

Tips & Tricks

Ematters email design

Inhoudsopgave

<i>Inleiding</i>	2
<i>Voor wie?</i>	2
<i>Over Ematters</i>	2
<i>Afmetingen van de nieuwsbrief</i>	3
<i>Afbeeldingen</i>	3
<i>Spampreventie</i>	3
<i>Snippets preview</i>	3
<i>Personalisatie</i>	4
<i>Afzender</i>	4
<i>Weblinks en Call-to-actions</i>	4
<i>Artikelen</i>	5
<i>Scripts en flash</i>	5
<i>Fonts</i>	5
<i>Testen</i>	5
<i>Do's & Don'ts</i>	6

Inleiding

Email marketing is een vorm van direct marketing waarmee een bedrijf in contact kan komen te staan met haar klanten. De markt van email marketing is de laatste jaren enorm veranderd door het intreden van de Telecomwet. Deze wet zorgt ervoor dat de consument wordt beschermd tegen spam. De ontvanger van een nieuwsbrief moet zich zelf hebben aangemeld voor de nieuwsbrief en moet daarnaast ook de mogelijkheid krijgen om zich eenvoudig af te melden voor iedere nieuwsbrief. Dit tips en tricks in dit document kunnen u helpen om uw nieuwsbrief op stellen naar de standaarden uit de branche. Daardoor krijgt u mooie, verzorgde nieuwsbrieven die aan de telecomwet voldoen.

Voor wie?

Dit document is geschreven om u te helpen met het ontwikkelen van een eigen nieuwsbrief voor uw organisatie. In deze handleiding zullen diverse email richtlijnen worden benoemd en worden handige tips gegeven met betrekking tot email marketing. Verder wordt er in dit document in grote lijnen aangegeven waar een nieuwsbrief aan moet voldoen, zodat de nieuwsbrief op de juiste manier wordt getoond aan de ontvangers.

Heeft u nog verdere vragen of heeft u een opmerking naar aanleiding van dit document dan kunt u contact opnemen met Ematters door te bellen naar **020 - 7073690** of door een email te sturen naar whitepaper@ematters.nl.

Over Ematters

Ematters is een in 2007 opgericht bureau en biedt Digital Direct Marketing services voor verschillende organisaties. Deze organisaties willen optimaal gebruik maken van de mogelijkheden die het internet biedt om de interactie aan te gaan met hun doelgroep. Zo behalen ze meer succes tegen relatief lage marketing kosten. En allemaal met volledige toestemming en medewerking van de doelgroep.

Email is een ideaal middel om uw banden te versterken met uw klanten en relaties. Het is kostenefficiënt, snel en meetbaar. Ematters is Gold Certified Partner van Tripolis en werkt alleen met het beste email marketing systeem op de markt; Tripolis Dialogue, waarmee professionele email-campagnes kunnen worden opgezet. Door u zelf, onder begeleiding van Ematters, of volledig uitbesteed aan Ematters.



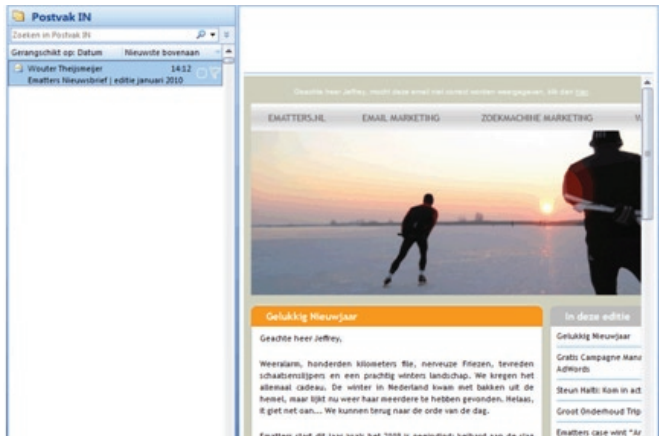
“ In Ematters vonden wij een kritische sparringpartner. Ematters heeft ons zowel geholpen in het bedenken van een juiste aanpak als in de uitvoering van ons project.

Astrid Hulskens, Communicatieadviseur GITP

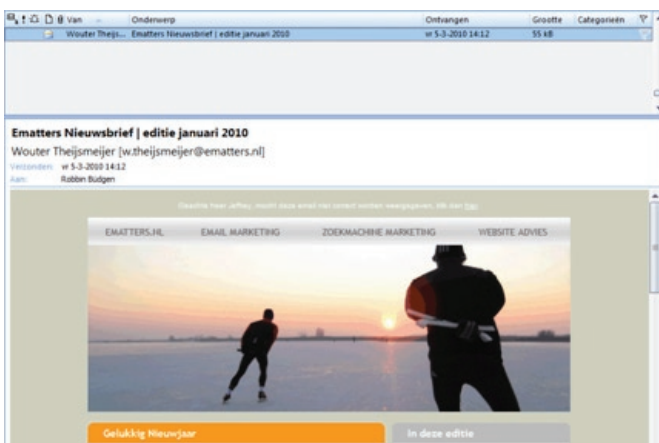
”

Afmetingen van de nieuwsbrief

Emailclients hebben vaak een preview venster. Deze kan zowel horizontaal zijn, als verticaal. Wanneer het venster verticaal staat ingesteld, kan veel van uw nieuwsbrief buiten beeld vallen. Het is dus belangrijk om uw nieuwsbrief niet net zo breed te maken als uw website. 600 tot 650 pixels breed is een goed maximum om aan te houden.



Het verticale previewscherm in Outlook 2007



Het horizontale previewscherm in Outlook 2007

Afbeeldingen

Beeldmateriaal in de nieuwsbrief kan zorgen voor een nette en verzorgde indruk van uw nieuwsbrief. Echter, er zijn een aantal onderdelen waarop gelet moet worden wanneer u veelvuldig gebruik wilt maken van afbeeldingen. Allereerst de grootte van de afbeeldingen. Idealiter is een complete nieuwsbrief (inclusief plaatjes en tekst) niet groter dan 250 kb. In dit geval wordt de nieuwsbrief netjes en snel ingeladen. Hoe langzamer bepaalde plaatjes inladen, hoe sneller u de aandacht van uw ontvanger kwijt bent. Daartegenover staat weer wanneer uw plaatjes van slechte kwaliteit zijn (plaatjes zien er 'korrelig' uit), u uw professionele uitstraling

verliest. Kan of wil een ontvanger de afbeeldingen niet inladen? Dan kunt u alsnog uw boodschap overbrengen indien u alt teksten heeft toegevoegd aan de ontbrekende afbeeldingen. Test ook zelf hoe uw nieuwsbrief eruit ziet zonder afbeeldingen. Blijft de nieuwsbrief leesbaar, of gaat er veel informatie verloren? Voor de leesbaarheid is het van belang zoveel mogelijk van uw content ook daadwerkelijk als tekst in de nieuwsbrief te plaatsen. De andere reden is spampreventie.

Spampreventie

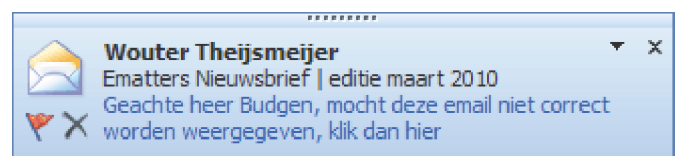
Als uw nieuwsbrief uit 1 grote afbeelding bestaat, zal deze het nooit zo goed doen als een soortgelijke nieuwsbrief met de content als tekst. Een enkele afbeelding is 'verdacht' voor veel spam filters.

Zodra u een Engelstalige nieuwsbrief rondstuurt, loont het ook de moeite goed te letten op de onderwerpregel. Er zijn veel woorden waar spam filters op letten (denk aan, 'Guarantee', 'Limited time offer', 'Free ...' etc.). In het Nederlands speelt dit probleem een stuk minder.

Snippets preview

In verschillende emailclients, waaronder Outlook 2007, komt er een klein venster naar boven in het scherm van de ontvanger zodra een e-mail binnenkomt.

Dit is het snippet. Hierin staat de eerste tekst uit een nieuwsbrief, wat vaak overeenkomt met een zin als 'Kunt u de nieuwsbrief niet lezen, klik hier'. Dit is een mooie plek om de ontvanger netjes en/of persoonlijk aan te spreken. Personaliseer dit stukje tekst, of neem een inhoudsopgave mee in dit blok.



Snippet in Outlook 2007; deze nieuwsbrief is wel gepersonaliseerd maar heeft een minder mooie introductie voor de snippet.



Een nieuwsbrief zonder gepersonaliseerde introductie maar wel een goede tekst voor in de snippet. Dit kan de aandacht van de lezer grijpen.

Personalisatie

Het personaliseren van uw boodschap kan flink bijdragen aan uw open rates. Voor ontvangers is het vaak een teken van authenticiteit, dat uw bedrijf haar contacten kent. Personalisatie kan echter ook tegen u werken. Wisten uw ontvangers niet dat u dergelijke informatie van ze registreerde? Dan schrikken uw ontvangers sneller, en zijn ze sneller geneigd zich af te melden.

Zodra u eenmaal een goede band heeft opgebouwd met uw doelgroep, kunt u gaan kijken naar het selectief aanbieden van content. Segmenteer uw contactenlijst op interessegebieden en begin uw klanten te bedienen op onderwerpen waar zij interesse in hebben.

Afmelden

Ontvangers die uw nieuwsbrief niet willen ontvangen, gaan zich toch afmelden. Of ze nemen even de tijd om de afmeldlink op te zoeken, of ze registreren uw mail als spam. Dit laatste kan nadelige gevolgen hebben op uw deliverability. Neem uw afmeldlink op in de header van uw nieuwsbrief. Verstop de link niet en maak het afmelden zo simpel mogelijk. Het is in veel gevallen helemaal niet nodig dat een ontvanger op de afmeldpagina moet inloggen, of zijn/haar emailadres opnieuw moet invullen etc. Hou het simpel.

Als u deze nieuwsbrief niet kunt lezen, klik [view_online=hier]. Beantwoorden van deze e-mail heeft geen zin omdat er gebruik wordt gemaakt van een automatisch verzendadres.

U ontvangt deze speciale aanbieding omdat u ingeschreven staat in het 50Plus Beurs adressenbestand. Indien u in de toekomst geen aanbiedingen meer wilt ontvangen, [klik hier](#)

De afmeldlink staat netjes boven de nieuwsbrief

Jubileum-aanbieding!

Bestel vandaag nog en profiteer van 33% korting

De afmeldlink is bovenin de nieuwsbrief opgenomen zodat iedereen zich desgewenst kan afmelden



Beste karin

De aanhef wordt voor elke ontvanger gepersonaliseerd

Heb jij ook schoon genoeg van de kou en van je wintergarderobe?

Uitgevoerd februari staat nog in het teken van warmte en esthetiek, verkoudheid, griep...

Door de aanhef van een nieuwsbrief te personaliseren, kan de openratio van de nieuwsbrief groeien

Afzender

U wilt uw email uiteraard uit uw naam versturen. In de meeste nieuwsbriefpakketten kunt u zelf aangeven wie de afzender moet zijn. Het is af te raden om een 'no_reply' adres te gebruiken. Dit staat niet professioneel naar uw ontvangers toe en vaak zijn 'reply to' mails af te vangen via een verzamel inbox. Gebruik een algemeen adres (nieuwsbrief@voorbeeld.nl of info@voorbeeld.nl etc.). Zorg er ook voor dat het adres ook daadwerkelijk bestaat. Dit is belangrijk vanwege de spampreventie. Als u uw nieuwsbrief gaat versturen vanaf een email adres dat niet bestaat kan uw nieuwsbrief als spam worden gemarkeerd.

Weblinks en Call-to-actions

Links zorgen ervoor dat u website bezocht wordt of uw call-to-action kan worden gevolgd. Wanneer de links echter een speciale stijl hebben, kunnen ze nog wel eens wegvallen indien een emailbrowser niet meewerkt. Controleer uw ontwerp dan ook altijd in de bekendere emailclients (Outlook 2007, Outlook 2003, Apple Mail) en webmailclients (Hotmail, Gmail, Yahoo).

We vinden het leuk om dit samen met u te vieren op

Tekstlink Dinsdag 23 maart

om 18.00 uur in [Restaurant Fijfteen](#), Jollemanhof 9 in Amsterdam.

Ja, ik kom

Button met link

Senior Publications Nederland stuurde een uitnodiging voor hun 20 jarig jubileum feest. Ematters verzorgde het online aanmeldformulier zodat alle aanmelders netjes geregistreerd werden.

Wilt u een duidelijke call-to-action afgeven? Denk aan buttons of banners in plaats van een tekstlink. Stap niet voor de volle 100 % over naar gelinkte plaatjes. Indien deze niet worden ingeladen is uw boodschap verdwenen.

Artikelen

Wanneer u meerdere artikelen in uw nieuwsbrief wilt gebruiken, is het van belang dat de artikelen niet al te lang zijn. Hoe langer de nieuwsbrief, des te sneller u de aandacht van uw ontvanger kwijt bent. Heeft u een plaatje in uw artikel staan? Bekijk dan of u de tekst ongeveer even lang kunt houden als het plaatje. Als u dat doet voor elk artikel geeft dat een verzorgde uitstraling.

Uw actiemail kan uiteraard wel over meer tekst beschikken. Zorg er voor dat bepaalde termen uit de tekst springen. Werk met kleur, verschillende lettertypes, beeldmateriaal en links.



Een EasyToBook Special nieuwsbrief. Via deze mailing probeerde EasyToBook haar doelgroep te interesseren in een klein aantal specifieke hotels.

Scripts en flash

Websites kunnen verrijkt worden met grafische onderdelen, bewegende buttons en gestreamde video's. Uw nieuwsbrief kan dit echter niet. Flash en Java (Javascript) worden nauwelijks ondersteund en er staan vele restricties op scripts, activeX controls of applets, o.a. vanuit de emailbrowser van uw ontvanger en lokale virusscanners. Past u wel een script toe in uw nieuwsbrief? Dan loopt u het risico direct te eindigen in de spam filter van de ontvanger, met een flink aangetaste delivera-

bility rate voor toekomstige verzendingen. Als u een video aan uw ontvangers aanbiedt kunt u het beste een screenshot van het filmpje maken en deze in uw nieuwsbrief plaatsen, met de link naar een online pagina. HTML formulieren worden ook niet goed ondersteund. Voor een poll kunt u de stelling en een duidelijke knop in de nieuwsbrief plaatsen en laat deze linken naar een online poll. Zelfs een 'animated gif' wordt afgeraden vanwege de gebrekkige ondersteuning. Outlook 2007 laat bijvoorbeeld alleen het eerste frame van het .gif bestand zien.

Deze functionaliteiten zullen uiteindelijk de weg naar de email vinden, het is echter bijzonder lastig vanwege bovengenoemde risico's. Wees dan ook terughoudend in het gebruik ervan.



In bovenstaand voorbeeld is een afbeelding gebruikt dat op een filmpje lijkt. In werkelijkheid wordt de ontvanger doorgestuurd naar onderstaande URL waar de film te zien is.
<http://www.ematters.nl/over-ematters/filmpagina>

Fonts

Belangrijk voor uw nieuwsbrief is het font. Het lettertype moet op de pc's van uw ontvangers aanwezig zijn. Denk hierbij aan Arial, Verdana en de andere standaard lettertypes. Probeer het gebruik van unieke fonts te beperken. U kunt ze gebruiken in afbeeldingen of op plaatsen binnen uw nieuwsbrief die niet kritiek zijn om de boodschap over te brengen.

Wilt u meer weten over het opstellen van email nieuwsbrieven? Neem dan contact op met Ematters via 020-7073690 of whitepaper@ematters.nl.

U kunt ook de uitgebreide whitepaper over nieuwsbrief design downloaden van www.ematters.nl/email-design.shtml

Testen

Ziet uw nieuwsbrief er helemaal netjes uit in het programma waarin u hem hebt opgebouwd? Test uw bericht dan ook nog in zoveel mogelijk email clients. Niet alle email clients zijn hetzelfde; Outlook 2007 is bijvoorbeeld veel strenger met HTML dan Outlook2003. Elke webclient zoals Gmail, Hotmail of Yahoo geeft HTML op zijn eigen manier weer. U zult hiermee rekening moeten houden en wellicht een compromis moeten vinden tussen de verschillende email clients. Idealiter test u elke editie van uw nieuwsbrief opnieuw, in elke beschikbare emailbrowser.

Do's & Don'ts

Do's

- ✓ Gebruik HTML 3.2 of 4.0; de meeste email clients ondersteunen deze versies.
- ✓ Creëer de HTML zoveel mogelijk met hand; gebruik geen WYSIWYG editor. Deze editors plaatsen vaak stukken code die niet door email clients gebruikt kunnen worden.
- ✓ Gebruik HTML Tabellen voor de lay-out. <DIV> tags kunnen (en zullen) problemen opleveren in veel email clients.
- ✓ Zorg ervoor dat alle afbeeldingen op één enkele server staan met voldoende capaciteit.
- ✓ Gebruik alleen .jpg of .gif afbeeldingen.
- ✓ Zet CSS attributen ook altijd zo dicht mogelijk bij de tag waar het invloed op heeft. Bijvoorbeeld in de <TD> tag om een stuk tekst heen.
- ✓ Wanneer u CSS gebruikt voor de algemene opmaak van een nieuwsbrief, zet dan altijd de <STYLE> tag zowel tussen de <HEAD> </HEAD> en <BODY> </BODY> tags.

“

Ematters heeft met behulp van Tripolis Dialogue email marketing weer op de kaart gebracht bij PlusOnline/ PlusMagazine. Ons bestand is zowel in volume als in kwaliteit gegroeid tot ongekennde proporties.

Leon Geuyen, webmanager PlusOnline

“

Don'ts

- ✗ Maak geen gebruik van externe CSS bestanden. Deze worden niet meegestuurd en kunnen uw email nieuwsbrief onleesbaar maken.
- ✗ Probeer positionering van elementen door middel van CSS te ontwijken. Het is beter om tabellen te gebruiken.
- ✗ Gebruik geen achtergrond afbeeldingen. Het is niet mogelijk om afbeeldingen of tekst over elkaar heen te plaatsen.
- ✗ Gebruik geen attributen in de <BODY> tag, dit in verband met anti-spam regels. Het is beter om een tabel in de volle breedte en lengte van de email te zetten en daar alles in te positioneren.
- ✗ Gebruik geen embed afbeeldingen in de email, sommige ISP's zullen emails met embedded afbeeldingen filteren. Daarnaast kunnen emails met embedded afbeeldingen redelijk groot worden, waardoor de email ook zou kunnen worden geblokkeerd door servers.

Advies gebruik Do's & Don'ts

Door bovenstaande Do's & Don'ts te gebruiken bij de ontwikkeling van uw nieuwsbrief heeft u een solide basis.

Wilt u meer informatie over het opzetten van uw email nieuwsbrief? Lees dan onze whitepaper of neem contact op met Ematters via **020-7073690** of via **whitepaper@ematters.nl**.