

Какой процент подписчиков открывает письма?

Безусловно, каждый автор рассылки хочет знать, какой процент подписчиков действительно открывает и читает письма. У каждого свои ожидания, но, к сожалению, они не всегда соответствуют действительности. Некоторые авторы думают, что открывать письма должны, если не все, то хотя бы 80-90% подписчиков. К примеру, за последние дни десять к нам в службу поддержки поступило несколько запросов от авторов, которые просили, а кто-то даже требовал (!), объяснить, «почему такие низкие показатели гарантированно открытых писем».

Этот факт, в придачу с тем, что на днях мне посчастливилось найти очень ценные статистические данные, послужил причиной написания данной статьи, в которой мы ознакомимся с тем, как в реальности обстрают дела с «открываемостью» писем.

Чтобы у Вас сложилась целостная картина, мы рассмотрим не только статистические данные, но и главные причины, из-за которых наблюдаются именно такие показатели. Но перед тем как мы перейдем к самим данным, хотелось бы отметить, как, кем и когда они были получены.

Нижеприведенные статистические данные получены крупнейшим западным сервисом почтовых рассылок (*MailChimp*) 15-го декабря 2010г. Были проверены более **570 миллионов** отправленных писем и подсчитаны средние показатели для каждой отрасли (речь идет о тематике рассылки). Таким образом, мы можем быть абсолютно уверены в том, что эти данные соответствуют действительности.

Тематика рассылки	Открытые письма	Переходы по ссылкам	Отписка
Пищевая промышленность	23.94%	4.85%	0.38%
Красота и личный уход	14.94%	2.65%	0.28%
Бизнес и финансы	15.47%	2.77%	0.21%
Компьютеры и электроника	15.51%	2.97%	0.30%
Строительство	28.70%	8.01%	0.35%
Консалтинг	16.32%	3.30%	0.25%
Электронная коммерция	14.98%	3.36%	0.25%
Образование	16.64%	3.41%	0.20%
Развлечения	16.09%	2.98%	0.19%
Здоровье	20.96%	5.73%	0.30%
Хобби	18.45%	4.33%	0.40%
Домоводство и садоводство	28.20%	4.38%	0.41%
Страхование	20.91%	3.03%	0.30%
Юриспруденция	17.34%	2.49%	0.12%
Маркетинг и реклама	18.79%	4.13%	0.23%
СМИ	18.43%	3.39%	0.11%
Медицина	13.76%	2.59%	0.18%
Музыка	13.95%	2.43%	0.18%
Фото и видео	28.93%	5.70%	0.26%
Политика	13.72%	2.58%	0.15%
PR	14.81%	1.12%	0.16%
Недвижимость	18.48%	3.44%	0.25%
Управление персоналом	15.31%	3.35%	0.31%
Религия	23.04%	3.24%	0.15%
Ресторанное дело	20.07%	2.41%	0.30%
Розничная торговля	17.80%	3.54%	0.24%
Социальные сети и другие сообщества	22.37%	2.85%	0.74%
Программное обеспечение и веб-приложения	15.57%	2.49%	0.39%
Спорт	19.54%	4.77%	0.24%
Телекоммуникации	21.20%	3.22%	0.41%
Путешествия и транспорт	14.50%	2.71%	0.17%

Следует отметить, что мы не высчитывали данные показатели по всем рассылкам нашего сервиса, но едва ли они будут значительно различаться.

Основные причины подобных показателей

1) Техническая

Думаю, Вы уже знаете, что просматривать статистику по количеству открытых писем можно лишь в случае, если Вы отправляете HTML-письмо. Ведь только в HTML-письма может быть вставлен так называемый аудит-пиксель, который позволяет выяснить, если письмо было открыто.

Аудит-пиксель представляет собой изображение размером 1x1 пиксель. В текстовые письма изображения вставлять нельзя, именно поэтому получать подобную статистику по текстовым письмам не представляется возможным.

Почему данный момент столь важен?

Дело в том, что некоторые почтовые сервисы (к примеру, всеми любимый Gmail) по умолчанию не отображают изображения в письмах.

Если у Вас есть ящик на Gmail, то Вы, наверное, не раз сталкивались со следующей надписью в начале

В подобных случаях у Вас есть возможность ознакомиться с самим письмом, но при этом не все изображения из письма подгружаются.

Если пользователь не нажмет на «Показать картинки» и ознакомится с письмом в таком варианте (без картинок), то аудит-пиксел просто-напросто не будет загружен. Поэтому статистика открытых писем не изменится.

Если же пользователь нажмет на «Показать картинки», то статистика сразу изменится, так как аудит-пиксел будет подгружен.

Более того, следует отметить, что такая же ситуация наблюдается и с пользователями, которые просматривают почту с помощью почтовых клиентов (Thunderbird, Outlook, The Bat и т.д.), а не в почтовых ящиках, так как во многих почтовых клиентах изображения не грузятся по умолчанию (также есть необходимость выбирать вручную вариант с загрузкой изображений).

Как Вы понимаете, многие не выбирают опцию «Показать картинки» (и тому подобные). Одни не видят в этом необходимости, так как с письмом можно и так ознакомиться, другие не выбирают просто по незнанию.

2) Субъективная

Вторая причина более банальна. Далеко не всегда Ваше письмо может прийти в нужный момент. У одного подписчика завал на работе, у другого сейчас нет настроения читать подобные письма, третий до Вашего письма получил пару писем схожего толка и уже начитался и т.д.

Эту причину нет смысла описывать и разбирать, так как она и без того очевидна.

Какой можно сделать вывод из всей вышеприведенной информации?

Если Ваши показатели открываемости писем существенно ниже средних, то есть тех, которые были указаны в таблице, то Вам стоит всерьез задуматься о мотивации подписчиков и качестве подписного листа в целом. Если же показатели сопоставимы или лучше, то беспокоиться не стоит. Тем не менее, никогда не забывайте, что нет предела совершенству 😊