

72%

ziet e-mail nu als een belangrijker marketingkanaal dan voor de crisis.

46%

ziet klikratio's stijgen.

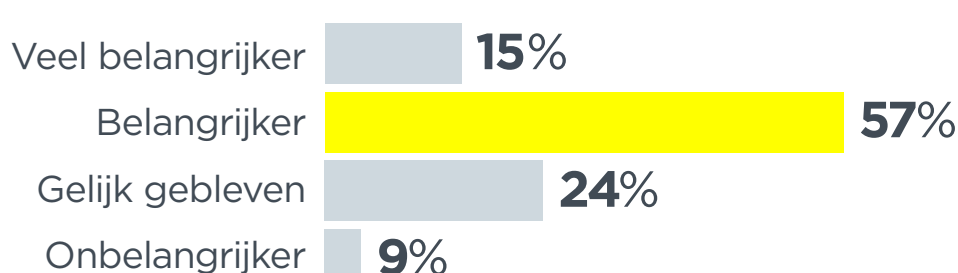
48%

zegt meer e-mails te versturen dan voor de crisis.

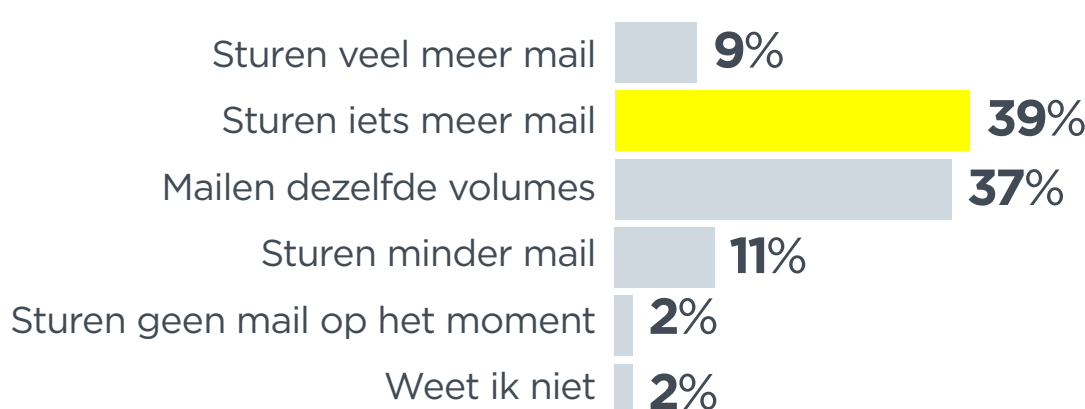
26%

zegt dat het aantal inschrijvingen is gestegen.

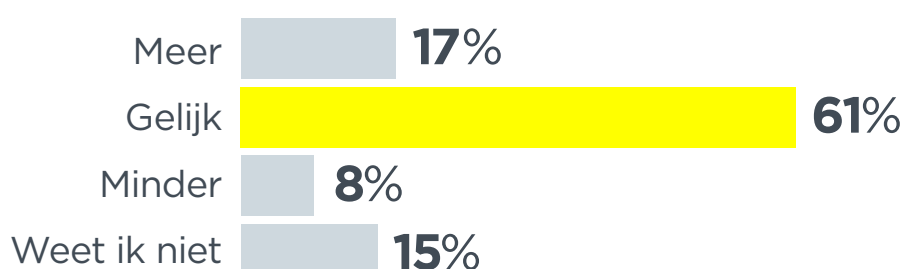
BELANG KANAAL E-MAIL TIJDENS DE CRISIS



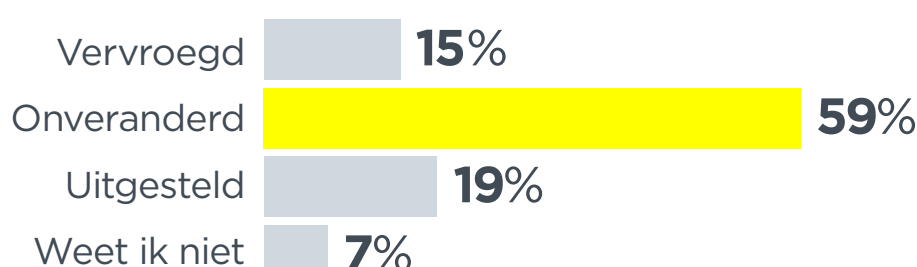
INZET E-MAIL TIJDENS DE CRISIS



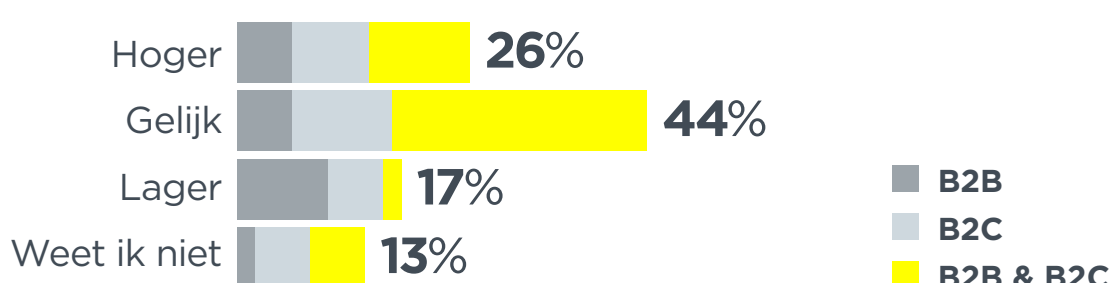
VERANDERINGEN IN BESCHIKBARE BUDGET E-MAILMARKETING



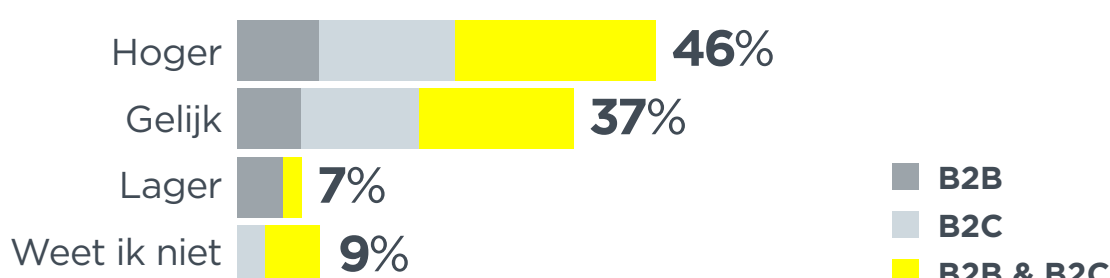
INVESTERINGEN IN E-MAILMARKETING TIJDENS DE CRISIS



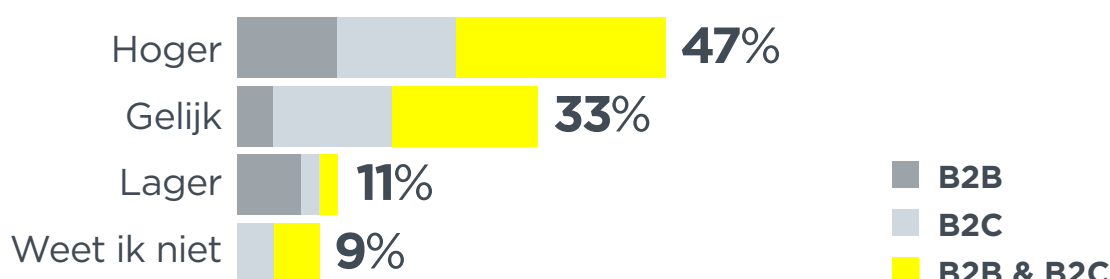
AANTAL INSCHRIJVINGEN



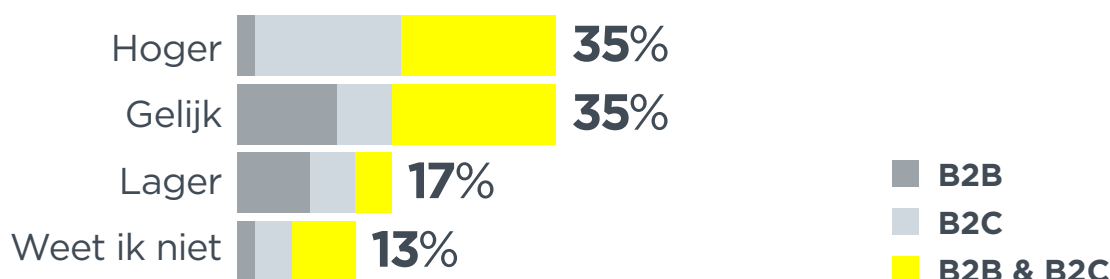
AANTAL OPENS



AANTAL KLIKS



AANTAL CONVERSIES



AANTAL AFMELDINGEN

