

Kennisbundel

E-mail marketing voorbeelden

E-mail op je mobiel

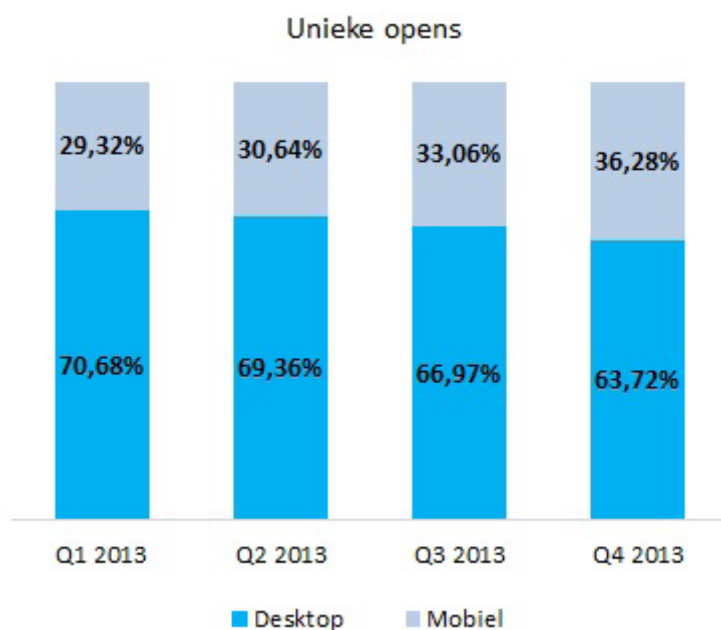
VAN IJZENDOORN
MARKETING ADVIES



www.vanijzendoorn.nl

Mobiele apparaten zijn niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Of het nou gaat om navigatie, entertainment of communicatie, smartphones en tablets hebben een vaste plek ingenomen. Was het voorheen nog normaal om een computer nodig te hebben voor het bestellen van allerlei zaken, voor gamen of voor het lezen en versturen van e-mails: dat is nu allemaal anders.

Om op dat laatste dieper in te gaan: sinds smartphones en tablets gemeengoed zijn geworden, hebben ze een steeds groter aandeel in het e-mailverkeer. Sinds eind 2013 heeft mobiel een aandeel van meer dan 30% in de opens en kliks volgens de Nationale E-mail Benchmark 2014:



Dit heeft zeker gevolgen voor e-mail marketing. Het succes van het medium e-mail valt of staat met hoe de e-mails getoond worden in e-mail clients, en hoe mensen ermee interacteren. Waren het voor 2007 (het lanceerjaar van de eerste Apple iPhone) nog slechts een handvol e-mail clients, tegenwoordig zijn het er heel wat meer. In plaats van alleen Outlook, Apple mail en een paar webmail clients zijn daar ook de mobiele e-mail clients bijgekomen. En niet alleen die mobiele e-mail clients, ook de enorme variatie aan resoluties zorgt ervoor dat nieuwsbrieven en campagnes flexibel moeten zijn.

In dit document laat ik ter inspiratie 10 voorbeelden van mobiele e-mail marketing zien. Hierbij worden design- en code-technieken gebruikt die in e-mail marketing bekend staan als responsive e-mail design.

In het geval van responsive e-mail design is het uiterlijk van de e-mail afhankelijk van het gebruikte apparaat, en is daar specifiek op in te spelen als het gaat om bijvoorbeeld de resolutie. Dit is zelfs inclusief het weglaten of juist tonen van bepaalde afbeeldingen, het veranderen van de grootte van het lettertype, enzovoort. Hier worden in de CSS, een onderdeel van de code waar de e-mail uit bestaat, zogenaamde media-queries voor gebruikt.

Fluid design is een basisvorm van een zich aanpassende e-mail: in dit geval worden percentages gebruikt (in plaats van 'harde' pixels) voor de breedte van tabellen en afbeeldingen. Dit is vooral nuttig voor e-mails met veel tekst en weinig afbeeldingen, gezien het gebruik van percentages voor afbeeldingen niet altijd handig is. Daarnaast is het niet handig voor grote schermen: als een e-mail dan 98% van de breedte van een 24-inch scherm mag gebruiken, wordt de e-mail wel heel breed.

Voor meer over responsive en fluid e-mail design, lees dit artikel op Litmus.com: <https://litmus.com/blog/defining-and-understanding-mobile-email-approaches>

Van IJzendoorn Marketing Advies

Door naar de voorbeelden!

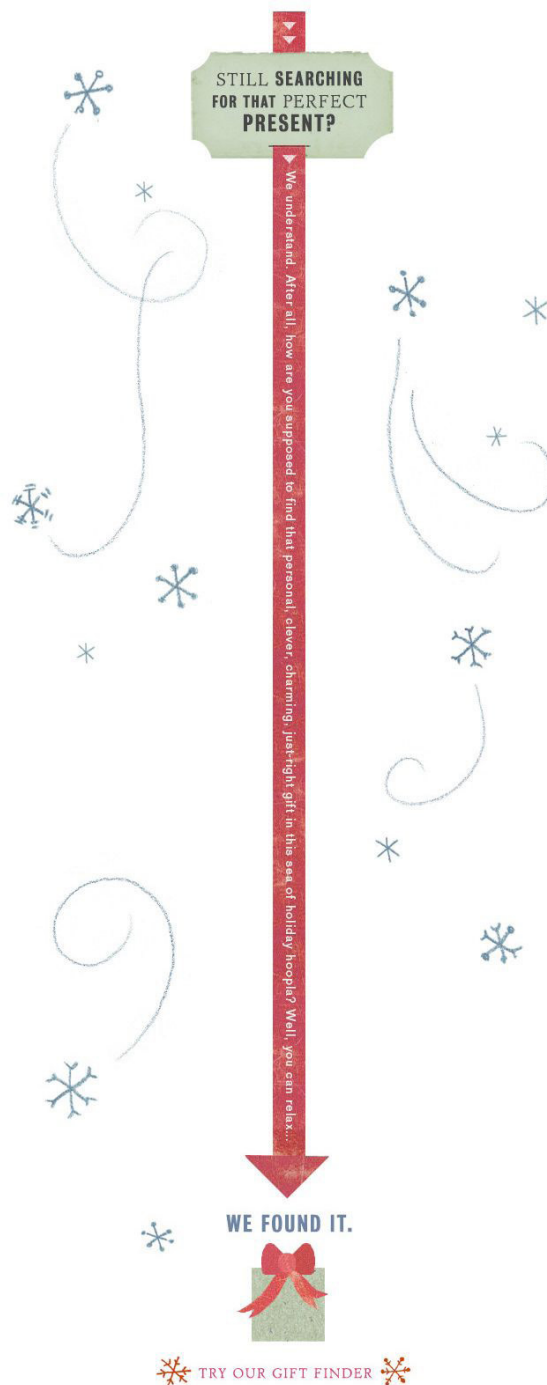
1. Anthropology
2. Asos
3. British Airways
4. Dominos
5. Expedia
6. HTC
7. Virgin Trains
8. GoPro
9. Sony Playstation
10. Litmus

1 Anthropology

Anthropology heeft e-mail marketing voor mobiel goed in de vingers. Een mooi voorbeeld is het volgende design, dat opbouwt naar een climax terwijl de ontvanger aan het scrollen is op z'n smartphone.

De e-mail is niet te lang om suf te worden, maar precies lang genoeg om op smartphones de spanning op te bouwen. Leuk bedacht en uitgevoerd door Anthropology!

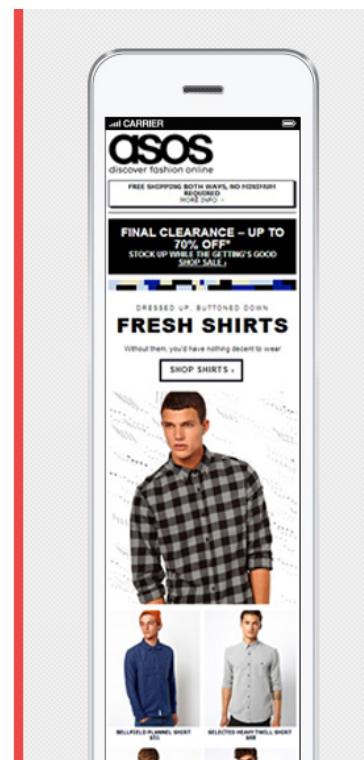
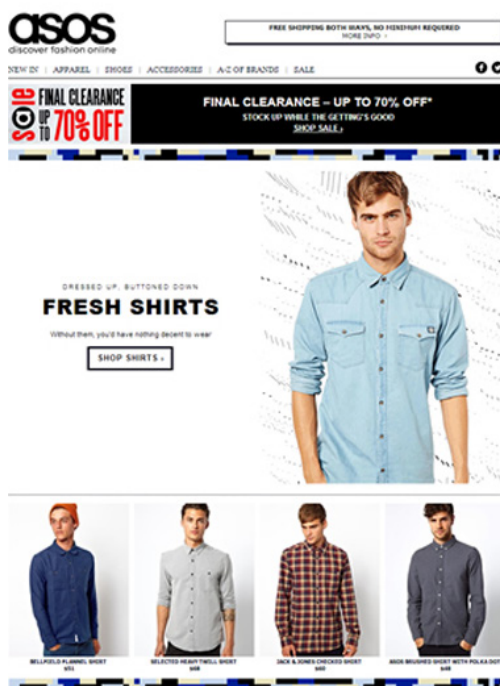
Het simpele design zorgt er bovendien voor dat het op een groot scala aan smartphones prima zal werken zonder dat er veel bijzondere HTML- en CSS-code nodig is.



2 ASOS

ASOS is een Britse online fashion retailer met vele merken voor mannen en vrouwen. Het is een puur consumentenmerk waarvan de doelgroep vooral van mobiele e-mail clients gebruik maakt, in tegenstelling tot B2B-bedrijven.

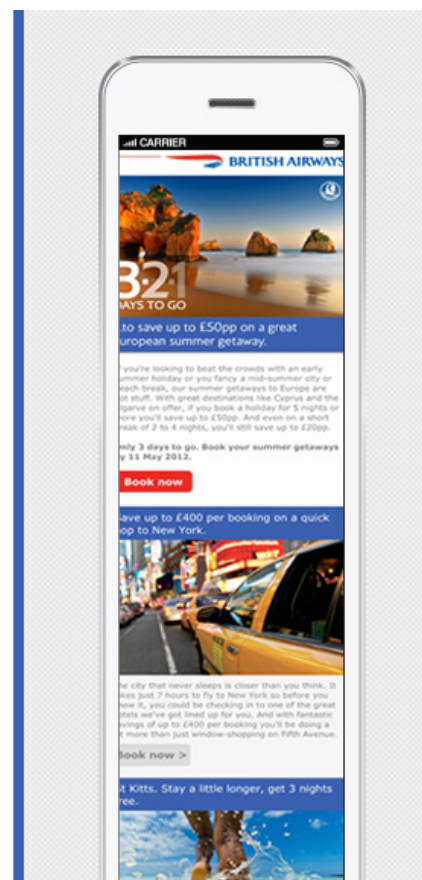
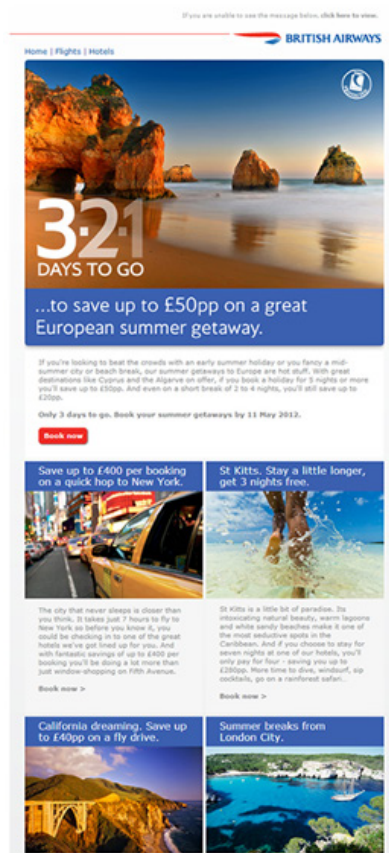
Dit heeft ook gevolgen voor hun e-mails: deze moeten er niet alleen sowieso goed uit zien, gezien het om fashion gaat: ze moeten er op alle apparaten goed uit zien. Gelukkig heeft ASOS dat goed voor elkaar. In onderstaand voorbeeld is responsive e-mail design ingezet, waarbij niet alleen de layout van de e-mail wordt aangepast, maar ook een afbeelding vervangen.



Ook de afbeelding die in de normale versie helemaal linksboven staat (het rood-zwarte 'final clearance / up to 70% off') wordt in de mobiele versie niet getoond. Een prima toepassing van responsive e-mail design!

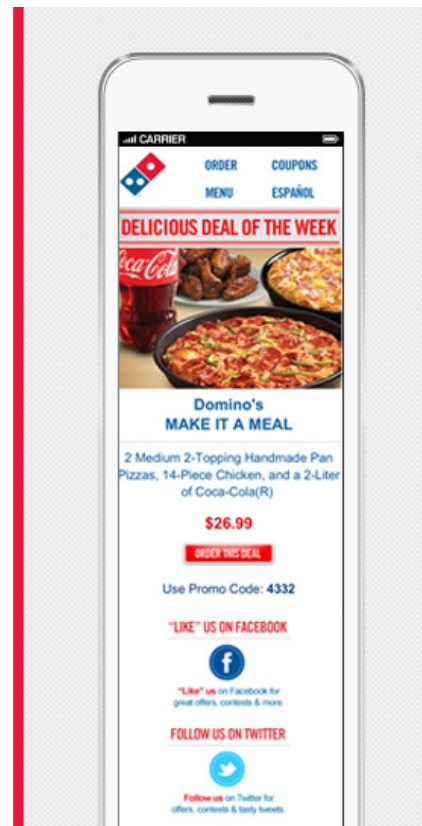
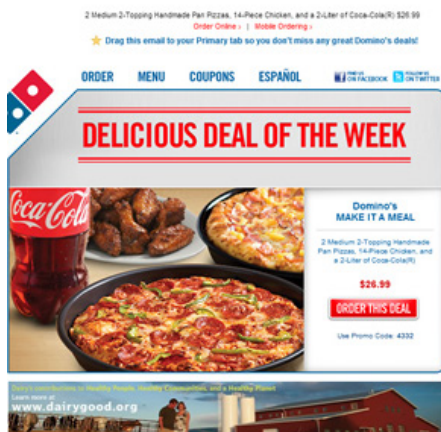
3 British Airways

De Britse luchtvaartmaatschappij British Airways heeft letterlijk veel klanten 'on the go'. Ook voor hen geldt dat mobiel een prioriteit is, en dat e-mails er op smartphones goed uit moeten zien. Het volgende responsive voorbeeld laat dat zien.



De e-mail is in de mobiele versie versimpeld. Geen navigatie linksboven (Home | Flights | Hotels) meer, geen online versie link bovenin en kleinere titels in de blauwe balken. Daar staat tegenover dat de CTA's (call-to-actions) zoals 'Book now >' meer contrast hebben gekregen: in plaats van donkergrijs op een grijze achtergrond zijn het in de mobiele versie 'echte' buttons geworden. Slim gedaan, want in fel zonlicht of als iemand de helderheid van zijn smartphonescherm niet al te hoog heeft staan is weinig contrast funest voor de zichtbaarheid en leesbaarheid van een e-mail.

4 Domino's



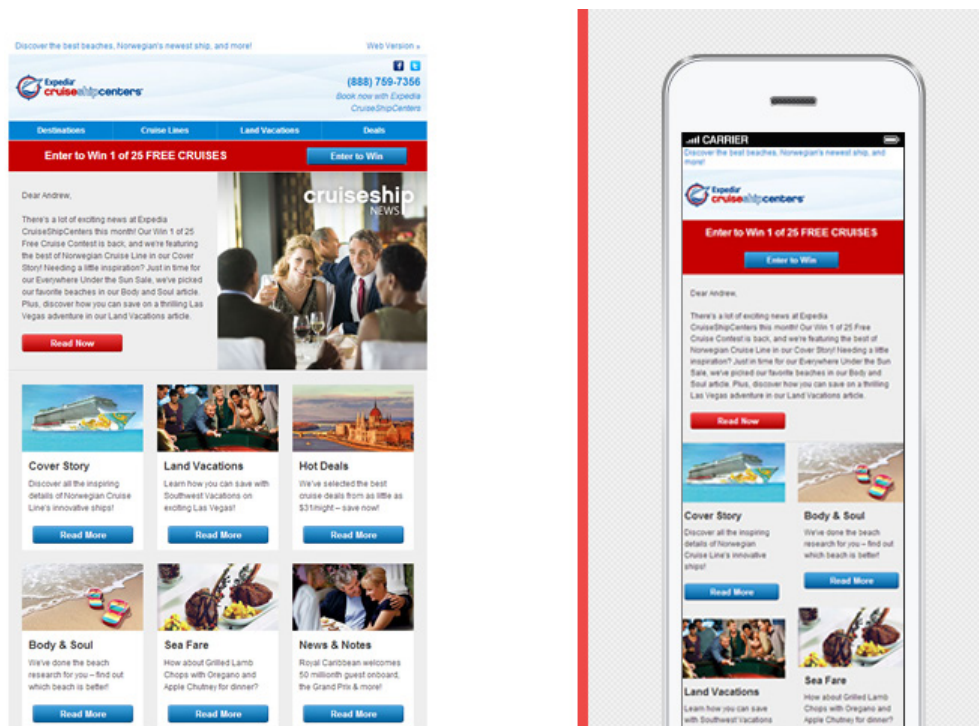
Pizzaketen Domino's heeft responsive design ook in de vingers. Hun reguliere e-mails zijn al mooi vormgegeven, maar wel 'image-heavy': de layout is sterk afhankelijk van (veel) afbeeldingen. Voor de responsive versie heeft Domino's een wat minimalistische aanpak gekozen. De volledige pre-header is verwijderd, terwijl de navigatie rechtsboven is geplaatst. De social iconen zijn bovendien een eind naar onderen verhuisd, ruim onder de 'delicious deal of the week'. De tekst onder de afbeelding en titel is juist weer groter gemaakt dan in de reguliere versie.

Ook voor Domino's geldt dat ze een nette aanpak hebben gekozen voor responsive e-mail design. Het belangrijkste wordt getoond, terwijl zaken die afleiden van de hoofdboodschap weggelaten worden of naar beneden zijn verhuisd. Sinds ze over zijn op responsive e-mail design zijn de resultaten super:

<http://www.industrydive.com/blog/dominos-responsive-email-design/>
<http://mobilemarketingmagazine.com/dominos-mobile-bigger-its-entire-business-1999/>

5 Expedia

Reissite Expedia heeft een specifieke site voor cruises, namelijk Expedia CruiseShipCenters. CruiseShipCenters stuurt e-mailings uit die specifiek over de verschillende cruises en bestemmingen gaan. De e-mails zijn mooi vormgegeven met het bekende rood-blauw van CruiseShipCenters, én ze hebben de e-mail mooi responsive gemaakt.



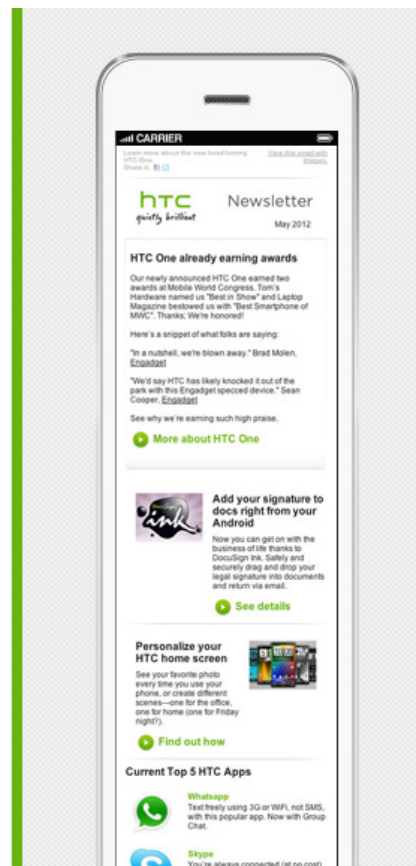
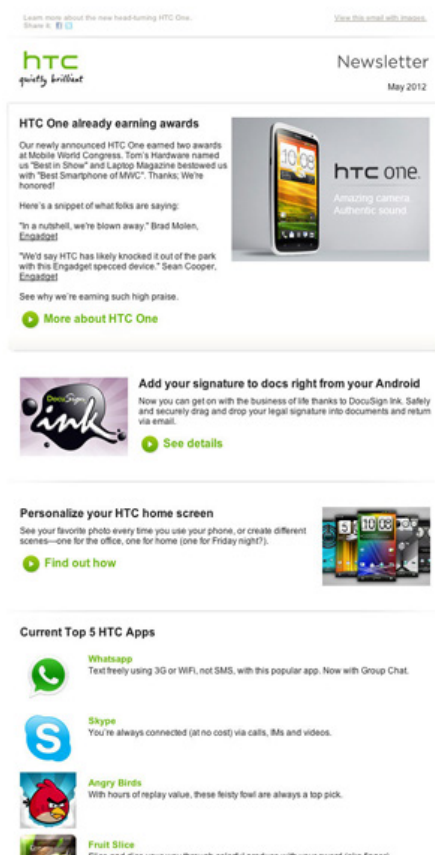
Wat als eerste opvalt is dat voor het eerste artikel in de e-mail de afbeelding verdwenen is in de responsive versie. Daarnaast is onder de aanbiedingen naast het stuk met 'We're here to help' het deel 'Our Promises' weg in de responsive versie.

Verder zijn bovenin de social iconen verwijderd en mist de blauwe navigatiebalk vlak boven de rode balk met 'Enter to win'.

De responsive versie is netjes vormgegeven en past zich goed aan: het is wel bijzonder dat het telefoonnummer wordt weggelaten terwijl deze responsive versie juist vooral getoond zal worden op smartphone.

6 HTC

Smartphone- en tabletfabrikant HTC zorgt er vanzelfsprekend voor dat ze een responsive e-mail versturen. Sowieso is de reguliere e-mail redelijk minimalistisch opgezet, wat betekent dat de responsive versie de content netjes 'in elkaar' schuift.



In de responsive versie wordt nauwelijks iets weggelaten: alleen de afbeelding van de HTC One bij het eerste artikel wordt verborgen.

7 Virgin Trains

Virgin Trains heeft een hele nette responsive e-mail ingezet voor de actie om tickets voor eerste klas reizen te winnen. De doelgroep van Virgin Trains is natuurlijk veel onderweg, dus een goede responsive e-mail is van belang om de boodschap goed over te brengen.

In de responsive versie van de e-mail is te zien dat de navigatie bovenin weg is ten opzichte van de reguliere versie, en dat de sub-slogan ingekort is. Waar eerst 'Go on, treat yourself to a trip away' staat in de reguliere versie, wordt dit ingekort naar 'Treat yourself to a trip away' in de responsive versie.

ADD us to your address book | Can't see our email properly? [View it online](#)

[Book tickets](#) [Best Fare Finder](#) [Ways to save](#) [Mobile app](#) [Facebook](#)

WIN FIRST CLASS TICKETS

GO ON, TREAT YOURSELF TO A TRIP AWAY

London Euston to Birmingham New Street from **£7.50** [Find fares - only one click away](#)

[Choose another journey](#) Standard one way

We thought December was going to be farewell. Instead our services are continuing and we'll have more seats than ever with 106 new Pendolino carriages added to our trains. Plus, we're launching two extra Glasgow to London services in each direction as well.

So, we're celebrating by giving away 20 pairs of First Class tickets. To win, just tell us where you'd like to go on our network.

Maybe London to see the Christmas lights, Birmingham's Frankfurt Christmas Market, a show at Manchester's Royal Exchange Theatre, or a glide around Glasgow's outdoor ice rink.

ENTER NOW

GET OUR MOBILE APP

Travel fuss-free with our mobile app. Search for trains, book tickets and get an m-ticket sent straight to your smartphone or tablet. [Download it for free today](#)

Make sure your friends don't miss out. Share on Facebook and Twitter so they can enter too

[tweet](#) [share](#)

WIN FIRST CLASS TICKETS

TREAT YOURSELF TO A TRIP AWAY

London Euston to Birmingham New Street from **£7.50** [Find fares - only one click away](#)

[Choose another journey](#) Standard one way

We thought December was going to be farewell. Instead our services are continuing and we'll have more seats than ever with 106 new Pendolino carriages added to our trains. Plus, we're launching two extra Glasgow to London services in each direction as well.

So, we're celebrating by giving away 20 pairs of First Class tickets. To win, just tell us where you'd like to go on our network.

ENTER NOW

GET OUR MOBILE APP

Travel fuss-free with our mobile app. Search for trains, book tickets and get an m-ticket sent straight to your smartphone or tablet. [Download it for free today](#)

Make sure your friends don't miss out. Share on Facebook and Twitter so they can enter too

[tweet](#) [share](#)

[Book tickets](#)

Verder opvallend in de responsive versie: quick links onderin de e-mail naar het boeken van tickets, een best fare finder, de mobiele app, Facebook en manieren om te besparen. Een andere kleine ticket-afbeelding die rechtsboven de hoofdafbeelding stond is ook verwijderd.

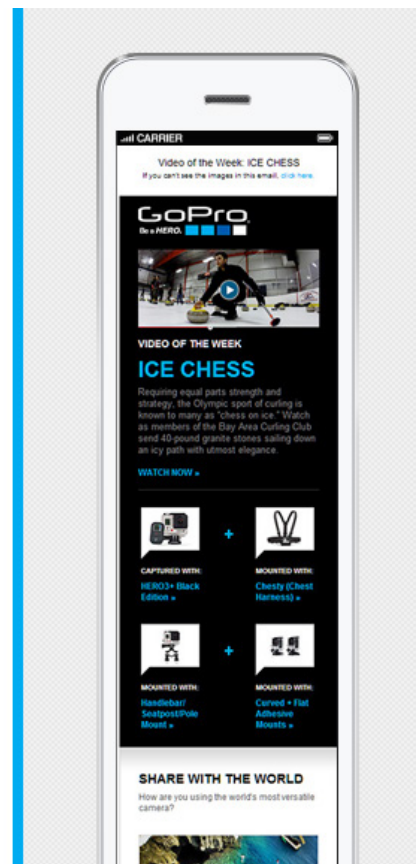
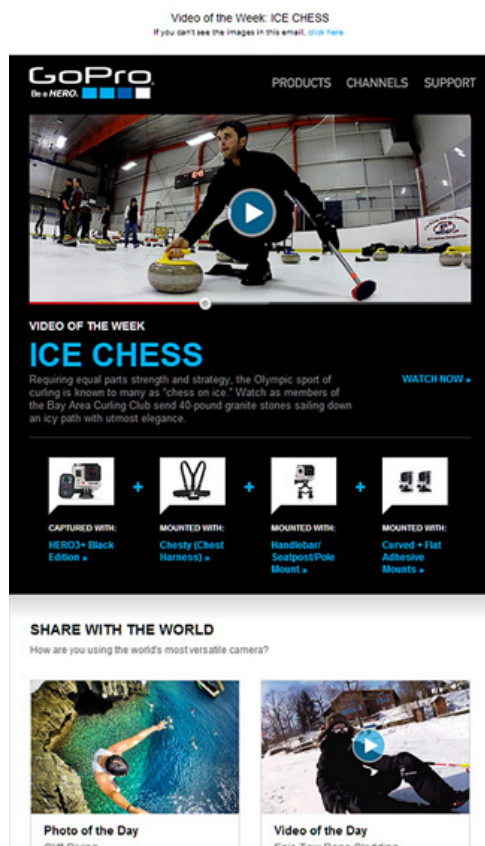
Deze responsive e-mail is een mooi voorbeeld van hoe responsive werkt: laat alleen het essentiële zien, en verberg of verander datgene dat niet belangrijk (genoeg) is, of voeg juist iets toe (zoals de quick links onderaan) om het mobiele ontvangers makkelijker te maken zaken te regelen.



8 GoPro

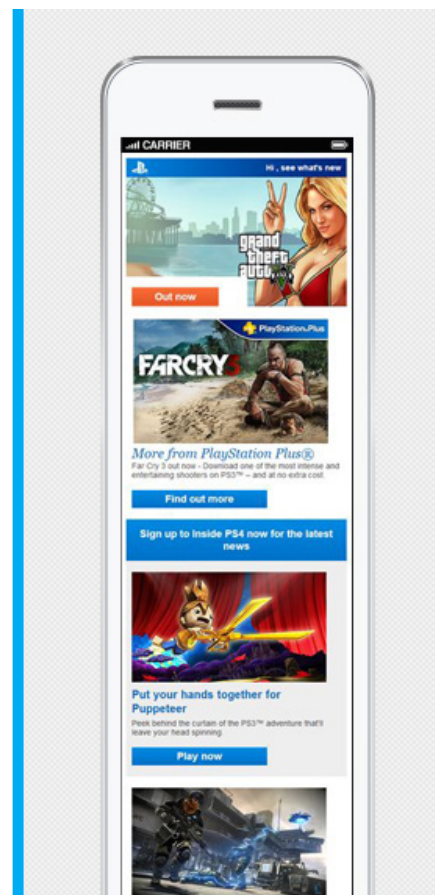
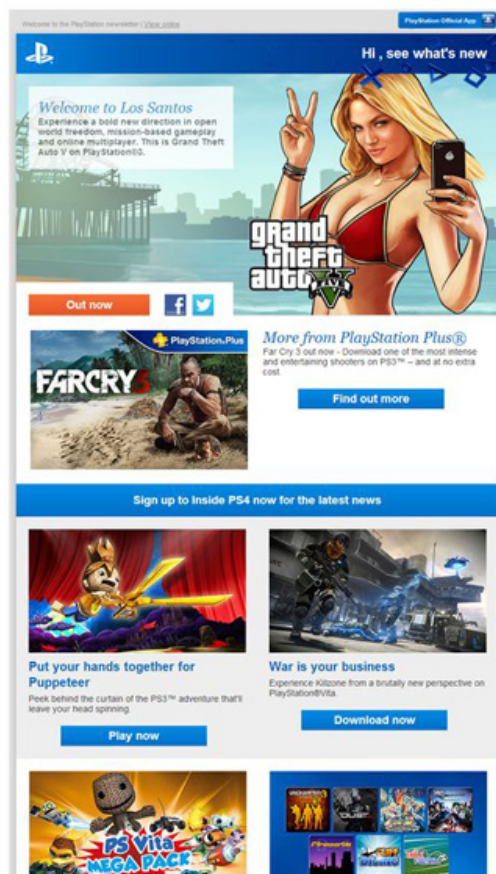
GoPro, bekend van de kleine water- en stootproof actiecamera's, zet ook een responsive e-mail design in. Het eerste dat opvalt is dat de navigatie rechtsboven is verdwenen in de responsive versie van de e-mail. Daarnaast schuift de rest van de content onder elkaar. Zo worden de vier producten die in het zwarte blok naast elkaar staan in de desktop-versie, opgesplitst in twee blokken van twee stuks in de responsive versie.

De e-mail blijft verder met betrekking tot de inhoud hetzelfde: er wordt geen content verborgen of juist extra getoond. Dit heeft als voordeel dat de mobiele ontvangers ook alle content ontvangen die de niet-mobiele ontvangers ontvangen: wel zo consistent.



9 Sony Playstation

GTA (Grand Theft Auto) V (deel 5) is een actiegame die onder andere voor de Sony Playstation beschikbaar is. Voor deze game, maar ook voor Far Cry 3, heeft Sony een speciale Playstation newsletter gemaakt. Gezien de doelgroep vooral de jongere leeftijdsgroepen zijn, is de kans dat zij een smartphone hebben groot. Om deze reden is het fijn dat de e-mail die ze hiervoor ingezet hebben, responsive is.



Wat gelijk opvalt aan de responsive versie is dat de introtekst in de hoofdvisual weg is. Verder zijn alle social icons verwijderd, en alle game-content schuift onder elkaar in plaats van per twee gegroepeerd. Als laatste een bijzondere wijziging: de headerafbeelding mist onder 'Hi, see what's new' de vier bekende Playstation-symbolen die wel in de desktop-versie staan.

10 Litmus

Litmus is in de e-mail marketing-wereld bekend als het e-mail test-platform. Voor verschillende devices en e-mail clients (en combinaties daarvan) hebben zij testmogelijkheden beschikbaar. Zo is te testen of een bepaalde e-mail marketingcampagne er goed uit ziet in bijvoorbeeld Outlook.com in Chrome, of Gmail op een bepaalde versie van Android.

et kan in dit geval dan ook niet anders dan dat Litmus voor de uitnodiging van hun email design conference (!) alles uit de kast heeft gehaald om een mooi responsive e-mail design af te leveren.

Wat als eerste opvalt is dat bij de responsive versie de link naar de online versie in de grijze balk bovenin weg is. Verder zijn bij de verschillende subtitels de afbeeldingen aan de linkerkant verwijderd.

De content die betrekking heeft op de data en locaties van de email design conference staat in de desktop-versie naast elkaar (San Francisco, London en Boston), maar in de responsive versie worden deze compleet onder elkaar geplaatst. De CTA-buttons (Register now met pijl) zijn extra breed in de responsive versie: dat maakt het navigeren met de duim of vinger in plaats van de muis wat makkelijker.

There will be amazing speakers, content, swag & so much more!





Matthew Brindley
CTO / Founder

This won't be just another email conference!

[Register now](#)



No pitches

The Email Design Conference is sponsor-free. You won't have to listen to any lame pitches or be pressured into buying products or services.



Amazing content

We've got sessions covering content strategy, video and email, responsive email, design testing, improving your workflow, and more.



Crazy smart speakers

Hear from industry experts like Elliot Ross from Action Rocket, Bos Hodgkiss from Campaign Monitor and Brendan Schwartz from Wistia.



Networking with email geeks

We've set aside time each day of the conference so you can swap ideas with like-minded practitioners.



Rant, rave, bitch and moan

Sign up for a 5-minute slot in our lunchtime "soapbox sessions" to get all your email-related frustrations off your chest.



San Francisco

Sep 30th – Oct 1st
The Regency Center

[Register now](#)



London

Oct 28th – Oct 29th
The Mermaid Conference & Events Centre

[Register now](#)



Boston

Nov 21st – Nov 22nd
Seaport World Trade Center

[Register now](#)

Need to convince your boss?

Download our pre-written **Justify Your Trip** letter outlining the key benefits of attending.

[Download the letter](#)

Are you going? Connect on Twitter!

[Tweet #TEDC13](#)



675 Massachusetts Ave., Cambridge, MA 02139, USA
Unsubscribe from conference emails
[View this email in your browser](#)





Matthew Brindley
CTO / Founder

This won't be just another email conference!

[Register now](#)

No pitches

The Email Design Conference is sponsor-free. You won't have to listen to any lame pitches or be pressured into buying products or services.

Amazing content

We've got sessions covering content strategy, video and email, responsive email, design testing, improving your workflow, and more.

Crazy smart speakers

Hear from industry experts like Elliot Ross from Action Rocket, Bos Hodgkiss from Campaign Monitor and Brendan Schwartz from Wistia.

Networking with email geeks

We've set aside time each day of the conference so you can swap ideas with like-minded practitioners.

Rant, rave, bitch and moan

Sign up for a 5-minute slot in our lunchtime "soapbox sessions" to get all your email-related frustrations off your chest.



San Francisco

Sep 30th – Oct 1st
The Regency Center

[Register now](#)



London

Oct 28th – Oct 29th
The Mermaid Conference & Events Centre

[Register now](#)



Boston

Nov 21st – Nov 22nd
Seaport World Trade Center

[Register now](#)

Need to convince your boss?



Mobiele e-mail marketing: responsive e-mails, subtiele verschillen

Vanuit bovenstaande 10 voorbeelden is te zien dat een responsive versie van een e-mailcampagne niet zo heel verschillend hoeft te zijn van een desktop-versie. Wat vooral opvalt is dat voor de responsive e-mails vooral voor een minimalistische look wordt gekozen. Minder of kleinere afbeeldingen, vaak geen social icons en het weglaten van navigatie-opties bovenin een e-mail. Daarnaast werden in het voorbeeld van Litmus bredere buttons gebruikt voor makkelijkere navigatie.

Als take-aways voor mobiele e-mail marketing, en dan vooral met betrekking tot responsive e-mail design, de volgende tips:

- Maak links makkelijk klikbaar: een duidelijke button of groot (groter) lettertype helpt tegen 'mis'kliks en voor gezonde conversie.
- Zorg voor zo min mogelijk afleiding: laat bepaalde extra afbeeldingen achterwege.
- Social media icons zijn leuk, maar kunnen eveneens afleiden: overleg of ze nodig zijn in de mobiele versie van een e-mail.
- Datzelfde geldt voor site-navigatie. Als uw website (nog) niet responsive is, maar bepaalde actiepagina's of landingspagina's vanuit de e-mailcontent al wel, laat de site-navigatie dan achterwege. Anders zijn mensen alleen maar teleurgesteld als ze doorklikken vanuit een mooie responsive e-mail, en niet een mooie responsive website te zien krijgen.
- Indien van toepassing, voeg in de responsive versie 'quick links' toe om bepaalde taken (reserveren, openingstijden controleren, account beheren en dergelijke) snel uit te voeren vanaf mobiel. Dit voorkomt dat mensen via de website naar allerlei 'top tasks' moeten navigeren ipv met een enkele klik vanuit een responsive e-mail.

Uiteindelijk wilt u natuurlijk ook uw mobiele publiek zo goed mogelijk van dienst zijn.

Succes!



Kennisbundel: E-mail marketing voorbeelden: E-mail op je mobiel

Heeft u vragen naar aanleiding van dit 'white paper'? Of wilt u meer weten over wat e-mail marketing voor uw bedrijf kan betekenen?

Kijk op **www.vanijzendoorn.nl**

Of schrijf u in voor onze e-mail nieuwsbrief via onze website.
U ontvangt dan elke maand tips over e-mail marketing en het laatste Marketingnieuws.

Van IJzendoorn Marketing Advies
Jacob Ruisdaelstraat 8
4003 KH Tiel

T: 0344 - 62 78 75
E: **info@vanijzendoorn.nl**
W: **www.vanijzendoorn.nl**



VAN IJZENDOORN
MARKETING ADVIES

