



## De 10 største feilene i epostmarkedsføring

---

E-post markedsføring er blitt lett å gjøre, med utbredelsen av verktøy og tilbydere av masseutsending av e-post. Da blir det ekstra viktig å være smarte og unngå disse vanligste feilene:

**1) Ingen strategi**

Du må ha en strategi som i detalj grunngir årsakene til e-posten, innholdet, mottakere og hovedbudskap. Du må med andre ord vite hva du vil med nyhetsbrevet.

**2) Du bruker en gammel epostliste**

Du trenger en liste hvor mottakerne har gitt sitt positive samtykke. Dette øker åpne-ratene samt reduserer epost som ikke kan leveres. Hvis mottakerne ikke har gitt sitt positive samtykke (dvs aktivt sagt ja til å motta nyhetsbrevet ditt), kan epostene dine bli merket som spam, og dermed blir du nektet å sende fremtidige eposter.

**3) Fokusering på irrelevant innhold**

Meldingen og innholdet må være viktig for mottakerne. De epostene med høyest åpne-rater og antall abonnenter er ofte med emner som gir tankevekkende innsikt eller personlig innsikt i trender i bransjer eller aktuelle temaer. Finn innholdet dine mottakere vil lese.

**4) Mangler link til webbasert versjon i den øverste linjen i meldingen**

Din melding kan bli sett i et forhåndsvisningsvindu med bilder slått av eller på eller i en e-postleser eller PDA som ikke støtter HTML-innhold. Din øverste linje i meldingen må derfor inneholde en lenke til en web-basert versjon for dette tilfellet.

**5) For tekst- eller grafikk tung**

Å legge til grafikk gjør eposten mer appellerende, men du trenger en balanse mellom bilder og tekst. For mye tekst kan være overveldende, hvis den ikke støttes av interessant grafikk for å få mottakeren til å lese videre.

**6) For selgende**

Hvis leserne merker at du skal selge dem noe, risikerer den ikke bare å bli slettet, men de kan også melde seg av nyhetsbrevet. For ikke å snakke om at de kan rapportere eposten din som spam.

**7) Du glemmer å drive trafikk til websiden din**

Nyhetsbrev fungerer best når de også driver trafikk til websidene dine. Inkluder kun en del av historien med en link til "les mer" og send mottakeren til spesifikke websider som forteller mer om emnet, gjerne som en underside til dine ordinære websider

**8) Kun testet på én nettleser eller ett operativsystem**

Alle eposter vil ikke vises på samme måte, så test det på en PC versus Mac og Internet Explorer versus Firefox. Gjør det samme for ulike epostlesere, å lese en post på Gmail og Outlook vil ofte gi forskjellige resultater. Format konsistens er kritisk for HTML-basert epost.

**9) Sender på feil tidspunkt**

Enten du har innenlands eller internasjonale mottakere, tenk på mottakernes tidssoner og arbeidstid. Nyere data tyder på høyere åpne-rater på tirsdager og onsdager mellom 10 og 14.

**10) Ignorerer statistikk**

Statistikk og rapportering avdekker om meldingen ble sendt. Den første rapporten vil vise hvilke nyhetsbrev som ikke kom fram, noe som gjør at du kan renske listen for epostadresser som ikke fungerer. En evaluering dagen etter vil vise åpne-rater, hvor mange som har meldt seg av nyhetsbrevet og spam rapporter.