



EMAIL BENCH MARK RAPPORT

2024

www.rule.no

Unike data fra
Rules kunder!

Er du klar til å utforske dagens e-postmarkedsføringslandskap, beregninger og trender i 2024?

E-postmarkedsføring har lenge vært en hjørnestein i digital markedsføring, og dens effektivitet fortsetter å vokse. Med de riktige strategiene kan e-postmarkedsføring tilby utrolig avkastning på investeringen (ROI) og skape meningsfulle kunderelasjoner.

Denne rapporten som vi i Rule har satt sammen tar sikte på å gi en grundig analyse av dagens e-postmarkedsføringslandskap, og ser på nøkkeltall og trender basert på data fra Rule til og med 2024.

Til tross for fremveksten av nye markedsføringskanaler, er e-post fortsatt et kraftig verktøy takket være dens evne til å levere personlige, målrettede meldinger direkte til mottakerens innboks. For bedrifter av alle størrelser tilbyr e-postmarkedsføring en kostnadseffektiv metode for å nå sine målgrupper, generere trafikk og øke konverteringer.

I denne rapporten vil vi fremheve de viktigste beregningene innen e-postmarkedsføring, som åpningsrate og klikkfrekvens, og dele eksperttips om hvordan du kan utvikle strategien din. Ved å sammenligne disse KPIene med bransjestandarder kan du få verdifull innsikt i hvordan e-postkampanjene dine presterer og identifisere forbedringsområder.

La oss utforske kraften i e-postmarkedsføring og hvordan du kan optimalisere kampanjene dine for enda større suksess!

Hold ut, for nå drar vi!



Imponerende avkastning og avkastning på e-postmarkedsføring

Til tross for de tilbakevendende spekulasjonene om e-postens død, har denne markedsføringskanalen vist seg å være ekstremt levende og fortsatt relevant. Og fordelene med kanalen er mange.

E-postmarkedsføring er ikke bare en kostnadseffektiv metode for å nå kunder og potensielle kunder, men også et av de kraftigste verktøyene for å generere høy avkastning på investeringen (ROI). Vi skal nå se nærmere på fordelene som følger med e-postmarkedsføring.



Myten om e-postens død

Det er en oppfatning om at e-postmarkedsføring har mistet sin effektivitet til fordel for nye digitale kommunikasjonskanaler som sosiale medier og apper for direktemeldinger. Statistikken viser imidlertid tydelig at e-post fortsatt er en sentral del av den digitale markedsføringsstrategien for bedrifter over hele verden. Med det sagt, la oss slå den myten en gang for alle.

+ Kostnadseffektivitet og tilgjengelighet

E-postmarkedsføring er betydelig billigere enn mange andre markedsføringskanaler. Det krever ikke store budsjetter for å nå et bredt publikum, noe som gjør det tilgjengelig for både små og store bedrifter. Det gir alle en mulighet til å kommunisere digitalt.

+ Målbarhet og sporing

Du kan få detaljerte analyser og rapporter som lar deg spore resultatene til kampanjene dine i sanntid. Dette inkluderer statistikk som åpningsrate, klikkfrekvens, konverteringer og mye mer.

+ Uendelige personaliseringsmuligheter

E-postmarkedsføring gjør det mulig å lage skreddersydde meldinger basert på mottakerens atferd, preferanser og tidligere interaksjoner. Dette øker relevansen og engasjementet til kampanjene.

+ Direkte kommunikasjonskanal

E-post tillater direkte kommunikasjon med kunder og potensielle kunder uten mellomledd. Dette skaper et mer personlig og tillitsskapende forhold til kundene dine.

+ Automatisering og tidseffektivitet

E-postmarkedsføringsplattformer som Rule tilbyr kraftige automatiseringsverktøy som kan spare tid og ressurser. Dette inkluderer velkomstmeldinger, påminnelser om forlatte handlevogner, bursdagsvarsler og mer.

Hvordan måler du om din e-postmarkedsføring er vellykket? Her er viktig statistikk og nøkkeltall å holde øye med!

I dagens digitale verden er e-post et kraftig verktøy for å nå ut til og engasjere publikum. Men for å virkelig forstå og optimalisere effekten av e-postkampanjene dine, er det viktig å holde styr på noen få nøkkeltall. Her skal vi dykke dypt inn i tre av de mest sentrale frekvensene innen e-postmarkedsføring og gjennomsnittet av kunder i Rule for 2024.

Åpningsfrekvens (Open Rate):

Dette måler hvor stor prosentandel av mottakerne dine som faktisk åpner e-posten din. Åpne priser gir deg en indikasjon på hvor godt emnelinjene dine presterer og hvor interesserte abonnentene dine er i å lese innholdet ditt.

Klikkfrekvens (Click-Through Rate, CTR):

Klikkfrekvensen viser hvor mange av de som åpnet e-posten din som faktisk klikket på en lenke inni. Denne beregningen hjelper deg å forstå hvor engasjerende og relevant innholdet ditt er for mottakerne.

CTOR (Click-to-Open Rate):

CTOR måler andelen av mottakere som klikker på en lenke etter å ha åpnet e-posten din, og gir dypere innsikt i hvor relevant og engasjerende innholdet ditt er for de som faktisk åpner e-posten din.

Øk åpningsraten:

- Lag engasjerende emnelinjer
- Segmenter e-postlisten din
- Optimaliser timing og frekvens
- Bruk en gjenkjennelig avsender
- Tilpass emnelinjene

Øk klikkfrekvensen:

- Lag relevant innhold
- Ta med klare CTAer
- Ha en fin mal og layout
- Tilpass innholdet
- A/B-test utsendelsene



41,2 %

- Gjennomsnittlig åpningsfrekvens



2,7 %

- Gjennomsnittlig klikkfrekvens



14,3 %

- Gjennomsnittlig CTOR



Mål effektiviteten til kampanjene dine med CTOR (Click-to-Open Rate)

Click-to-Open Rate (CTOR) er en viktig og veldig populær målemetode innen e-postmarkedsføring som brukes til å måle hvor effektivt innhold engasjerer mottakere. **CTOR gir deg et mer nøyaktig tall på hvor effektivt kampanjene dine faktisk gir og hva slags innhold som engasjerer mottakerne.**



14,3 %

• Gjennomsnittlig CTOR

Er ikke CTR og CTOR det samme?

Mange kan finne det forvirrende med alle disse konseptene og liker å blande opp CTR og CTOR. La oss finne ut en gang for alle hva forskjellen er mellom disse to beregningene:

Click-Through Rate (CTR): Måler prosentandelen av mottakere som klikket på en lenke i e-posten i forhold til det totale antallet leverte e-poster.

Click-to-Open Rate (CTOR): Måler prosentandelen av personer som åpnet e-posten og deretter klikket på en lenke, som gir et bedre bilde av hvor engasjerende innholdet i e-posten er for de som faktisk åpnet den.

Derfor er CTOR-tallet nesten alltid høyere enn CTR

Innsikt du kan samle ved å måle CTOR



Innholdsinnstillinger

Hvilke emner og formater mottakerne synes er mest interessante og engasjerende.



Engasjerende emnelinjer

Hvordan emnelinjer samhandler med åpne- og klikkfrekvenser.



Effektivitet av CTAs

Hvilke handlingsfremmende oppfordringer gir flest aktivitet og konverteringer.



Tidspunkt for utsendelse

Hvilke tider og dager genererer høyest engasjement.



Markedsførere anser CTOR for å være en kritisk indikator på suksess med e-postmarkedsføring

Click-to-opens (CTOR)

14,3%

Klikkfrekvens (CTR)

2,7%



Kan tid på døgnet og ukedagene spille en rolle for hvilket engasjement du vil få?

Når det gjelder å optimalisere e-postkampanjer for maksimalt engasjement og konverteringer, er **tidspunktet for utsendelsen en kritisk faktor**. Å forstå hvordan dag og tid på dagen påvirker mottakerens atferd kan utgjøre forskjellen mellom en vellykket kampanje og en som går ubemerket hen.

Nedenfor skal vi utforske hvordan ulike dager og tider påvirker åpnings- og klikkfrekvenser i ulike bransjer, og gir innsikt i hvilke spesifikke tider og dager i uken som genererer mest engasjement for hver bransje.

Industri	Dag	Tid
E-handel	tirsdag og torsdag	10.00 og 14.00
Teknologi og IT	Tirsdag Onsdag	8.00 og 10.00
Veldedige organisasjoner	tirsdag og torsdag	8.00 og 10.00
Helse og medisinsk behandling	onsdag og fredag	9:00 og 14:00

Industri	Dag	Tid
E-handel	Torsdag og Fredag	10.00 og 13.00
Teknologi og IT	Tirsdag Onsdag	10.00 og 15.00
Veldedige organisasjoner	Torsdag og Fredag	9:00 og 16:00
Helse og medisinsk behandling	Torsdag og Fredag	8.00 og 13.00






Åpninger



Klikk

Tips til hvordan du kan optimalisere kampanjene dine ytterligere!

-  Segmenter målgruppen din for å sende mer nøyaktige og relevante e-poster til dem.
-  A/B-test ulike dager og tider for å finne det som fungerer best for din spesifikke målgruppe.
-  Analyser tidligere kampanjer for å identifisere mønstre og tilpasse fremtidige utsendelser deretter.

Du kjenner din målgruppe best!

Statistikken vi viser her til høyre er et gjennomsnitt i bransjene, det trenger ikke bety at det er nettopp i disse dager og tider at din målgruppe er mest engasjert. Det viktigste er at du selv finner ut når din målgruppe ønsker å motta kommunikasjon fra deg, og det gjør du best ved å A/B-teste dine utsendelser på ulike dager og tidspunkter. Rules A/B-testfunksjon er mye brukt av våre kunder og det er også hvordan vi kan analysere gjennomsnittet.

Avmeldinger og spam-flagg viser hvordan mottakerne dine reagerer på kommunikasjonen din

For å strømlinjeforme e-postmarkedsføringskampanjer er det viktig å ikke bare fokusere på åpne- og klikkfrekvenser, men også analysere avmeldingsfrekvenser, spam-frekvenser og leveringsrater.

Disse beregningene gir innsikt i hvordan mottakere reagerer på meldingene dine og kan avsløre problemområder som påvirker den generelle kampanjeytelsen. Hvilke faktorer påvirker spam- og e-posthastigheter? Det finner vi ut her!



0,01 %

- Gjennomsnittlig spamrate



0,01 %

- Gjennomsnittlig avmeldingsfrekvens

Med Rules unike Journey Builder-verktøy kan du kommunisere mer personlig og sende færre meldinger. Dette reduserer mengden e-post i kundens innboks og leverer kun det mottakeren ønsker, når de ønsker det.

Imponerende statistikk fra Rules kunder!

Tips!

For å unngå å spamme e-postene dine og redusere antall avmeldinger, send relevant og verdifullt innhold og unngå ord som utløser spamfiltre.

Gratis
Pengene tilbake
Sikker
Tjene penger
Kjøp nå

Faktorer som påvirker spamfrekvensen



Spamfrekvensen påvirkes av bruken av visse ord som kan utløse spamfiltre og ømdømmet til avsenderadressen. Negative signaler som tidligere spam-klager, mangel på autentisering og responsive maler (som vi tilbyr på Rule), kan øke sannsynligheten for at e-poster blir klassifisert som spam. Unngå ord som dukker opp ofte i spam og oppretthold et godt omdømme gjennom konsekvent god e-postpraksis.

Påvirkning av e-postfrekvens og relevans på avmeldinger

Hyppigheten og relevansen av e-poster spiller en stor rolle i avmeldingspriser. Høy frekvens av irrelevante meldinger øker sannsynligheten for å melde seg ut. For å redusere avmeldinger er det viktig å sende relevant og verdifullt innhold og unngå å overbelaste mottakerne med for mange meldinger, heller sende færre relevante meldinger.

Leveringsraten forteller deg hvor mange av e-postene dine som faktisk leveres til mottakerne

Leveringsgrad er prosentandelen av sendte e-poster som faktisk når mottakernes innbokser, noe som betyr at de ikke er blokkert av spamfiltre eller e-postleverandører. En høy leveringshastighet er avgjørende for effektiv e-postmarkedsføring da det sikrer at meldingene dine når målgruppen din.

Ved å overvåke leveringshastigheten kan du identifisere og fikse problemer som kan forhindre at e-postene dine blir levert, for eksempel dårlig avsenderomdømme eller tekniske feil i autentisering (SPF, DKIM, DMARC). En høy leveringsrate bidrar til bedre engasjement og høyere avkastning på din e-postmarkedsføring.



99 %

● Gjennomsnittlig leveringsfrekvens

Tips!

Hold e-postlisten din ren! Rens inaktive eller ugyldige e-postadresser regelmessig for å redusere fluktfrekvensen.

SPF DKIM DMARC

Innvirkning av e-postleverandører og domenes rykte på leveringshastighet

E-postleverandører og domeneomdømme har stor innvirkning på leveringsratene. Et godt rykte og korrekt konfigurasjon (SPF, DKIM, DMARC) sikrer høy leveranseevne. Dårlig rykte eller tidligere spam-klager kan føre til at flere meldinger havner i søppelpostmappen eller ikke blir levert i det hele tatt.

Hos Rule oppfordrer vi alle våre brukere til å angi leveringsinnstillinger, som inkluderer hele pakken med SPF, DKIM og DMARC. Når disse innstillingene er konfigurert, kan brukerne våre problemfritt få innstillingene validert for å sikre at de er riktige – så er du ferdig!



3 smarte segmenter

- 1 Segmentering basert på data som land, navn og kjønn.
- 2 Segment på ordreddata, f.eks. kunder basert på kjøpte produkter eller produktkategorier.
- 3 Segmenter kunder basert på siste bestillingsdato, f.eks. siste 30 dager, 6 måneder osv.

58 %

- av alle inntekter fra e-postmarkedsføring genereres av segmenterte og målrettede kampanjer.

76 %

- av forbrukerne er mer sannsynlig å kjøpe fra merker som tilbyr personlige opplevelser.

80 %

- av forbrukerne er villige til å dele sine personlige data i bytte mot personlige tilbud og rabatter.

82 %

- av markedsførere rapporterer en økning i åpningsrater når de bruker personalisering i e-postkampanjene sine.

Segmentering og personalisering er helt avgjørende i utsendelsene dine

Forbrukere blir i dag bombardert med e-postmeldinger fra ulike selskaper og noen meldinger er til og med rettet mot en helt annen målgruppe enn personen selv tilhører. Hvorfor skjer det? For å skille seg ut fra mengden er det avgjørende å tilpasse budskapet til mottakerens behov og interesser. Segmentering og personalisering gjør akkurat dette mulig og er funksjoner som alle våre Rule-kunder bruker.

Ved å dele opp kundebasen sin i mindre grupper (segmentering) og skreddersy innholdet til hver gruppe (personalisering), kan du som bedrift lage mer relevante og engasjerende kampanjer. Dette fører til både høyere åpnings- og klikkfrekvenser, som igjen driver konverteringer og øker kundelojaliteten. Rett og slett vinn-vinn!

“

"Med Rule kan vi lage skreddersydd kommunikasjon som virkelig setter kundens behov i fokus ved å sikre at våre kunder kan dra full nytte av det vi kan tilby."

Digital markedsfører, Svenskt kosttillskott



Forventninger til personalisering

To tredjedeler av kundene forventer at merkene forstår deres behov og tilbyr personlige opplevelser. I mellomtiden føler 71 % seg frustrerte når de ikke får en personlig tilpasset opplevelse, noe som kan føre til 45 % av de vurderer å handle andre steder.

+ Økt relevans med segmentering

Ved å skreddersy budskapet til ulike segmenter, blir utsendelsen mer relevant for mottakerne, og øker sannsynligheten for at de åpner og samhandler med innholdet.

+ Bedre engasjement fra mottakerne

Personlig tilpassede og relevante e-poster skaper et sterkere forhold til kundene, noe som kan føre til økt engasjement og lojalitet.

+ Høyere konverteringsfrekvens

Når innholdet er skreddersydd til mottakernes spesifikke behov og interesser, øker sannsynligheten for at de vil foreta de ønskede handlingene, som kjøp eller registreringer.

+ Mer effektiv markedsføring

Ved å fokusere på segmenter som mest sannsynlig vil svare positivt, kan markedsførere optimalisere kampanjene sine og få bedre resultater med mindre innsats.

Transformer markedsføringen din med Marketing Automation

Marketing Automation har blitt en svært nødvendig del av moderne markedsføringsstrategier, noe som muliggjør effektivisering og personalisering av kundeengasjement. Ved å automatisere repeterende oppgaver og bruke datadrevet innsikt, kan du som virksomhet oppnå eksepsjonelle resultater når vi utforsker her.

3 smarte automatiseringer



Velkomsterie – Send velkomstmeldinger til nye abonnenter for å introdusere merkevaren og tilbudene dine. Dette bidrar til å bygge et sterkt forhold fra starten.



Forlatt vogn - Fang forlattede vogner med en automatisk påminnelse. Når du setter opp automatiske påminnelser, kan du effektivt øke utgangsfrekvensen.



Vinn tilbake – Send spesialtilbud og personlige meldinger til inaktive kunder for å reaktivere interessen deres og få dem til å komme tilbake til butikken din.

Derfor er Marketing Automation et avgjørende verktøy for markedsførere

- + Økt effektivitet**
Bedrifter som bruker Marketing Automation for å pleie potensielle kunder opplever en økning på **451 %** i kvalifiserte potensielle kunder.
- + Forbedret ROI**
77 % av Marketing Automation-brukerne rapporterer en økning av konverteringer.
- + Tidssparende**
Bedrifter som implementerer Marketing Automation ser i gjennomsnitt **80 %** tidsbesparelser på markedsføringsinnsatsen.
- + Økning i gjentatte kjøp**
Bedrifter som bruker Marketing Automation opplever en økning i gjentatte kjøp på opptil **47 %**.
- + Økt engasjement**
80 % av Marketing Automation-brukere så en økning i antall e-poståpninger og klikkfrekvenser etter implementering av automatiserte e-postkampanjer.

Visste du at?

70 % av nettkundene forlater handlekurvene sine!
40 % prosent forlater handlekurven på et tidspunkt
30 % prosent gjør det flere ganger i måneden.



Lag og lever vellykkede e-poster, hver gang!

Vi håper denne rapporten har gitt verdifull innsikt og konkrete strategier for å forbedre e-postmarkedsføringskampanjene dine. Vi er veldig stolte av dataene som er presentert ettersom de bygger på den enestående ytelsen våre kunder har oppnådd med Rule i 2024, så langt. Det er et strålende eksempel på hvordan den riktige strategien bygger suksess for så mange talentfulle selskaper av forskjellige størrelser.

Disse resultatene viser ikke bare hva som er mulig med riktig taktikk, men også hvordan våre kunder lykkes med å navigere i konkurranselandskapet for å oppnå vellykkede resultater.

”

Siden vi begynte å bruke Rule for et år siden, har klikkfrekvensen vår økt med 50 % og konverteringen vår med over 75 %.

Leder for e-handel, Geggamoja

100 %

- av alle markedsførere kan oppnå vellykkede resultater ved kontinuerlig å optimalisere strategien og holde seg oppdatert på trender.

Regelens anbefalinger

Implementer segmentering

Bruk dataene du har samlet om kundene dine til å lage mer presise segmenteringer av mottakerlisten og oppleve både høyere engasjement og bedre resultater på utsendelsene dine.

Forbedre leveranseevnen

Sørg for at e-postene dine når mottakerens innboks ved å følge beste fremgangsmåter for levering, inkludert e-postautentisering, avvisningshåndtering og unngå spamfeller.

Kontinuerlig optimalisering

Gjennomfør regelmessige A/B-tester og analyser resultater for å optimalisere alle aspekter av e-postmarkedsføring, fra emnelinjer til CTAer. Du kjenner din målgruppe best!

Fokus på personalisering og automatisering

Implementer Marketing Automation i strategien din for å automatisere manuelle, repeterende oppgaver. Med triggerbasert kommunikasjon, når dere kunder til rett tid med rett budskap.

Viktige konklusjoner !!

Det vi i hovedsak ønsker å fremheve med denne rapporten er at med riktig strategi og kontinuerlig optimalisering kan e-postmarkedsføring levere høy avkastning og sterkt kundeengasjement. Ved å holde deg oppdatert med de siste trendene og implementere beste praksis, kan du som markedsfører sikre at e-postkampanjene dine er effektive og gir betydelige resultater.

Statistikken fra denne rapporten understreker viktigheten av å forstå målgruppen din, bruke data til å ta beslutninger og alltid strebe etter å forbedre din eksisterende strategi.

Vi er derfor også veldig stolte av dataene vi presenterer i rapporten fra Rule, som tydelig viser at flertallet av Rule-kundene våre gjør det riktig. E-postmarkedsføring er ikke bare et verktøy for kommunikasjon, men en nøkkelkomponent i en vellykket digital markedsføringsstrategi. Simple as that.

3, 2, 1 – GO!

Klar til å ta neste steg?

Enten du er nybegynner eller markedsføringseksperter, er det muligheter for å heve strategien din. Med Rules verktøy for e-postmarkedsføring og Marketing Automation kan du ta kundene dine med storm ved å bruke datadrevne og personlig tilpassede meldinger. Sørg for at merkevaren din skiller seg ut i mottakernes innbokser!

Hvem er Rule?

Rule er en kraftig og brukervennlig plattform som hjelper bedrifter å effektivisere sin digitale kommunikasjon. Med Rule kan du enkelt opprette og administrere personlig tilpassede, automatiserte kampanjer, noe som øker kundeengasjementet og forbedrer resultatene dine. Plattformen tilbyr også omfattende analyseverktøy som gir verdifull innsikt for å optimalisere markedsføringstiltakene dine.

Hvilke verktøy tilbyr Rule?

-  **E-postmarkedsføring og nyhetsbrev**
Opprett og send velkomst- og oppfølgingsposter via e-post.
-  **Markedsføringsautomatisering**
Automatiser repeterende oppgaver og nå kunder til rett tid.
-  **Segmentering**
Segmenter medlemmer og send personlig kommunikasjon.
-  **SMS-sending**
Kommuniser direkte via den høyeste konverteringskanalen, SMS.
-  **Regel Omnireach**
Nå ut til kunder gjennom flere kanaler som TikTok, Meta og Google.

Velkommen til å [bestille en gratis personlig demo i dag](#), så hjelper vi deg med å ta neste steg!