



EMAIL BENCH MARK RAPPORT

2024

www.rule.se

Unik data från
Rules kunder!

Är du beredd på att utforska e-postmarknadsföringens nuvarande landskap, nyckeltal och trender 2024?

E-postmarknadsföring har under lång tid varit en hörnsten i digital marknadsföring, och dess effektivitet fortsätter att växa. Med rätt strategier kan e-postmarknadsföring erbjuda en otrolig avkastning på investeringen (ROI) och skapa meningsfulla kundrelationer.

Denna rapport som vi på Rule har satt ihop syftar till att ge en djupgående analys av e-postmarknadsföringens nuvarande landskap, genom att titta på nyckeltal och trender baserat på data från Rule under 2024.

Trots framväxten av nya marknadsföringskanaler, förblir e-post ett kraftfullt verktyg tack vare dess förmåga att leverera personliga, målgruppsanpassade meddelanden direkt till mottagarens inkorg. För företag i alla storlekar erbjuder e-postmarknadsföring en kostnadseffektiv metod för att nå ut till sina målgrupper, driva trafik och öka konverteringar.

I denna rapport kommer vi att belysa de viktigaste frekvenserna inom e-postmarknadsföring, såsom öppningsfrekvens och klickfrekvens, samt dela med oss av expert-tips på hur du utvecklar din strategi. Genom att jämföra dessa nyckeltal med branschstandarder kan du få värdefulla insikter i hur dina e-postkampanjer presterar och identifiera områden för förbättring.

Låt oss utforska kraften i e-postmarknadsföring och hur du kan optimera dina kampanjer för att nå ännu större framgångar!

Håll i dig, för nu åker vi!



Imponerande ROI och avkastning på e-postmarknadsföring

Trots de återkommande spekulationerna om e-postens död har denna marknadsföringskanal visat sig vara ytterst levande och fortsatt relevant. Och fördelarna med kanalen är många.

E-postmarknadsföring är inte bara en kostnadseffektiv metod för att nå ut till kunder och prospekt, utan också en av de mest kraftfulla verktygen för att generera en hög avkastning på investeringar (ROI). Vi ska nu kika närmare på fördelarna som kommer med e-postmarknadsföring.



Myten om e-postens dödsfall

Det finns en uppfattning att e-postmarknadsföring har tappat sin effektivitet till förmån för nya digitala kommunikationskanaler som sociala medier och instant messaging-appar. Dock visar statistiken tydligt att e-post fortfarande är en central del av den digitala marknadsföringsstrategin för företag över hela världen. Med det sagt slår vi håll på den myten en gång för alla.

+ Kostnadseffektivitet och tillgänglighet

E-postmarknadsföring är betydligt billigare än många andra marknadsföringskanaler. Det kräver inte stora budgetar för att nå en bred publik, vilket gör det tillgängligt för både små och stora företag. Det ger alla en möjlighet att kommunicera digitalt.

+ Mätbarhet och spårning

Du kan få detaljerade analyser och rapporter som gör det möjligt att spåra dina kampanjers prestanda i realtid. Detta inkluderar statistik som öppningsfrekvens, klickfrekvens, konverteringar och mycket mer.

+ Oändliga personaliseringmöjligheter

E-postmarknadsföring gör det möjligt att skapa skräddarsydda meddelanden baserade på mottagarens beteende, preferenser och tidigare interaktioner. Detta ökar relevansen och engagemanget för kampanjerna.

+ Direkt kommunikationskanal

E-post tillåter direkt kommunikation med kunderna och potentiella kunder utan mellanhänder. Detta skapar en mer personlig och förtroendebyggande relation med dina kunder.

+ Automatisering och tidseffektivitet

E-postmarknadsföringsplattformar som Rule erbjuder kraftfulla automatiseringsverktyg som kan spara tid och resurser. Detta inkluderar välkomstmeddelanden, påminnelser om övergivna kundvagnar, födelsedagsmeddelanden och mycket mer.



Hur mäter man om sin e-postmarknadsföring är framgångsrik? Här är viktig statistik och nyckeltal att hålla koll på!

I dagens digitala värld är e-post ett kraftfullt verktyg för att nå och engagera sin publik. Men för att verkligen förstå och optimera effekten av dina e-postkampanjer är det viktigt att ha koll på några nyckeltal. Här kommer vi att dyka djupt ner i tre av de mest centrala frekvenserna inom e-postmarknadsföring och genomsnittet för kunder i Rule för 2024.

Öppningsfrekvens (Open Rate):

Detta mäter hur stor andel av dina mottagare som faktiskt öppnar ditt e-postmeddelande. Öppningsfrekvensen ger dig en indikation på hur väl dina ämnesrader fungerar och hur intresserade dina prenumeranter är av att läsa ditt innehåll.

Klickfrekvens (Click-Through Rate, CTR):

Klickfrekvensen mäter andelen mottagarna som klickade på en länk i e-postmeddelandet, i förhållande till det totala antalet levererade e-postmeddelanden.

CTOR (Click-to-Open Rate):

CTOR mäter andelen mottagare som klickar på en länk efter att ha öppnat ditt e-postmeddelande, vilket ger en djupare insikt i hur relevant och engagerande ditt innehåll är för dem som faktiskt öppnar ditt e-postmeddelande.

Öka öppningsfrekvensen:

- Skapa engagerande ämnesrader
- Segmentera din e-postlista
- Optimera tidpunkt och frekvens
- Använd en igenkännbar avsändare
- Personalisera ämnesraderna

Öka klickfrekvensen:

- Skapa relevant innehåll
- Inkludera tydliga CTA's
- Ha en snygg mall och layout
- Personalisera innehållet
- A/B-testa dina utskick



41,2%

- Genomsnittlig öppningsfrekvens



2,7%

- Genomsnittlig klickfrekvens



14,3%

- Genomsnittlig CTOR



Mät effektiviteten i dina kampanjer med CTOR (Click-to-Open Rate)

Click-to-Open Rate (CTOR) är en viktig och mycket populär mätmetod inom e-postmarknadsföring som används för att mäta hur effektivt innehåll engagerar mottagarna. CTOR ger dig en mer precis siffra på hur effektivt dina kampanjer faktiskt presterar och vad för typ av innehåll som engagerar mottagarna.



14,3%

● **Genomsnittlig CTOR**

Är inte CTR och CTOR samma sak?

Många kan tycka det är rörigt med alla dessa begrepp och blandar gärna ihop CTR och CTOR. Vi ska en gång för alla reda ut vad som är skillnaden på dessa två metrics:

Click-Through Rate (CTR): Mäter procentandelen av mottagarna som klickade på en länk i e-postmeddelandet i förhållande till det totala antalet levererade e-postmeddelanden.

Click-to-Open Rate (CTOR): Mäter procentandelen av de som öppnade e-postmeddelandet och sedan klickade på en länk, vilket ger en bättre bild av hur engagerande innehållet i e-postmeddelandet är för de som faktiskt öppnade det.

Därför är CTOR siffran nästan alltid högre än CTR.

Insikter du kan samla genom att mäta CTOR



Innehållspreferenser

Vilka ämnen och format som mottagarna finner mest intressanta och engagerande.



Engagerande ämnesrader

Hur ämnesrader samspelar med öppnings- och klickfrekvenser.



Effektivitet av CTAs

Vilka call-to-actions som driver mest aktivitet och konverteringar.



Tidpunkt för utskick

Vilka tider och dagar som genererar högst engagemang.



Marknadsförare anser att CTOR är en kritisk indikator på framgång inom e-postmarknadsföring

Click-to-opens (CTOR)

14,3%

Klickfrekvens (CTR)

2,7%



Kan tid på dygnet och dag på veckan spela roll för vilket engagemang du kommer få?

När det gäller att optimera e-postkampanjer för maximalt engagemang och konverteringar är **tidpunkten för utskicket en avgörande faktor**. Att förstå hur dag och tid på dygnet påverkar mottagarnas beteende kan göra skillnaden mellan en lyckad kampanj och en som passerar obemärkt förbi.

Nedan kommer vi att utforska hur olika dagar och tider påverkar öppnings- och klickfrekvenser inom olika branscher, och ge insikt i vilka specifika tider och veckodagar som genererar mest engagemang för varje bransch.

Bransch	Dag	Tid
E-handel	Tisdag och torsdag	10:00 och 14:00
Teknologi och IT	Tisdag och onsdag	8:00 och 10:00
Välgörenhetsorganisationer	Tisdag och torsdag	8:00 och 10:00
Hälsa och sjukvård	Onsdag och fredag	9:00 och 14:00

Bransch	Dag	Tid
E-handel	Torsdag och fredag	10:00 och 13:00
Teknologi och IT	Tisdag och onsdag	10:00 och 15:00
Välgörenhetsorganisationer	Torsdag och fredag	9:00 och 16:00
Hälsa och sjukvård	Torsdag och fredag	8:00 och 13:00






Öppningar



Klick

Tips på hur du kan optimera dina kampanjer ytterligare!

-  Segmentera din målgrupp för att skicka mer träffsäkra och relevanta email till dem.
-  A/B-testa olika dagar och tider för att hitta vad som fungerar bäst för din specifika målgrupp.
-  Analysera tidigare kampanjer för att identifiera mönster och anpassa framtida utskick därefter.

Du känner din målgrupp bäst!

Den statistik vi visar här till höger är ett genomsnitt i branscherna, det behöver inte betyda att det är just under dessa dagar och tider som din målgrupp är mest engagerade. Det viktigaste är att du själv tar reda på när din målgrupp vill ta emot kommunikation från dig och det gör du bäst genom att A/B-testa dina utskick under olika dagar och tider. Rules A/B-test funktion används flitigt av våra kunder och det är också så vi kan analysera genomsnittet.

Avregistreringar och spammarkeringar visar hur dina mottagare reagerar på din kommunikation

För att effektivisera e-postmarknadsföringskampanjer är det viktigt att inte bara fokusera på öppnings- och klickfrekvenser, utan även att analysera avregistreringsfrekvens, spamfrekvens och leveransfrekvens.

Dessa mätvärden ger insikt i hur mottagarna reagerar på dina meddelanden och kan avslöja problemområden som påverkar kampanjens övergripande prestanda. Vad finns det för faktorer som påverkar spam- och e-postfrekvensen? Det tar vi reda på här!



0,01%

- Genomsnittlig spamfrekvens



0,01%

- Genomsnittlig avregistreringsfrekvens

Med Rules unika verktyg Journey Builder kan du kommunicera mer personligt och skicka färre meddelanden. Detta minskar mängden e-post i kundens inkorg och levererar endast det som mottagaren vill ha, när de vill ha det.

Imponerande statistik från Rules kunder!

Tips!

För att undvika att dina e-postmeddelanden hamnar i skräppost och minska avregistreringar, skicka relevant och värdefullt innehåll och undvik ord som triggar spamfilter.

Gratis
Pengar tillbaka
Risikfri
Tjäna pengar
Köp nu

Faktorer som påverkar spamfrekvensen



Spamfrekvensen påverkas av användning av vissa ord som kan trigga spamfilter och avsändaradressens rykte. Negativa signaler som tidigare spamklagomål, brist på autentisering och responsiva mallar (som vi erbjuder hos Rule), kan öka sannolikheten för att e-postmeddelanden klassificeras som skräppost. Undvik ord som ofta förekommer i skräppost och upprätthåll ett gott rykte genom konsekvent bra e-postpraxis.

Påverkan av e-postfrekvens och relevans på avregistreringar

Frekvens och relevans av e-postmeddelanden spelar en stor roll i avregistreringsfrekvensen. Hög frekvens av irrelevanta meddelanden ökar sannolikheten för avregistrering. För att minska avregistreringar är det viktigt att skicka relevant och värdefullt innehåll samt att undvika att överbelasta mottagarna med för många meddelanden, skicka hellre färre relevanta budskap.

Leveransfrekvensen talar om hur många av dina mail som faktiskt levereras till mottagarna

Leveransfrekvens är andelen skickade e-postmeddelanden som faktiskt når mottagarnas inkorgar, vilket innebär att de inte blockeras av spamfilter eller e-postleverantörer. En hög leveransfrekvens är avgörande för effektiv e-postmarknadsföring eftersom det säkerställer att dina meddelanden når ända fram till din målgrupp.

Genom att övervaka leveransfrekvensen kan du identifiera och åtgärda problem som kan hindra dina e-postmeddelanden från att levereras, såsom dålig avsändarens rykte eller tekniska fel i autentisering (SPF, DKIM, DMARC). En hög leveransfrekvens bidrar till bättre engagemang och högre avkastning på dina e-postmarknadsföringsinsatser.



99%

● **Genomsnittlig leveransfrekvens**

Tips!

Håll din e-postlista ren! Rensa regelbundet bort inaktiva eller ogiltiga e-postadresser för att minska avvisningsfrekvensen.

SPF DKIM DMARC

Påverkan av e-postleverantörer och domänrykte på leveransfrekvensen

E-postleverantörer och domänrykte har stor påverkan på leveransfrekvensen. Ett bra rykte och korrekt konfiguration (SPF, DKIM, DMARC) säkerställer hög leveransbarhet. Dåligt rykte eller tidigare spamklagomål kan leda till att fler meddelanden hamnar i spam-mappen eller inte levereras alls.

På Rule uppmanar vi alla våra användare att ställa in leveransbarhetsinställningar, vilka inkluderar hela uppsättningen av SPF, DKIM och DMARC. När dessa inställningar är konfigurerade kan våra användare smidigt få sina inställningar validerade för att säkerställa att de är korrekta – sen är det klart!





3 smarta segment

- 1 Segmentering baserat på data som land, namn och kön.
- 2 Segmentera på orderdata, t.ex. kunder baserat på köpta produkter eller produktkategorier.
- 3 Segmentera kunder baserat på senaste orderdatum, t.ex. senaste 30 dagarna, 6 månaderna osv.

58%

- av alla intäkter från e-postmarknadsföring genereras av segmenterade och riktade kampanjer.

76%

- av konsumenterna är mer benägna att köpa från märken som erbjuder personaliserade upplevelser.

80%

- av konsumenterna är villiga att dela sina personuppgifter i utbyte mot personliga erbjudanden och rabatter.

82%

- av marknadsförare rapporterar en ökning i öppningsfrekvenser när de använder personalisering i sina e-postkampanjer.

Segmentering och personalisering är helt avgörande i dina utskick

Konsumenter blir idag överösta med e-postmeddelanden från olika företag och vissa budskap riktar sig till och med till en helt annan målgrupp än den man själv tillhör. Varför blir det så? För att sticka ut i mängden är det kritiskt att anpassa sitt budskap efter mottagarens behov och intressen. Segmentering och personalisering gör just detta möjligt och är funktioner som alla våra Rule kunder använder sig av.

Genom att dela upp sin kundbas i mindre grupper (segmentering) och skräddarsy innehållet för varje grupp (personalisering), kan du som företag skapa mer relevanta och engagerande kampanjer. Detta leder till både högre öppnings- och klickfrekvenser, vilket i sin tur driver konverteringar och ökar kundlojaliteten. Win-win helt enkelt!



“

“Med Rule kan vi skapa skräddarsydd kommunikation som på riktigt sätter kundens behov i fokus genom att säkerställa att våra kunder kan ta full nytta av vad vi kan erbjuda.”

Digital marknadsförare, Svenskt kosttillskott



Förväntningar på personalisering

Två tredjedelar av kunderna förväntar sig att varumärken förstår deras behov och erbjuder personliga upplevelser. Samtidigt känner sig **71%** frustrerade när de inte får en personlig upplevelse, vilket kan leda till att **45%** av dem överväger att handla någon annanstans.

+ Ökad relevans med segmentering

Genom att anpassa meddelandet till olika segment, blir utskicket mer relevant för mottagarna, vilket **ökar sannolikheten** att de öppnar och interagerar med innehållet.

+ Bättre engagemang från mottagarna

Personliga och relevanta e-postmeddelanden **skapar en starkare relation med kunderna**, vilket kan leda till ökad engagemang och lojalitet.

+ Högre konverteringsgrad

När innehållet är anpassat efter mottagarnas specifika behov och intressen, **ökar sannolikheten för att de genomför önskade åtgärder**, såsom köp eller registreringar.

+ Effektivare marknadsföring

Genom att fokusera på segment som är mest sannolika att svara positivt, kan marknadsförare optimera sina kampanjer och **få bättre resultat med mindre insats**.

Transformera din marknadsföring med Marketing Automation

Marketing Automation har blivit en högst nödvändig del av moderna marknadsföringsstrategier, som möjliggör effektivisering och personalisering av kundengagemang. Genom att automatisera repetitiva uppgifter och använda datadrivna insikter kan du som företag uppnå exceptionella resultat som vi utforskar här.

3 smarta automationer



Välkomsterie - Skicka välkomstmeddelanden till nya prenumeranter för att introducera ditt varumärke och dina erbjudanden. Detta hjälper till att bygga en stark relation från början.



Övergiven varukorg - Fånga upp kvarglömda varukorgar med en automatiserad påminnelse. När du sätter upp automatiska påminnelser kan du effektivt höja avslutsfrekvensen.



Win Back - Skicka specialerbjudanden och personliga meddelanden till inaktiva kunder för att återaktivera deras intresse och få dem att återvända till din butik.

Därför är Marketing Automation ett avgörande verktyg för marknadsförare

- + Ökad effektivitet**
Företag som använder Marketing Automation för att vårda prospekts upplever en ökning av kvalificerade leads med **451%**.
- + Förbättrad ROI**
77% av Marketing Automation-användare rapporterar en ökning av konverteringar.
- + Tidbesparing**
Företag som implementerar Marketing Automation ser i genomsnitt en **80%** tidsbesparing på deras marknadsföringsinsatser.
- + Ökning av återkommande köp**
Företag som använder Marketing Automation upplever en ökning av återkommande köp med upp till **47%**.
- + Ökad engagemang**
80% av Marketing Automation-användare såg en ökning av antalet öppnade e-postmeddelanden och klickfrekvensen efter att ha implementerat automatiserade e-postkampanjer.

Visste du att?

70% av onlIneshopparna lämnar sina varukorgar!
40% procent lämnar någon gång sin varukorg
30% procent gör det flera gånger i månaden.



Skapa och leverera framgångsrika e-postutskick, varje gång!

Vi hoppas att denna rapport har gett värdefulla insikter och konkreta strategier för att förbättra dina e-postmarknadsföringskampanjer.

Datan som presenteras är vi mycket stolta över då den bygger på de framstående prestationerna som våra kunder åstadkommit med Rule under 2024, än så länge. Det är ett praktexempel på hur rätt strategi bygger framgång för så många duktiga företag av olika storlekar.

Dessa resultat visar inte bara vad som är möjligt med rätt taktik, utan också hur våra kunder framgångsrikt navigerar i det konkurrensutsatta landskapet för att uppnå framgångsrika resultat.

”

Sen vi började använda Rule för ett år sedan, har vår CTR gått upp med 50% och vår konvertering med över 75%.

E-handelschef, Geggamoja

100%

- av alla marknadsförare kan uppnå framgångsrika resultat genom att kontinuerligt optimera sin strategi och hålla sig uppdaterad på trender.

Rules rekommendationer

Implementera segmentering

Använd den data du samlat in om dina kunder för att skapa mer precisa segmenteringar av mottagarlistan och upplev både högre engagemang och bättre resultat på dina utskick.

Förbättra leveransbarheten

Se till att dina e-postmeddelanden når mottagarens inkorg genom att följa bästa praxis för leveransbarhet, inklusive autentisering av e-post, hantering av studsar och undvikande av spam-fällor.

Kontinuerlig optimering

Genomför regelbunden A/B-testning och analysera resultat för att optimera alla aspekter av e-postmarknadsföringen, från ämnesrader till CTA. Du känner din målgrupp bäst!

Fokus på personalisering och automatisering

Implementera Marketing Automation till din strategi för att automatisera manuella, repetitiva uppgifter. Med trigger-baserad kommunikation, när du kunder vid rätt tillfälle med rätt budskap.

Viktiga slutsatser

Det vi främst vill belysa med denna rapport är att med rätt strategi och kontinuerlig optimering kan e-postmarknadsföring leverera **höga avkastningar** och starkt kundengagemang. Genom att hålla sig uppdaterad med de senaste trenderna och **implementera bästa praxis** kan du som marknadsförare säkerställa att dina e-postkampanjer är effektiva och ger betydande resultat.

Statistiken från denna rapport understryker vikten av att **förstå sin målgrupp**, använda data för att driva beslut och alltid sträva efter att förbättra sin befintliga strategi.

Vi är därför också väldigt stolta över den datan vi presenterar i rapporten från Rule, som tydligt visar att **majoriteten av våra Rule-kunder gör det rätt**. E-postmarknadsföring är inte bara ett verktyg för kommunikation, utan **en nyckelkomponent i en framgångsrik digital marknadsföringsstrategi**. Simple as that.

3, 2, 1 – GO!

Redo att ta nästa steg?


Oavsett om du är en nybörjare eller en marknadsföringsexpert, finns det möjligheter att lyfta din strategi. Med Rules verktyg för e-postmarknadsföring och Marketing Automation kan du **ta dina kunder med storm**, med hjälp av datadrivna och personaliserade budskap. Se till att det är ditt varumärke som sticker ut i dina mottagares inkorg!

Vilka är Rule?

Rule är en kraftfull och användarvänlig plattform som hjälper företag att effektivisera sin digitala kommunikation. Med Rule kan du enkelt skapa och hantera personliga, automatiserade kampanjer vilket ökar kundengagemanget och förbättrar dina resultat. Plattformen erbjuder också **omfattande analysverktyg** som ger värdefulla insikter för att optimera dina marknadsföringsinsatser.

Vilka verktyg erbjuder Rule?

-  **E-postmarknadsföring och nyhetsbrev**
Skapa och skicka välkomnande och uppföljande utskick via email.
-  **Marketing Automation**
Automatisera repetitiva uppgifter och nå kunderna vid rätt tillfälle.
-  **Segmentering**
Segmentera medlemmar och skicka personaliserad kommunikation.
-  **SMS utskick**
Kommunicera direkt via den högst konverterande kanalen, SMS.
-  **Rule Omnireach**
Nå kunder via fler sociala kanaler som TikTok, Meta och Google.



Välkommen att **boka en gratis personlig demo idag**, så hjälper vi dig att ta nästa steg!