



FICHE MÉTHODE

Mesurer la performance d'une campagne e-mailing

Une fois la campagne e-mailing réalisée, il est essentiel d'en évaluer les résultats afin d'optimiser la performance commerciale.

► Les principaux indicateurs

| KPI | Calcul | Analyse |
|-----------------------|--|--|
| Taux de délivrabilité | $\frac{\text{nombre de mails délivrés}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ | Le taux de délivrabilité permet de savoir si l'e-mail parvient bien à son destinataire. Le taux de délivrabilité ne doit pas être inférieur à 95 %. Dans le cas contraire, la qualité du fichier doit être remise en cause. |
| Taux de rebond | $\frac{\text{nombre de mails délivrés}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ | Le taux de rebond permet de mesurer la part des e-mails non délivrés (notification d'erreur). Un taux de rebond au-dessus de 2 % doit commencer à attirer l'attention de l'expéditeur quant à la qualité de son fichier. |
| Taux d'ouverture | $\frac{\text{nombre de mails ouverts}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ | Le taux d'ouverture permet de savoir si l'e-mail a attiré l'attention de son destinataire. |
| Taux de clic | $\frac{\text{nombre de clics sur le lien proposé}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ | Le taux de clic permet de mesurer le degré d'intérêt du message envoyé. |
| Taux de réactivité | $\frac{\text{nombre de clics sur le lien proposé}}{\text{nombre de mails ouverts}}$ | Le taux de réactivité permet de mesurer la réaction du destinataire après l'ouverture du message. |
| Taux de conversion | Conversion mails envoyés/appels : $\frac{\text{nombre d'appels}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ Conversion mails envoyés/devis : $\frac{\text{nombre de devis demandés}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ | Le taux de conversion représente le nombre de personnes ayant réalisé l'action souhaitée (ex : achat, appels téléphoniques...) par rapport au nombre de mails envoyés. |

► Exemple de tableau de bord

| KPI | Campagne actuelle | Campagne précédente | Moyenne année |
|--|-------------------|---------------------|---------------|
| Taux de délivrabilité | 97 % 😊 | 98 % | 96 % |
| Taux d'ouverture | 42 % 😞 | 48 % | 50 % |
| Taux de clic | 4 % 😞 | 7 % | 6 % |
| Taux de réactivité | 25 % 😊 | 12 % | 13 % |
| $\frac{\text{nombre de devis demandés}}{\text{nombre de mails envoyés}}$ | 14 % 😊 | 9 % | 8 % |