ividence

Les éditeurs de contenus et services en ligne | GESTE

Tendances Newsletters

L'opportunité cachée des newsletters

5 lecteurs sur 6 ne visitent pas votre site internet après ouverture

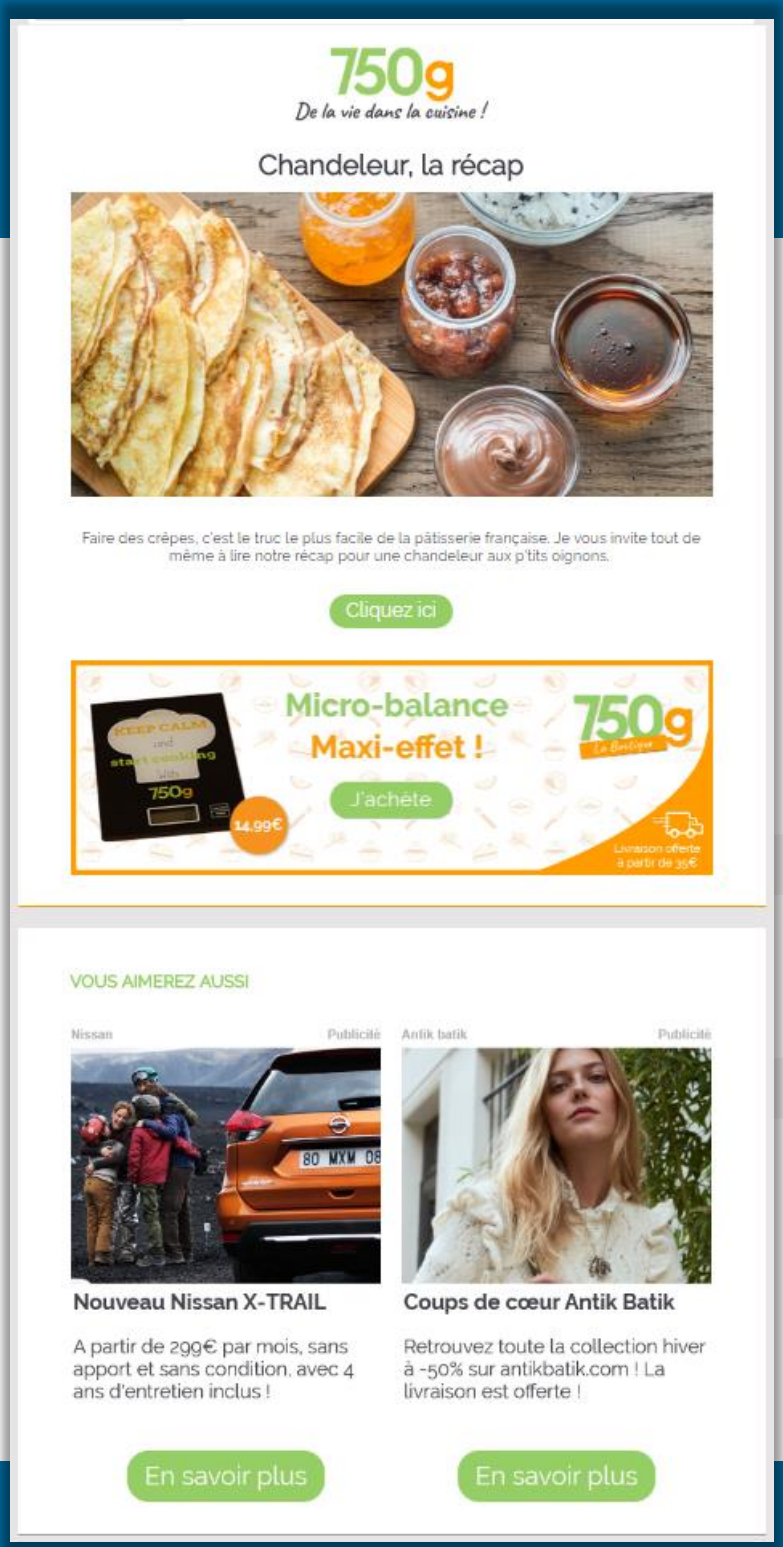
Seul 1 lecteur sur 6 clique dans la newsletter et génère des revenus publicitaires sur le site

Que faire pour **monétiser 100% de votre audience** ?
Notamment les 85%* de lecteurs qui ne visitent pas le site

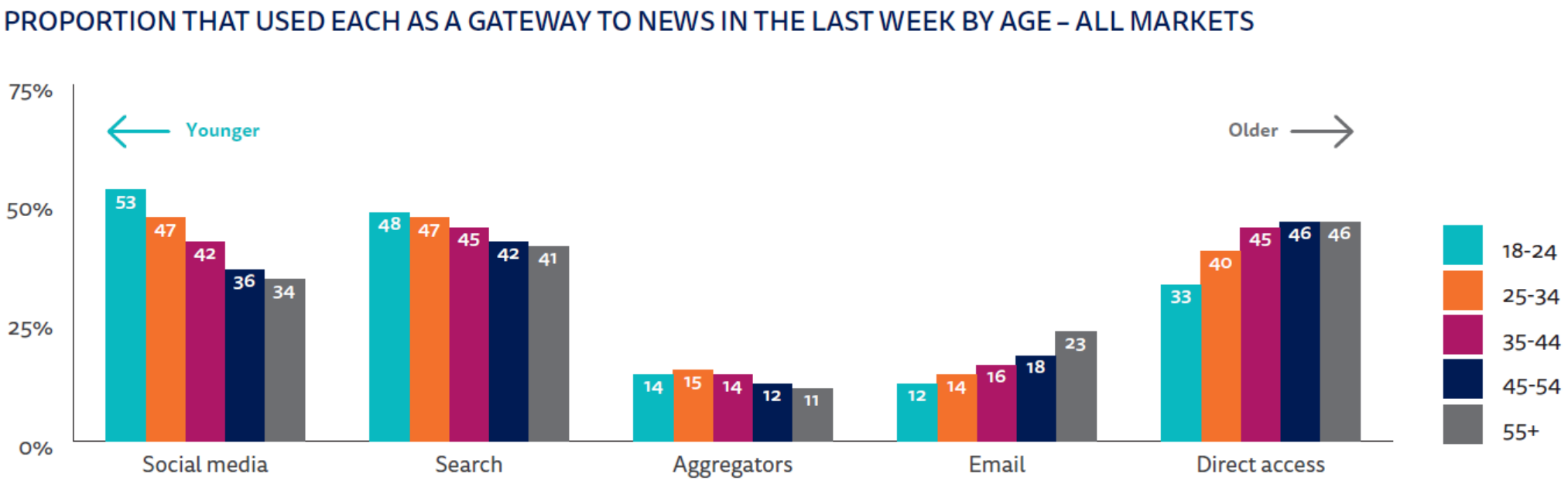
**Taux de clic moyen sur les newsletters ouvertes = 15% (Source: étude ividence)*

Que propose ividence ?

ividence crée un inventaire publicitaire complémentaire via des publicités native insérées dans les newsletters…



Accès aux sites média



Reuters Digital News Report 2018
Q10. Thinking about how you got news online (via computer, mobile or any device) in the last week, which were the ways in which you came across news stories?

→ **L'usage de l'email croît avec l'âge (ainsi que la lifetime user value abonnement et publicité)**

→ **Email est LE (seul ?) levier contrôlable par l'éditeur**

Moyen d'accès aux sites média

PROPORTION THAT SAY EACH IS THEIR MAIN GATEWAY TO NEWS – SELECTED MARKETS

Top Direct		Top Social	
Finland	65%	Chile	43%
Norway	62%	Bulgaria	42%
Sweden	52%	Malaysia	40%
Denmark	52%	Argentina	37%

Top Aggregators		Top Search	
Japan	36%	South Korea	47%
South Korea	30%	Poland	39%
Taiwan	21%	Italy	39%
Hungary	11%	Czech Rep	38%

Top Email		Top Mobile Alerts	
Belgium	24%	Mexico	13%
France	14%	Taiwan	12%
Portugal	14%	Sweden	12%
USA	10%	Singapore	10%

Reuters Digital News Report 2018
Q10. Which of these was the MAIN way in which you came across news in the last week?

Les éléments clefs sur les lecteurs NL :

1/ Une audience fidèle

2/ L'audience qui s'abonne le plus

3/ Fréquence et profondeur de visites

4/ Source de trafic indépendante vs GG/FB

5/ Monétisation élevée de l'audience

3 tendances sur les Newsletters

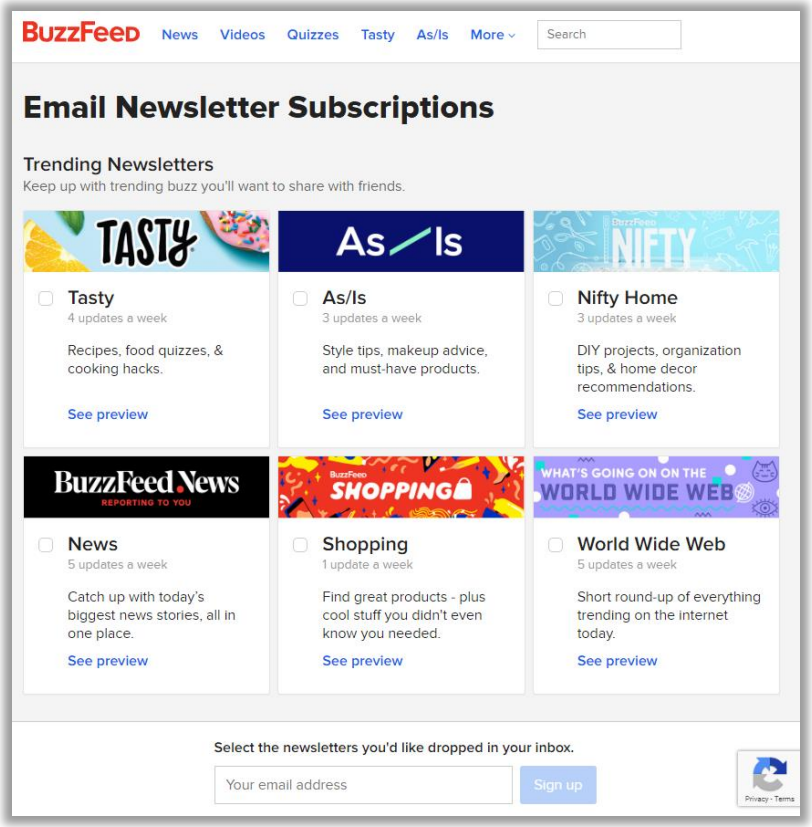
1/ Verticalisation et spécialisation des Newsletters

2/ La newsletter comme unique media

3/ Les « pop-up Newsletters »

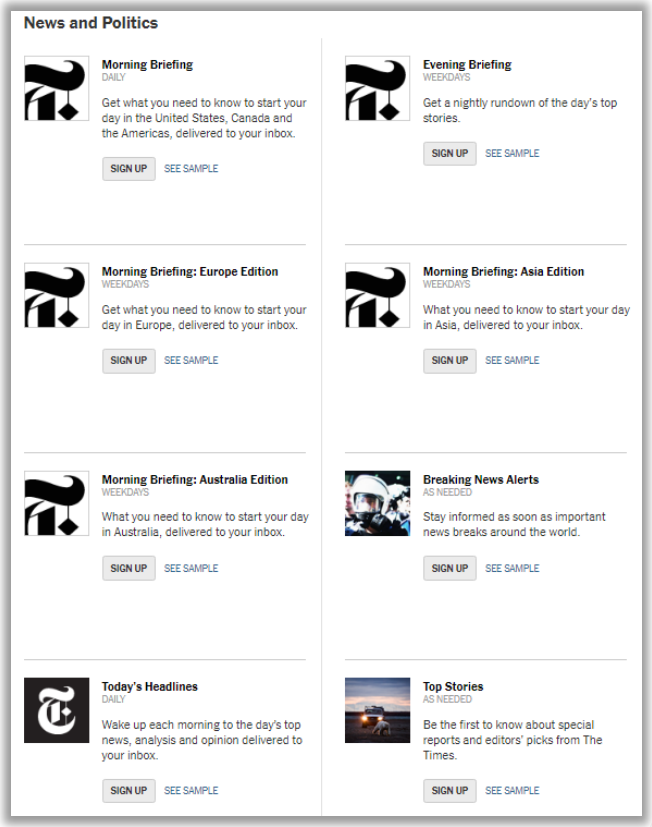
1/ Verticalisation et spécialisation des NLs

BuzzFeed



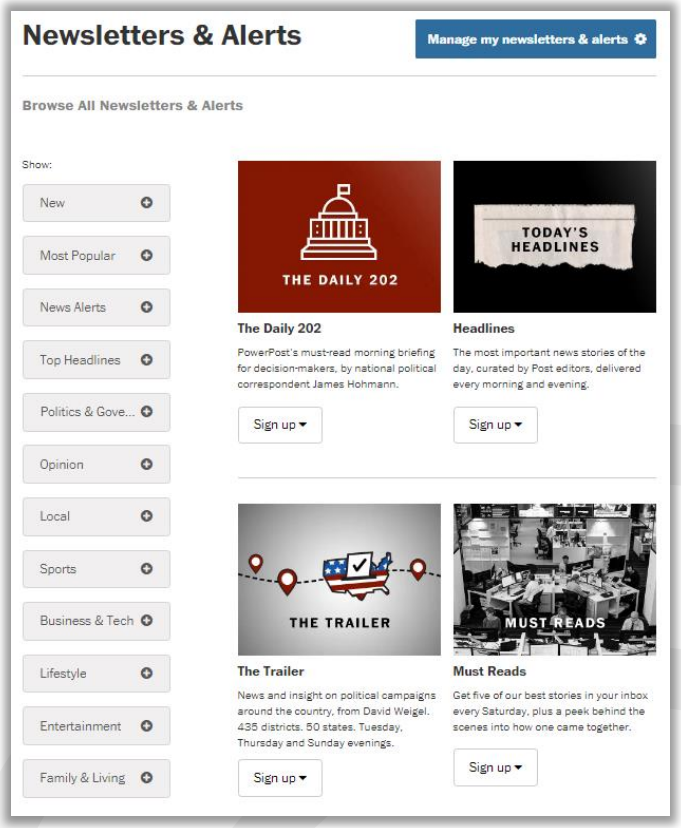
31 newsletters
1M nouveaux inscrits/an
Top 5 source trafic (1er : FB)

The New York Times



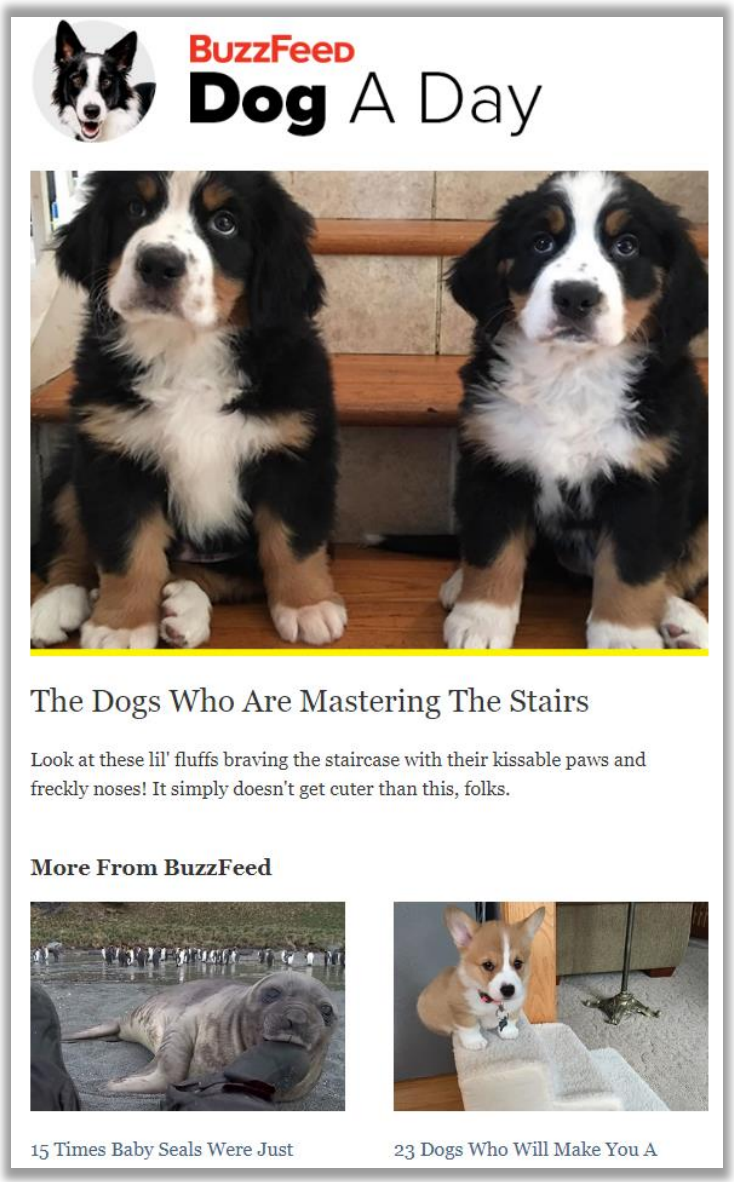
56 newsletters
13M inscrits (**x2** 2015-2017)
15 personnes dédiées NLs

The Washington Post



75 newsletters
Solution techno dédiée (Arc publishing)

BuzzFeed



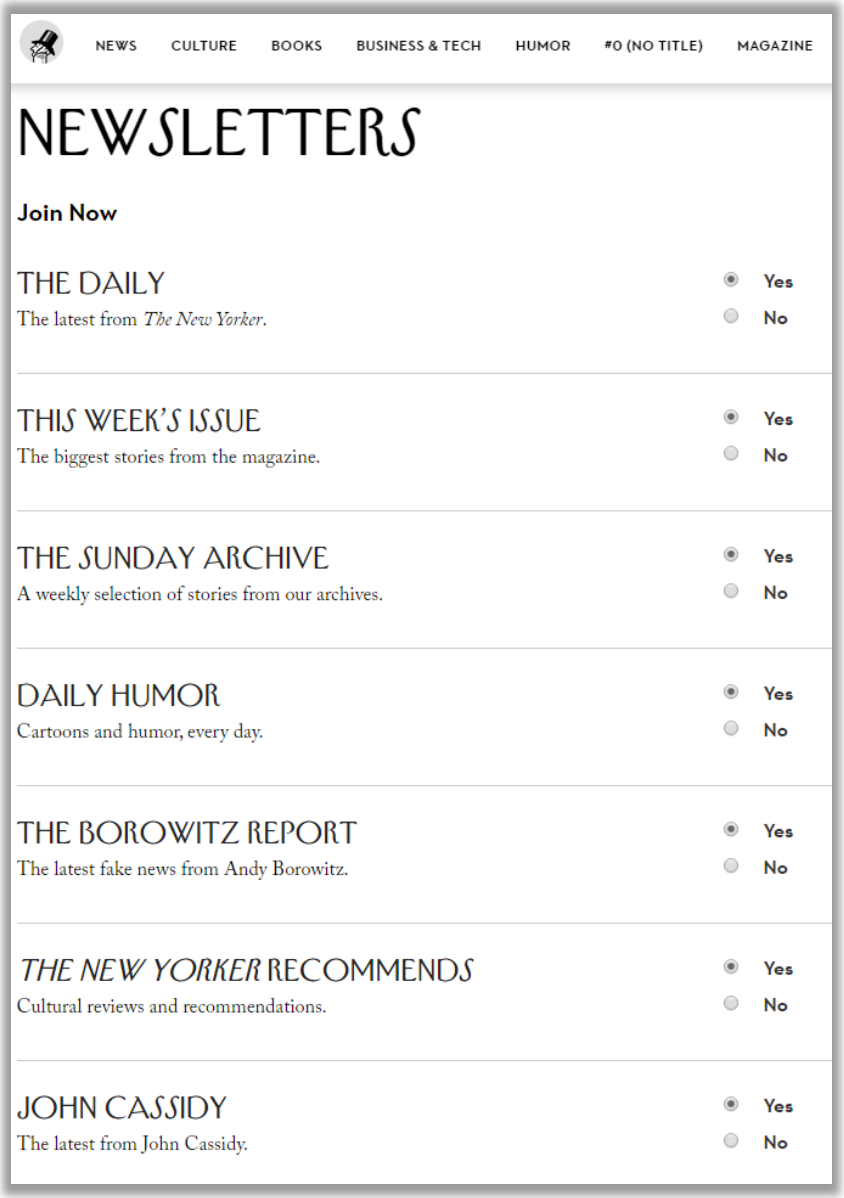
Chiffres clefs :

- **31** newsletters
- **2 millions** inscrits aux newsletters clefs
- **200 Millions** de visites (2012 – 2017)

Stratégie :

- **1 équipe dédiée aux Newsletters** (3 temps complets + 6 temps partiels)
- Promotion des Newsletters **via des articles édito à la BuzzFeed**

The NewYorker



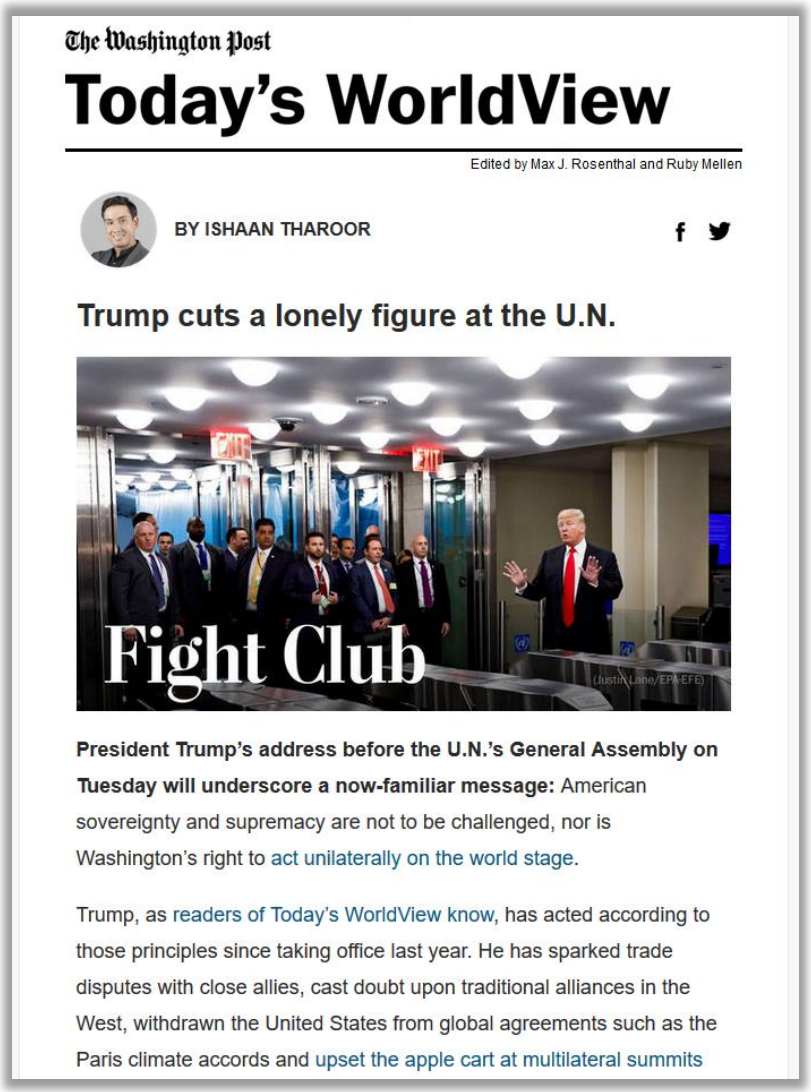
Chiffres clefs :

- **1 million inscrits** à la NL quotidienne
- **12% du trafic total**
- **1er levier de transformation** vers abonnement payant

Stratégie :

- **1 responsable dédié aux Newsletters** (vs responsable éditorial et audience auparavant)
- **Newsletters laboratoires** pour fidéliser des audiences internationales
- Une **approche produit** centrée sur la spécificité de la consommation email

Washington Post



The Washington Post

Today's WorldView

Edited by Max J. Rosenthal and Ruby Mellen

BY ISHAAN THAROOR

Trump cuts a lonely figure at the U.N.

Fight Club

President Trump's address before the U.N.'s General Assembly on Tuesday will underscore a now-familiar message: American sovereignty and supremacy are not to be challenged, nor is Washington's right to act unilaterally on the world stage.

Trump, as readers of Today's WorldView know, has acted according to those principles since taking office last year. He has sparked trade disputes with close allies, cast doubt upon traditional alliances in the West, withdrawn the United States from global agreements such as the Paris climate accords and upset the apple cart at multilateral summits

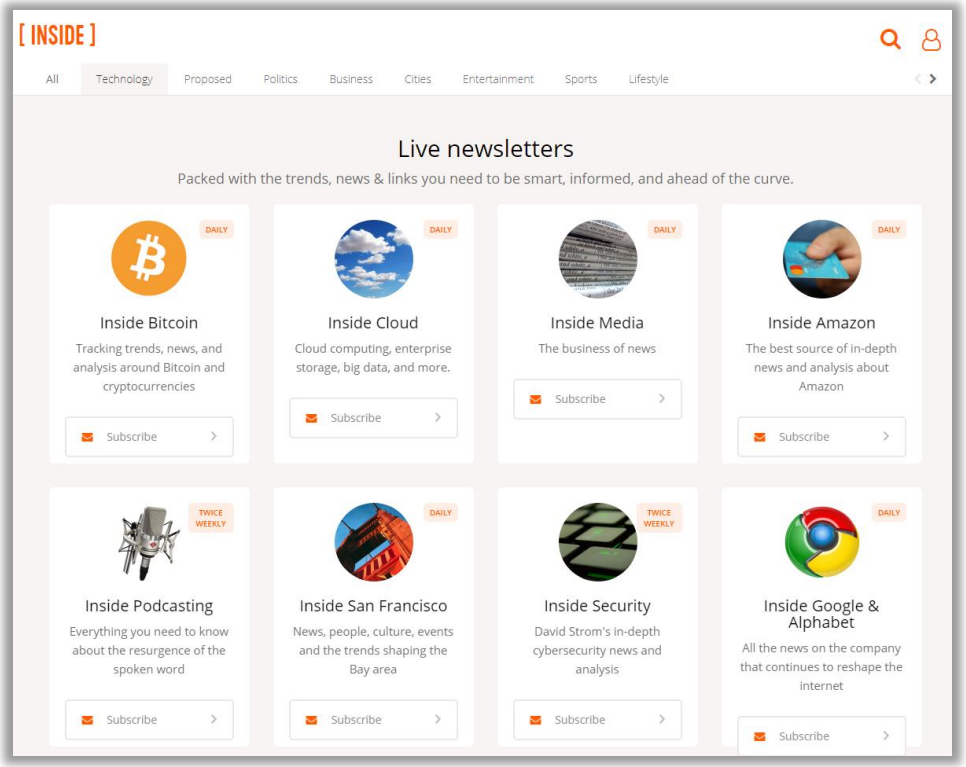
Chiffres clefs :

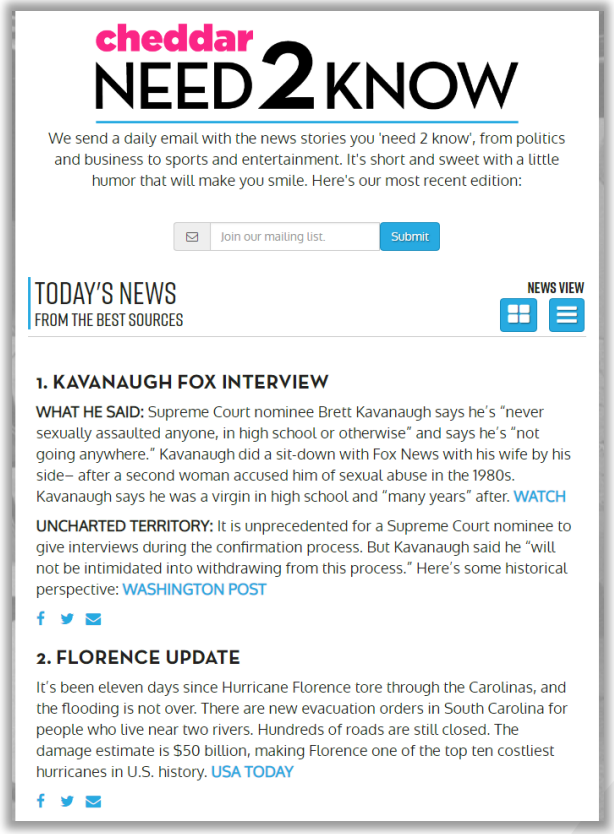
- Abonnés Newsletters = **3 fois plus de PAP/mois** que la moyenne
- **Taux d'ouverture = 50%** (10 à 60%/NL)
- **Taux de transfo vers abonnement payant = 2 fois la moyenne**

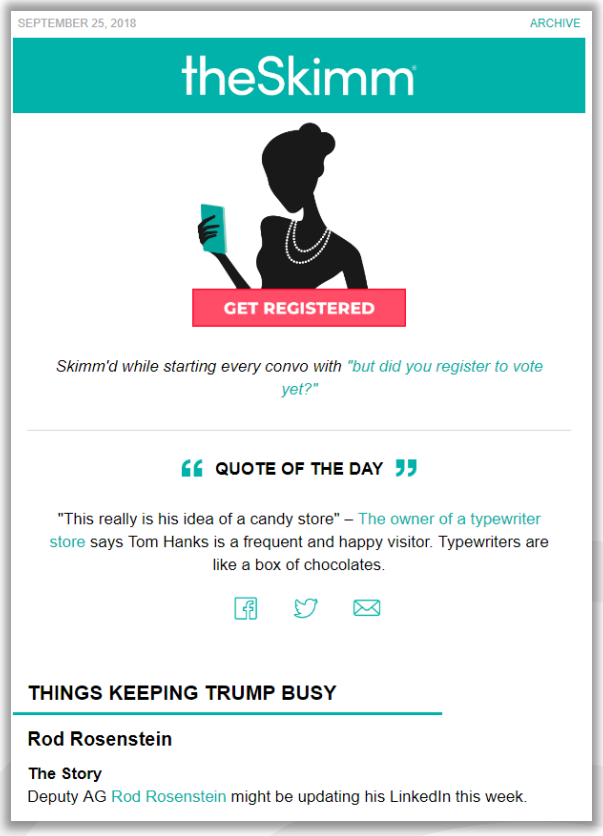
Stratégie :

- **70 newsletters thématiques**
- **CMS conçu pour les journalistes**
- Levier de fidélisation US et hors-US

2/ La Newsletter comme unique media





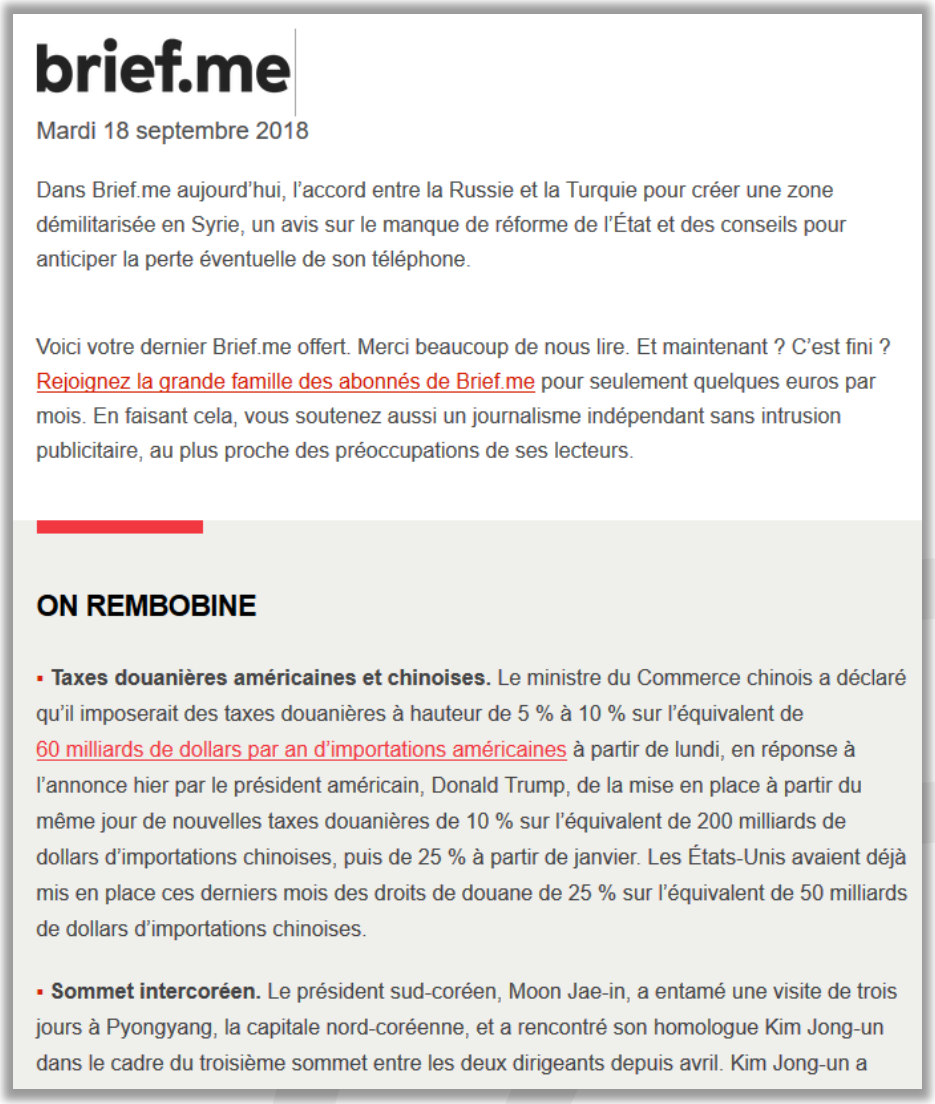


31 newsletters
300K inscrits
Taux d'ouverture : **40%**
Nouvelle NL si >2.000 inscrits

1 newsletter gratuite
350K inscrits actifs
Vendu à Cheddar

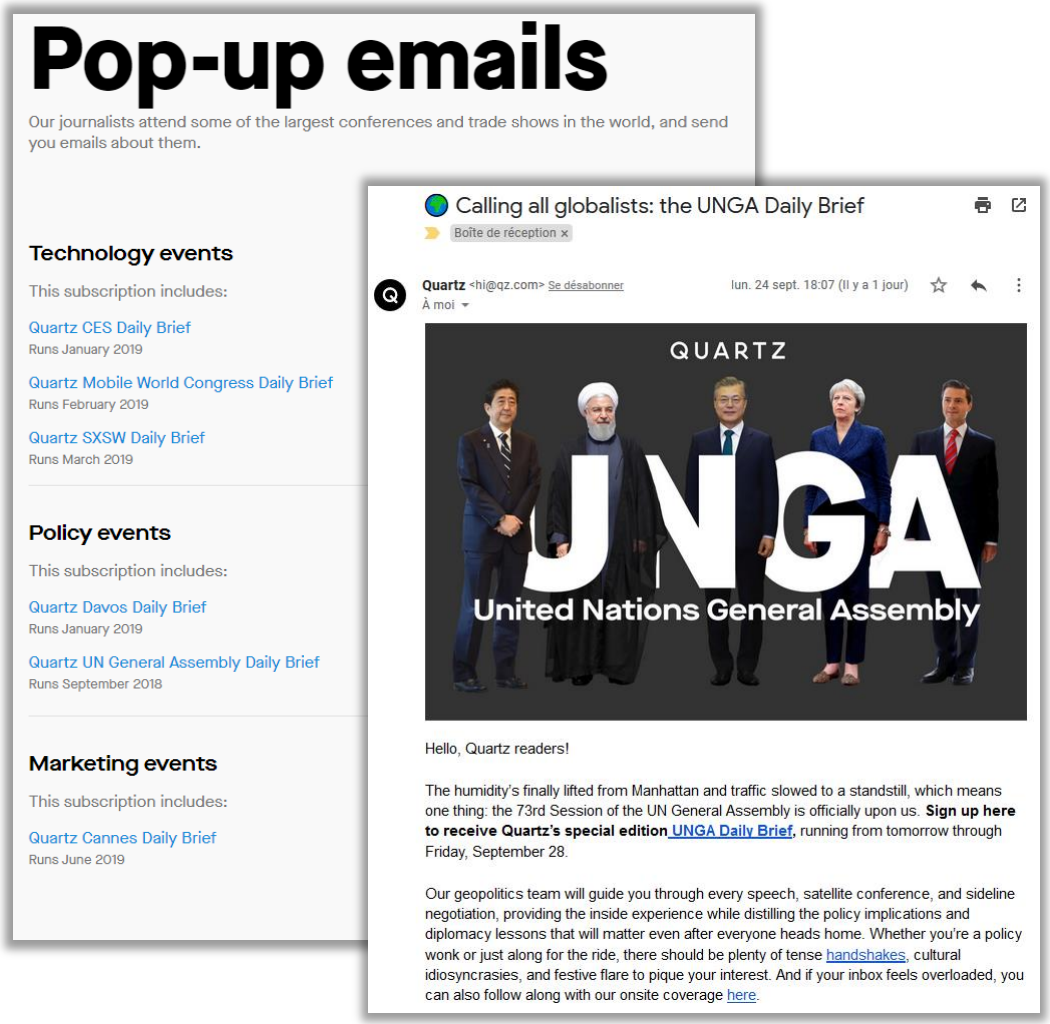
1 newsletter
7 Millions inscrits
Taux d'ouverture : **30%**

2/ La Newsletter comme unique média



3/ Popup newsletters - Quartz

QUARTZ



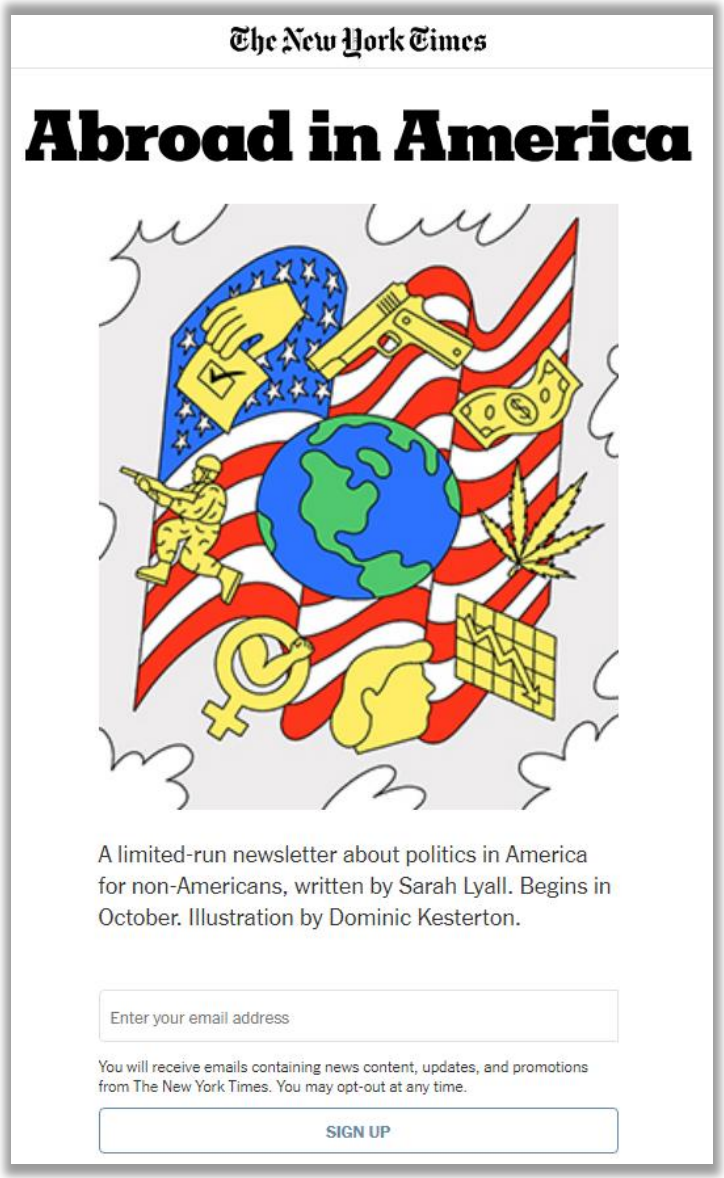
Chiffres clefs :

- 700K abonnés NL quotidienne (40% ouverture)
- Popup Newsletters durent 1 à 2 semaines
- Taux d'ouverture Popup : **50 à 63%**

Stratégie :

- **Contenu dédié** à la Newsletter
- **Levier de fidélisation**
- Newsletter sponsorisée

3/ Popup newsletters - NYTimes



Chiffres clefs :

- 13 Millions abonnés au total
- NL Game of Thrones (8 éditions) :
  - 80K abonnés
  - Taux d'ouverture : 60%

Stratégie :

- Objectifs : **engagement et habitude**
- Durée limitée (Abroad in America : élections de mid-terms)
- Mise en place :
  - Création produit : équipe Newsletters
  - Contenus : journalistes NYT

MERCI !

Arnaud LONGATTE
AL@ividence.com