



# E-mailingresultaten vergelijken met je branchegeenoten

## Beschikbare e-mail benchmark gegevens in Nederland | Oktober 2020

E-mailingstatistieken geven na verzending een goed beeld van in hoeverre je e-mail nieuwsbrief is aangekomen, geopend en geklikt. Op deze manier kun je een vergelijking met maken met voorgaande (vergelijkbare) e-mail nieuwsbrieven. Via een benchmark krijg je ook inzicht in de gemiddelde gegevens van andere verzenders. Op deze manier kan je vergelijken in hoeverre jouw afgeleverde, open, click en bounce ratio's zich verhouden tot het landelijke gemiddelde, B2B/B2C en je branchegenoten.

In Nederland heb je twee grote, landelijke, jaarlijkse benchmark onderzoeken op het gebied van e-mailmarketing:



### De E-mail Benchmark 2020 (E-Village):

De E-mail Benchmark cijfers van E-Village voor 2020 zijn verkregen uit 2019 gebaseerd op bijna 25.000 campagnes en ruim 3 miljard e-mails die in 2019 zijn verzonden via Clang. De specifieke cijfers hiervoor zijn verkregen door e-Village en samenwerkende partners, die werken voor de grote A-merken.



### De Nationale E-mail Benchmark 2020 (DDMA):

Deze benchmark is samengesteld door DDMA over 2019. Deze analyse beslaat 19,6 miljard e-mails verdeeld over 834.000 e-mailcampagnes verstuurd door 6.012 organisaties gedurende 2015 t/m 2019. De data is beschikbaar gesteld door zes E-mail Service Providers (ESP's) die daarmee een groot deel van het totaal aantal verstuurde e-mailcampagnes in de Nederlandse markt vertegenwoordigen.

### Gemiddelde resultaten benchmarks 2020

De Nationale E-mail Benchmark (DDMA) kan putten uit een overduidelijke grote database van (177.000 campagnes in 2018), waarbij de E-mail Benchmark (e-Village) met bijna 25.000 campagnes de grotere A-merken vertegenwoordigd. Opvallend zijn de grote verschillen tussen beide benchmarks. De ratio's uit de Nationale E-mail Benchmark (DDMA) liggen hoger dan de ratio's uit de E-mail Benchmark (e-Village). Dit wordt enigszins verklaard doordat doelgroepen van kleinere campagnes 8,1% meer dan gemiddeld openen.

E-mail benchmark voor Nederland in 2019	E-Village		DDMA		Totaal		Verskil
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	
Gem. Open Ratio (OR)	25,59%	30,29%	38,00%	39,26%	31,80%	34,78%	▲ 2,98%
Gem. Click Trough Rate (CTR)	3,45%	4,38%	7,00%	7,68%	5,23%	6,03%	▲ 0,80%
Gem. Click To Open Rate (CTO)	13,50%	13,27%	16,30%	17,19%	14,90%	15,23%	▲ 0,33%
Gem. Accepted Rate (AR)	99,80%	99,60%	99,40%	99,31%	99,60%	99,46%	▼ -0,14%
Gem. Bounce Rate (BR)	0,40%	0,50%	0,20%	0,40%	0,30%	0,45%	▲ 0,15%

**De gemiddelde open- en klikratio's zijn in 2019 gestegen ten opzichte van 2018. Bedrijven weten hun doelgroepen steeds effectiever te bereiken met e-mail. Hoe groter de campagnes, hoe lager de gemiddelde ratio's.**

COR: (aantal unieke personen dat een e-mail opende, gedeeld door het totaal aantal met succes afgeleverde e-mails).

CTR: (aantal unieke personen dat op een link in de e-mail klikte, gedeeld door het totaal aantal met succes afgeleverde e-mails).

CTO: (aantal unieke personen dat op een link in de e-mail klikte, gedeeld door het totaal aantal unieke confirmed geopend).

BR: (het tijdelijk of permanent geweigerde aantal e-mails gedeeld door het totaal aantal verstuurde e-mails).

AR: (aantal e-mails dat met succes werd afgeleverd, gedeeld door het aantal verzonden e-mails).



**COR: Confirmed Open Ratio** =

$$\frac{\text{Aantal unieke personen dat een e-mail opende}}{\text{Totaal aantal met succes afgeleverde e-mails}}$$

## Een hoog open ratio toont aan dat je e-mail goed is opgevallen in de mailbox

Net als in 2018 geldt hoe groter de campagnes, hoe lager de gemiddelde ratio's. Desalniettemin is er zowel een stijging van de COR zichtbaar bij de grotere campagnes als de kleinere campagnes.

### ■ De e-mail Benchmark 2020 (e-Village):

**Gemiddeld 30,29%**

B2B 32,21% - B2C 30,116% | Desktop 32,26% - Mobiel 30,11%



### ■ De Nationale E-mail Benchmark 2020 (DDMA):

**Gemiddeld 39,26%**

B2B 37,18% - B2C 40,13

Industrie	COR
Energie & Nutsbedrijven	75,12%
Goede Doelen	57,03%
Telecom	55,75%
Bank- & Verzekeringswezen	49,42%
Bouw & Vastgoed	49,02%
Automotive	48,12%
Overheid	47,89%
Land & Tuinbouw	45,34%
Onderwijs & Educatie	45,14%
Stichtingen en Verenigingen	43,80%
Recreatie	42,18%
Retail (gemixed)	38,21%
Vervoer, Transport & Logistiek	38,11%
Zorg & Welzijn	37,97%
Fast Moving Consumer Goods	37,76%
Onbekend	36,70%
ICT & Internet	36,11%
Industrie & Producenten	36,10%
Media & Publishing	35,87%
Zakelijke dienstverlening	35,50%
Horeca	33,89%
Groothandel	32,35%
Cultuur & Entertainment	31,74%
Travel	31,61%
Anders	25,60%
E-commerce (geen retail)	24,12%

Het open ratio op mobiel is sterk toegenomen vergeleken met 2018. Uit de cijfers van e-Village blijkt de COR voor mobiel hoger (28,4%) dan voor desktop (21,5%). Terwijl bij DDMA de COR cijfers van mobiel (50%) en desktop (50%) nu gelijk zijn verdeeld (in 2018 mobiel nog maar 37% van alle geopende e-mails).

# E-mailingresultaten vergelijken met je branchegeten



**CTR: Click Trough Rate** =

Aantal unieke personen dat op een link in de e-mail klikt  
Totaal aantal met succes afgeleverde e-mails



**CTO: Click to Open Rate** =

Aantal unieke personen dat op een link in de e-mail klikt  
Totaal aantal uniek bevestigde geopende e-mails

## Leesbaarheid (CTR) vs effectiviteit (CTO)

Het verschil tussen de Click Trough Rate (CTR) en Click to Open Rate (CTO) is dat de CTR aantoont hoe je totale database reageert op jouw verzonden e-mail (leesbereidheid) en de CTO met name de actie bereidheid om verder te klikken aantoont (effectiviteit e-mail campagne). De CTR en CTO zijn eveneens gegroeid naar respectievelijk 6,03% en 15,23%. Deze cijfers zijn interessant om per branche en device (PC of mobiel) te bekijken:

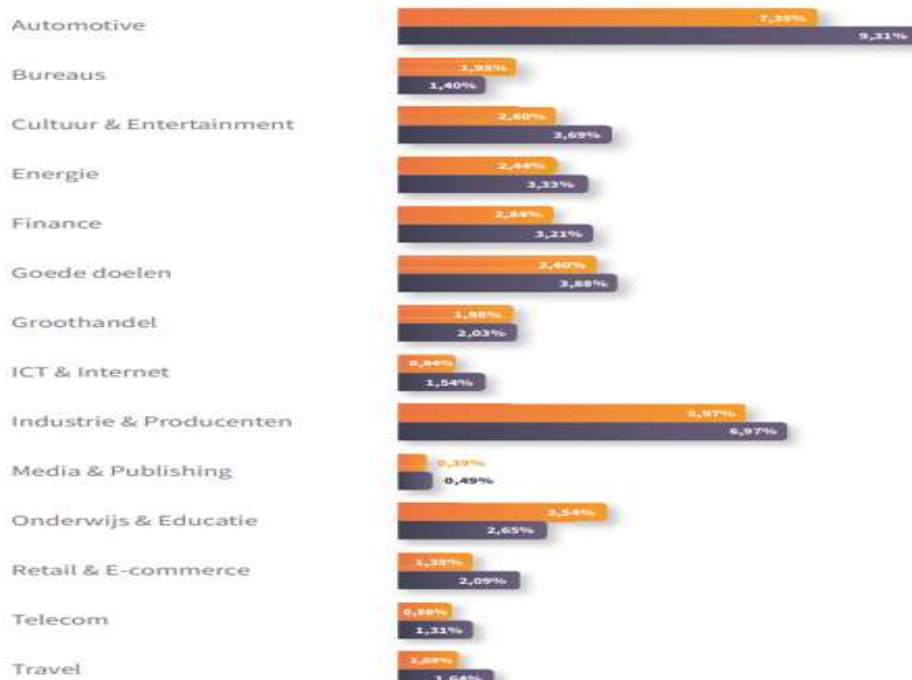
### Totaal gemiddelde CTR in Nederland 2019: 6,03%

- Nationale E-mail Benchmark | DDMA: gem. CTR 7,68%  
B2B 7,28% B2C 7,85%
- E-mail Benchmark | E-Village: Gem. CTR 4,38%  
B2B 4,59% (desktop 1,25% - mobiel 2,75%)  
B2C 4,33% (desktop 1,75% - mobiel 2,55%)

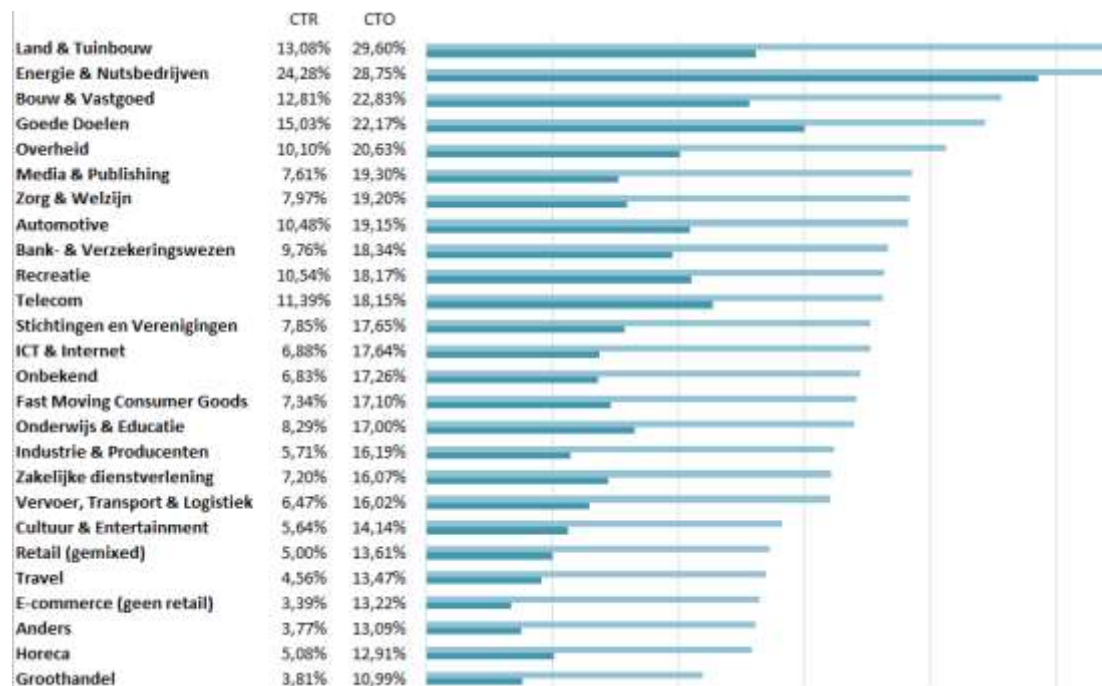
### Totaal gemiddelde CTO in Nederland 2019: 15,23%

- Nationale E-mail Benchmark | DDMA: Gem. CTO 17,19%  
B2B 18,45% B2C 16,66% (desktop 53% - mobiel 50%)
- E-mail Benchmark | E-Village: Gem. CTO 13,27%  
B2B 13,29% (desktop 17,16% - mobiel 8,10%)  
B2C 12,63% (desktop 12,37% - mobiel 14,21%)

CTR e-Village



CTR/CTO DDMA





## Ideale verzenddag

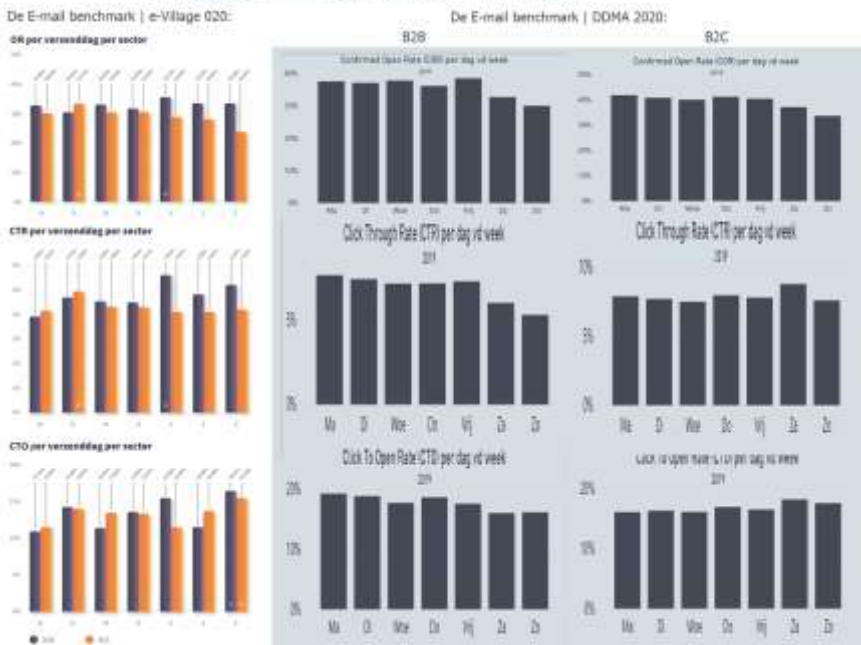


## Gunstigste verzendtijd

### Wat is de ideale verzenddag en -tijd?

De ideale verzenddag en tijd verschilt per ratio (COR/CTR/CTO), doelgroep (B2B/B2C), branche, devise (PC/mobiel) en zelfs per e-mail benchmark. Om een lang verhaal kort te houden: *er is géén eenduidige 'ideale' verzenddag/tijd*. De gemiddelde ratio cijfers lopen zo ver uiteen tussen de twee e-mail benchmarks, maar ook tussen B2B en B2C. Elke specifieke doelgroep in combinatie met het gebruikte device blijkt meer bepalend.

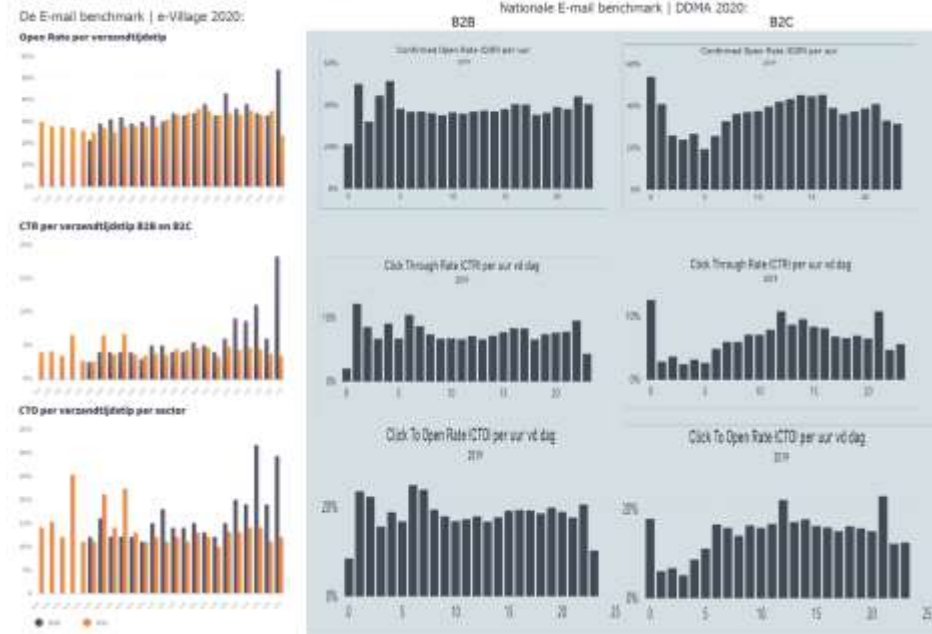
Vergelijking verzenddagen COR/CTR/CTO voor B2B/B2C



### De ideale verzenddag(en)

Bij B2B scoort e-Village op donderdag het hoogst en qua klikken (CTO) op de zaterdag. Terwijl bij de DDMA-cijfers de verdeling over de midweek vrijwel gelijk verdeeld is en juist de weekenden in alle opzichten iets lager scoren. Bij B2C komen de twee e-mail benchmarks iets meer overeen. Bij e-Village springt de COR/CTR op dinsdag er iets bovenuit terwijl bij DDMA de CTR op zaterdag er iets uit springt. De CTO-ratio is bij DDMA in het weekend iets hoger en bij e-Village op zondag en dinsdag.

Vergelijking verzendtijdstip COR/CTR/CTO voor B2B/B2C



### De ideale verzendtijd(en)

Waar e-Village geen cijfers toont tussen 1 - 4 uur 's nachts, scoren de B2B van DDMA juist weer hoger. Opvallend zijn de overeenkomstige uitschieters in de avonduren en de vroege ochtend rond 6-7 uur. Bij B2C toont de COR uitschieters rond 23-24 uur. Terwijl bij e-Village de CTR/CTO uitschieters liggen om 3, 6 en 8 uur en bij DDMA om 24, 12 en 21 uur.

### Meest ideale verzenddag en -tijd voor jouw doelgroep

E-mailstation staat je graag bij om jouw e-mailstatistiekresultaten te vergelijken met de specifieke de e-mail benchmark cijfers van jouw branche. Op deze manier kun je vergelijken of je hoger of lager scoort dan de landelijke gemiddelde cijfers binnen je branche en je een beter beeld te krijgt van de ideale verzenddag en -tijd.

#### Optimaliseren via A/B-testen

Het exact verfijnen van de beste verzenddagen en -tijden kun je uitvoeren door middel van specifieke A/B-testen, zonder extra meerkosten. Graag leg ik je de mogelijkheden van de werking van de A/B-testfuncties uit of voor ik deze naar wens voor je uit!

**Vraag nu gratis een vergelijk van je e-mail benchmark cijfers voor jouw branche aan »**

Ontvang gratis een complete vergelijking met jouw branchegenoten. Plus advies en tips om jouw e-mailing resultaten te optimaliseren.

Bel: 0475-497292 of mail: [mlpoels@e-mailstation.nl](mailto:mlpoels@e-mailstation.nl)



**Voorbeeld vergelijking branchegegevens 'zakelijke dienstverlening' (E-Village)**  
Hoogste CTR/CTO ratio ligt omstreeks 21.00 uur voor de 'zakelijke dienstverlening'-branche. Opmerkelijk omdat rond deze tijd nauwelijks e-mails naar deze doelgroep worden verzonden.



**AR: Acceptance Rate** =

$\frac{\text{Geaccepteerde e-mails}}{\text{Verstuurde e-mails}}$



**BR: Bounce Rate** =

$\frac{\text{Tijdelijk (soft bounce) en permanent geweigerde (hard bounce) e-mails}}{\text{Verstuurde e-mails}}$

### Vergelijk de route naar de inbox in cijfers

De Accepted Rate is het percentage van verzonden e-mails waarop geen bounce is ontvangen, oftewel het percentage verzonden e-mails die zijn afgeleverd aan de e-mailboxprovider. E-mails die niet worden afgeleverd bij de beoogde ontvanger, maar terugkomen bij de verzender, noemen we Bounces. Tijdelijke soft bounce e-mailadressen blijven in gebruik, niet herkenbare hard bounce e-mailadressen worden permanent geweigerd. Ondanks alle uitdagingen op weg naar de inbox ligt de gemiddelde Accepted Rate dit jaar op een zeer nette 99,46%, iets lager dan het jaar daarvoor. De gemiddelde Bounce Rate komt hierdoor op 0,45%.

#### Totaal gemiddelde AR in Nederland 2019: 99,46%

- Nationale E-mail Benchmark | DDMA: gem. AR 99,31%
- E-mail Benchmark | E-Village: gem. AR 99,6%

#### Totaal gemiddelde BR in Nederland 2019: 0,45%

- Nationale E-mail Benchmark | DDMA: gem. BR 0,50%
- E-mail Benchmark | E-Village: gem. BR 0,40%

### Verhoog je verzendreputatie door betrokkenheid met je e-mail contacten te verbeteren

Om je verzendreputatie te voorkomen is lijst management essentieel. Om een beschadigde verzendreputatie te herstellen is het belangrijk om mee te gaan in trends en ontwikkelingen op het gebied van e-mail-marketing. Je verliest de strijd als het gaat om aandacht in de inbox als je het niet doet. Lees alles over de verzendreputatie, hoe je die kan voorkomen én kan herstellen in de white paper:

[Verhoog je verzendreputatie door betrokkenheid met je e-mail contacten te verbeteren »](#)

### Optimaliseer resultaten e-mail marketing maximaal

Wens je meer inzicht, advies of training om jouw e-mailingresultaten in vergelijking met je branchegenoten te optimaliseren, [neem dan contact op »](#)

Graag ben ik je hierbij van dienst!

MarieLouise Poels

E-mail marketing specialist



*Bronvermelding:  
De E-mail Benchmark 2020 (E-Village)  
De Nationale E-mail Benchmark 2020 (DDMA)*