

HOE WIJ DE EMAIL BENCHMARK BEREKENEN

Inzicht in hoe e-mailbenchmarks worden berekend is essentieel om prestaties correct te interpreteren en resultaten tussen verschillende sectoren te vergelijken. In dit onderdeel lichten we de methodologie achter elke metric toe, leggen we uit hoe de data wordt verwerkt en verduidelijken we de definities die in de benchmark worden gehanteerd. Door consistente meetstandaarden te gebruiken, zorgen we ervoor dat elke metric daadwerkelijke engagementpatronen weerspiegelt en waardevolle inzichten biedt voor je e-mailstrategie.

Let op: Alle cijfers zijn inclusief machine generated opens.

Acceptance rate:	Het percentage e-mails dat succesvol werd geaccepteerd door de mailservers van ontvangers, ten opzichte van het totaal aantal verzonden e-mails.
Open rate (OR):	Het percentage ontvangers dat een e-mail opent ten opzichte van het totaal aantal afgeleverde e-mails.
Click-through rate (CTR):	De verhouding tussen het aantal gebruikers dat op een specifieke link klikt en het totaal aantal gebruikers dat de e-mail bekijkt.
Click-to-open rate (CTOR):	Het percentage ontvangers dat op een link klikt nadat zij de e-mail hebben geopend. Deze metric meet hoe effectief de inhoud is voor ontvangers die de e-mail hebben geopend.
Gemiddelde acceptance rate:	Het gemiddelde percentage e-mails dat succesvol werd geaccepteerd door de mailservers van ontvangers over een bepaalde periode.
Acceptance rate per sector:	Het percentage e-mails dat succesvol werd geaccepteerd door de mailservers van ontvangers, ten opzichte van het totaal aantal verzonden e-mails.
Bouncepercentage per sector:	Het percentage e-mails dat de inbox van ontvangers niet bereikt door afleverproblemen. Dit omvat zowel tijdelijke problemen (soft bounces) als permanente fouten (hard bounces).

Gemiddelde open rate:	Het gemiddelde percentage ontvangers dat een e-mail opent ten opzichte van het totaal aantal afgeleverde e-mails over een bepaalde periode.
Open rate per (maand/dag/uur):	Het percentage ontvangers dat een e-mail opent ten opzichte van het totaal aantal afgeleverde e-mails binnen een specifieke maand/dag/uur.
Open rate per sector:	Het percentage ontvangers dat een e-mail opent ten opzichte van het totaal aantal afgeleverde e-mails binnen een specifieke sector, weergegeven als een sectorgemiddelde.
Gemiddelde click-through rate:	De gemiddelde verhouding tussen het aantal gebruikers dat op een specifieke link klikt en het totaal aantal gebruikers dat de e-mail bekijkt over een bepaalde periode.
Click-through rate per maand/dag/uur:	De verhouding tussen het aantal gebruikers dat op een specifieke link klikt en het totaal aantal gebruikers dat de e-mail bekijkt binnen een specifieke maand/dag/uur.
Click-through rate per sector:	De verhouding tussen het aantal gebruikers dat op een specifieke link klikt en het totaal aantal gebruikers dat de e-mail bekijkt binnen een specifieke sector, weergegeven als een sectorgemiddelde.
Gemiddelde click-to-open rate:	Het gemiddelde percentage ontvangers dat op een link klikt nadat zij de e-mail hebben geopend over een bepaalde periode.
Click-to-open rate per (maand/dag/uur):	Het percentage ontvangers dat op een link klikt nadat zij de e-mail hebben geopend binnen een specifieke maand/dag/uur.
Click-to-open rate per sector:	Het percentage ontvangers dat op een link klikt nadat zij de e-mail hebben geopend binnen een specifieke sector, weergegeven als een sectorgemiddelde. Deze metric weerspiegelt hoe effectief content doelgroepen binnen verschillende sectoren betreft.
% e-mails per maand:	Het percentage van alle verzonden e-mails dat over de verschillende maanden van het jaar wordt verdeeld. Deze metric laat zien hoe het e-mailvolume over het jaar is verspreid.
% e-mails per dag:	Het percentage van alle verzonden e-mails dat plaatsvindt op elke dag van de week. Deze metric laat zien hoe het e-mailvolume varieert van maandag tot en met zondag.
% e-mails per uur:	Het percentage van alle verzonden e-mails dat plaatsvindt tijdens elk uur van de dag. Deze metric toont verzendpatronen per uur en piekmomenten van verzending.