

Les enjeux des PME canadiennes face au marketing courriel

6 décembre 2016



cyberimpact

Méthodologie

Sondage Internet mené à l'été 2016 auprès de 1 000 organisations canadiennes faisant du marketing par courriel

287 répondants dont 177 PME

- 1 employé : 33
- 2 à 5 : 63
- 6 à 10 : 28
- 11 à 30 : 28
- 31 à 50 : 9
- 51 à 100 : 16

Selon Statistiques Canada, une PME est une entreprise de moins de 100 employés



Depuis quand utilisez vous le marketing courriel ?

- Moins d'un an 15%
- Entre 1 et 2 ans 23%
- De 2 à 5 ans 40%
- Plus de 5 ans 23%

Le nombre de PME qui utilisent le marketing par courriel augmente de 15 à 20% par an



Pourquoi utilisez vous le marketing courriel ?

- Informer nos clients 76%
- Augmenter les ventes avec clients actuels 69%
- Renforcer la relation avec nos clients 57%
- Attirer de nouveaux clients 50%

Plusieurs réponses possibles

Le marketing par courriel est un outil de croissance pour les PME canadiennes



cyberimpact

Mesurez-vous vos résultats ?

- Non 20%
- Taux d'ouverture ou de clic 80%
- Taux de conversion 20%
- Commentaires reçus 15%

4 PME canadiennes sur 5 mesurent les résultats de leurs envois marketing



cyberimpact

Êtes-vous satisfaits des résultats obtenus ?

- Sentiment de performer 6%
- Bons 51%
- Résultats corrects 22%
- Pas vraiment 23%

57% sont contentes de l'efficacité de leurs envois marketing



cyberimpact

Qui s'occupe du marketing ?

- Une personne à l'interne dont ce n'est pas la spécialité 62,5%
- Spécialiste à l'Interne 22,5%
- Spécialiste externe (pigiste) 5,0%
- Agence marketing/fournisseur web 10,0%

Les deux tiers des PME canadiennes font leur marketing sans s'y connaître



cyberimpact

Principaux enjeux ?

- Manque de temps 46%
- Manque de compétences 36%
- Fréquence d'envois 30%
- Résultats insatisfaisants 28%
- Pertinence du contenu 28%
- Besoin d'aide 24%

Le manque de temps et de compétence sont les principaux enjeux des PME canadiennes



De quelle aide avez-vous besoin ?

- Stratégie de marketing par courriel 61%
- Faire grandir nos listes 59%
- Design des envois 43%
- Production de contenu 42%
- Fonctionnalités 24%

Les PME canadiennes ont besoin d'aide pour leur stratégie de marketing par courriel



cyberimpact