

En god skabelon gør stor forskel på bundlinjen

”Over halvdelen af alle virksomheder sender stadig et stort billede, efterfulgt af en smule tekst og links i deres nyhedsbreve”

Der er øjeblikke hvor man bliver virkelig positivt overrasket. Sådan er det også med de veldisponerede nyhedsbreve, som vi nu og da modtager i vores indbakke. Fællesnævneren for den gode oplevelse er en god emnelinie, et godt preview – og en flot og effektiv mail når billederne er accepteret.

Det er ikke tilfældigt, hvordan en e-mail marketing mail, et nyhedsbrev, skal disponeres for at have den største effekt. ”Salgstragten starter allerede i modtagerens indbakke – før hun har valgt at kigge på mailen fra din virksomhed”, fortæller Kim Østergaard fra konsulentvirksomheden Loyalitet.com.

Det starter med en god emnelinie

Emnet og afsendernavnet er det første din potentielle kunde ser. Det er essentielt at afsenderen er den SAMME fra gang til gang. ”Du må ikke veksle mellem forskellige afsendere eller have en upræcis afsender, det vil forvirre modtageren og give en lavere åbningsrate”, har Kim Østergaard erfaret fra de mere end 8.000 nyhedsbreve, som han har haft gennem hænderne de seneste 15 år.

Det næste en potentiel kunde, eller modtager oplever, er preview vinduet – på dansk det vindue uden billeder, der er til højre for listen af mails – inde i f.eks. din Outlook eller Gmail. Og netop det fakta, at indholdet vises uden billeder mm. stiller særlige krav til udformningen af skabelonen. ”Det er lidt som at gå i biografen og kun læse underteksterne”, sådan husker jeg en kunde udlægge det for år tilbage, erindrer Kim Østergaard. Om den oplevelse en mail i preview vinduet giver.

Det gode preview vindue og det at undgå en SPAM etiket

Det gode preview vindue er overskueligt – først og fremmest overskueligt opbygget. Øverst skal der altid være en ”Kan du ikke se billederne – klik her” og en ”Afmeld fremtidige mails”. Det er vigtigt altid at have en afmeld knap øverst i mailen. Kan modtageren ikke finde den bliver de let irriterede, og i værste fald anvender de SPAM eller JUNK-MAIL knappen i f.eks. Hotmail eller Gmail.

”SPAM eller JUNK-MAIL knappen i Hotmail eller Gmail skal være enhver afsenders værste mareridt. Det giver minus point i bogen, og er noget vi fra systemleverandørens side tager meget alvorligt”, konkluderer Kim Østergaard der udover konsulentforretningen også leverer løsningen MailPlatform.dk sammen med sit team. MailPlatform.dk anvendes blandt andet af: BoConcept, BabySam, Kop & Kande, Bilgalleri og Hestegalleri og E-mærket.

Selve mailen disponeres yderst forskelligt efter formål. Nogle mails skal sælge produkter og andre skal oplyse eller indeholder mere corporate communication. Men fælles er ønsket om at modtageren læser, åbner og klikker på indholdet. Derfor er den rigtige vægtning af grafik, billeder og læsbar tekst vigtigt. Den er også vigtigt for at opnå en god SPAM-score, eller med rette ikke at opnå en SPAM-score og dermed have større sandsynlighed for at blive leveret til indbakken.

En e-mail skabelon er vigtigere end forsiden på dit site

Betragt en e-mail skabelon som din vigtigste side. Det vil uden tvivl over tid være den side, som flest af dine kunder vil se. Derfor skal den også have mindst lige så megen opmærksomhed som forsiden på dit web-site eller din web-shop.

Vægtes indholdet optimalt vil modtageren se læsbar tekst og tekst og grafik, der ligner knapper, allerede inden hun har accepteret mailen og trykket på "Vis billeder". Dermed vil din virksomhed opnå den bedste start på salgstragten.

"Over halvdelen af alle virksomheder sender stadig et stort billede, efterfulgt af en smule tekst og links i deres nyhedsbreve", det ser vi desværre hver dag fortæller Kim Østergaard. I praksis betyder det at modtageren ser en stor ramme med hvidt indhold, før de accepterer billederne og mailen. Dermed overlader afsenderen succesen til emnelinien og deres renommé som afsender.

Læs mere om e-mail marketing på MailPlatform.dk og få 1. måned helt gratis inkl. 2 timers træning og hjælp til at komme i gang. Firmaet siger de henviser til dygtige freelance grafikere, mens de selv udarbejder selve wire-rammen, dvs. opbygningen, af skabelonen sammen med kunden.

Til reaktionen

Priserne på MailPlatform.dk starter ved 200 kr. pr. måned for leje af systemet og udsendelse af mails. Se alle priser og pakker for e-mail marketing løsningen.

Loyalitet.com har mere end 20 års erfaring med fysisk retail og eCommerce. Med et indgående kendskab på tværs af kanaler, kan vi rådgive din virksomhed optimalt. Loyalitet.com består af 4 partnere med primære strategiske kompetencer indenfor eCommerce, fysisk retail, sociale medier, mobile applikationer og drift af online virksomheder.

Blandt vore referencer er Kop & Kande, BabySam, Sport-Master, Fætter BR, BoConcept og flere andre.

Kim Østergaard har grundlagt Loyalitet.com, og arbejdede før som online ansvarlig for Bestseller koncernens lancering af mærker som Jack & Jones, ONLY, Vero Moda og name it online i Europa. Tidligere var han medstifter af TrendyBaby A/S og endnu før det tilbage i 1998 var han pioner i salg af hardware online. I den mellemliggende periode har han opbygget en online afdeling på et reklamebureau med hosting og design, bygget et Content Management System og arbejdet som salgs- og marketing direktør i forskellige virksomheder.

Pressekontakt:

Kim Østergaard
kim@loyalitet.com

Mobil: 42 555 555