

Communiqué de presse

Paris, le 8 novembre 2010

« Panorama européen du Social media et de l'Email » Dialogue interactif avec Facebook, Twitter, Email & co.

Les réseaux sociaux sont devenus un canal de communication à part entière, au même titre que l'Email Marketing. Pour mieux comprendre comment sont utilisés ces deux canaux, quelles interactions existent entre eux et ce qui motive les internautes dans leurs usages, eCircle a mené une étude exclusive, en triptyque, dans 6 pays d'Europe.

Le premier volet de cette étude présenté ici, compile les résultats français de l'enquête consommateurs. Les deux suivants exposeront les résultats de l'enquête décideurs - comment les responsables marketing online utilisent le social media et email - puis la comparaison entre résultats européens.

Voici un état des lieux des usages en matière de Social media et d'Email, réalisé à partir de données démographiques et de motivations ; de la manière dont ces canaux cohabitent et, au-delà des réseaux internationaux Facebook et Twitter, l'analyse des réseaux nationaux, leur catégorisation détaillée et l'étude des effets du viral.

1. Quelle utilisation du Social media ?

- 62% des répondants possède au moins un compte sur un réseau social. En moyenne, le « socionaute » français est membre d'environ 2 réseaux sociaux.
- Les deux tiers des socionauts consultent leur réseau social quotidiennement.
- Le réseau social ayant la plus grande part d'utilisateurs réguliers (au moins une fois par jour) et comptant le plus de connexions par membre, est Facebook.
- Tous les réseaux sociaux ont des typologies d'utilisateurs similaires (entre 20 et 39 ans, une majorité de femmes, études supérieures) – sauf Skyrock, qui a la plus jeune communauté avec 46 % d'utilisateurs entre 14 et 19 ans.
- L'activité des utilisateurs de web social est en majorité motivée par la "recherche" d'amis (82% en moyenne sur l'ensemble des réseaux sociaux) mais aussi par la recherche d'informations sur des produits ou des sociétés, à 55% sur Twitter contre 27% sur Facebook.
- Les utilisateurs de Twitter montrent un intérêt supérieur à la moyenne aux dernières nouvelles. Ils sont plus ouverts à partager des informations que les utilisateurs de Facebook.
- 16% des socionauts sont des fans de pages d'entreprises ou de marques. La plupart des fans ont une vingtaine d'années et un bon niveau d'études. Un tiers sont fans ou suivent les entreprises pour avoir des réductions ou des offres spéciales et 25% veulent montrer leur attachement à la marque. 27% des utilisateurs de réseaux sociaux sont intéressés par les informations relatives aux produits et aux entreprises qu'ils souhaitent recevoir sur leurs profils.

eCircle SARL
10, rue du Fg Poissonnière
75010 Paris
T +33 (0)1 53 80 48 00
F +33 (0)1 53 80 48 01
info-fr@ecircle.com

Gérant
Raphaël Savy

N° TVA FR26430047985
RCS Paris B 430 047 985

Banque Themis
20, Rue Treillard
75008 PARIS
IBAN : FR72 1144900002 0208132
001N80
BIC : FR 26430047985



- 90% des utilisateurs de réseaux sociaux sont abonnés à au moins une newsletter et la plupart des fans peuvent être contactés via les newsletters.
- Facebook est le réseau social ayant le plus grand potentiel multiplicateur qu'il s'agisse de la portée, du nombre d'amis et de l'intensité d'utilisation (68% se connectent une à plusieurs fois par jour).

2. Quelle utilisation de l'Email Marketing ?

- 34% des répondants peuvent être contactés par email et newsletters et non pas via les réseaux sociaux en revanche, 56% des répondants, dont 57 % de femmes, peuvent être contactés via l'ensemble des canaux de communication.
- On observe par ailleurs que la meilleure façon de contacter les groupes cibles plus âgés est la newsletter et que les utilisateurs multicanaux ont un niveau d'étude légèrement supérieur.
- L'email est essentiellement utilisé comme moyen de communication (89%) et pour les achats en ligne (70%).
- Plus de la moitié des utilisateurs de réseaux sociaux utilisent leur compte de messagerie pour recevoir des notifications de leurs réseaux.
- 96% des personnes ayant un compte de messagerie vérifient leurs emails au moins une fois par jour et 19% des destinataires d'emails lisent tous les jours leurs emails sur des terminaux mobiles. 70% des utilisateurs de Social Media utilisent leur email pour commander ou acheter en ligne.

3. Quelle interactivité entre Social media et Email Marketing ?

- La moitié des destinataires de newsletters connaissent la fonctionnalité "Partager avec votre réseau" (PAVR) et 8% l'ont déjà utilisée. Les contenus qui pourraient être le plus fréquemment partagés sont les nouvelles et les images. Ce sont les utilisateurs de Twitter qui partagent le plus souvent des contenus (26%).
- Un message partagé peut atteindre en moyenne 53 connexions s'il est partagé avec la totalité du réseau d'une personne.
- Les contenus sont mieux jugés que la publicité. En effet sur les réseaux sociaux, les pages entreprises ou marques sont jugées « intéressantes » par 35 % et « informatives » par 45 % des répondants alors qu'ils sont 45 % à juger « dérangeante » la publicité sur les réseaux sociaux. Il en est de même avec la publicité dans les newsletters jugée « dérangeante » par 42 % des répondants et « informatives » par 40 % des répondants.



Conclusion

Cette étude livre des réponses sur les motivations et la façon dont les consommateurs utilisent le Social media et l'Email et quelles conclusions les responsables marketing doivent en tirer. Ce premier volet est une photographie de la façon dont les consommateurs entrent en contact avec les marques via les réseaux sociaux et l'Email et donne des indications claires sur la portée et les effets multiplicateurs des réseaux sociaux, notamment par les campagnes virales.

Les usages du Social media et de l'Email montrent que ces deux canaux sont complémentaires, l'utilisation régulière de l'un appelle celle de l'autre et le Social media n'a en rien signé l'arrêt de mort de l'Email. Alors que pour partager ses intérêts et se renseigner sur une marque les utilisateurs privilégieront les réseaux sociaux, ils privilégieront l'email pour communiquer et effectuer leurs achats.

C'est la bonne compréhension des usages du social media et de l'email qui permet d'installer une vraie communication « cross canal », efficace et utile pour les internautes. La deuxième partie de l'étude en triptyque d'eCircle apportera prochainement des indications sur l'utilisation que les décideurs ont de ces deux canaux de communication.

Méthodologie

Cette étude est une enquête en ligne (panel), réalisée par GMI pour le compte de Mediacom Science, auprès de 1 225 adultes français, de 14-69 ans (représentatifs d'internet) entre le 2 et le 16 septembre 2010.

À propos d'eCircle

eCircle est un des leaders européens de l'email marketing. eCircle a une solution logicielle à la pointe de la technologie dédiée à la gestion de campagne d'e-marketing. Depuis 1999, eCircle élabore des solutions d'e-mailing innovantes et efficaces consacrées à la fidélisation client. De nombreux grands comptes et agences, comme la Deutsche Post, Volvo, Thomas Cook, Otto, Courrier International, 24h00.fr, Showroomprivé.com ou encore seloger.com font confiance à l'expertise d'eCircle ainsi qu'en l'implication de ses employés. eCircle compte plus de 200 collaborateurs. Le siège social est à Munich en Allemagne, et la société possède des bureaux à Paris, Londres et Milan. En 2009, eCircle UK a gagné le "Revolution Innovation Award" - www.ecircle.com

Contacts presse eCircle
Bureau de presse Idenium
Myriam de Chassey
Tél. 01 56 21 19 96
myriam@idenium.com

eCircle
Rebecca Mendez
Responsable Marketing France

eCircle SARL
10, rue du Fg Poissonnière
75010 Paris
T +33 (0)1 53 80 48 00
F +33 (0)1 53 80 48 01
info-fr@ecircle.com

Gérant
Raphaël Savy

N° TVA FR26430047985
RCS Paris B 430 047 985

Banque Themis
20, Rue Treillard
75008 PARIS
IBAN : FR72 1144900002 0208132
001N80
BIC : FR 26430047985

