

MANUFAKTUR
FÜR
DESIGN
UND
DIGITALE
KOMMUNIKATION

WEB

SOLUTIONS
RESPONSIVE MAILINGS
E-COMMERCE



Flexible E-Mailings mit responsive Layout und modernen Technik-Features

Vorteile im Vergleich zum „klassischen“ Newsletter

Im Vergleich zu klassischen Newsletter-Mail-Designs setzt der Ansatz des responsive Mailings beim veränderten Mediennutzungsverhalten an: In 2015 öffneten bereits 45% der Leser E-Mails auf mobilen Geräten, nur noch ca. 35% in klassischen Desktop-Anwendungen wie Outlook und etwa 20% in so genannten Web-Mail-Clients wie GMX oder WEB.DE.¹

Um den zahlreichen Bildschirmgrößen, dem Portrait- oder Querformat-Modus von Smartphones, Tablets oder Ultrabooks Rechnung zu tragen, passen sich moderne responsive Mails den jeweiligen Geräten an. Sie versuchen, zu Gunsten der mobilen Datenbandbreite und aufgrund von Datenlimits, Gestaltungselemente – soweit möglich – mit modernen Web-Technologien darzustellen, statt stets auf Pixelgrafiken zurückzugreifen.

Klassische Mailings hingegen weisen häufig eine fixierte Breite von ca. 640 Pixeln auf (die alte VGA-Monitorauflösung), basieren auf einem traditionellen Tabellen-Layout (langweilig und zeitintensiv in der Herstellung) und lösen Darstellungsprobleme mit der Einbindung vieler zusätzlicher Bildgrafiken, die Bandbreite und Datennutzung kosten und darüber hinaus in der Produktion zeitaufwendiger und teurer sind.

Klassischer non-responsive Newsletter 2000 bis heute –
Geräteansichten mit Darstellungsfehlern und schlechter Lesbarkeit



¹ Quelle: <http://www.emailmonday.com/mobile-email-usage-statistics#growth>

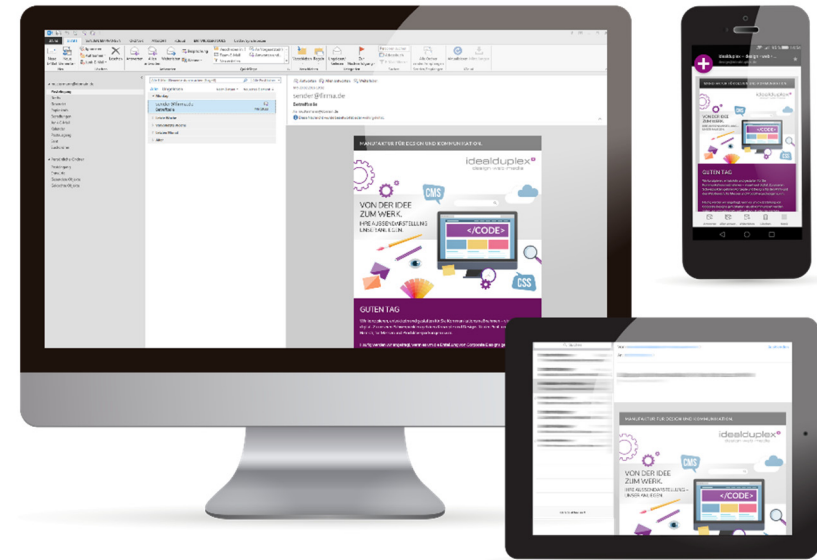
Warum stellt der Platzhirsch im Office E-Mails häufig falsch dar?

Mit der Einführung von Office 2007 wurde die Darstellung von HTML-Mails nicht mehr länger mit dem sicherheits-anfälligen Internet Explorer (IE) umgesetzt.² Bis heute nutzt Outlook hierfür die Komponenten von Word. Dies scheint auf den ersten Blick sinnvoll, denn Word wird von vielen Anwendern für das Verfassen von Nachrichten genutzt. Allerdings ist das HTML-Plugin von Word limitiert in seinen Möglichkeiten. Viele moderne Features von HTML5 und den Stylesheets (CSS3) zur besseren Darstellung werden daher standardmäßig nicht beachtet bzw. übergangen.

Lösungsanforderungen

- E-Mail-Designs und deren HTML-Umsetzung müssen unterschiedlichen Technologie-Entwicklungsstufen und Gerätetypen Rechnung tragen.
- Daneben sind Datenvolumen und -bandbreite, verwendete E-Mail-Clients sowie Lesbarkeit und Erfassung der Inhalte von Bedeutung.
- Jeder sieht nur seine Mail, d.h.: Die Darstellung der Mail muss weitestgehend einheitlich sein – im Rahmen der Möglichkeiten der jeweiligen Geräte und Mail-Programme.

Responsive Lösung für moderne Nutzung – korrekte Geräteansichten mit optimierter Darstellung



HTML 5

RESPONSIVE

CSS 3

MULTICLIENT

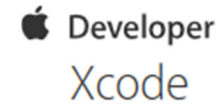
² Quelle: <http://templates.mailchimp.com/development/css/outlook-conditional-css/>

Unsere Lösung

- HTML5 / CSS3 optimierte Mailings sorgen bei allen gängigen modernen E-Mail-Programmen auf unterschiedlichen Gerätetypen für beste Ergebnisse.
- Auf eine 100% deckungsgleiche Darstellung – über alle Gerätetypen hinweg – wird zugunsten der bestmöglichen für das jeweilige Gerät verzichtet.
- Spezifische Optimierungen bringen auch Outlook dazu, die Mailings in einem fehlerfreien Look zu formatieren. In gewissen Rahmen wird die Mail z.B. an das Vorschaufenster flexibel angepasst.
- Durch die Vermeidung von nicht notwendigen zusätzlichem Bildmaterial für Texte und Formen laden Newsletter und Mailings schneller – das spart Zeit, Datenvolumen und erhöht den Rücklauf der Maßnahme.
- Wird vom Nutzer das Laden von Bildern generell unterdrückt, laden die Textfragmente mit aussagekräftigen Bildbeschreibungen dennoch in vollem Umfang. Bei konventionellen Mailings sehen Nutzer in diesem Fall nichts! ³

Unit Tests – so testen wir

Alle Newsletter und E-Mail-Vorlagen werden in so genannten virtuellen Betriebssystem- und Geräteumgebungen getestet. Hierzu nutzen wir:



³Quelle: <https://www.campaignmonitor.com/dev-resources/will-it-work/image-blocking/>

Features

- Automatisierter Versand von E-Mails nach standardisierten Adresslisten vom Auftraggeber
- Pflege und Redaktion der Mail-Vorlagen / -Inhalte und Empfänger über Web-Interface und Content Management System
- Inklusive Abmelde-Option und -Management
- Inklusive Integrationsmöglichkeit von Response-Elementen wie eindeutige Internetadressen zur Messung des Rücklaufs / Erfolges von spezialisierten Kampagnen

Diese Lösungen bieten sich an

- Informations-Services und PR: **Newsletter**
- Marketing und Vertrieb: **Kampagnen-Mails** mit Response-Elementen zur Verlinkung mit Micro Sites für Produktneuheiten, speziellen Lösungen etc.
- Evaluation / Kundenbeziehung: **Response-Mails und Umfragen** zu Zufriedenheit und Feedback auf Kundenseite

Sprechen Sie uns an!

MANUFAKTUR
FÜR
DESIGN
UND
DIGITALE
KOMMUNIKATION

KONTAKT

MARION MONZEL · KONZEPTION · DESIGN
MONZEL@IDEALDUPLEX.DE

HOLGER SCHMIDT · WEB ENGINEERING · MARKETING
SCHMIDT@IDEALDUPLEX.DE

EMSER STR. 46
65195 WIESBADEN
FON: +49 611 302915

IDEALDUPLEX.DE
PLUS.GOOGLE.COM/102398458826917210982
PINTEREST.COM/IDEALDUPLEX
INSTAGRAM.COM/IDEALDUPLEX