



E-MAIL MARKETING TJEKLISTE



– Undgå fejl i dit næste nyhedsbrev

Formål: Hvad vil du opnå?

- ☐ 1. Hvad er **formålet** for din e-mail? Skal den sælge, skabe trafik på din hjemmeside, informere eller noget fjerde?
- ☐ 2. **KPI'erne**? Hvordan måler du succesen på din e-mail? E-mailens formål kan hjælpe dig med at bestemme en passende KPI - fx åbningsrate, CTR eller konverteringsrate.

Udsendelsen: Modtager, afsender, timing...?

- ☐ 3. Hvem er din **målgruppe**? Rammer du præcist med dit indhold?
- ☐ 4. Bruger du forskellige **e-mailskabeloner** (templates) til forskellige målgrupper, så tjek om du har valgt den rigtige til dine modtagere.
- ☐ 5. Skal du **segmentere**? Husk fx at tænke over, om du skal:
 - Inkludere eller ekskludere modtagere på baggrund af en bestemt profil eller adfærd.
 - Målrette ift. om modtagerne har åbnet/ikke åbnet, klikket/ikke-klikket osv.
 - Bruge interesser, stamdata (postnummer etc.) til at sende det rigtige indhold til den rigtige modtager.
- ☐ 6. **Udsendelsestidspunkt**: Hvornår åbner dine modtagere i denne målgruppe dine e-mails?
- ☐ 7. Har du valgt den rigtige **afsenderprofil**, og er den valideret?
- ☐ 8. Har din afsender et **navn** og en e-mailadresse, der er genkendelige, og som skaber troværdighed?
- ☐ 9. Har du en **'reply to'** i afsenderen, så modtageren kan besvare e-mailen, og komme i dialog med dig?





#2

Indhold: Er dit budskab klart og tydeligt?

- ☐ 10. **Emnelinjen** er essentiel for, om modtageren åbner din e-mail. Hold dig til 35-40 tegn, og vælg noget, der giver modtageren lyst til at læse mere, og som skiller sig ud i indbakken.
- ☐ 11. **Preheaderen** giver dig op til to ekstra linjer i indbakken under emnelinjen - og 50-60 tegn ekstra. Har du husket den? Preheaderen understøtter dit budskab og giver større chancer for at blive set.
- ☐ 12. Brug **A/B-splittest** til at sikre højeste åbningsrater. Data er bedre end mavefornemmelser.

Indhold: Har du tjekket tekst, billeder, knapper...?

- ☐ 13. Har du **mobiloptimeret** din e-mail? Herunder de enkelte elementer som billeder og tekst? Er billeder/grafikker 'stacket' rigtigt, så det ser godt ud på mobilen og kan læses?
- ☐ 14. Er dit **produktfeed** mobiloptimeret? Vi anbefaler, at du max. har to produkter pr. række på mobilvisningen, for at det ser pænt ud på en lille/mindre skærm.
- ☐ 15. Har du trimmet og fået korrekturlæst din **tekst**? Er dit budskab tydeligt, og er indholdet sat lækkert op?
- ☐ 16. Bruger du **CTA-knapper**? Og sørger du for at fortælle, hvad du ønsker modtageren skal gøre og hvad der sker, når der klikkes på knapperne? Husk at din landingsside skal indfri forventningen.
- ☐ 17. **Linker** billeder, CTA'er og tekster til de rigtige steder? Kør en test og klik på alt.
- ☐ 18. **UTM-tracking** – har du sat tracking på billeder og CTA'er, så du kan se, hvad der klikkes på i dit CRM?
- ☐ 19. Sæt **ALT-tekster** på alle billeder/grafikker. De er vigtige for at hjælpe svagtseende. Derudover hjælper de også til bedre levering af mails.
- ☐ 20. **Kør en udvidet Spamfilter-test** for at sikre, at dine e-mails ser ud bedst ud i forskellige mailklienter, og ikke fanges i spamfiltre. Både Litmus og Emailonacid hjælper dig.



Sådan – NU er du klar til at sende relevante, effektive og flotte e-mails!