

Pressmeddelande
30 augusti 2017

Ny undersökning visar: Vi vill få köperbudanden via mail, men har högre krav på innehållet

E-post är en fortsatt effektiv kanal för att nå konsumenter. Hela 63 procent anser att mail är det bästa sättet att bli kontaktad på av företag. Samtidigt har antalet öppnade mail med reklam sjunkit med 25 procent sedan förra året. Detta visar en ny undersökning från Adobe.

E-post har under lång tid fått utstå konkurrens från sociala medier och andra kanaler, men intresset för att få erbjudanden via mail är faktiskt större än någonsin, visar en ny undersökning från Adobe. Hela 63 procent anser i dag att e-post är det bästa sättet att bli kontaktad på av företag, vilket är en rejäl ökning jämfört med 2016. Samma undersökning visar dock att andelen lästa mail har sjunkit med 25 procent det senaste året. I dag förblir hela 35 procent av alla mailerbudanden från företag olästa.

– Det ökande intresset för att få erbjudanden via e-post visar att det fortfarande finns en stor potential i att använda mailen som marknadsföringskanal. Men vår undersökning visar också hur viktigt det är med personligt och responsivt innehåll för att skapa intresse. På Adobe upplever vi ett ökande behov av exempelvis intelligenta algoritmer, som med automatiserade processer kan hjälpa företag att designa innehåll som kan leda till konvertering, säger Imran Afzal, nordisk marknadschef för Adobe Experience Cloud.

Undersökningen visar även att mobilen är den populäraste enheten för att läsa e-post. Av de tillfrågade uppger 48 procent att de helst läser mail i mobilen, medan endast 8 procent föredrar surfplatta.

Nya verktyg från Adobe ska optimera e-postmarknadsföring

Adobe lanserar nya funktioner i sin samling av intelligenta lösningar, Adobe Sensei, som ska hjälpa optimera e-postmarknadsföringen för användare. Baserat på kundinsikt och interaktion genom Adobe Campaign i Adobe Marketing Cloud kan marknadsförare skicka mer personliga och skräddarsydda mail till sina målgrupper. De nya funktionerna är:

- **Förutse de bästa bilderna:** När bilder läggs till i ett utskick beräknas ett "score" utifrån branschdata om hur kunder har reagerat på liknande bilder. Algoritmen rekommenderar automatiskt hur man justerar bilden för att uppnå större engagemang.
- **Förutse kundbortfall:** Adobe testar nu ett kommande epost-projekt med Adobe Sensei som analyserar ändringar i företags användning av Adobe Campaign för att kunna förutse kundbortfall.
- **Agera snabbt och enkelt på insikter:** Med en ny dynamisk rapportering av handlingsdata i realtid blir det lättare att skapa sig en överblick över vad som faktiskt fungerar och vad som kräver löpande anpassning.
- **Skapa e-postkampanjer på flera språk:** Adobe gör det möjligt att skala upp kampanjer på flera olika språk genom en integration mellan Adobe Campaign och Adobe Experience Manager.

- **Skicka snygga mail:** Designa en layout med hjälp av 20 nya mobiloptimerade mallar som enkelt kan anpassas till företags innehåll.

Läs mer:

- [Blogginlägg](#) av Kristin Naragon, Director of Email Solutions.
- Läs hela rapporten om Adobes marknadsinsikter [här](#).

Om Undersökningen:

Undersökningen genomfördes i Advanis webbpanel under perioden 10-24 juli 2017. Totalt intervjuades 3000 kontorsanställda från Frankrike, Tyskland och England.

För ytterligare information, vänligen kontakta

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, jschyum@adobe.com

Daniel Nord, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 58 43 71, adobe@spotlightpr.se

Om Adobe

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. Läs mer på www.adobe.com