

Voorwaarden en specificaties

HTML voor nieuwsbrieven

HTML e-mails zoals wij die versturen, voldoen aan een aantal richtlijnen voor een optimale verzending en aflevering van nieuwsbrieven. Op advies van Emailvision, Europees marktleider op het gebied van e-mailmarketing die de verzending van onze nieuwsbrieven verzorgt, brengen wij u in dit document een aantal voorwaarden en specificaties waaraan uw uiting zou moeten voldoen. Voor een optimale verzending en aflevering van de e-mail en daarmee ook voor een optimale exposure van uw boodschap.

Stelregel is dat HTML codering voor e-mail nieuwsbrieven veel gecompliceerder is dan voor websites:

“Waar voor het internet gecodeerd wordt voor bijvoorbeeld Internet Explorer, Mozilla, Firefox etc. wordt voor e-mail gebruikt gemaakt van talloze e-mailprogramma's (Outlook, Gmail, Hotmail, Horde, Squirrel etc) die op hun beurt de HTML code weer op hun eigen manier renderen, weergeven.

Alleen al de manier van rendering in Outlook 2007 en Outlook 2010 (bèta versie) ten opzichte van Outlook 2002 is ingrijpend gewijzigd.”

Dit document kunt u doorgeven aan uw webdesigner of reclamebureau die voor u deze uitingen verzorgt.

Heeft u nog vragen? Stel ze gerust aan uw contactpersoon.

Met vriendelijke groet,

Eisma Media Groep

versie 2.1-03102012

Tips voor goede opmaak van nieuwsbrieven

Correcte HTML zorgt voor een attractief en bruikbaar bericht dat een hogere conversierate oplevert dan 'gewone' tekstberichten. Slecht gecodeerde HTML levert onleesbare en niet correct functionerende nieuwsbrieven op, en erger nog, kan ertoe leiden dat de nieuwsbrief met uw uiting door e-mailblocks en filters als **spam** worden geïnterpreteerd met alle gevolgen van dien.

Met die gedachte volgen hier enkele algemene HTML codering tips voor e-mail nieuwsbrieven:

- Gebruik in tegenstelling tot uw website waar het gebruik van semantisch html en css codering gewenst is, HTML tables voor het ontwerp van nieuwsbriefmateriaal
- Indien de ontvangers van uw e-mailing bekend zijn met uw huisstijl gebruik dan zoveel mogelijk de lay-out van uw huisstijl. Dit bevordert de herkenbaarheid en zal zorgen voor een groter gevoel van betrouwbaarheid door de ontvanger.
- Formaat: maximaal 100 kB, 552 pixels breed en 1150 pixels hoog.
- Gebruik geen <BODY> tag, deze worden door spamfilters aangemerkt als spam met een block als gevolg. Gebruik attributen in cellen.
- Probeer nested tables zo veel mogelijk te vermijden (tabellen in tabellen), deze kunnen door sommige e-mail clients niet goed gerenderd worden.
- Alle tekst als tekst in de HTML opnemen (niet als plaatje)
- HTML-compliant tekens gebruiken: dus geen 'é', maar '´' en geen '&' maar '&' etc. Dit is vooral erg belangrijk in urls en links; vaak doen ze het niet wanneer er speciale tekens in staan!
- Zorg ervoor dat alle tags de juiste closing tags hebben. De meest voorkomende fout is de afwezigheid van een closing tag zoals </td></tr> etc.
- Test de HTML code met een HTML validator conform de W3C standaard
- Lever bij de HTML een url voor de landingspagina. Dit is de pagina waarop de ontvanger van de nieuwsbrief terecht komt na het klikken op de uiting.

Style Sheets (CSS)

Webdesigners gebruiken Cascade Style Sheets (CSS) om een constante style toe te passen op hun website. Echter, dat kan problemen veroorzaken aangezien e-mail clients verschillend met style sheets omgaan.

E-mail-clients	Hotmail	Yahoo	GMail	Outlook
linked style sheet	nee stripped	nee	nee	ja

Onder voorbehoud van gebruikte versie

Een voorbeeld dat problemen geeft:

```
<style type="text/css" media="screen">
h1 { font-family: arial; font-size: 12px }
</style>
<h1>Tekst</h1>
```

In bovenstaand voorbeeld wordt de stijl (font en grootte) in sommige clients genegeerd omdat de cc uit het bericht wordt verwijderd. De voorkeur verdient derhalve:

```
<h1 style="font-family: arial; font-size: 12px">Tekst</h1>
```

In bovengenoemd voorbeeld zal de stijl in de meeste clients wél goed worden weergegeven.

Background color

Gebruik voor uw uiting een witte of in ieder geval een lichte achtergrond kleur met een donkere font kleur om de leesbaarheid te vergroten. Maak gebruik van background attributen van zoals <TABLE> en <TD> en niet in de <BODY> tag. Veel e-mail clients verwijderen de inhoud van body tag.

Gebruik voor de achtergrondkleur beide HTML tags (style="background-color:#000000" en bgcolor="#000000"), hierdoor worden de achtergrondkleuren in de meeste providers ondersteund.

Font

- Vermijd het gebruik van fonts die naar alle waarschijnlijkheid niet op een ieders computer staat. Gebruik daarentegen de gangbare fonts zoals Arial, Verdana, Times New Roman e.d.
- Maak de font grootte minimaal 10 pixels, 10 points
- Gebruik absolute font groottes, dus in pixels of points en niet bijvoorbeeld font size="2" aangezien, afhankelijk van de computer instellingen van de ontvangende partij, deze niet consistent weergegeven zullen worden.
- Gebruik alleen ASCII karakters

Font colors

Vermijd witte fonts. Het lijkt aardig op een donkere achtergrond maar komt de leesbaarheid niet ten goede.

Een nog veel groter probleem is dat spamfilters het gebruik van wit (#FFFFFF) in een tag zien als **spam**. Spammers gebruiken dit om onzichtbare informatie in een e-mail te plaatsen door witte tekst te gebruiken op een witte achtergrond.

Images

- Indien u gebruik maakt van images, laat deze verwijzen naar de server waar de images staan en embed ze niet in uw e-mail. Sommige ISP's blokken e-mail berichten met embedded images
- Aangezien in de meeste e-mail clients images in eerste instantie geblocked worden is het raadzaam ervoor te zorgen dat de tekst in de uiting direct duidelijk maakt waar de e-mail over gaat. Als de ontvanger niet de boodschap direct begrijpt is de kans groter dat de e-mail de prullenbak in verdwijnt. Vermijd dus tekst in images .
- Gebruik in ieder geval altijd het ALT attribuut om het plaatje een naam mee te geven zodat de ontvanger die tekst ziet voordat de e-mail-clients de images downloaden.
- Zorg ervoor dat u uw images de hoogte en breedte attributen meegeeft. Indien u dat niet doet loopt u het risico dat de images gestretcht worden en daardoor de rest van uw content incorrect gerenderd wordt
- Vergeet niet de image tag goed af te sluiten conform de laatste (X)HTML standaard, dus en niet . Outlook 2007 heeft anders de neiging extra ruimte aan de onderkant van de image toe te voegen indien er een link geplaatst is op de image. Hou daar dus rekening mee bij uw ontwerp en in het geval u splitted images gebruikt

Background images - achtergrondplaatjes

Het gebruik van achtergrondplaatjes is in zijn geheel af te raden. Zo goed als alle nieuwe versies van desktop e-mail clients en web-based e-mail clients ondersteunen het HTML attribute background niet. Dat geldt ook voor het inline style attribuut background-image.

Padding en Margin attributen

Indien u extra ruimte wilt tussen bepaalde elementen binnen uw nieuwsbrief voorkom dan het gebruik van de attributen padding en margin. Deze worden niet consistent gerenderd door de verschillende e-mail clients. In plaats van padding en margin is het aan te raden extra cellen te plaatsen binnen uw tabellen of gebruik te maken van cellspacing en cellpadding.

Buttons (call-to-action)

Knoppen en andere supporting images moeten de aandacht trekken van de ontvanger. Zorg dat de tekst erin goed opvalt en goed leesbaar is. Nog belangrijker is dat de ontvanger de call to action goed begrijpt.

Beter is nog om de knop in HTML te maken, omdat veel email clients in de eerste instantie afbeeldingen blokkeren. Indien u toch een image gebruikt, is het raadzaam de link van de call-to-action ook tekstueel in uw ontwerp te plaatsen. Gebruik dan ook zeker het ALT attribuut voor een alt tekst.

Formulieren

Gebruik geen formulieren in uw uiting. Bijvoorbeeld, Hotmail laat wel het formulier zien maar verwijdert alle waarden zodat uw formulier zinloos wordt. Zorg er dus voor dat uw formulieren op uw landingpages staan en niet in de e-mail.

Scripts

Vermijd scripts zoals Javascript, VBscript, css scripts, YouTube embedcodes en iframes vanwege beperkte support. Daar komt bij dat veiligheidsrisico's de laatste jaren toegenomen zijn, waardoor de meeste e-mail-clients ze uit e-mail strippen.

Spamwoorden

De meeste spamfilters kijken mede naar de meegezonden tekst in het e-mailbericht. Het bericht wordt gescand op woorden die vaak voorkomen in spam e-mails en daarom op een zwarte lijst staan.

Spamwoorden en -tekens moeten te allen tijden worden vermeden. Echter kan je soms niet om het gebruik heen, omdat die gratis aanbieding wel over moet komen. Wees dus uiterst spaarzaam met onderstaande woorden.

!!!!!!!	Kopen
100% gratis	Korting
50% korting	Krediet
Afvallen	Krijgen
Alle woorden over seks of pornografie	kruiden
Alle woorden over kuren, medicijnen	Laagste prijzen verzekering
Bel nu	Leningen
Beperkte tijd	Lorum Ipsum
Bijverdienste	Nu aanvragen
Bingo	Nu handelen
Bonus	Nu slechts
Cash	Schuld
Casino	verbazend
Elimineer schuld	Verdubbel uw inkomen
Financiële vrijheid	Vergelijk
Free Samples!	Verlaag uw hypotheekrente
Geen spam	verliezen
Gevraagde informatie	Verwijder
Gezien op TV	Viagra
GRATIS	Voor slechts
Gunstige voorwaarden	Voor u
Hypotheek	Vriend
HOOFDLETTERS	Winnaar/ Winnen
Klik hier	