

EN E-BOG FRA

ackermann

Guide til brug af

PLAIN TEXT E-MAILS

i din e-mailmarketing

Hvad er en Plain Text e-mail?

En plain text e-mail er en e-mail, der kun består af ren tekst uden formatering eller nogen videre designelementer. Det er den mest grundlæggende og enkle form for en e-mail. Plain text e-mails er normalt nemmere at læse og indlæses hurtigere end *designede* e-mails, der indeholder formatering eller grafik, og er mere kompatible med en bred vifte af e-mail-klienter og enheder. Men de har ikke samme visuelle appel, som designede e-mails' formaterede e-mails, og er derfor ikke velegnede til alle typer af kommunikation.

Hvad er forskellen på Plain Text e-mails og designede e-mails?

Konkret er forskellen på plain text e-mails og designede e-mails, at plain text e-mails typisk kun indeholder plain text, og dermed typisk ligner e-mails, som mennesker ville sende til hinanden, mens designede e-mails typisk vil indeholde alt fra logoer, billeder, GIFs, til forskellige skrifttyper og lignende. Sidstnævnte e-mail type bruges typisk i kommercielle sammenhænge, til at markedsføre et eller flere budskaber, men der er dog alligevel en række årsager og gode eksempler på, hvordan brands og virksomheder – B2C såvel som B2B – i deres kommercielle kommunikation til subscribers, kan drage nytte af plain text e-mails.

Hvorfor overvejer nogle virksomheder at gøre brug af Plain Text e-mails?

I arbejdet med at forsøge at forbedre ens engagement tal, er der mange virksomheder, der løbende tester forskellige tiltag af.

I udgangspunktet arbejder virksomheder typisk med designede e-mails, som indeholder alt fra GIFs, billeder og andre designelementer, som alle har til formål at gøre e-mailene indbydende. Men mange marketingfolk, som arbejder med e-mailmarketing, er ligeledes klar over, at e-mails uden noget design – de såkaldte plain text e-mails, har nogle fordele som, hvis e-mailene bruges rigtigt, kan medvirke til øget engagement fra subscriberne, samt flere konverteringer.

Hvad er der af fordele ved Plain Text e-mails?

Der er en række mulige fordele ved brug af plain text e-mails. Nogle af disse fordele er forbundet med de tekniske dele af en e-mail, mens andre af fordelene handler om, hvordan dine subscribers opfatter e-mails.

1 Kompatibilitet

De er mere tilbøjelige til at være kompatible med en bred vifte af e-mail-klienter og enheder, herunder ældre eller mindre avancerede, der muligvis ikke understøtter formatering eller grafik.

2 Hastighed

De er normalt mindre i størrelsen og indlæses derfor hurtigere, især når der sendes eller modtages e-mails over en langsom internetforbindelse.

3 Læsbarhed

De er nemme at læse og afkode for subscriberen.

4 Sikkerhed

De er mindre sårbare over for spamfiltre og malware, da de ikke indeholder nogen formatering eller grafik, der kan bruges til at skjule ondsindet kode.

5 Professionalisme

I visse tilfælde kan brugen af plain text e-mails give en fornemmelse af professionalisme og enkelhed, da de ikke har nogen distraherende eller flashy designelementer.

6 Personlig kommunikation

De kan fremstå mindre kommerciel og dermed mere i øjenhøjde med subscriberen, hvilket kan være med til at fjerne nogle barrierer, i forhold til at få subscriberen til at interagere med e-mailen.

Hvad er der af ulemper ved Plain Text e-mails?

1 Mangel på formateringsmuligheder

De giver ikke afsenderen mulighed for at bruge nogen formateringsmuligheder, såsom fed eller kursiv tekst, punktopstillinger eller forskellige skriftstørrelser eller farver. Dette kan få e-mailen til at se monoton ud, og dermed gøre det sværere at fremhæve vigtige punkter eller adskille forskellige typer af information.

2 Mangel på visuel appel

De har ikke samme visuelle appel som designede e-mails, og er ikke være velegnede til situationer, hvor et mere poleret eller professionelt udseende ønskes.

3 Begrænset evne til at formidle et brand

Det kan være sværere at formidle et brand i en plain text e-mail.

4 Begrænset evne til at inkludere multimedie

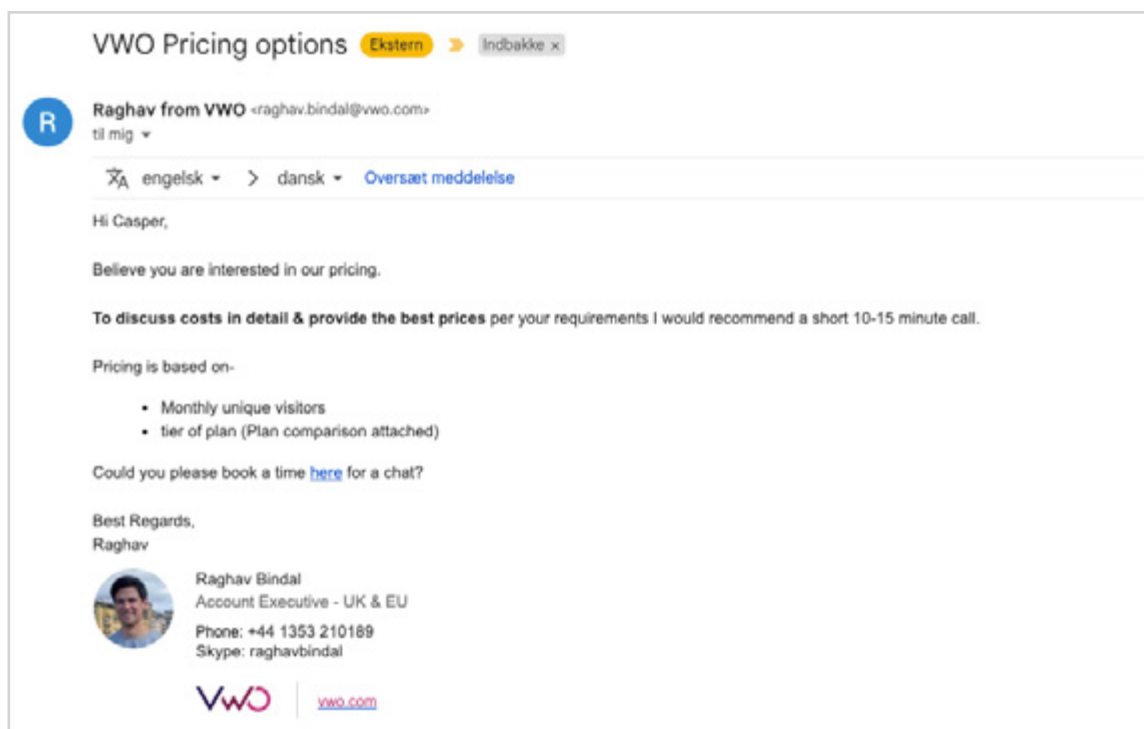
De giver ikke afsenderen mulighed for at inkludere multimedie elementer såsom billeder eller videoer, som kan være en vigtig del af mange typer af kommunikation.

Eksempler på scenarier, hvor det kan give mening at udsende e-mails i Plain Text

Herunder har vi listet en række eksempler på, hvordan du kan overveje at benytte plain text e-mails på tværs af dit e-mailmarketing setup:

1 B2B virksomhed, der sender en automatisk e-mail til subscribers, som har besøgt en pricing side.

I denne e-mail fra Visual Website Optimizer, som sendes automatisk til subscriberne, når disse har besøgt virksomhedens pricing page, ses det, hvordan plain text bruges til at forsøge at konvertere subscriberen.



2 E-commerce virksomheden, der sender en automatisk e-mail fra virksomhedsstifteren til subscriberen, der lige har gennemført sit første køb

Hvis du gerne vil teste mere personlig kommunikation af, kan du overveje at opsætte en plain text e-mail i dit post-købs e-mail flow, som sendes fra f.eks. jeres direktør. I den kan I spørge om feedback i form af en anmeldelse på f.eks. Trustpilot og lignende.

3 B2B virksomheden, der inviterer til et morgenmøde eller webinar, og hvor e-mailen sendes fra en personlig afsender (f.eks. værten)

Som B2B virksomhed, der afholder events i form af for eksempelvis morgenmøder, webinars og lignende, kan det være oplagt at prøve at teste af, hvordan en plain text e-mail med en invitation fungerer i forhold til designede e-mails.

4 E-commerce virksomheden, der en “glemte du din kurv” e-mail

Overvej at teste, hvordan en plain text e-mail kan fungere i dit abandoned cart flow, hvor du med en mindre kommerciel vinkel forsøger at vinde ellers tabte kurve tilbage.

Afrunding

Vi håber at denne guide har kunnet give dig svar på, om du bør teste plain text e-mails af i din e-mailmarketing, samt inspireret dig til, hvordan du i så fald kan gøre det.

Husk på, at det handler om reel engagement med dine subscribers, og her kan plain text e-mails – på grund af de fordele som er beskrevet i denne guide – være et bud på et tiltag.