

DECLARED TOO **EASY FOR** MARKETERS

# BAROMÈTRE 2022

Découvre tous les chiffres de l'emailing pour  
les e-commerçants



**SOMMAIRE**



**Sur quelles données nous sommes-nous appuyés ?**

01

**Glossaire**

02

**Performances moyennes par secteur**

03

**Les scénarios les plus fructueux**

06



**Performances moyennes par jour**

04

**Ventes & événements du calendrier**

08

**7 conseils pour créer LE template d'email parfait**

11



**Comment augmenter l'adhésion de tes clients ?**

13



## **Sur quelles données nous sommes-nous appuyés ?**

**Les statistiques présentées dans ce baromètre s'appuient sur l'ensemble des campagnes emailing envoyées par nos 467 clients (en formule payante ou gratuite) en 2021.**

**Nos clients sont exclusivement des e-commerçants.**

## Glossaire



### Taux d'ouverture

Le nombre de contacts qui, après réception dans leur boîte email, ouvrent l'email.

Taux d'ouverture = (nombre d'ouvertures) / (nombre d'emails envoyés)

### Taux de clic

La part de tes contacts qui ouvrent et cliquent sur un lien présent dans l'email envoyé.

Taux de clic = (nombre de clics) / (nombre d'emails envoyés)



### Taux de désinscription

Tes contacts qui se désabonnent de tes campagnes d' emailing ou newsletter suite à la réception d'un email de ce type.

Taux de désinscription = (nombre de désinscriptions) / (nombre d'emails envoyés)

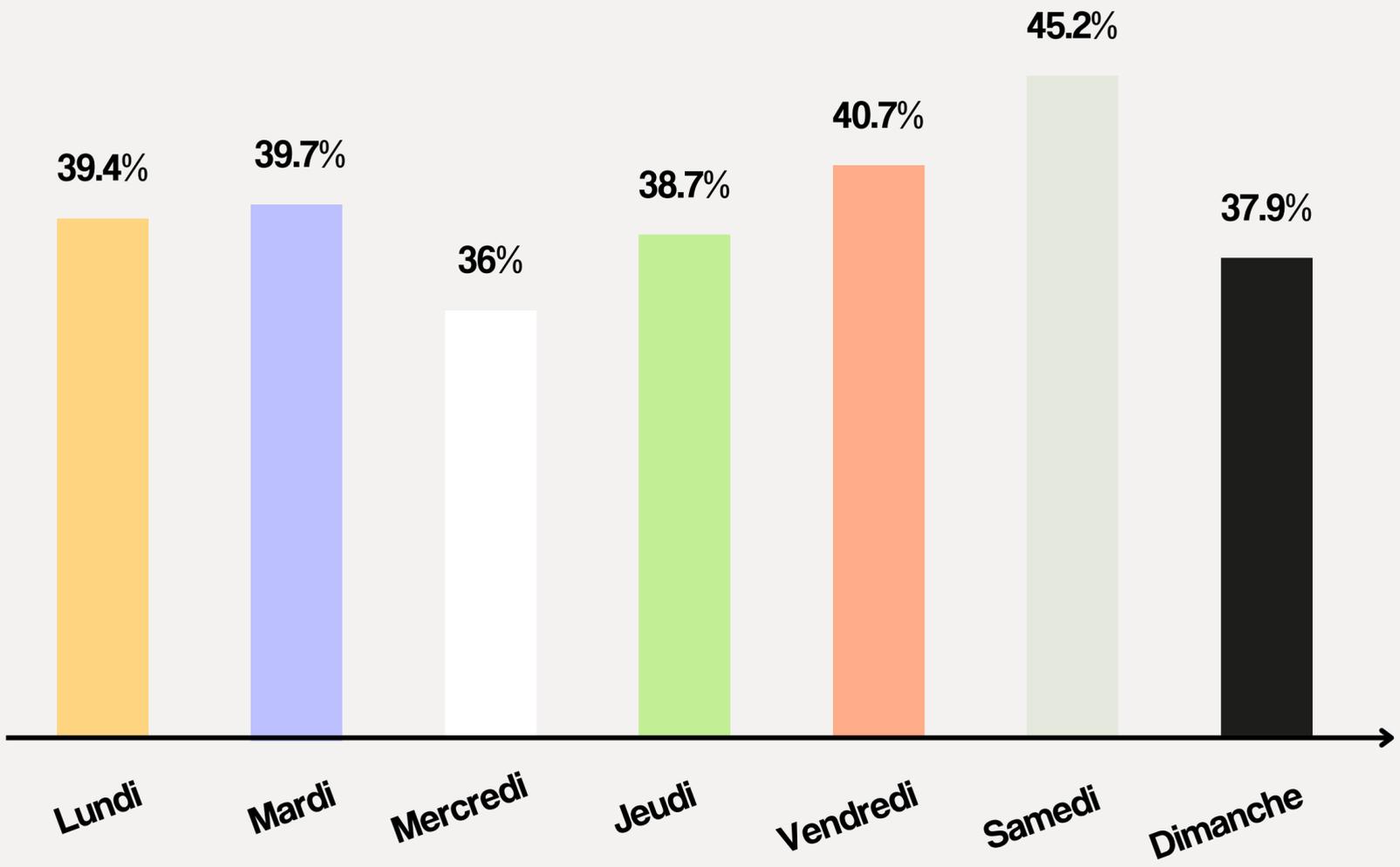
## Performances moyennes par secteur

● Taux d'ouverture
 ● Taux de clic
 ● Taux de conversion

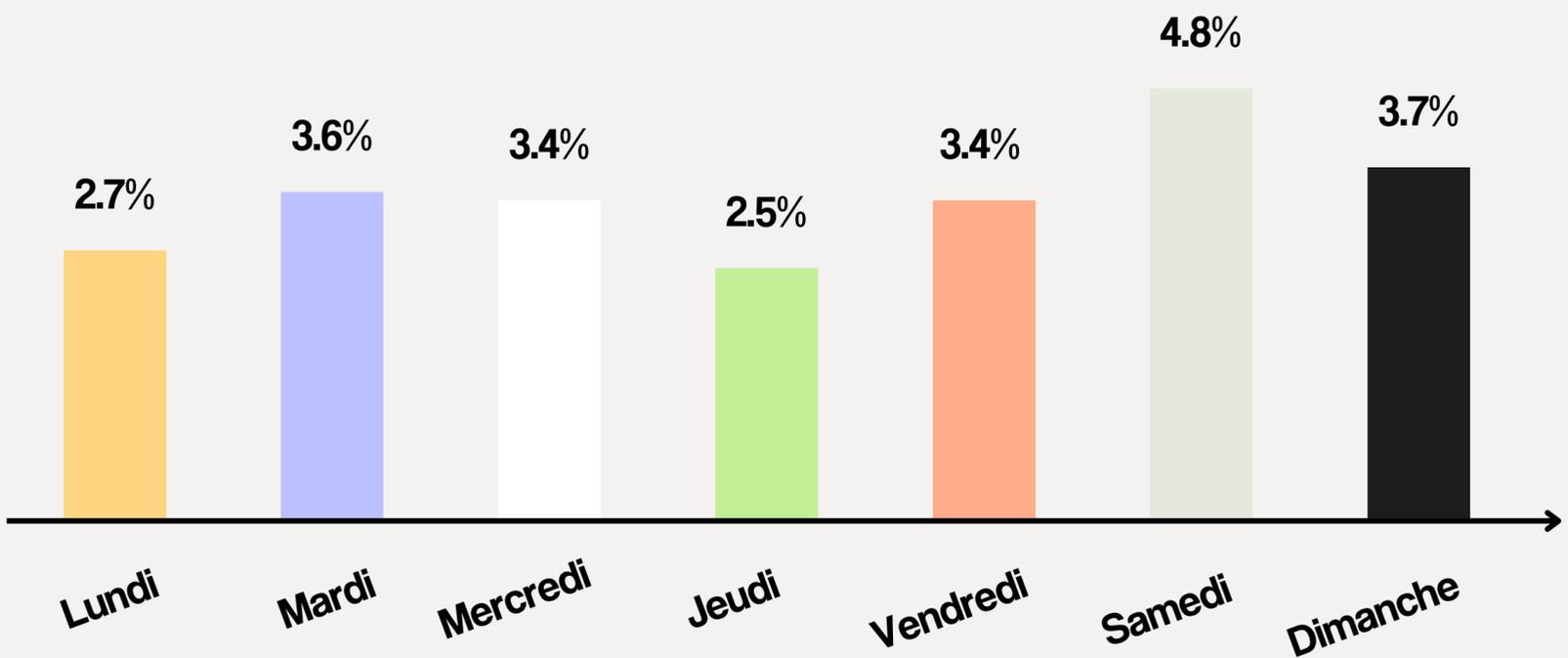
Secteur	Taux d'ouverture	Taux de clic	Taux de conversion
Alimentation	38.3%	3%	2.4%
Animaux	33.2%	1.9%	0.9%
Automobile	37%	2.5%	0.8%
Autres	34.6%	2.4%	1.2%
Bijoux	38.4%	2.5%	1.5%
Cosmétique	37.2%	2.5%	1.5%
Culture	43.7%	4.6%	1.8%
Décoration	41.2%	3.7%	1.5%
Fournitures & Mobiliers	41%	3.6%	0.7%
Hardware	46.8%	5.4%	1.5%
Jardinage	38.7%	2.9%	1.7%
Jeux	42.6%	4.8%	1.5%
Mode	42.4%	4.2%	1.8%
Outillage & Bricolage	38.5%	2.8%	3.5%
Puériculture	29.6%	1.3%	0.6%
Santé & Bien-être	44.7%	3.1%	2.2%
Sport	37.3%	2%	1%
Tourisme	44.5%	3.4%	0.8%
Vins & Spiritueux	44.3%	2.7%	1.3%

## Performances moyennes par jour

Taux d'ouverture



Taux de clic



## Petit résumé



Selon le Ptidigital\*, voici les chiffres moyens 2021 de l'emailing en France :

- Taux d'ouverture moyen : 18%
- Taux de clic moyen : 2,6%



### Nos chiffres

- Taux d'ouverture chez Kiliba :

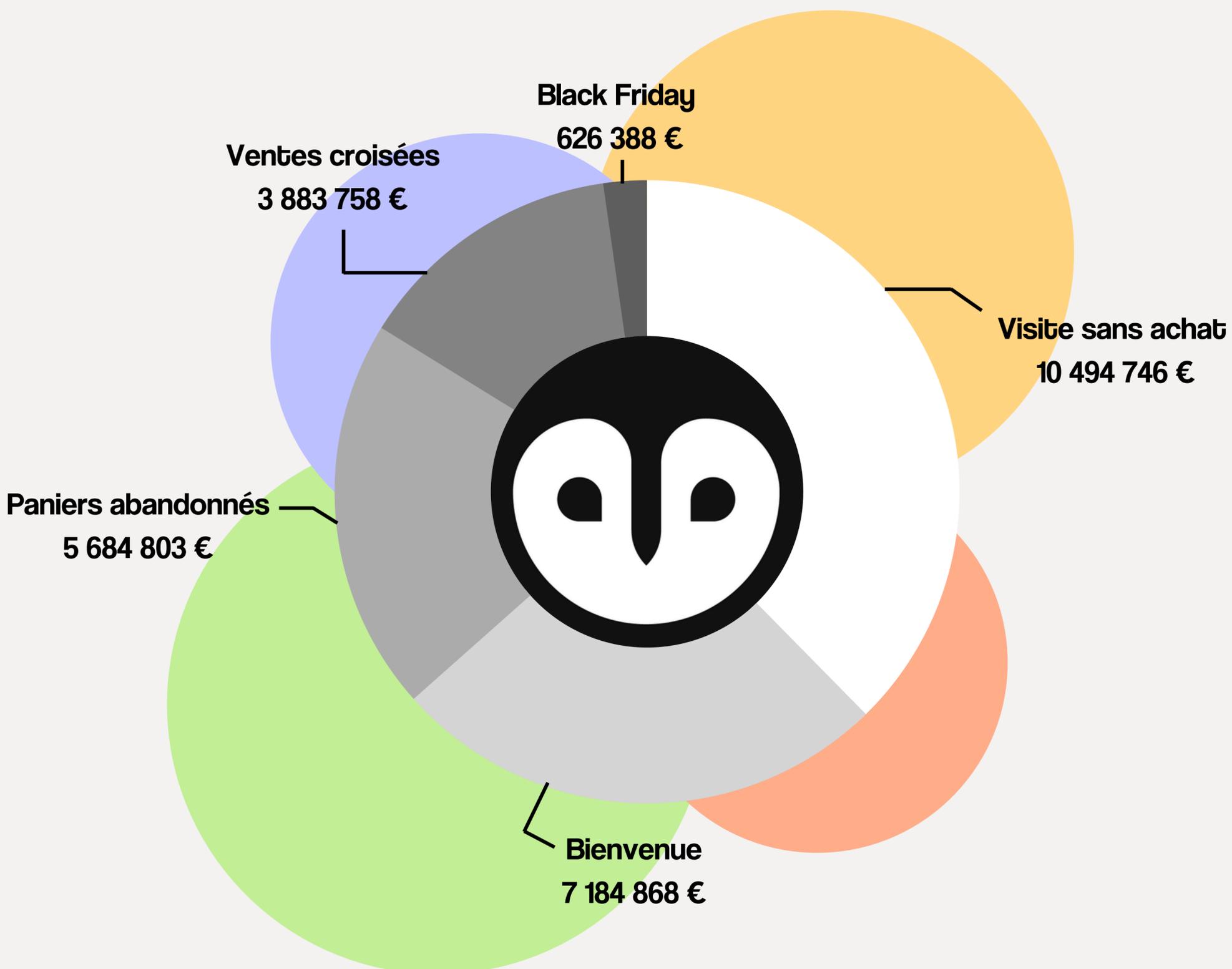
Le secteur du Hardware affiche le meilleur taux d'ouverture avec une moyenne de 46.8%. Concernant le jour d'envoi, le samedi semble être le plus favorable avec un taux d'ouverture moyen de 45.2%.

- Taux de clic chez Kiliba :

Comme pour le taux d'ouverture, le secteur du Hardware obtient un taux de 5.4% et reste en tête du classement. Mais quel est le jour qui favorise un meilleur taux de clic ? Le samedi présente un taux de 4.8%.

\*<https://www.leptidigital.fr/emailing/kpi-statistiques-emailing-17250/>

## Quels sont les scénarios les plus rentables ?



## Petit résumé

Pour nos clients, nous avons créé les meilleurs flux d'automatisation d'emails marketing.

Les campagnes peuvent se déclencher directement depuis ton espace Kiliba ou selon les événements du calendrier ; programmés et cohérents avec tes ventes. L'envoi est automatique pour proposer à tes clients des recommandations de produits personnalisées.

Voici un aperçu de nos scénarios les plus populaires :

**Black Friday : Attire les acheteurs du Black Friday dans ta boutique.**



**Anniversaire client :**  
Envoie un petit mot à tes clients pour leur anniversaire.

**Bienvenue : Souhaite la bienvenue à tes nouveaux clients.**



**Cross-selling : Propose à tes clients des produits complémentaires à un achat.**

**Panier abandonné : Relance tes clients qui n'ont pas finalisé leurs achats.**



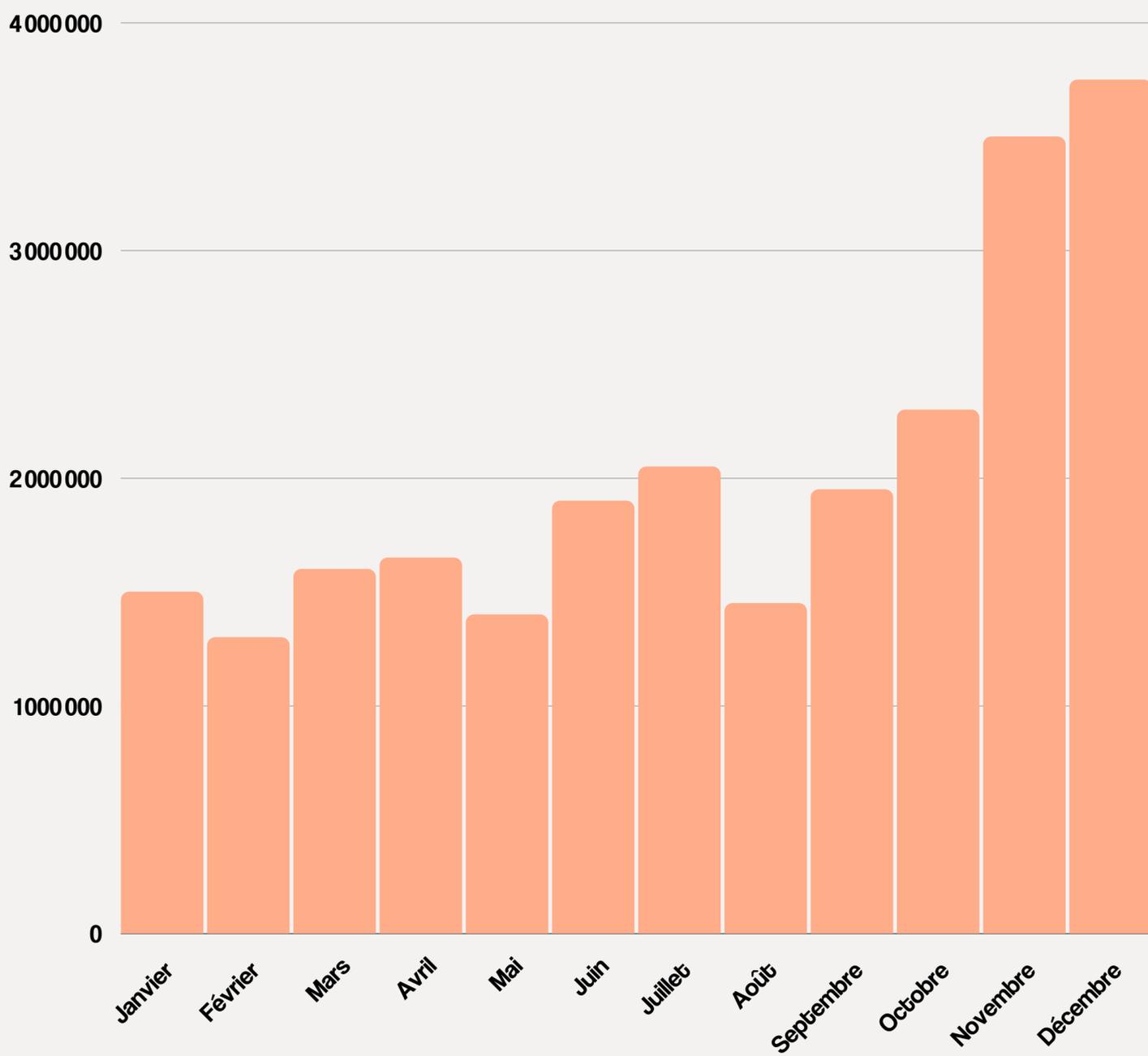
**Nouveautés : Envoie tes nouveaux produits aux clients intéressés par la nouveauté.**



**Visite sans achat : Relance les visiteurs qui n'ont rien acheté sur ton site.**



## Quelle est la période la plus rentable pour un e-commerçant ?



## Ce qu'il faut retenir...

Le scénario le plus rentable est le scénario "Visite sans achat".



Une visite sur l'une de tes pages en dit long sur l'intérêt de tes clients. Il est primordial de capturer ce trafic qualifié et d'accompagner l'intéressé dans sa réflexion d'achat. Grâce à ses scénarios aux flux méticuleusement étudiés, Kiliba te permet d'envoyer des campagnes emails sur plusieurs semaines pour transformer ces visiteurs en acheteurs.

Ce scénario a rapporté à nos clients plus de 10.000.000€ pour l'année 2021.

Viennent ensuite :

- Le scénario "Bienvenue" : 7 184 868€
- Le scénario "Paniers abandonnés" : 5 684 803€



La période la plus lucrative de l'année pour un e-commerçant se situe autour du mois de décembre, fortement marqué par la période de Noël.

## Chez Kiliba, quels sont les chiffres à retenir ?



**8.581.995**

Le nombre de personnes touchées par les campagnes Kiliba

**318.451**  
Le total de campagnes envoyées par les entreprises  
partenaires de Kiliba à leurs clients



**8€**

Le chiffre d'affaires moyen généré par email envoyé

## 7 conseils pour créer un template d'email parfait

### 1 Utilise les couleurs de ta marque

Pour créer un email qui ressemble à ta boutique, le premier conseil est évidemment d'utiliser les couleurs de ta charte graphique.

Reste sobre dans l'utilisation de ces couleurs : un simple rappel des couleurs principales par petites touches dans l'email suffit largement pour faire passer l'émotion de ta marque.

Évite les encadrements et les fonds de couleurs, la mode est aux emails épurés !

### 2 Utilise le ton de ta marque

Utilise un ton proche de ta marque pour créer un email qui te ressemble. Essentiel quand tu communique avec tes clients ! Si tu as un site e-commerce en B2C ludique, opte pour un ton léger : il est tout à fait envisageable d'employer le tutoiement pour t'adresser à tes contacts. En revanche, si tu as un site e-commerce en B2B, préfère un ton solennel et professionnel.

### 3 Personnalise tes emails

En personnalisant tes emails, tu donnes l'impression au destinataire que tu le connais bien et que cet email ne s'adresse qu'à lui.

L'astuce qui fonctionne : démarre l'objet de l'email par le prénom de ton destinataire. Cela augmentera de plusieurs points ton taux d'ouverture.

Une autre idée : envoie des emails aux moments clés de la vie de ton contact (anniversaire, fête..).

L'email lui sera ainsi uniquement dédié.

### 4 Envoie le bon contenu

Un "bon" contenu d'email est celui qui plaît suffisamment à ton contact pour l'inciter à aller sur ton site et convertir cette visite en achat.

La plupart des logiciels standards du marché ne permettent qu'une intégration partielle et assez rigide de contenu. La plupart du temps, la segmentation de ta base de contacts n'est pas possible. Bien qu'accompagné d'images de tes produits, un contenu adressé à une base de contacts qui n'est pas segmentée et sans personnalisation n'a que peu de chances d'intéresser réellement les destinataires.

## 7 conseils pour créer un template d'email parfait

### 5 Intègre tes réseaux sociaux

Intègre les liens de tes réseaux sociaux quelque part dans tes emails pour que tes contacts puissent facilement y être redirigés.

### 7 Tracke tes liens dans Google analytics

Maintenant que tu sais comment créer un template html d'email parfait, pense à ajouter un lien UTM de tracking sur chaque lien sortant de ton email (lien hypertexte, call to action). Ce lien te permettra de suivre les performances de tes campagnes emails dans Google Analytics en identifiant la source et le support adapté.

### 6 N'oublie pas le lien de désinscription

N'oublie pas d'ajouter un lien de désinscription dans le bas de page de ton email pour donner la possibilité à tes clients de ne plus recevoir tes emails. C'est d'ailleurs une obligation légale avec le RGPD.



## Comment te connecter à tes clients ?



Plusieurs occasions se présentent dans l'année pour envoyer des campagnes de communication à tes contacts. Cela peut également être bénéfique en termes de chiffre d'affaires ! Voici quelques conseils pour t'aider à créer des campagnes personnalisées et pertinentes, pour tirer le meilleur parti de ta stratégie marketing.

### 1. Utilise les données de ton audience pour déterminer ce que veulent tes clients

Tout le monde aime se sentir spécial ! L'envoi de contenus personnalisés y participe grandement. Il te faut donc connaître tes clients pour leur envoyer un message personnel.

L'utilisation d'un logiciel CRM, par exemple, examine de près ton public et collecte des données pour mieux cibler ton audience. Ces données utilisateurs, en fonction de certains critères, t'aident à mieux segmenter ta base contacts et ainsi personnaliser tes campagnes emailing.

Si tu as un site e-commerce, consultes également les mots clés utilisés sur le Web pour déterminer ce que les gens recherchent quand ils visitent ta boutique en ligne.



### 2. Utilise des images thématiques

Les périodes de l'année (Noël, St Valentin, Black Friday, etc.) sont associées à différentes images et émotions ! Le but est d'être le plus créatif tout en restant professionnel. Si tu diffuses les photos de tes produits dans tes campagnes, il existe quelques astuces simples qui leur donneront un aspect fun et professionnel :

- Moins c'est plus : utilise des arrière-plans propres et privilégie la lumière naturelle
- N'encombre pas l'image avec trop d'accessoires
- Donne vie à ton image en ajustant la lumière avec un réflecteur

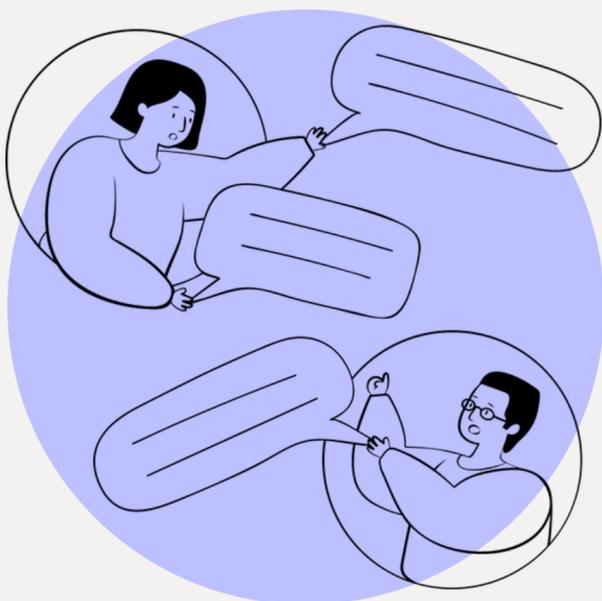
Utilise Canva, un outil d'édition en ligne « facile, amusant et intuitif ».

### 3. Présente les bons produits au bon moment

Mets en avant tes meilleurs produits sur tous tes canaux de communication en te basant sur les données accumulées de ton public et sur les belles photos de tes produits :

- Partage des contenus au moment opportun sur les réseaux sociaux.
- Envoie des emails automatisés et hyper personnalisés qui présentent tes produits en fonction des goûts des destinataires.
- Ajoute tes nouveaux produits à ta page d'accueil.
- Crée une page de destination spécialement pour eux.

Garde à l'esprit que les gens sont particulièrement indécis quant à leurs achats. Une fois que tu as sélectionné les meilleurs produits que tu souhaites mettre en avant pour l'occasion donnée, tu peux mettre en place des relances automatisées de paniers abandonnés lorsque tes abonnés retirent ces produits de leur panier.



### 4. Envoie le bon message sur les réseaux sociaux

Les périodes clés du calendrier des e-commerçants génèrent beaucoup d'interactions sur les réseaux sociaux. Il est primordial pour ton entreprise d'y participer ! Ta participation doit transmettre des signaux positifs, grâce à ta marque, à ton audience et à tes potentiels clients. Tu dois leur montrer que tu es acteur de ce qu'il se passe dans leur quotidien. Cependant, il est important d'être authentique sur les réseaux sociaux. Prends chaque réseau social à part et réfléchis au bon message pour ta marque. En cas de doute, tu peux faire une petite recherche pour voir ce qui fonctionne chez tes concurrents :

- Qu'ont-ils fait l'année dernière
- Comment veux-tu te différencier ?

## Kiliba, c'est quoi ?

Chez Kiliba, nous avons décidé de construire la première solution d'email marketing 100% automatisée pour t'aider à :

- Augmenter tes ventes
- Fidéliser tes clients
- Accroître tes taux d'ouverture

Kiliba te propose 22 scénarios d'emails automatisés dans 5 langues différentes.

L'intelligence artificielle utilisée est capable de personnaliser les emails selon le profil de chaque client et de les déclencher à des dates clés selon leurs besoins et leurs envies.

Tout cela grâce un module que tu pourras installer en moins de 3 minutes ! Simple et accessible.

Démarré un essai gratuit et débloquent le véritable pouvoir du marketing automation grâce à Kiliba.

