



*Att marknadsföra effektivt  
med E-post och nyhetsbrev  
(med hedern i behåll)*

**Hej!**

Detta häfte är tänkt att fungera som en enkel guide med konkreta tips för dig som arbetar eller vill börja arbeta med E-postmarknadsföring.

Häftet utgår konsekvent från ett »permission marketing« tänkande och är tänkt för den legitime marknadsföraren snarare än för den som arbetar med s.k. »Spam«.

Vi hoppas att häftet ger konkret behållning och hjälper dig att bli ännu effektivare när du använder E-post i din marknadsföring.

Om du har några frågor eller synpunkter är du mycket välkommen att ringa oss på 040-661 63 00 eller skicka ett Email till: info@apsis.se



**Maj 2003**

Anders Frankel, Apsis Sweden AB

**Mottagarlistan är en av dina absolut viktigaste tillgångar när du arbetar med marknadsföring via E-post. En bra, välskött mottagarlista ger dig förutsättningar för ett gott slutresultat.**

#### **Bygg listan genom naturliga kontakter**

Använd alla naturliga kontaktytor såsom möten, mässor och telefonsamtal för att samla in E-postadresser. Lagra dem redan från start i strukturerade register tillsammans med till exempel personnamn, geografisk information, typ av kontakt eller annan information som du vill klästra in i utskick eller använda för urval i samband med utskick.

#### **Fånga upp hemsidans besökare**

Att ha en tydlig prenumerationsruta på hemsidan tillsammans med exempel på tidigare nyhetsbrev brukar vara ett bra sätt att öka antalet prenumeranter samtidigt som just nyhetsbrevet ser till att besökarna kommer tillbaka och inte glömmet bort företaget. Tänk på att inte be om mer information än nödvändigt vid prenumerationen – annars riskerar du att skrämja bort prenumeranter.

En tydlig policy avseende hantering av E-postadresser i anslutning till prenumerationsrutan är en fördel eftersom du då visar respekt för mottagarens uppgifter.

#### **Respektera dina mottagare**

När du gör utskick till dina mottagare, ge dem möjligheten att avregistrera sig från framtida utskick och respektera



detta! Att ta emot en avregistrering från en mottagare och sedan inte sköta detta är ett utmärkt sätt att irritera mottagarna.

#### **Dela inte med dig av det du inte äger**

Att en mottagare godtagit att få E-postutskick från dig innebär inte att mottagaren vill ha utskick från andra. Om du inte tydligt angett det när mottagaren delat med sig av sin E-postadress – sälj eller låna aldrig ut adressen (det är ju faktiskt inte din adress – eller hur?).

#### **Rätt budskap till rätt mottagare**

Om du redan när du startar kan ana att du vill skicka olika nyhetsbrev till olika typer av kunder – registrera denna information i databasen från start så att du slipper merarbete framöver.

#### **Fånga upp returerna**

Skickar du många nyhetsbrev är sannolikheten hög för att du får s.k. »bounces« vilket är e-postmeddelanden som ej accepterats av den mottagande servern (oftast på grund av felaktiga adresser). Genom att följa upp och korrigera dessa kan du underhålla ditt register och se till att du alltid når maximalt antal mottagare.

#### **Uppmuntra till vidarebefordran – men registrera adresserna**

Genom att ge mottagarna incitament att vidarebefordra nyhetsbrevet, och lagra adresserna kan du snabbt öka antalet prenumeranter. Glöm bara inte att be de nya mottagarna om lov innan du registrerar dem som prenumeranter!



# *Innehållet*

*Att marknadsföra effektivt med E-post och nyhetsbrev (med hedern i behåll)*

**Om arbetet med adresser är halva hemligheten med ett nyhetsbrev är innehållet i nyhetsbrevet den andra halvan.**

#### **Du ber om tid – betala med värde**

Som avsändare ber du att mottagaren skall lägga sin dyrbara tid på att läsa det som du skriver. Vill du att mottagarna skall läsa nästa nyhetsbrev är det bäst att innehållet är värdefullt och verkligen ger mottagaren någonting.

#### **Ämnesraden - första intrycket**

Texten i ämnesraden på ditt utskick är tillsammans med namn på avsändaren avgörande för om ett utskick kommer att läsas eller inte. Testa olika varianter och mät skillnaden i respons. Glöm inte att använda mottagarens namn i ämnesraden – det brukar vara mycket effektivt.

#### **Var lite personlig**

Med teknikens hjälp är det enkelt att anpassa varje meddelande med t.ex. mottagarens namn. Utnyttja detta – det brukar förbättra responsen.

#### **Använd dina sekunder väl**

Du har inte lång tid på dig för att övertyga mottagaren om att läsa ditt utskick. Var tydlig och lista rubrikerna tidigt, komplettera med introduktioner längre ner och lägg de fullständiga artiklarna på din hemsida. Då kan du få statistik avseende vad som läses samtidigt som hemsidan får besökare.

#### **Undvik bilagor**

Att skicka nyhetsbrev som bifogade pdf-dokument är sällan det mest effektiva

sättet att föra ut ett budskap. Förutom att det blir svårare att ge ett gott första intryck kräver det mer av mottagaren och gör det svårare att gå vidare eller mäta resultatet. Att lägga meddelandets bilder på en webbserver i stället för att bifoga dem sparar även det nedladdningstid hos mottagaren. Genom att göra på detta sätt minimerar du risken för att bilder och bilagor försvinner i t.ex. ett virus-skydd.

#### **Var allt för alla**

Att skicka ett utskick i text *eller* Html-format är onödigt. Använd dig av multipart Email så får de som kan läsa Html snygga grafiska meddelanden samtidigt som de som föredrar text får detta. Detta kan ske helt automatiskt. Eftersom Html i allmänhet genererar dubbelt så hög klickfrekvens är det avgörande för utfallet att utnyttja detta format.

#### **Testa, mät och testa igen**

Ett bra innehåll är centralt för ett lyckat nyhetsbrev. Genom att testa olika artiklar, mäta intresset och testa olika fokus (och mäta igen) kan du utveckla nyhetsbrevet och hitta det innehåll som ger bäst respons hos mottagarna.

#### **En gång är bra, två gånger är irriterande**

Innan du gör ett utskick, se till att varje mottagare bara finns med en gång. Få saker irriterar så mycket som när samma utskick kommer flera gånger.

#### **Virussäkra dina adresser**

Outlook har definitivt sina meriter, men innebär alltid en risk för att ett virus

sprider sig till dina mottagare med dig som avsändare. Förvara dina adresser virus-säkert för att undvika att sprida virus till dina mottagare.

#### **Var inte den svaga länken**

Innan du skickar nyhetsbrevet skarpt, skicka till en egen "korrekturlista" (helst bestående av en mängd olika typer av datorer och e-postprogram) och testa så att länkar fungerar och att bilder och text hamnar rätt.

#### **Säg vem du är**

Har du ett bra nyhetsbrev – tala tydligt om vem som är avsändare och varför du skickar något material till mottagaren. Tänk på att göra det enkelt för kunden att komma i kontakt med företaget – de kanske vill beställa något.

#### **En gång är ingen gång**

Ett utskick gör inget nyhetsbrev. För att bygga relationen och varumärket måste du vara beredd på att arbeta med kontinuerliga utskick som du hela tiden kan mäta och utveckla. Tänk bara på att se till att varje utskick har ett unikt och värdefullt innehåll för läsarna – annars avregistrerar de sig.

#### **Timingen kanske inte är allt, men väldigt viktig**

Genom att skicka på rätt dag och rätt tid på dagen kan du förbättra din respons rejält. Ett bra tips är att skicka samma dag i veckan som hemsidan normal har flest besökare, och att skicka ca en timme innan antalet besökare är på maximal nivå.

*Vi på Apsis Sweden AB önskar dig all lycka till med ditt nyhetsbrev!*





# Checklista för E-post- utskick

- Analysera tidigare resultat – vad intresserar mina mottagare?*
- Bjud in de som fått nyhetsbrevet vidareläst*
- Genomgång av tidigare "bounces" för korrigering av adresser*
- Kontroll av adresser för att undvika dubbla utskick*
- Utskick av nyhetsbrev till korrekturlista\* – korrekturläsning Html-version*
- Utskick av nyhetsbrev till korrekturlista\* – korrekturläsning textversion*
- Utskick av nyhetsbrev till korrekturlista\* – test av bilder och grafik*
- Utskick av nyhetsbrev till korrekturlista\* – test av länkar och statistik*
- Korrekturläsning av tillhörande artiklar på hemsidan*
- Ställ in rätt avsändarnamn och avsändaradress för svar*
- Ställ in rätt tidpunkt för att skapa bäst respons*

\* Tänk på att försöka ha så många olika typer av E-postprogram som möjligt på din korrekturlista för att fånga upp eventuella olikheter i hur olika program hanterar bilder och text.



*Apsis Sweden AB levererar tjänster som hjälper företag att effektivare använda Internet i sin marknadsföring. Apsis erbjuder lösningar för:*

- E-postmarknadsföring och arbete med nyhetsbrev
- Marknadsföring i sökmotorer
- Kampanjutvärdering och besökaranalys på hemsidor
- Marknadsundersökningar på Internet

Givetvis ger Apsis ut ett eget nyhetsbrev om marknadsföring på Internet. Det går utmärkt att prenumerera på detta nyhetsbrev på hemsidan **[www.apsis.se](http://www.apsis.se)**