

DDMA Nationale E-mail Benchmark 2020: open- en klikratio's in de lift

26-03-2020 09:31



De gemiddelde open- en klikratio's van e-mail zijn in 2019 gestegen ten opzichte van een jaar eerder. Bedrijven weten hun doelgroepen steeds effectiever te bereiken met e-mail. Dit blijkt uit de DDMA Nationale E-mail Benchmark 2020.

De resultaten van de E-mail Benchmark zijn dit jaar voor het eerst te bekijken in een interactief Power BI-dashbord. Hierdoor kunnen bedrijven de resultaten van alle jaren en branches goed met elkaar vergelijken.

[Bekijk hier de resultaten.](#)

Gemiddelde CTO, CTR en CTO gestegen

Uit het onderzoek blijkt dat de Confirmed Open Rate (COR) is gestegen naar 39,3% (+1,3%). De Click Through Rate (CTR) en de Click To Open rate (CTO) zijn eveneens gegroeid naar respectievelijk 7,7% (+0,2%) en 17,2% (+0,4%). De energie- en nutsbranche heeft net als vorig jaar de hoogste COR met 75,1%. De grootste stijger binnen deze ratio is echter de groothandelssector (+9,1%). Dit jaar heeft de energie- en nutssector voor het eerst ook de hoogste CTR met 24,3%. Daarmee stijgt de branche in deze ratio het meest ten opzichte van vorig jaar (+6,6%). De hoogste CTO is wederom voor de land- en tuinbouwsector met 29,6% - maar ook in deze ratio weten energie- en nutsbedrijven het meest te groeien (+6,0%).

Wederom succes met kleinere campagnes, maar COR grotere campagnes groeit.

Doelgroepen van kleinere campagnes openen e-mails 8,1% meer dan gemiddeld. Net als vorig jaar geldt: hoe groter de campagnes, hoe lager de gemiddelde ratio's. Desalniettemin zien we wel een stijging van de COR bij

grotere campagnes. Daarmee is de dalende trend van vorige jaren doorbroken. Zo is de openratio van campagnes met een omvang tussen 50.000 en 250.000 gestegen met 4,3%. De grootste verzenders van e-mail waren dit jaar de retailsector en de media- en publishingbranche; samen waren ze verantwoordelijk voor 36% van alle campagnes en goed voor 49% van alle verstuurd e-mails.

Timing: 's ochtends sturen, 's middags openen, 's avonds klikken

In november en december verstuurd bedrijven, net als vorig jaar, de meeste e-mails. E-mails werden grotendeels verstuurd tijdens kantooruren, zowel voor B2B (80,7%) als B2C (63,5%). Populaire verzendtijden waren 10:00 uur (B2B) en 16:00 uur (B2C). De openratio is het hoogst voor e-mails die op maandag zijn verzonden, gemiddeld (COR: 40,1%) - zeker voor goede doelen (op vrijdag worden 69,5% van hun e-mails geopend). De openratio voor B2B e-mails is het hoogst voor e-mails verzonden op vrijdag (COR: 38,5%). Gemiddeld openen mensen de meeste e-mails om 16:00 uur (43,9%). De klikratio is het hoogst voor e-mails die op zaterdag zijn verstuurd (CTR: 8,6% & CTO: 18,1%). Qua tijdstip klikken mensen het meest om 21:00 uur (CTR: 10,4% & CTO: 22,4%).

Openratio op mobiel sterk toegenomen

De openratio op mobiel is sterk toegenomen vergeleken met vorig jaar. De COR's van mobiel (50%) en desktop (50%) zijn nu gelijk verdeeld, waar mobiel vorig jaar goed was voor maar 37% van alle geopende e-mails. Qua clicks doet desktop het iets beter (CTR: 53%) dan mobiel (CTR: 50%).

DE NATIONALE E-MAIL BENCHMARK 2020

KEY FACTS

Benieuwd hoe jouw campagnes scoren? Stel jouw persoonlijke benchmark samen met behulp van het interactieve dashboard!

Ga naar: **WWW.DDMA.NL/NATIONALEEMAILBENCHMARK**

Data van de laatste 5 jaren is beschikbaar!



Energie & Nutsbedrijven **hardste stijger** in CTR en CTO



50% opent e-mails op mobiel apparaat



+8% COR bij campagnes met **omvang 500 - 1.000 e-mails**



Om **16.00** worden de **meeste e-mails** verstuurd

DE RESULTATEN 2019

Alle ratio's zijn gestegen



COR 39,3% + 1,4%



CTR 7,7% + 0,2%



CTO 17,2% + 0,4%



COR: Confirmed Open Rate



CTR: Click Through Rate



CTO: Click to Open Rate

DDMA E-MAIL BENCHMARK 2020 PARTNERS:



Tripolis



mailcampaigns



Measuremail

spotler

webpower