

## **DATOS DE NETVALUE SOBRE EL USO DE CORREO ELECTRONICO**

### **Un mercado de alto potencial y un gran crecimiento de la base de usuarios**

NetValue da a conocer hoy los primeros resultados de su estudio sobre el correo electrónico en Europa. Este estudio es el resultado de las mediciones basadas en paneles de internautas en hogares, representativos de la población de cada país, en España, Francia, Reino Unido, Alemania y Dinamarca en noviembre de 2001.

El correo electrónico es una nueva herramienta para las compañías para captar consumidores y conseguir su fidelidad. Debido a sus características, se adapta bien a la gestión de relaciones con clientes, posibilitando una segmentación precisa de clientes, una más concreta personalización del contenido y una difusión en un contexto apropiado.

Considerando estas razones, NetValue presenta hoy un primer enfoque exclusivo del uso del correo electrónico en Europa, con el fin de identificar mejor su potencial, precisar las características de este nuevo medio y analizar el comportamiento de los internautas hacia esta nueva herramienta de comunicación.

### **Correo electrónico: un mercado de alto potencial y un gran crecimiento de la base de usuarios**

Tras la consulta de sitios web, el correo electrónico es el servicio más usado en Internet: así, el 85.6 % de los internautas españoles en el hogar usaron el correo electrónico durante el mes de noviembre de 2001, lo que representa más de 3 millones de individuos.

Existen en Internet otras formas de comunicación, a parte del correo electrónico, como mensajería instantánea, chat, noticias, Audio-Vídeo, etc. Hoy, el uso del conjunto de todas estas herramientas de comunicación es menor en España que el del correo electrónico.

Tres tipos diferentes de tecnologías son usados por los internautas para enviar o recibir correos:

- Correos POP3/SMTP (correos de los navegadores como Netscape Communicator, Microsoft Internet Explorer)
- Correos Web: sitios Web dedicados al correo electrónico como Hotmail o la sección gratuita de correo electrónico de los portales (Yahoo, Club-Internet)

Correos en un entorno propietario

- (AOL)

### **Correos de los navegadores, correo Web y correo AOL**

El correo Web es más usado por los internautas españoles que el correo de los navegadores. Solo una pequeña proporción de usuarios utiliza diferentes servicios de

correo. Más que la complementariedad de los servicios, podemos observar una diferencia en el uso de los diferentes servicios de correo (correos de los navegadores frente a correos Web)

Los internautas españoles prefieren usar el correo Web. Así, el 71.4% de los internautas usaron el correo Web en comparación con el 49.7% que usaron el correo de los navegadores (protocolos POP3/SMTP) en noviembre de 2001. Los internautas españoles son menos activos con los correos de los navegadores que sus vecinos europeos. El 57.8% de los internautas franceses usan los correos de los navegadores mientras que el 48.8% usan el correo Web. Por otra parte, el 73,7% de los internautas daneses usan correos de los navegadores frente a un 43% que usan el correo Web.

Estos usos contrastados de los diferentes servicios de mensajería deben relacionarse con las características de los internautas de cada país, especialmente con factores como la edad, fecha de primer uso de Internet, proveedor utilizado, etc.

### **Características de la población usuaria de correo electrónico**

El perfil demográfico de los usuarios del correo electrónico varía ligeramente del resto de los internautas. Los usuarios de correo enviaron un promedio de 9.3 correos y recibieron 29.2 en noviembre de 2001 ( por internauta y por buzón de correo) en España.

Sin embargo, existen diferencias importantes de uso entre los usuarios. Los pequeños usuarios enviaron 1.2 correos al mes y recibieron 7.1, mientras que los grandes usuarios enviaron 11.5 y recibieron 44.9 por mes en noviembre de 2001. Los grandes usuarios representaron el 19,4% de la población internauta (734.000 internautas)

### **Perfil de los grandes usuarios de correos de los navegadores**

Esta población es en su mayoría masculina, de mayor edad que el promedio de la población internauta y con ingresos más altos. Su capacidad para enviar más correos electrónicos que el promedio de la población la convierte en un público objetivo especialmente interesante para los anunciantes, ya que actúan como "líderes de opinión" en la Web.

El correo electrónico ya tiene un importante potencial de usuarios, lo que lleva a las compañías a incluir todavía más esta herramienta en su programa de gestión de relaciones con clientes.

El estudio de los usos del correo electrónico muestra un cierto antagonismo entre los diferentes servicios de correos y un no demasiado uso combinado de los diferentes servicios (correo de los navegadores y correo Web)

Podemos observar grandes diferencias en el comportamiento actual de los internautas hacia el correo dependiendo de su madurez en el uso de Internet. Los grandes usuarios de correo electrónico son ya una población de referencia para los anunciantes.

Para permitir a las compañías ir más allá en el entendimiento del uso del correo y de las promociones online (banners, correos electrónicos promocionales, etc.). NetValue

ofrece servicios exclusivos para analizar el uso del correo, lo que permite determinar el perfil de los usuarios, la audiencia de los diferentes tipos de servicios, así como entender en detalle cómo los internautas usan sus correos Web, y planificar con exactitud su estrategia de marketing incluyendo esta herramienta.