**68 proc. Polaków ma więcej niż jedną skrzynkę mailową i 60 proc. subskrybuje newslettery - raport ExpertSender**

**Obecnie w Polsce jest 28,2 mln internautów, którzy korzystają z e-maili. Jak wynika z raportu „Jakie e-maile chcą otrzymywać od Ciebie klienci w 2021 roku?” ExpertSender, 31 proc. ankietowanych posiada tylko jedną, prywatną skrzynkę e-mailową. Z e-maili chętnie korzysta e-commerce. Oferty, które badani dostają e-mailowo, prawie połowa badanych czyta kilka razy dziennie. Dla 53 proc. oferty przesyłane e-mailem są spamem. Aż 48 proc. osób nie otwiera wiadomości z folderu SPAM.**

*E-mail jest najwygodniejszym, najtańszym i najlepiej konwertującym kanałem zarówno do pozyskiwania nowych, jak i utrzymywania istniejących klientów. A jego wydajność w 2021 roku – drugim roku pandemicznych obostrzeń, w którym wiele firm zmuszona będzie ograniczyć marketingowe wydatki – będzie wręcz podwójnie atrakcyjna* - mówi Krzysztof Jarecki, CEO ExpertSender.

**E-mailowe realia**

Jak wynika z badania przeprowadzonego przez ExpertSender, aż ⅔ Polaków korzysta z więcej niż jednego prywatnego adresu e-mail. Ponad 40 proc. osób ankietowanych ma dwa, 31 proc. jedno, a 26 proc. od trzech do pięciu kont e-mailowych. Co ciekawe prawie 2 proc. osób ma ponad 6 e-maili. Dodatkowo 47 proc. badanych kilka razy dziennie czyta oferty przesyłane na e-maila, 27 proc. robi to raz dziennie. Tylko 4 proc. nie robi tego wcale.

Ponad 60 proc. ankietowanych subskrybuje newslettery, a 70 proc. wie, że na ich e-maile trafiają oferty specjalne, których mogą nie spotkać w żadnym innym miejscu. Warto też zauważyć, że na współczynnik otwarć ogromny wpływ ma temat wiadomości - aż 79 proc. stwierdziło, że on determinuje otwarcie e-wiadomości.

**Lubiane wiadomości e-mail**

Według raportu, aż 76 proc. ankietowanych chciałoby odbierać tylko oferty, które ich interesują. Ponad 1/3 proc. badanych twierdzi, że odkąd ogłoszono pandemię, korzystają z ofert przesyłanych e-mailem częściej niż przedtem. Co ciekawe, jeśli niechciana wiadomość e-mail trafi do spamu, wtedy otwiera ją aż ponad połowa osób.

Aż 86 proc. wie, że treść e-maila, którego otrzymuje, może być dopasowana do ich preferencji. Co więcej, 61 proc. znacznie chętniej czyta takie wiadomości. Mimo to ankietowanym zdarza się anulować subskrypcję newslettera. Potwierdziło to 64 proc. osób, a 88 proc. osób wie, że ma do tego prawo.

*E-mail stał się codzienną intymną relacją marki z klientem, który świadomie angażuje się w przesyłane treści i zna korzyści związane z kierowaną do niego komunikacją. Według badania,* ***aż 77 proc. osób otrzymuje maile od swoich ulubionych marek****. Daje to ogromne możliwości* - podsumowuje Krzysztof Jarecki, CEO ExpertSender

Z raportem ExpertSender można zapoznać się [tutaj](https://expertsender.pl/Jakie-emaile-chca-otrzymywac-klienci-Raport-2021.pdf), są to wyniki badania zrealizowanego w listopadzie 2020 na grupie 500 osób metodą CAWI. Próba reprezentatywna.