

El email marketing de fidelización generó hasta 0,65 euros por cada correo enviado en el 2007

Barcelona, 25 de junio 2008

Los emails de fidelización enviados por las empresas a sus usuarios tienen un retorno de la inversión de **0,65€ por cada email enviado**, según el estudio de resultados de email marketing elaborado anualmente por Experian CheetahMail, empresa anteriormente conocida bajo el nombre Emailing Solution. Este estudio analiza diversos indicadores en campañas de marketing a través del email enviadas a clientes y usuarios registrados que han expresado su deseo de recibir emails comerciales de una empresa. Al contrario que otras formas del marketing online como el marketing de buscadores o la publicidad gráfica, el email marketing es, sobre todo, marketing de fidelización, dirigido a retener a un consumidor y mantener su interés en una marca o producto.

En el sector B2B, orientado a profesionales, el retorno de la inversión se sitúa en 0,34€ en el último trimestre del 2007. Dentro de las empresas del entorno B2C, que atienden al cliente final, las empresas dedicadas a la Venta Privada destacan sobre el resto con un retorno **de entre 3 y 11€ por cada email enviado**. Las Ventas Privadas son un sector con un uso intensivo del email marketing hasta el punto de enviar a diario campañas promocionales de las nuevas ventas que se abren. Una frecuencia de envío mucho mayor que la de otros sectores, pero que les permite obtener retornos de inversión mucho más altos.

El 99,8% de personas siguen recibiendo emails comerciales

El estudio también confirma la buena salud del mercado del email marketing de fidelización, con **tasas de baja por debajo del 0,2%**. La legislación europea y española establece como obligatoria la inclusión en el email de una forma sencilla y gratuita de darse de baja de una base de datos. Por defecto, todos los emails enviados a través de Emailing Solution, la herramienta de email marketing de Experian CheetahMail, incluyen este enlace. El 99,8% de

los destinatarios de emails de fidelización durante el 2007 continúan recibiendo emails comerciales.

Las tasas de apertura y de click son los dos indicadores básicos del email marketing. Ambas mantienen la tendencia descendente registrada desde hace unos años, motivada por la madurez del canal y el incremento del tamaño de las bases de datos. Mientras que **la tasa de apertura**, el número de usuarios que ha abierto una campaña de email, **baja de un 30% a un 20%**, el **número de emails enviados** a través de Emailing Solution **ha crecido de 3.000 a 9.000 millones en un año**. Las tasas de apertura y click del mercado europeo se acercan cada vez más a las tasas recogidas por otros estudios en el mercado norteamericano.

El estudio de resultados de email marketing de Experian CheetahMail se realiza con datos procedentes de campañas de fidelización en el mercado europeo. En total, 200 clientes de Experian CheetahMail han participado en la elaboración de este estudio, en el que se han analizado 1.000 millones de emails enviados en 10.000 campañas de email marketing de fidelización enviadas durante el 2007.



Acerca de Experian

Experian es un líder global que ofrece a organizaciones y consumidores servicios de información y análisis, para ayudarles a gestionar mejor los riesgos y recompensas de sus decisiones comerciales y financieras.

Mediante la combinación de herramientas de información únicas y un profundo conocimiento de individuos, mercados y economías, Experian colabora con organizaciones de todo el mundo para establecer y reforzar las relaciones de éstas con sus clientes y dotar a sus negocios de una ventaja competitiva.

Experian proporciona asimismo a los consumidores información crítica que les permite tomar sus decisiones financieras y de compra con un mayor control y confianza.

Entre nuestros clientes hay compañías pertenecientes a distintos sectores como: servicios financieros, retail y venta por catálogo, telecomunicaciones, utilities, medios, seguros, automoción, ocio, e-commerce, industria, sector inmobiliario y sector público.

El Grupo Experian cotiza en la Bolsa de Londres (EXPN) y forma parte del FTSE-100. Con oficina central en Dublín (Irlanda), sus sedes operativas están en Costa Mesa, California y Nottingham (Reino Unido). Sus cerca de 15.500 empleados en 36 países de todo el mundo, dan servicio a clientes en más de 65 países. Sus ventas anuales alcanzan los 3.800 Millones \$ (2.800 Millones €).

Para mayor información, visite la página web del Grupo Experian: www.experian.es

Experian es una marca registrada en la UE y otros países, y es propiedad de Experian Ltd. y/o de sus empresas asociadas.

Acerca de Experian CheetahMail Spain

Experian CheetahMail es un proveedor de servicios de email marketing a nivel global para las principales empresas del Mercado.

La misión de Experian CheetahMail es la de ayudar a las empresas a construir relaciones relevantes con sus clientes gracias a nuestras soluciones de email marketing. En España Experian CheetahMail comercializa la herramienta Emailing Solution. Durante el año 2007 Emailing Solution envió más de 9.000 millones de emails para nuestros clientes, entre los que encuentran Air Europa, Carrefour, Hoteles Hesperia, Viajar.com, Polaris World, Caixa Catalunya, Cortefiel, Salvat, la Comunidad de Madrid y el Ajuntament de Barcelona. Experian CheetahMail es una unidad de negocio del Grupo Experian (LSE:EXPN), fundada en 1998 y con sede en Nueva York, con oficinas en Los Angeles, San Francisco, London, Dublin, Amsterdam, Paris, y Barcelona.

Para más información, por favor, visite <http://www.experian-cheetahmail.es> o contacte con nosotros:

Carlos Alonso
Responsable de Comunicación
calonso@experian-cheetahmail.es
93 355 62 10