

исследование

mindbox

Влияние email-рассылок и мобильных пушей на выручку бизнеса

20

индустрий

363

компании

Цель исследования

Выяснить, в каких индустриях email-рассылки и мобильные пуши могут принести значительную долю выручки.

Результаты исследования помогут бизнесу свериться с бенчмарками и принять решение о том, стоит ли инвестировать в CRM-коммуникации.

Методика исследования

Выборка

В исследовании анализировали выручку среднего и крупного бизнеса — клиентов Mindbox, которые соответствуют по крайней мере одному из критериев:

> 10

розничных магазинов

> 50 тыс.

клиентов — ежемесячный трафик в офлайне

> 100 тыс.

пользователей — ежемесячный трафик на сайте

> 300 млн ₽

ежемесячный товарооборот

В выборку вошли компании только из России и других стран СНГ.

mindbox

Источник данных

Выручка от email и мобильных пушей рассчитана в Mindbox по модели атрибуции last click с учетом отмененных заказов и возвратов. За общую выручку принимается та, которую компания передает в Mindbox.

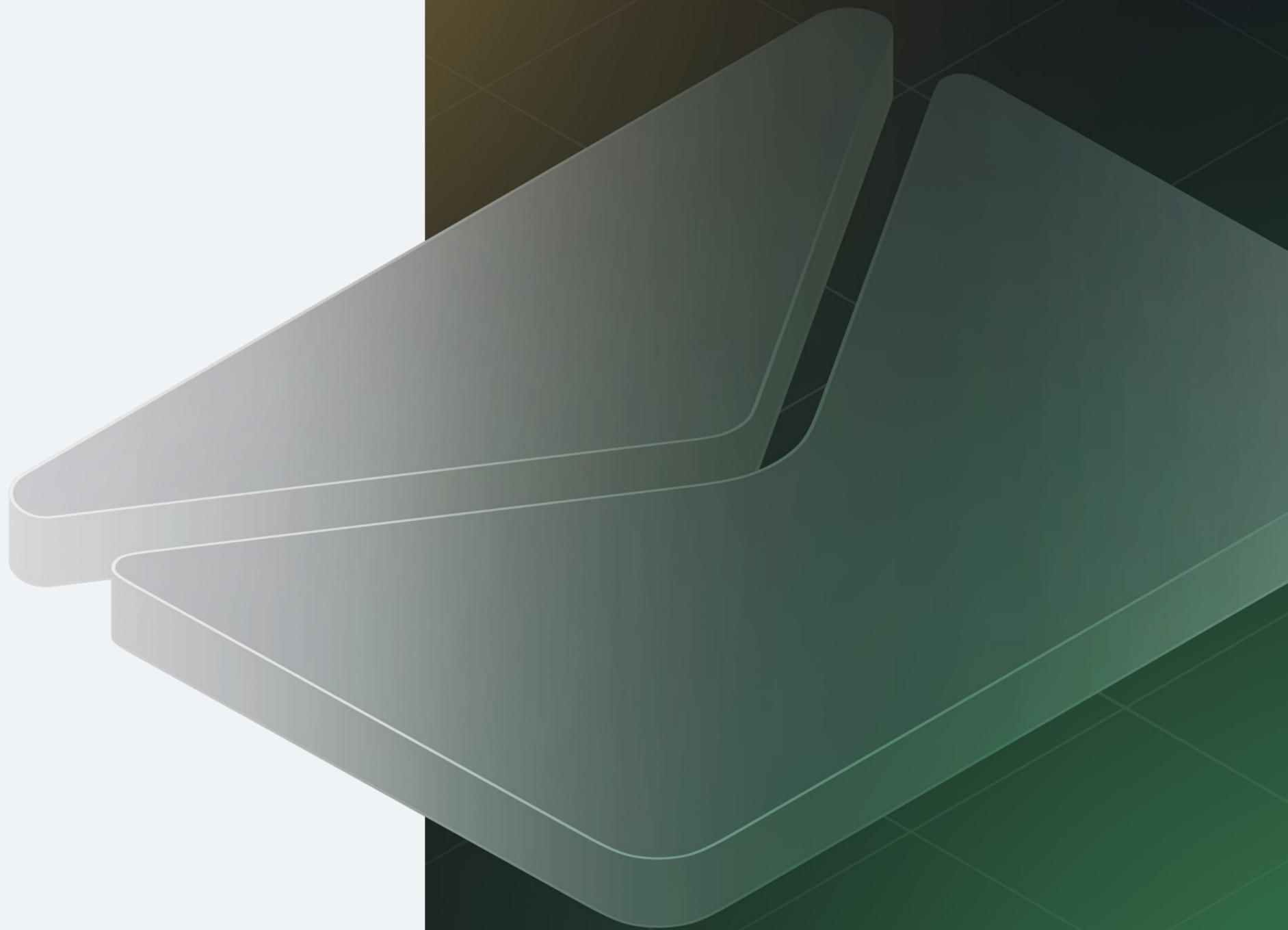
Период

Данные о выручке — за 2023 год.

исследование

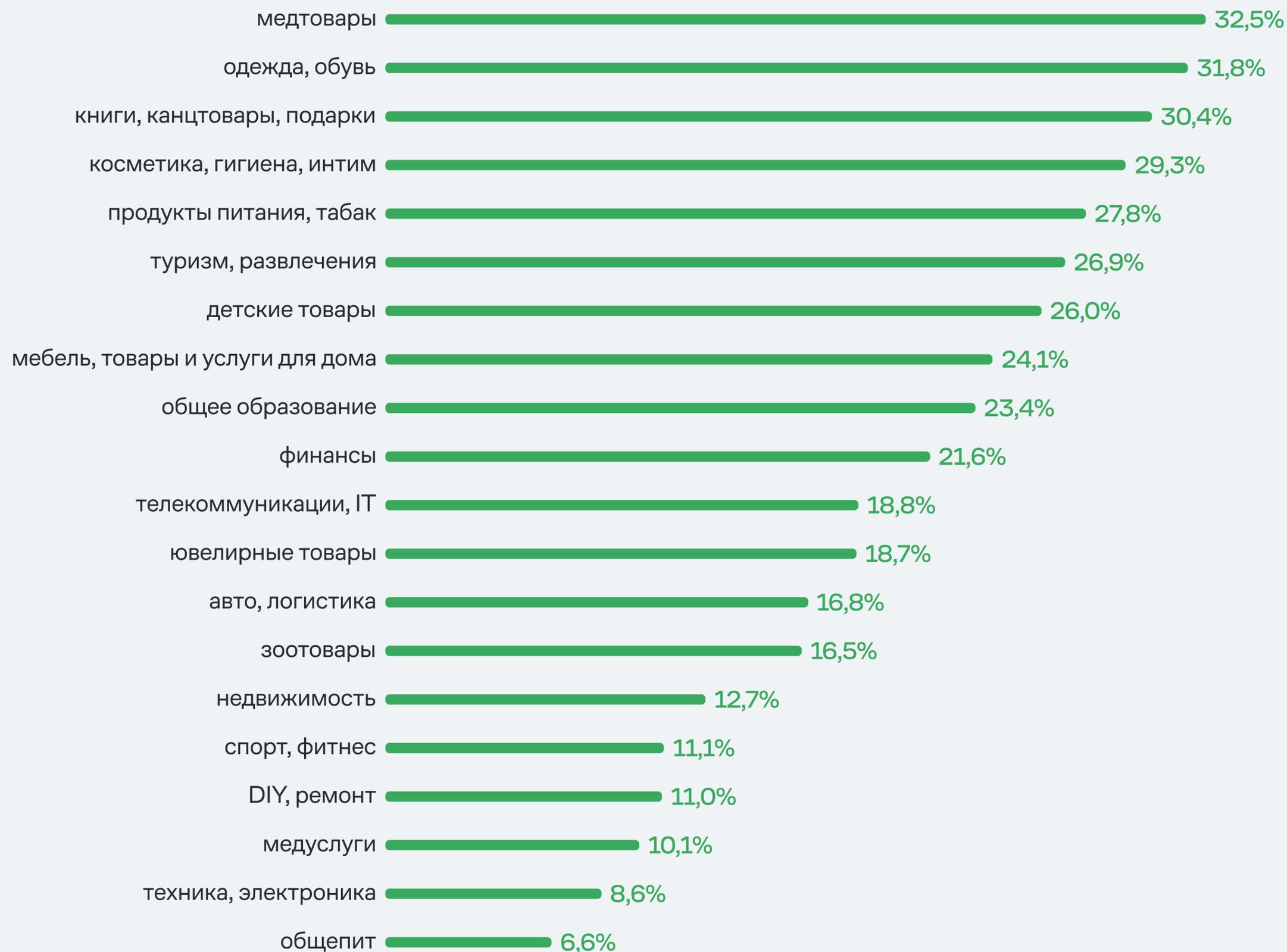
Email-рассылки

mindbox



20,2%

максимальная доля
email-канала в выручке
(в среднем по индустриям)



4,9%

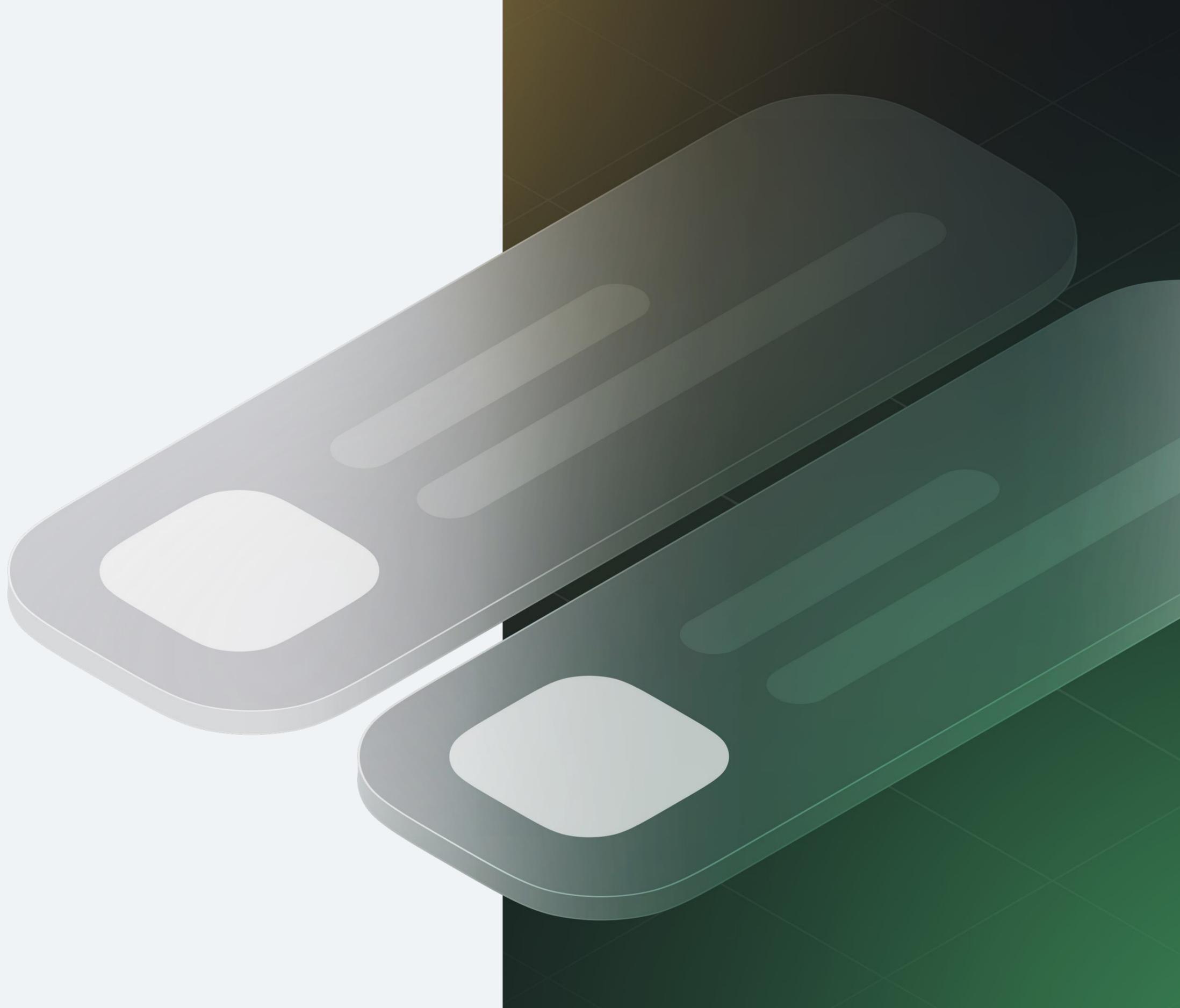
медианная доля email-канала в выручке (среднее значение по индустриям)



исследование

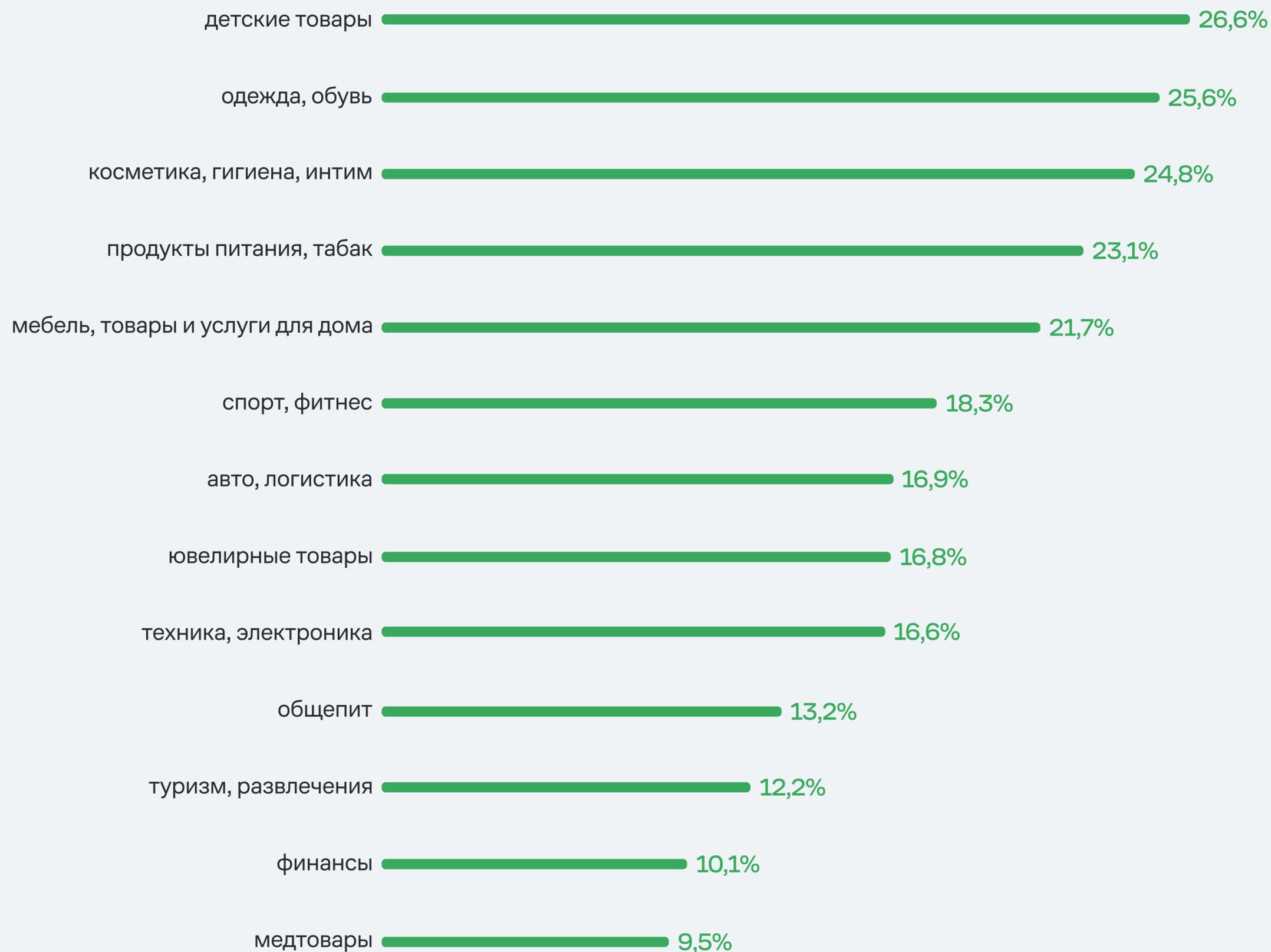
Мобильные пуши

mindbox



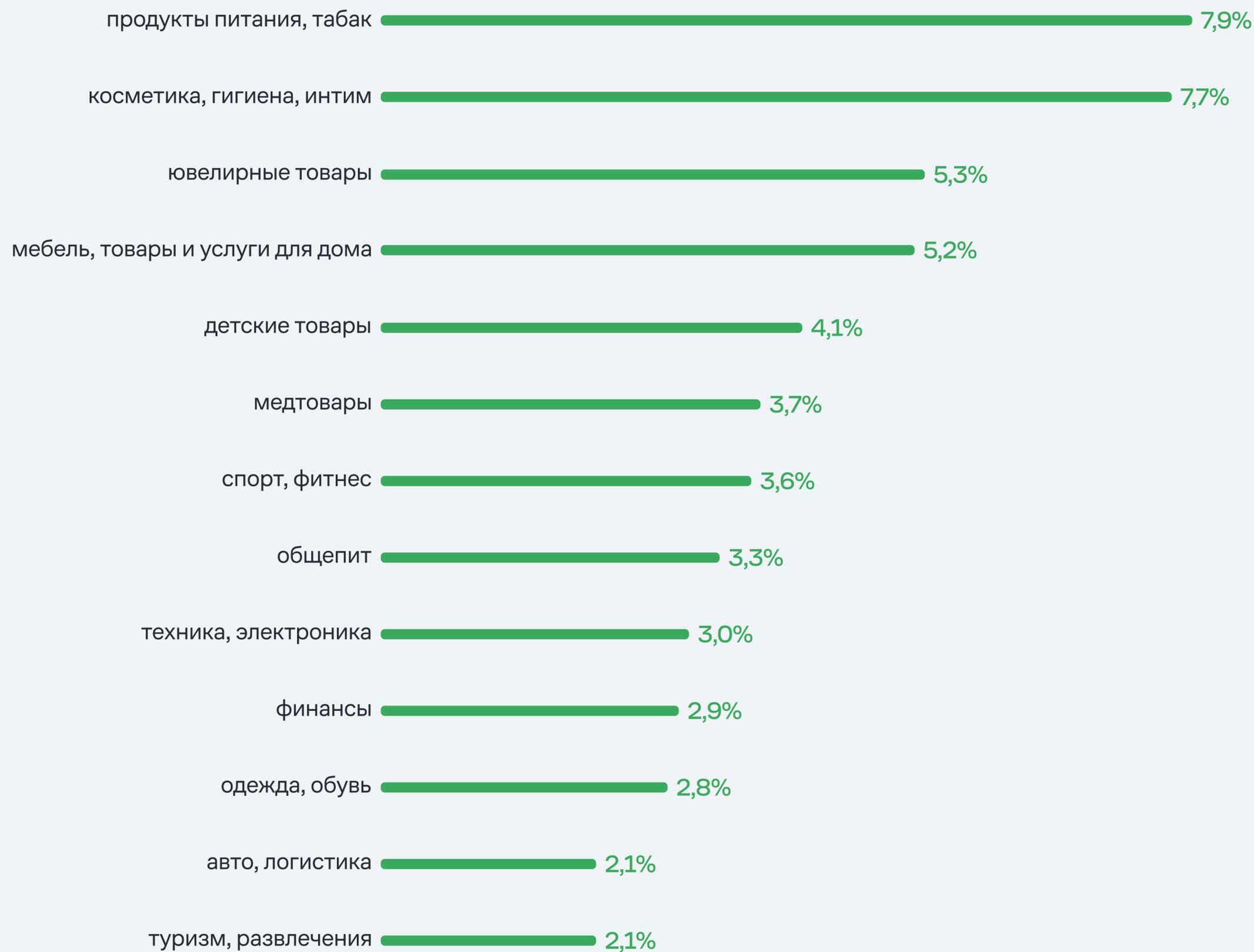
18,1%

максимальная доля пушей
в выручке (в среднем
по индустриям)



4,1%

медианная доля пушей
в выручке (среднее
значение по индустриям)



Больше об эффективности email и мобильных пушей — в кейсах Mindbox Журнала

Сотни бизнес-историй о том,
как компании зарабатывают
с помощью рассылок.

Только реальные цифры
и проверенные гипотезы.

Mindbox Журнал [↗](#)

The screenshot displays the Mindbox Journal website interface. At the top, the navigation bar includes the logo 'mindbox журнал', a link to 'На сайт о продукте', and utility links for 'Подписка', 'Поиск', and 'Заявка'. Below the navigation, a main header features the title 'mindbox журнал' and a subtitle: 'Журнал о разумном бизнесе. Интервью СМО, SEO и владельцев бизнеса, кейсы, экспертные разборы и исследования'. The main content area is a grid of articles and case studies:

- SUNLIGHT**: Sunlight автоматизировал рассылки на 25 млн клиентов и получает 14,9% выручки благодаря email и мобильным пушам. Кейс, 28 марта.
- ТОКИО-CITY**: 73% заказов доставки — из приложения. Как ТОКИО-CITY строит мобильный маркетинг: пуши, In-App, товарные рекомендации, реферальная программа. Кейс, 17 мая.
- Популярность мессенджеров в 2024-м: как они будут развиваться**. Учебные материалы, 4 марта.
- ФОКСФОРД**: Как «Фоксфорд» перенес коммуникации на Mindbox и восстановил выручку CRM. Кейс, 30 января.
- 1001 dress**: 5 тыс. ₽ экономии на верстке одной рассылки. 1001 DRESS — о том, как конструктор Mindbox помог сократить рутину... Кейс, 10 мая.
- Маркетинг на данных в fashion. Как ECCO и Tom Tailor зарабатывают больше, опираясь на цифры**. Прямой эфир, 28 мая, 11:00 мск.

At the bottom, there are two more sections: 'Кейсы и экспертиза' featuring 'Эвалар' (Объединение баз, автоматические кампании) and 'колесо.ру' (x4,4 выручка от CRM-канала. Как...), and 'События' featuring a 'Прямой эфир' (Демонстрация платформы, 4 июня, 11:00 мск).

ECCO Out of Cloud TOM TAILOR