-mailową za pomocą smartfona przyznało, że newslettery odczytywane na tym urządzeniu nie skłaniają ich do zakupu danego produktu czy usługi. Gdzie leży przyczyna? Na pewno wiele mailingów reklamowych nie było dostosowanych do odczytu na małym ekranie.

Ale co z tymi, które spełniały warunki mobilnego usability, a mimo to były nieskuteczne? Problem może leżeć już nie w samej kreacji reklamowej, ale w dalszych krokach, które potrafią bardzo skutecznie zniechęcić do sfinalizowania transakcji.

Pamiętajmy, że użytkownik mobilny może przeczytać naszą wiadomość właściwie wszędzie. Jeśli chcemy go skłonić do zakupów impulsywnych, musimy mu umożliwić dokonanie transakcji w sposób łatwy, szybki i przyjemny – w przeciwnym wypadku cała komunikacja będzie niewiele warta. Użytkownik, który utknie w koszyku albo na etapie logowania czy dokonywania płatności, może już nie chcieć ponownie wracać do naszej oferty. Zanim to zrobi, otrzyma już serię kolejnych, równie interesujących. Co prawda, ponad 70% użytkowników smartfonów biorących udział w badaniu zadeklarowało, że ponownie przeczyta na innym urządzeniu te wiadomości, które nie wyświetliły się poprawnie. Ale nie łudźmy się – nie sądzę, aby ta odpowiedź dotyczyła promocyjnych newsletterów od sklepów. Użytkownicy mieli zapewne na myśli korespondencję prywatną lub służbową, a nie marketingową.

Dla współczesnego użytkownika smartfon to nie tylko urządzenie do komunikacji, ale także mini-komputer, centrum rozrywki, urządzenie nawigacyjne – długo by wymieniać, co jeszcze. Zanim jednak stanie się skutecznym narzędziem sprzedażowym, trzeba jeszcze wielu starań ze strony nie tyle samych użytkowników, co sprzedawców i współpracujących z nimi marketerów.

O GetResponse

Platforma GetResponse jest produktem firmy Implex, posiadającej ponad 13-letnie doświadczenie w email marketingu. Z usługi korzysta obecnie ponad 250,000 klientów z blisko 200 krajów (w tym 5,200 klientów z Polski). GetResponse oferuje wiele praktycznych rozwiązań niezbędnych do prowadzenia efektywnych kampanii email marketingowych z wykorzystaniem narzędzi takich jak: newslettery (ponad 350 gotowych do użycia szablonów), wiadomości automatyczne, video emaile, ankiety internetowe, integracje z mediami społecznościowymi oraz rozbudowane statystyki. GetResponse oferuje również dedykowane rozwiązania dla klientów korporacyjnych.

Patroni badania

 NowyMarketing eKomericyjnie.pl MR) MEDIARUN.PL INTERNET STANDARD
STANDARD JEST JEDEN nf.pl media2.pl Dziennik Internautów
www.di24.pl