



### 30%

van de ondervraagde e-mailmarketeers besteedt 80 tot 100% van zijn tijd aan e-mailmarketing

Kanalen die het meest worden gebruikt in combinatie met e-mail



### 95%

WEBSITE



### 67%

SOCIAL MEDIA

B2C besteedt meer tijd aan e-mailmarketing dan B2B

### B2B

### 14%

B2B BESTEEDT 80 TOT 100% VAN DE TIJD AAN E-MAILMARKETING

### B2C

### 35%

B2C BESTEEDT 80 TOT 100% VAN DE TIJD AAN E-MAILMARKETING

## WAT VINDEN E-MAILMARKETEERS HET LEUKSTE AAN HUN WERK?

“Dat het raakvlakken heeft met **alle facetten van marketing** binnen een bedrijf.”

“Alles komt samen: **strategie, techniek, content, data** en **testen** met relatief snelle resultaten.”

“**Afwisseling, veelzijdigheid** en **meetbaarheid.**”



**39%** van de respondenten met een **B2B-doelgroep** is de enige betrokken bij e-mailmarketing

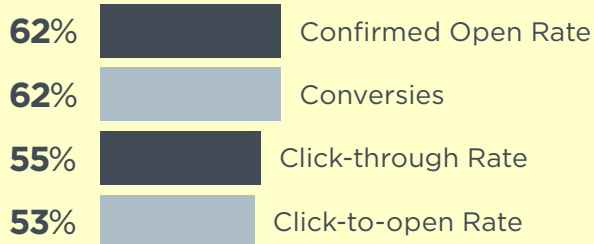


Bijna **60%** zegt benchmarks te gebruiken om succes te bepalen

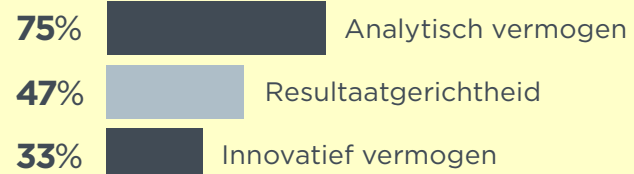


Voor **86%** van de respondenten zijn nieuwsbrieven een van de belangrijkste kennisbronnen

### DE BELANGRIJKSTE KPI'S



### DE BELANGRIJKSTE VAARDIGHEDEN



### TOP 3 PRIMAIRE WERKZAAMHEDEN



### BELANGRIJKSTE 'HARDE' VAARDIGHEDEN

