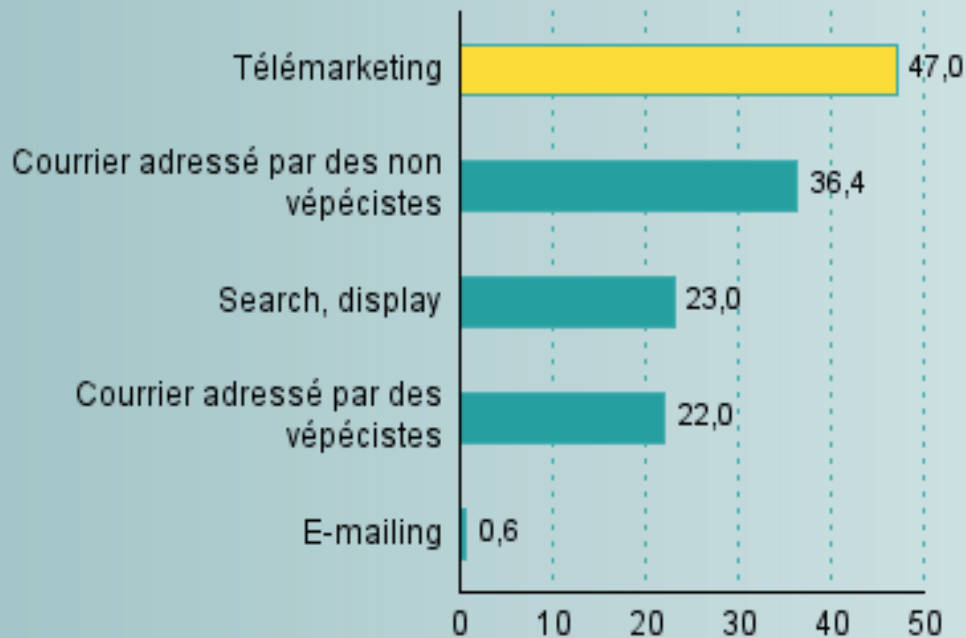


## 7 L'e-mail, un outil assumé de relation avec les marques.

### Ventilation des dépenses en marketing direct aux USA en 2008

En milliards de dollars



Source : Direct Marketing Association, oct 2007

**Premier constat :** l'e-mailing est loin d'être le premier poste de dépenses en matière de marketing direct aux Etats-Unis. En 2008, les campagnes d'envoi d'e-mails commerciaux outre-Atlantique devraient représenter un budget total de 600 millions de dollars selon l'Association de marketing direct (DMA), soit une croissance de 25 % par rapport à 2007. Ce qui fait de l'e-mailing le cinquième poste de dépenses dans le domaine du marketing direct. Il arrive loin derrière les campagnes de search et de display sur Internet (23 milliards de dollars en 2008) et encore plus loin du télémarketing (47 milliards de dollars).

Source et Analyse : JDNET.

[www.journaldunet.com](http://www.journaldunet.com)

<http://www.journaldunet.com/dossiers/maili ng/>