



Une étude Mailjet



Comment les problèmes  
d'email transactionnels  
impactent la fidélité des  
clients



# L'enquête



Considéré par 82 % des Français comme le canal de communication le plus utilisé dans les dix prochaines années, l'email a su s'imposer dans le quotidien des consommateurs et dans les stratégies marketing des entreprises[1], notamment dans le secteur du e-commerce.

Face à ce constat, Mailjet, la référence du pilotage d'emails transactionnels et marketing, a commandé une nouvelle enquête (réalisée par Morar Consulting) qui s'est penchée sur l'importance que portent les Français à l'email transactionnel (confirmation d'achat, confirmation d'expédition, e-billet, réinitialisation de mot de passe ...), comment les problèmes d'emails affectent la fidélité des consommateurs par rapport à la marque et comment celles-ci peuvent améliorer leurs approches d' emailing pour répondre aux besoins des consommateurs.

[1] [Etude Email Innovation - Mailjet](#)

# Résumé

Un client qui ne reçoit pas son email transactionnel dans les 60 secondes est potentiellement un client perdu

Les emails transactionnels sont devenus très importants dans la vie quotidienne d'un consommateur. 28% d'entre eux en reçoivent plus de 4 par jour. Les consommateurs sont d'ailleurs très exigeants concernant ces emails. Ils peuvent être rapidement contrariés si un email transactionnel n'arrive pas dans leur boîte de réception en moins d'une minute et sont prêts à contacter l'entreprise si le problème persiste. Les consommateurs contactent les entreprises via de multiples canaux, impactant différentes équipes.

On remarque un lien direct entre les problèmes liés aux emails transactionnels et la fidélité des consommateurs. Il arrive que des clients choisissent un concurrent à la suite d'une mauvaise expérience en matière d'emails transactionnel, ce qui montre la nécessité pour les marques de surveiller très sérieusement l'envoi de ces emails. Le temps passé à régler les problèmes d'envoi d'emails est important car il ne s'agit pas uniquement de technologie ; cela impacte le service client, le chiffre d'affaires et la réputation de l'entreprise. La surveillance en temps-réel des emails transactionnels permet aux entreprises de réagir rapidement en détectant les problèmes dès qu'ils surviennent.

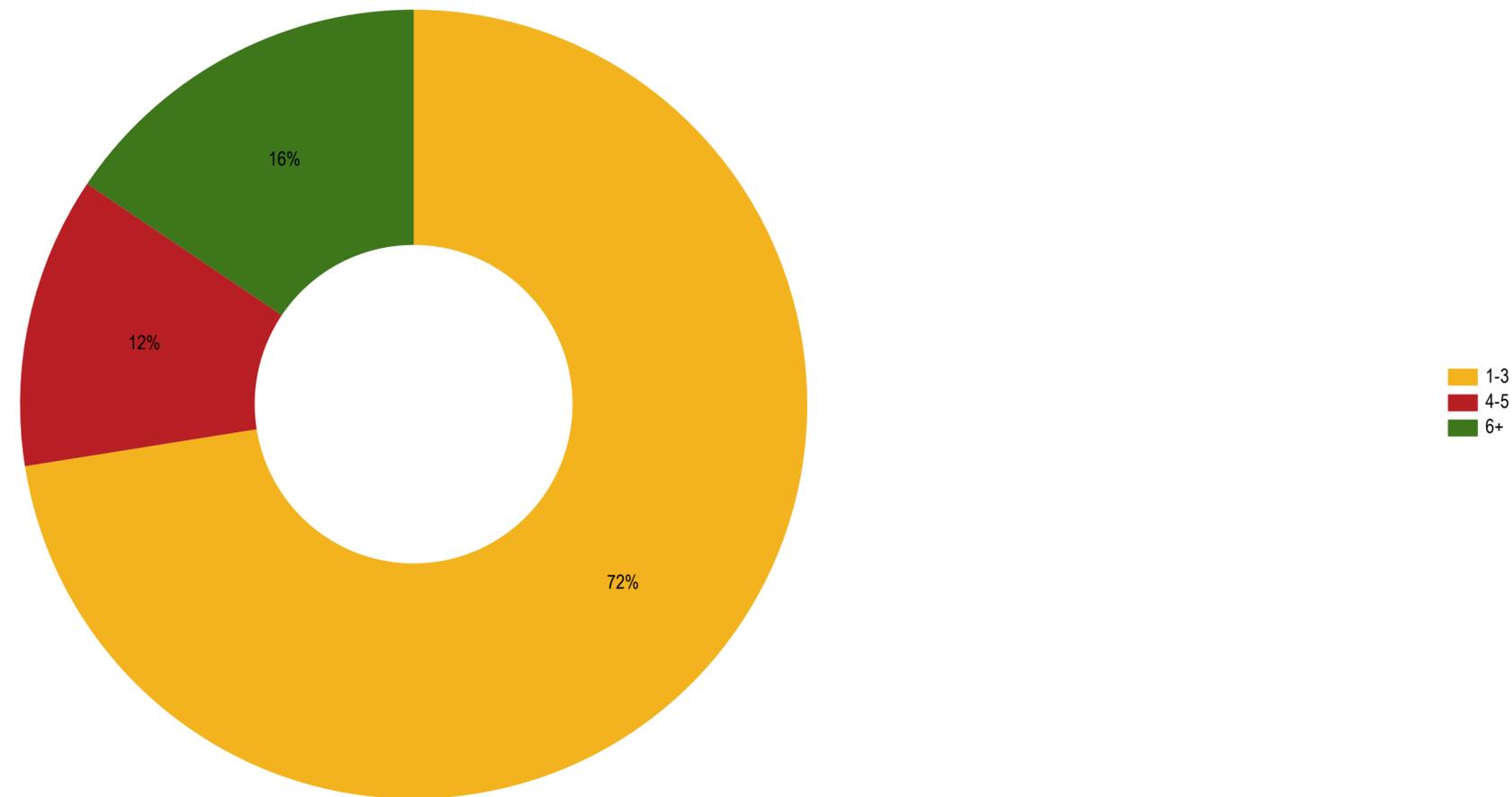
Attention, les entreprises ne doivent pas seulement se concentrer sur les envois d'emails transactionnels. Ce qui cause le plus de perte de confiance en une marque sont les emails transactionnels contenant des fautes d'orthographe ou de grammaire. De la même façon, les emails qui incluent des données sensibles non cachées, comme des mots de passe au format texte, peuvent mettre en doute la confiance d'un client en une marque.

**Êtes-vous en mesure de surveiller en temps réel vos emails transactionnels pour pouvoir réagir rapidement ?**

# Les consommateurs sont submergés d'emails transactionnels

## Combien de fois par jour recevez-vous des emails transactionnels ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



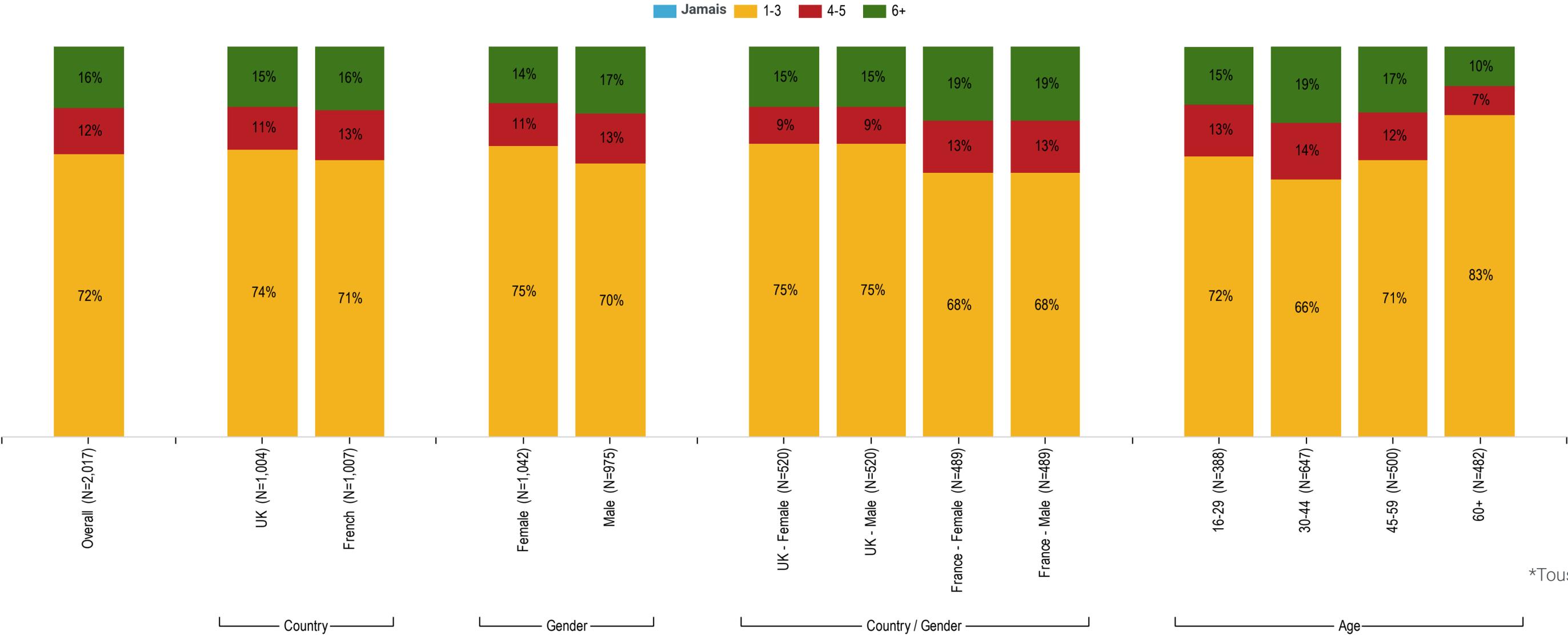
\*Tous les participants

28 % des consommateurs français et britanniques indiquent recevoir aujourd'hui des emails transactionnels quatre fois par jour ou plus.

# L'email transactionnel : le quotidien des consommateurs

## Combien de fois par jour recevez-vous des emails transactionnels ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



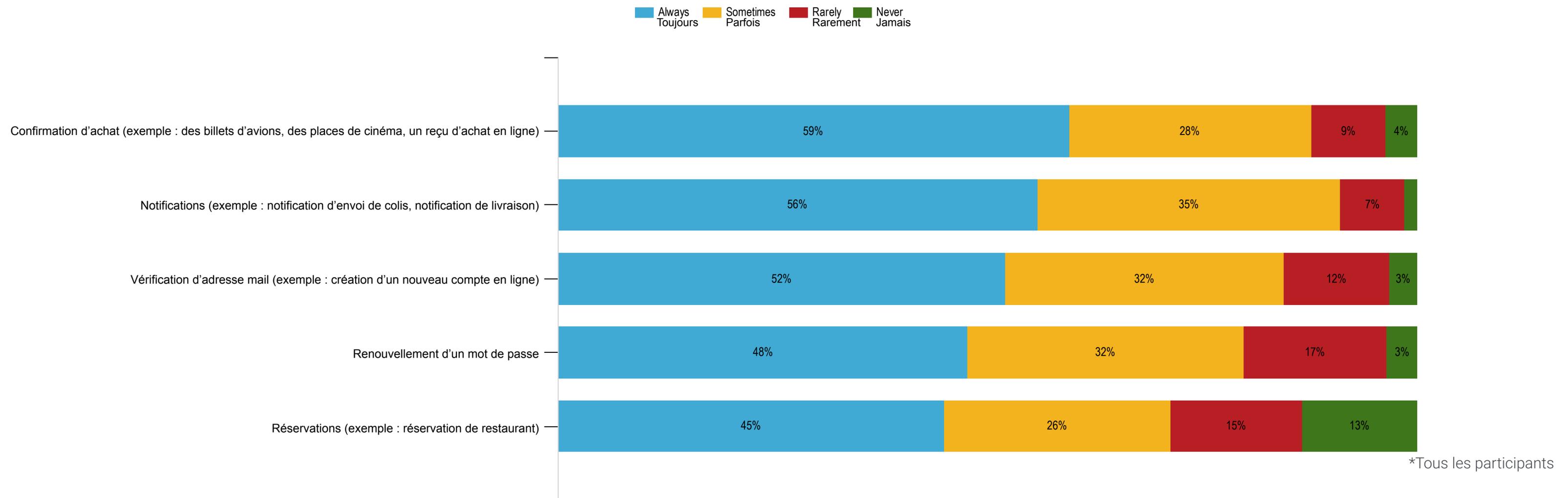
\*Tous les participants

71% des Français reçoivent entre 1 et 3 emails transactionnels par jour et 29% en ont plus de 4 par jour dans leur boîte mail.

# Les emails de confirmation d'achat sont très attendus

Pour chaque type d'email transactionnel, merci de préciser à quelle fréquence vous vérifiez les avoir en effet bien reçus

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc

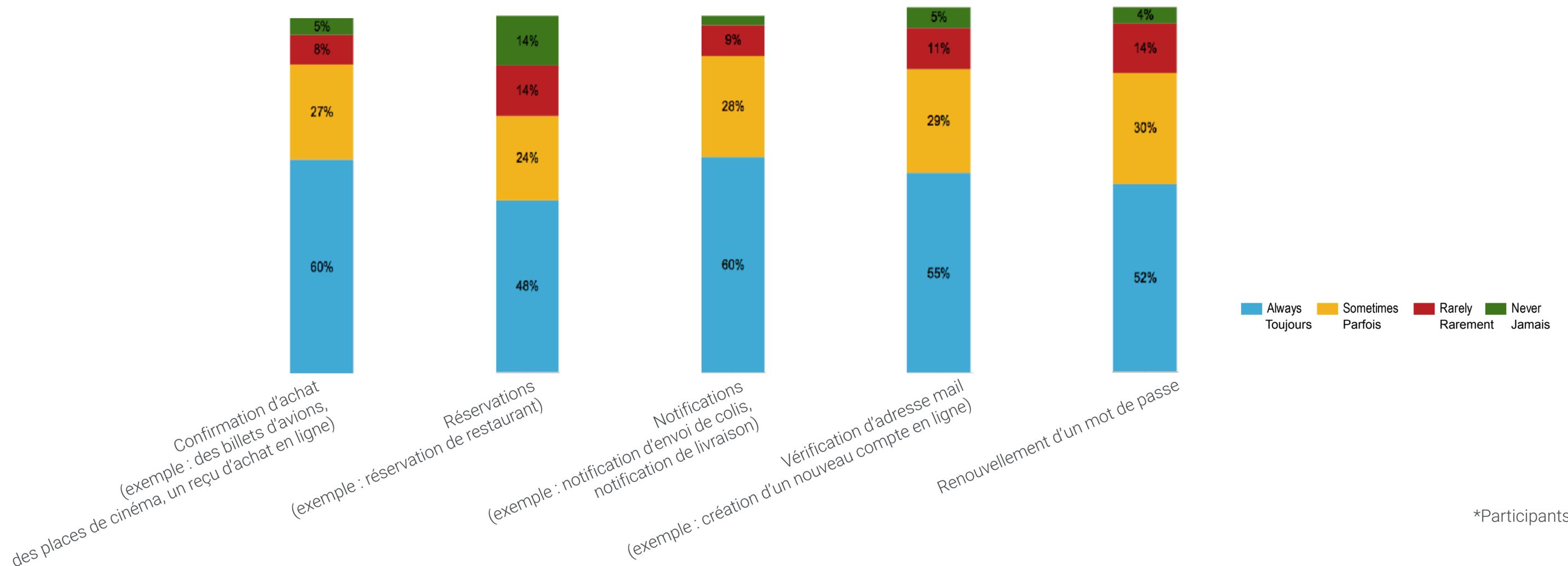


Les confirmations d'achat sont les emails dont les consommateurs vérifient le plus l'arrivée dans leur boîte (59 %). Cependant, la France est le seul pays où les emails de notification sont les plus vérifiés (55 %), suivis par les confirmations d'achat (54 %) et des emails de vérification (47 %).

# Les Français ouvrent certains types d'emails plus que d'autres

Pour chaque type d'email transactionnel, merci de préciser à quelle fréquence vous ouvrez effectivement les mails reçus :

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



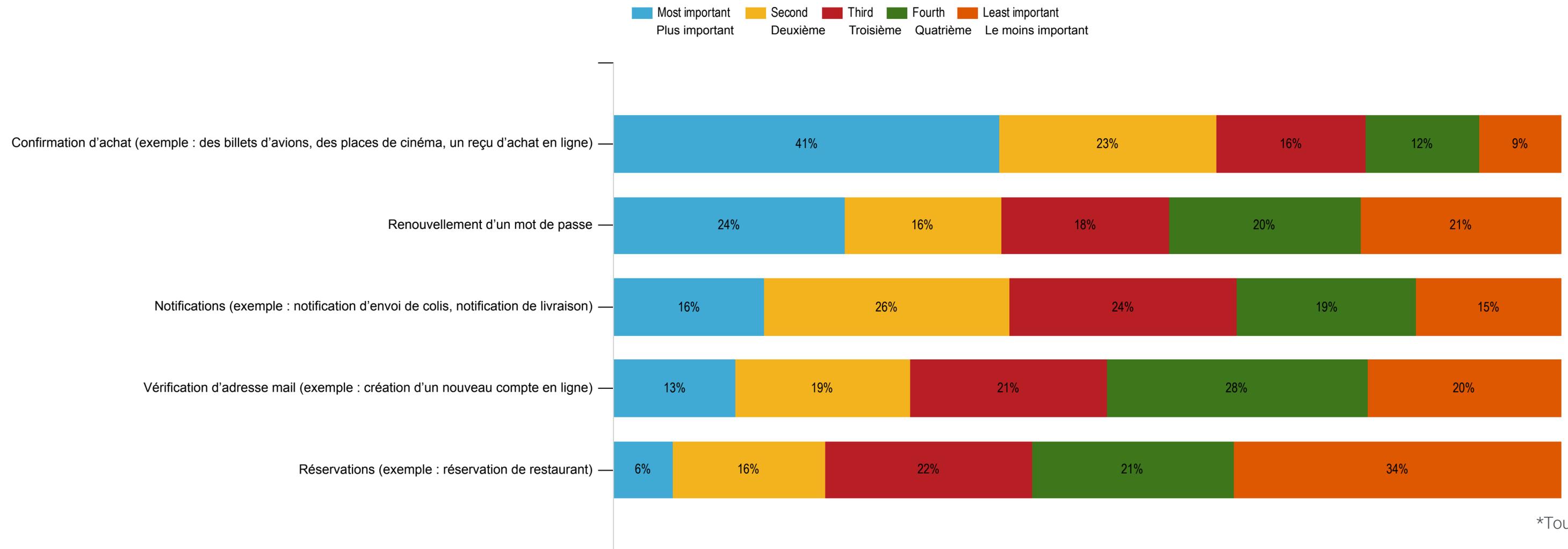
\*Participants français

Les confirmations d'achat (60 %) et les notifications (60 %) sont les emails transactionnels qui sont les plus ouverts systématiquement (parmi les consommateurs français).

# Les confirmations d'achat sont considérées comme les emails transactionnels les plus importants

Comment classeriez-vous les types d'emails transactionnels suivants par ordre d'importance pour vous ?

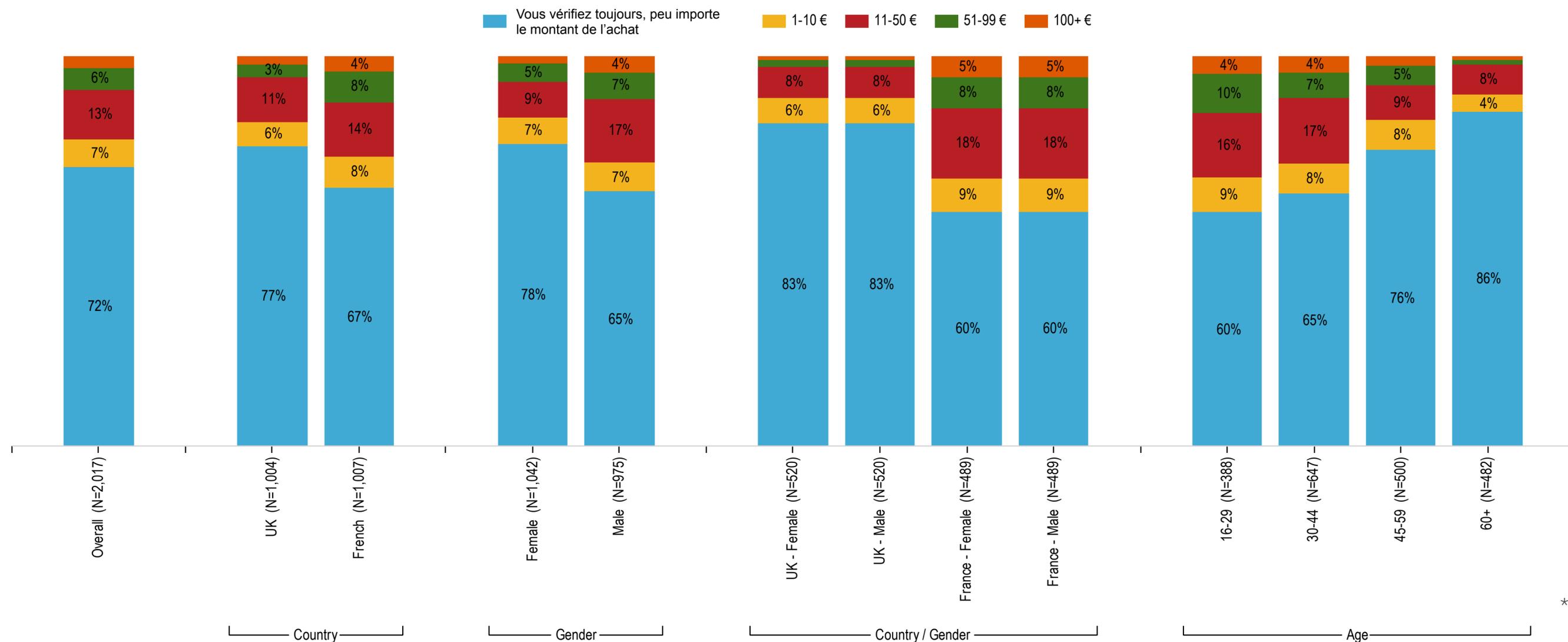
1 étant le plus important, 5 étant le moins important. On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



Les emails de confirmation d'achat (41 %) sont jugés les plus importants par les consommateurs français et britanniques tandis que les emails de réservation (6 %) le sont le moins.

# Ils vérifient les emails de confirmation d'achat, quel que soit le montant de la transaction

Lorsque vous réalisez un achat en ligne, à partir de quel montant vérifiez-vous systématiquement la bonne réception de votre email de confirmation ?



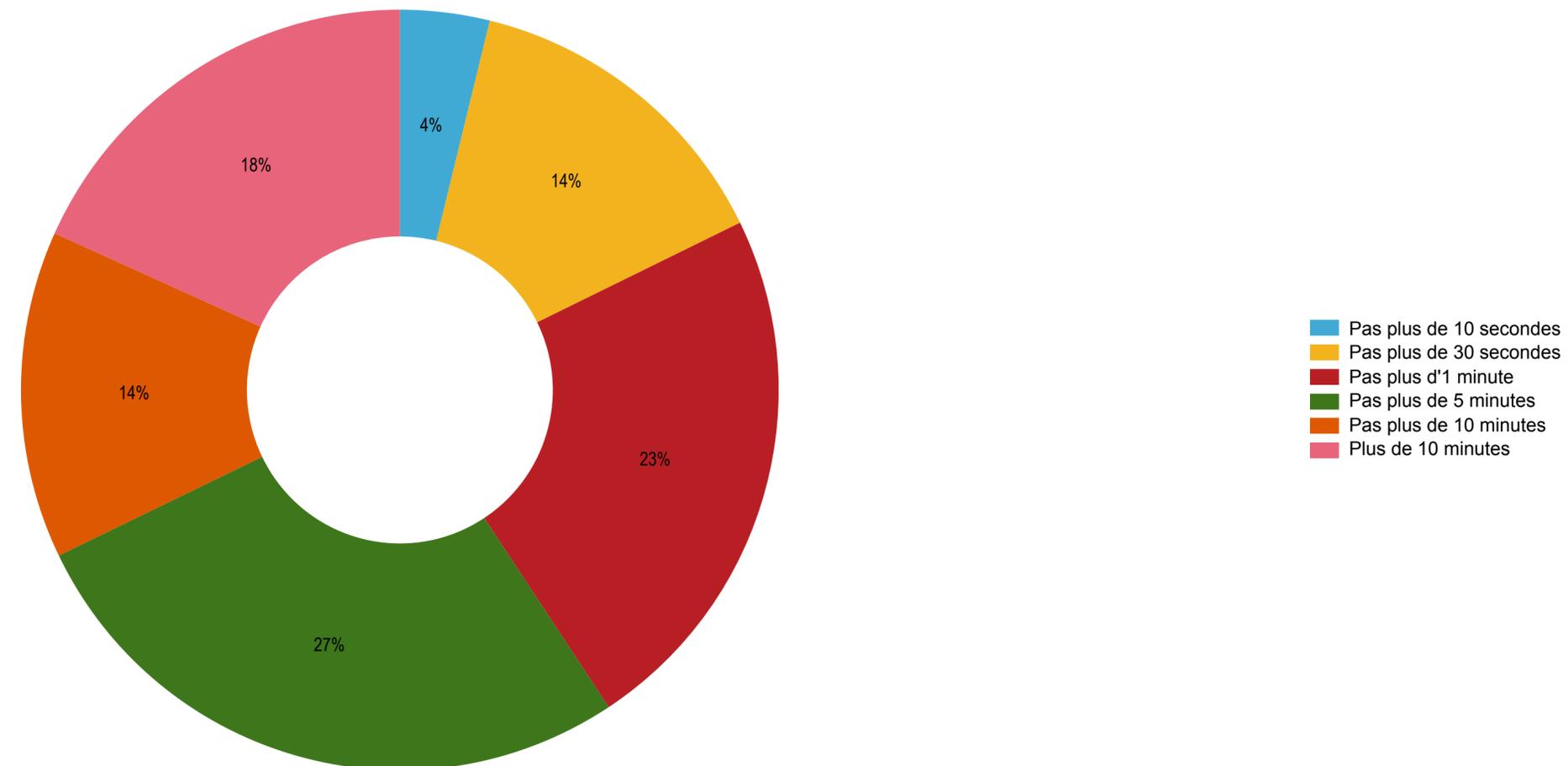
\*Tous les participants

Les Français sont 67 % à toujours vérifier la bonne réception d'une confirmation d'achat, et cela peu importe le montant de la transaction. Cependant, comparés à leurs homologues britanniques, ils sont plus enclins à effectuer systématiquement cette vérification lorsque le montant d'achat est compris entre 11 et 50 € ou plus.

# Les consommateurs perdent très rapidement patience

Combien de temps acceptez-vous d'attendre un email transactionnel avant de commencer à perdre patience ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



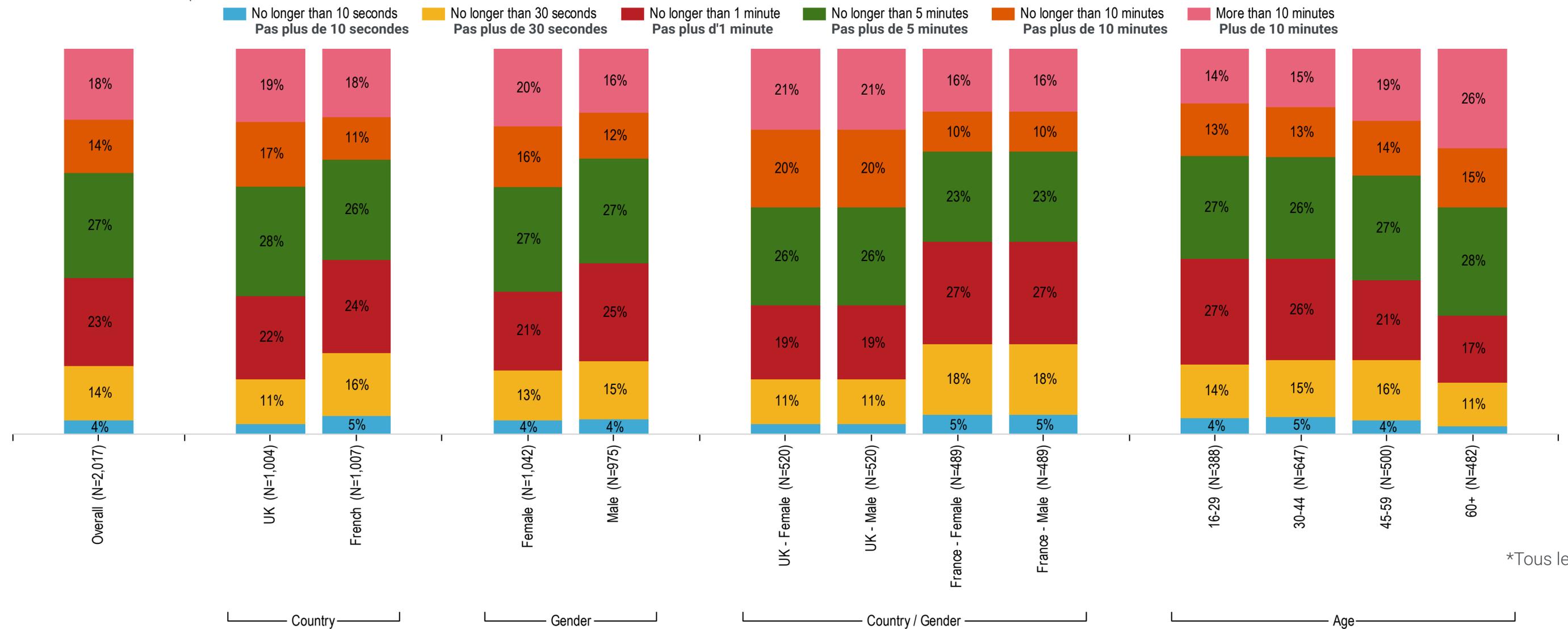
\*Tous les participants

41 % des consommateurs français et britanniques n'attendent pas plus d'une minute l'arrivée d'un email transactionnel dans leur boîte avant de perdre patience vis-à-vis de l'entreprise concernée.

# Les Français perdent plus rapidement patience que leurs homologues britanniques

Combien de temps acceptez-vous d'attendre un email transactionnel avant de commencer à perdre patience ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



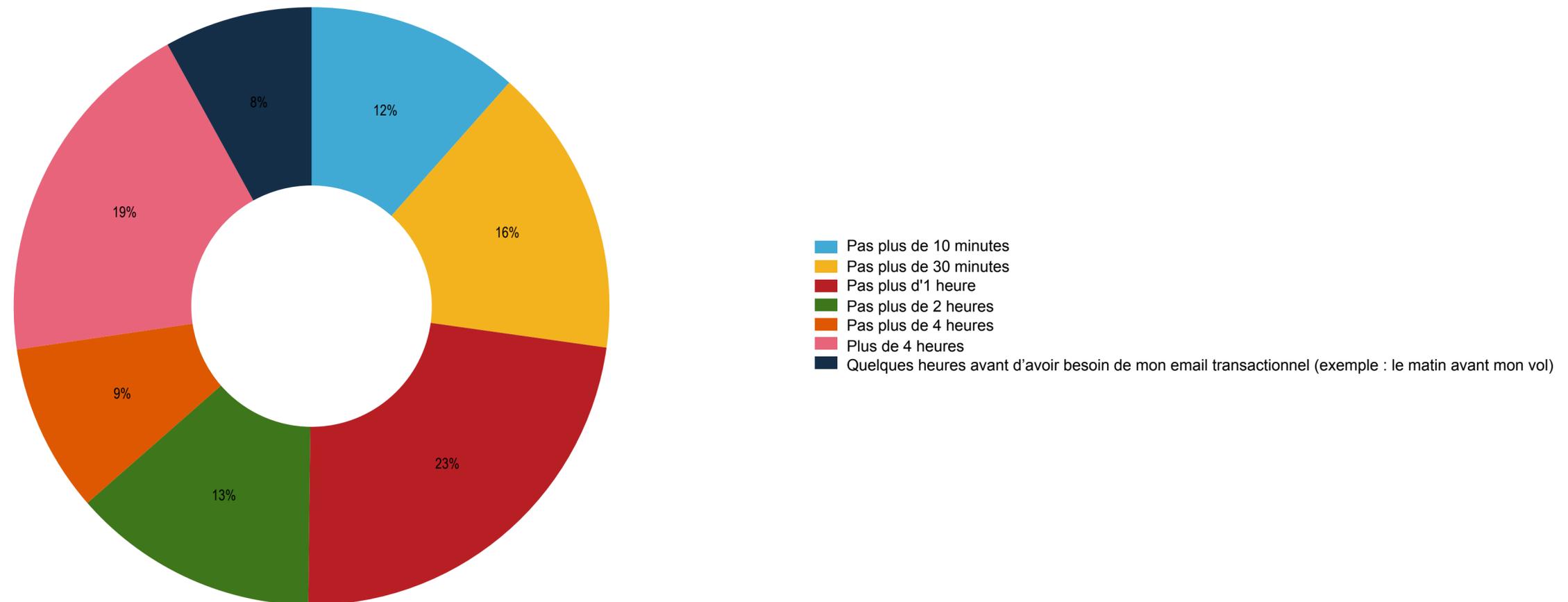
\*Tous les participants

45% des français ont affirmé ne pas être prêts à attendre plus d'une minute pour recevoir leurs emails de confirmation comparé à seulement 36% des britanniques.

# Les clients prennent contact rapidement lorsqu'un problème d'email intervient

Lorsque vous ne recevez pas un email transactionnel que vous attendez, combien de temps attendez-vous avant de contacter l'entreprise ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



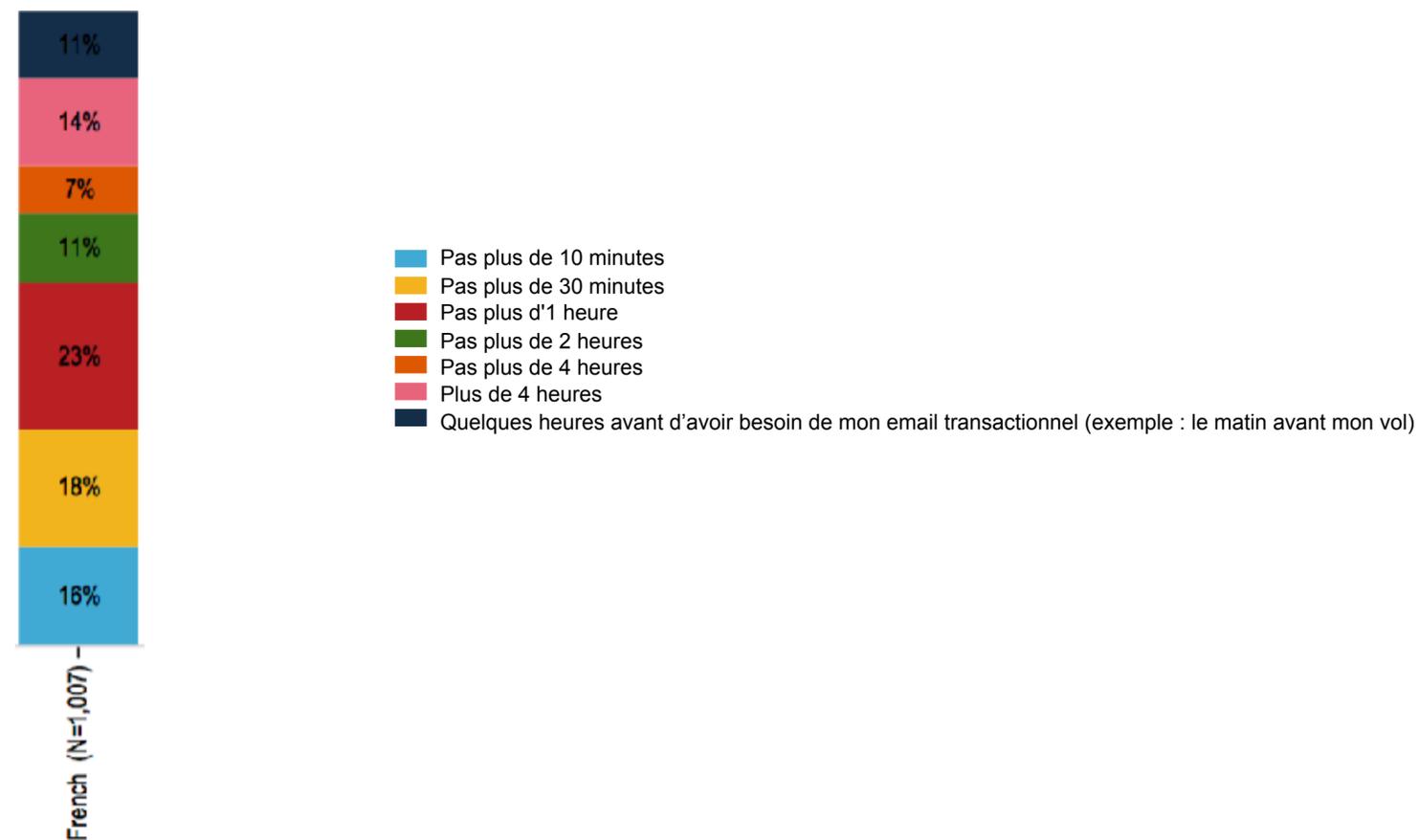
\*Tous les participants

51 % des clients contactent l'entreprise dans l'heure qui suit un problème touchant un email transactionnel.

# Les Français sont prêts à contacter l'entreprise entre 10 minutes et 2 heures après achat

Lorsque vous ne recevez pas un email transactionnel que vous attendez, combien de temps attendez-vous avant de contacter l'entreprise ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



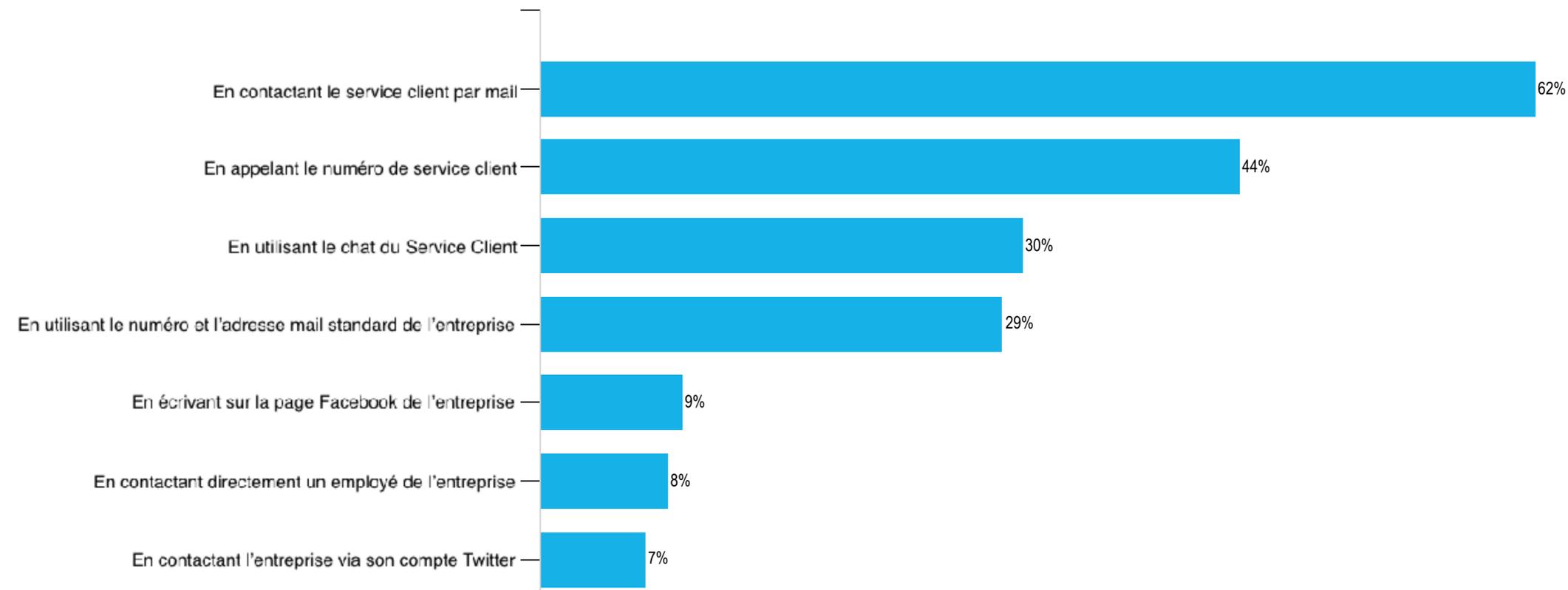
\*Participants français

En cas de non-réception d'un email de confirmation, 6 Français sur 10 sont prêts à contacter l'entreprise dans un laps de temps compris entre 10 minutes et 2 heures après achat.

# L'email est le moyen de communication privilégié

Si vous ne recevez pas un email transactionnel que vous attendez, comment choisissez-vous de contacter l'entreprise ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



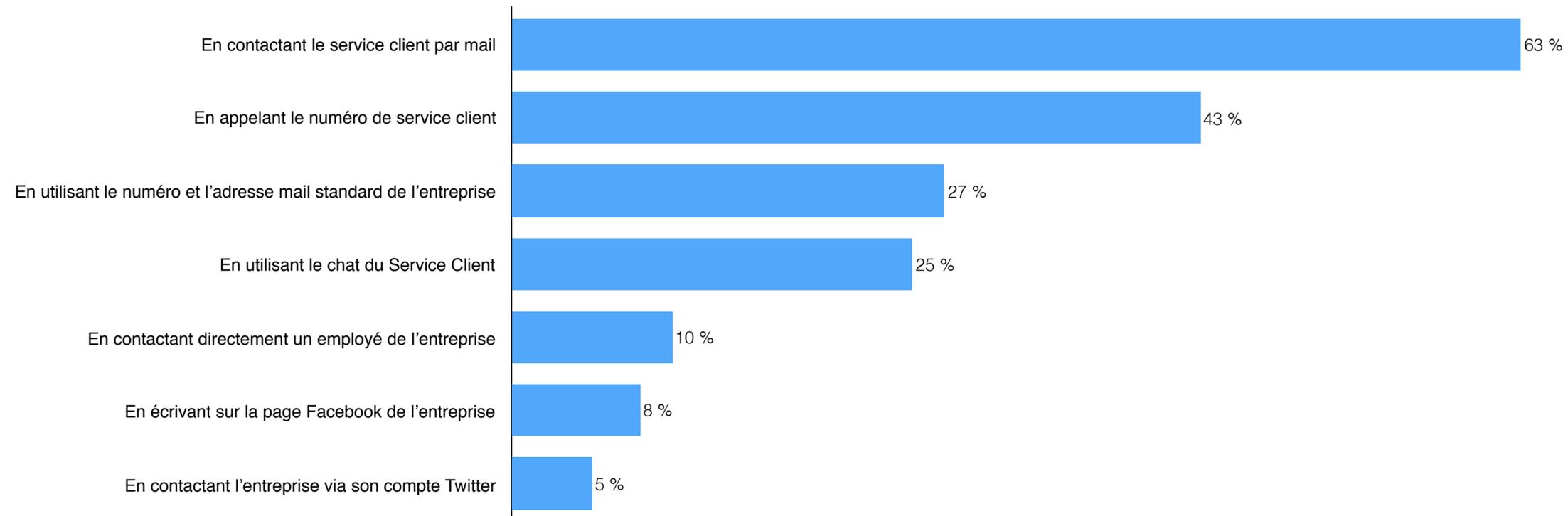
\*Tous les participants

L'adresse email du service client (62%) est le canal auquel les consommateurs font le plus confiance pour contacter les marques s'ils n'ont pas reçu un email transactionnel.

# Les Français ne sont pas de grands utilisateurs des réseaux sociaux pour contacter une entreprise

Si vous ne recevez pas un email transactionnel que vous attendez, comment choisissez-vous de contacter l'entreprise ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



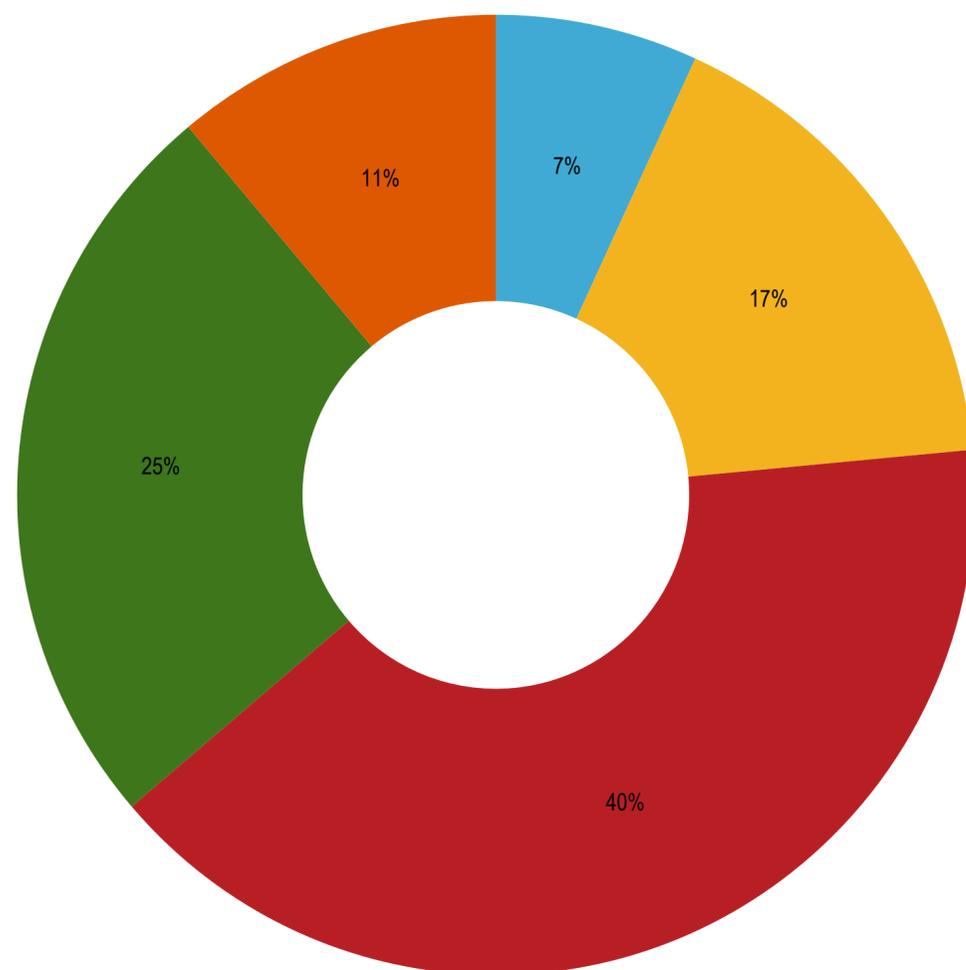
\*Participants français

Les Français privilégient le service client en les contactant par email (63%) ou par téléphone (43%). Grande surprise, ils ne sont que 13% à interpeller les marques directement depuis les réseaux sociaux (Facebook et Twitter).

# Conséquences pour les entreprises qui ne résolvent pas leurs problèmes d'email rapidement

En cas de mauvaise expérience liée à un mail transactionnel, l'impact négatif vis-à-vis de l'entreprise concernée serait :

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



- Je referai certainement appel à cette entreprise à l'avenir
- Je referai sûrement appel à cette entreprise à l'avenir
- J'envisagerai l'idée de ne pas refaire appel à cette entreprise à l'avenir
- Je chercherai probablement une autre entreprise à qui faire appel à l'avenir
- Je passerai par d'autres entreprises concurrentes ou alternatives à l'avenir

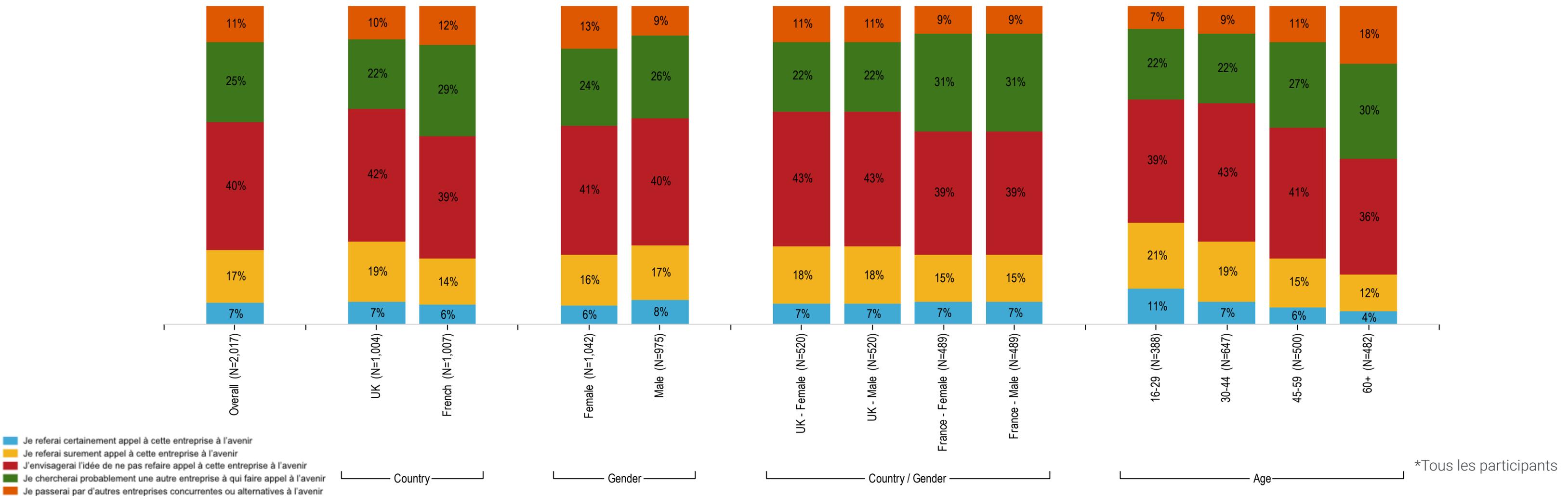
\*Tous les participants

En dernier ressort, 76 % des clients envisageraient de se tourner vers un concurrent à la suite d'une expérience négative avec un email transactionnel, ce qui confirme la nécessité pour les marques de surveiller de très près la diffusion de ces emails, sous peine de s'exposer au coût probable de ne pas le faire.

# Conséquences pour les entreprises qui ne résolvent pas leurs problèmes d'email rapidement

En cas de mauvaise expérience liée à un mail transactionnel, l'impact négatif vis-à-vis de l'entreprise concernée serait :

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc

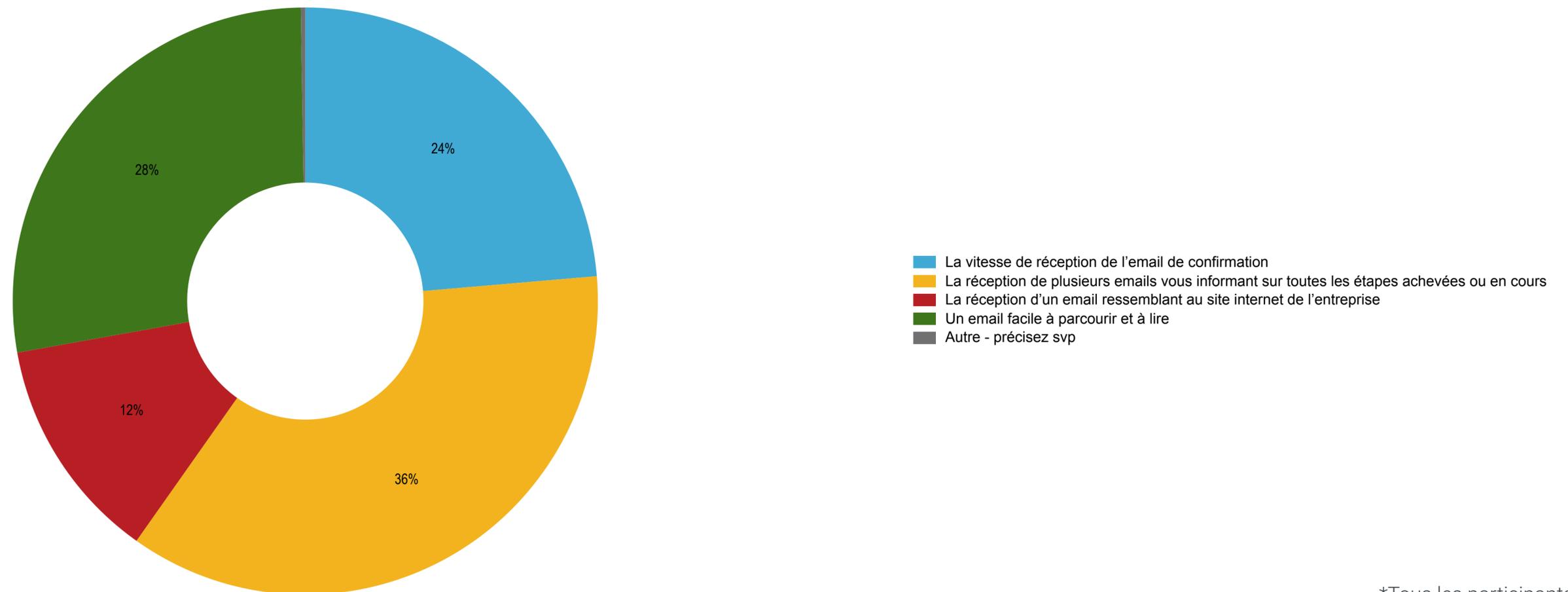


8 Français sur 10 affirment qu'ils sont prêts à délaisser une marque à cause d'une mauvaise expérience avec un email transactionnel. 39% d'entre eux avouent qu'ils envisageraient de changer de marque, 29% chercheraient d'autres marques concurrentes et 12% n'achèteraient plus auprès de la marque en question.

# Les consommateurs apprécient beaucoup recevoir des notifications par email

## Qu'est ce qui est le plus important pour vous en matière d'email transactionnel ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



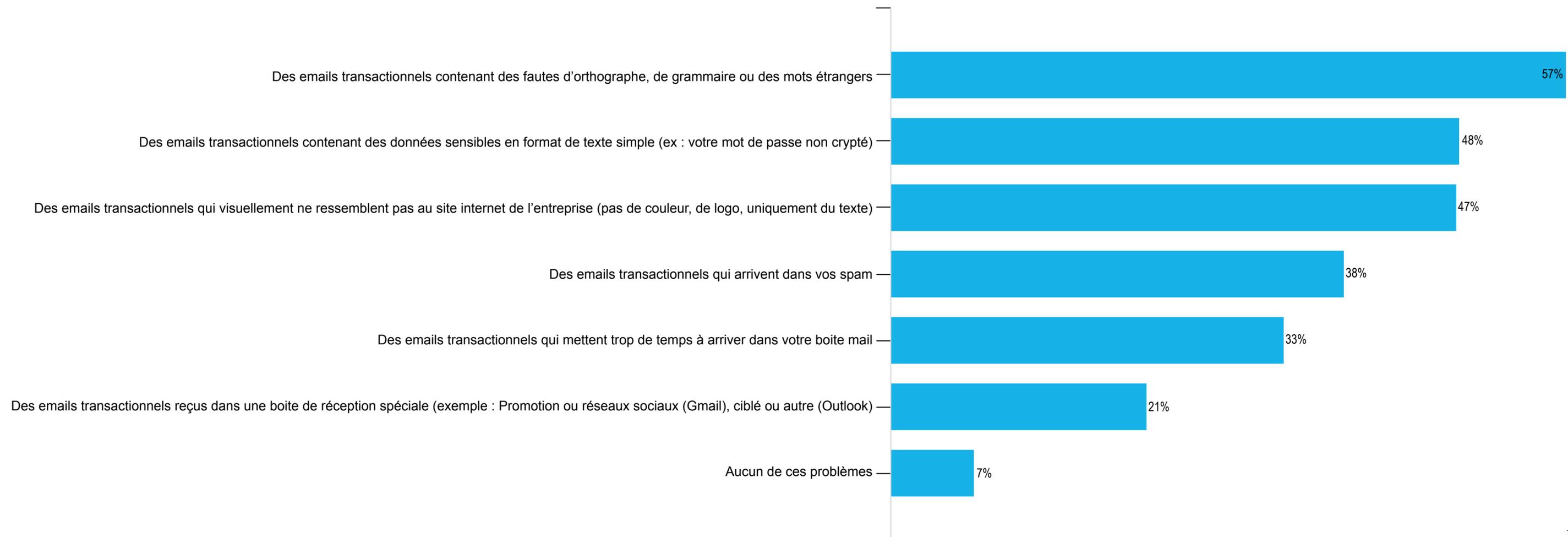
\*Tous les participants

Les Français et leurs voisins d'outre-manche sont unanimes. Il est important pour eux d'être tenus informés de chaque étape de leur parcours d'achat. Ainsi, ils sont 36% à avoir plébiscité les entreprises qui leur font parvenir des emails pour confirmer l'achat, pour l'envoi d'un produit puis lors de la livraison.

# Un email écrit dans un mauvais français entraîne la méfiance des consommateurs

Lesquels de ces problèmes rencontrés avec les emails transactionnels pourraient vous faire perdre confiance en une entreprise ?

On entend par emails transactionnels les emails envoyés par une entreprise pour confirmer un achat effectué par un client (confirmation lors de shopping en ligne), confirmer la création d'un compte, renouveler un mot de passe etc



\*Tous les participants

57% considèrent qu'un email transactionnel contenant des fautes d'orthographe, de grammaire ou avec des mots étrangers joue sur la confiance qu'ils apportent à l'email et à l'entreprise émettrice.

“



*Chez My Little Paris, nous envoyons plus de 12 millions d'emails par mois, dont une partie importante concerne les emails transactionnels pour nos différents produits internationaux comme 'My Little Box' ou 'Gambettes box'. Il est essentiel pour nous de pouvoir savoir immédiatement s'il y a un problème avec ce type d'emails. Cela nous garantit de pouvoir repérer un problème avant nos clients et nous permet ainsi de le résoudre rapidement afin de conserver leur confiance et nous assurer ainsi qu'il n'y ait pas d'impact sur notre entreprise.*

*Nous croyons que [Real Time Monitoring](#) apporte une visibilité granulaire dans le suivi de l'activité email et nous aide à garder nos clients satisfaits.*

**Cyril Souillard**, CTO de [My Little Box](#) chez **My Little Paris** (client de Mailjet)

”

“



*Pour les entreprises, l'email n'est pas seulement une partie importante de la croissance des revenus de vente en ligne, mais aussi et surtout le pivot de la relation client. Un email transactionnel non parvenu peut générer une charge de travail et d'investigation importante pour les équipes support et potentiellement jusqu'à une perte de revenu ou à minima une forte dégradation de l'image.*

*Conscients de cette sensibilité, nous avons développé [Real Time Monitoring](#), le premier outil de supervision complet qui offre aux professionnels la possibilité d'être proactivement averti d'un potentiel problème de réception affectant un email transactionnel. Ils peuvent paramétrer eux-mêmes des alertes en fonction de la criticité de leurs emails.*

**Alexis Renard**, PDG de [Mailjet](#)

”

# Mailjet Real-Time Monitoring

## Pouvez-vous vous permettre des emails transactionnels non délivrés ?



### Monitorer facilement les indicateurs clés pour vos emails transactionnels

La fonctionnalité Real-Time Monitoring vous alerte dès que l'un de vos envois est inhabituel de part son volume, ses délais, ses statistiques ou encore ses taux d'erreurs. Elle vous permet ainsi d'identifier les causes de vos problèmes de délivrabilité rapidement.



### Configurez des alertes et soyez notifié par email, SMS ou Slack

Nous savons que vous n'êtes pas toujours au bureau. C'est pourquoi nous vous laissons la possibilité de choisir votre canal de communication préféré pour recevoir les alertes. Vous pouvez être averti par email ou via Slack dès aujourd'hui et par SMS et webhook très bientôt !

[fr.mailjet.com/real-time-monitoring](https://fr.mailjet.com/real-time-monitoring)

# Mailjet : Fournisseur emailing tout-en-un



## Un fournisseur emailing unique

Gérez vos emails **marketing comme transactionnels**

Une plateforme collaborative pour marketeurs et développeurs



## Une délivrabilité exceptionnelle

**Augmentez l'arrivée en inbox** avec nos outils et services

Des liens étroits avec les fournisseurs de messagerie



## Support & conseil sur-mesure

**Bénéficiez d'équipes de support et de customer success**

Améliorez les KPI qui comptent pour votre activité



# Merci



[fr.mailjet.com](https://fr.mailjet.com)

