

100 power-ord til dine emnelinjer

 marketingplatform.com/da/ressourcer/100-power-ord-til-dine-emnelinjer/



Du får dusinvis af mails hver eneste dag – måske endda hundrede. Det bliver uoverskueligt og du ender med ikke at åbne eller slette en stor del af disse mails, da de alle drukner i mængden fordi de virker uinteressante eller irrelevante. Hvordan kommer du ud over dette problem i din markedsføring?

Du begynder at bruge power-ord i dine emnelinier!

Hvad er power-ord?

Ved at bruge såkaldte power-ord i din email emnelinie, vil du opleve, at din Open Rate bliver markant forbedret. Pointen med at bruge power-ord er, at du laver emnelinier, som er så uimodståelige for dine modtagere, at de simpelthen er nødt til at åbne emailen og læse nærmere. De skal trigge eller udløse en emotionel og psykologisk følelse hos modtageren. Og hvis brugt rigtigt skal emnelinien med power-ord kunne sætte gang i modtagerens fantasi.

Ved at bruge power-ord kan du blandt andet

- Skabe nysgerrighed
- Skabe fear-of-missing-out
- Opbygge troværdighed


- Appellere til modtagerens forfængelighed
- Appellere til modtagerens ønske om noget simpelt og enkelt
- Fremprovokere frygt hos modtageren

Brug også nysgerrighed, humor, grådighed, hovmod, smerte m.v. som lokkemiddel for at få flere til at åbne dine emails.

Brugt korrekt kan dette lede til højere Open Rate -> Højere Click-Through-Rate -> Flere konverteringer -> Større omsætning. Mulighederne er nærmest uendelige, og det gælder om at teste af, hvad der virker bedst ift. din målgruppe.

Få højere Open Rate i dine emails med disse power-ord

Nedenfor følger et skema med 100 power-ord som dækker over en lang række af de følelser, du kan spille på. Der findes naturligvis mange flere, og i eksemplet under billedet, kan du finde eksempler på andre og ord hvordan de kan indgå i emnelinier.



● Fri	● Gratis	● Udsalg	● Ny
● Professionel	● Garanteret	● Special	● Testet
● Forbedret	● Øjeblikkeligt	● Begrænset	● Simpelt
● Kraftfuld	● Stor	● Populær	● Eksklusiv
● Værdifuld	● Ubegrænset	● Rabat	● Billig
● Pludselig	● Lancering	● Reduceret	● Bedre
● Enorm	● Spotlight	● Brugbar	● Største
● Kolossal	● Nu	● Held	● Autentisk
● Introducere	● Praktisk	● Fokus	● Interessant

● Udfordring	● Livstids	● Højeste	● Ekspert
● Råd (rådgivning)	● Sandheden (om)	● Sammenlign	● Farverig
● Ultimativ	● Viljestyrke	● Attraktiv	● Nemt
● Godkendt	● Innovativ	● Nu er den her	● Netop ankommet
● Flot	● Smuk	● Vækst	● Forbløffende
● High Tech	● Nyeste	● Seneste	● Vigtig
● Hastende	● Fremragende	● Portfolio	● Afslørende
● Sensationel	● Besættelse	● Unik	● Skynd dig
● Skæbne	● Haster	● Luksus	● Profitabel
● Udnyt	● Kvalitet	● Gigantisk	● Elsker
● Pålidelig	● Sikkerhed	● Refunderes	● Revolutionerende
● Mirakel	● Magisk	● Bevist	● Beløn
● Overraske	● Fornøjet	● Fortrolig	● Vidunderlig
● Leveret	● Hemmelighed	● Stærk	● Usædvanlig
● Energi	● Liberal	● Sjælden	● Overlegen
● Usammenlignelig	● Fascinerende	● Succesfuld	● Nem
● Simpelt	● Værdi	● Insider	● Download

100 power-ord til nyhedsbrev og email emnelinier

1. Skab nysgerrighed

Formår du at bruge ord i din emnelinie, som kan skabe nysgerrighed hos modtageren, så er der en god chance for at modtageren tager det for givet, at man kan lære noget nyt, eller at der er noget spændende eller ophidsende, hvilket motiverer modtageren til at åbne emailen. Det ligger helt i menneskets natur at være nysgerrig, så brug derfor ord som

- Se hvordan... / Lær hvordan... / Opdag hvordan...

- Skjult
- Gemt
- Hemmelighed
- Invitation kun til dig
- Afsløringer
- Bliv insider
- Bag med scenerne (Behind the scenes)

Brugt i sammenhæng i emnelinier kan f.eks. skrives “Du må ikke åbne denne mail!”, “Denne email er kun til dig”, “10 måder at overleve i et fængsel”, “Her er grunden til at kvinder er stærkere end mænd”, “Det her er tippet du bare IKKE må gå glip af!”

2. Skab fear-of-missing-out

Noget af det der fremprovokerer stærkeste følelser i mennesker er risikoen for at gå glip af noget. Derfor er det rigtigt godt at appellere til folks frygt for at gå glip af noget. Her er det meget simple virkemidler, der skal til for at få markant højere Open Rates.

Brug ord som

- Begrænset periode
- Haster
- Breaking
- Vigtig
- Gælder kun X antal timer
- Du må ikke gå glip af
- Udløber
- Kun denne weekend
- Sidste chance

Det er forholdsvis selvforklarerende hvordan det kan bruges i emnelinier, så det vil vi ikke gå nærmere i detaljen med her.

3. Opbyg troværdighed

En klog man sagde engang:

**"If people like you
they will listen to you,
but if they trust you,
they will do
business with you"
- Zig Ziglar**

Altså: Hvis en person kan lide dig, så lytter de efter. Men stoler de på dig, så er de parat til at handle med dig.

Det er derfor meget vigtigt at forsøge at opbygge troværdighed i markedsføringen. Er det muligt at opbygge et troværdighedsforhold mellem modtageren af emailen og dig, så er der markant større chance for at dine emails bliver åbnet. Udover at du skal sørge for at overholde de ting, som du lover i din email emnelinie, så er der en række ord som kan hjælpe med at forsøge at etablere troværdighed. Eksempler på disse er:

- Prøv før du køber
- Autentisk
- Bedste
- Bedst sælgende
- Ingen risiko
- Officiel
- Ingen binding
- Bevist
- Sikker
- Garanteret
- Testet

Brugt i emnelinier kunne det f.eks. se således ud:

- Tilmeld dig helt uden risiko og uden binding
- Vores creme er testet og med garanteret virkning efter 2 dage
- Prøv før du køber – Returnér gratis hvis du fortryder

4. Brug humor



Humor har alle dage virket godt, når man vil indgå i dialog med andre. Det skal dog nøje afmåles hvornår det er passende at bruge, og hvornår det ikke er. I nogle brancher vil det virke utroværdigt at bruge humor i sin kommunikationsform, mens det i andre vil være helt naturligt og i den grad kunne medvirke til større engagement fra modtagerne af emails.

5. Ord som appellerer til modtagerens forfængelighed

Forsøg i din kommunikation at få det til at se ud som om det er kunden, der er den vigtige og har hovedrollen i dit budskab. Folk kan generelt godt lide at føle sig vigtige og at være i centrum. Det vil sige, at i stedet for at det er dit produkt, som er i centrum, så forsøg at sætte produktet ind i din modtagers hverdag, og hvordan de kan bruge produktet til at blive "helten".

I rækken af ord som appellerer til forfængelighed tæller blandt andet:

- Fortryllende
- Episk
- Magisk
- Heldig
- Fræk
- Elite
- Uovertruffen
- Legendarisk

Brugt i emnelinier kunne det f.eks. se således ud:

- Fortryl dine kunder med dette simple trick
- Bliv kongen af tidsregistrering med dette uovertrufne hack
- Brug ikke sidste års jeans
- Bliv en del af eliten med dette produkt

6. Brug ord som appellerer til det simple

Det ligger i den menneskelige natur at stræbe efter simple ting f.eks. ved at vælge den nemmeste måde at opnå et mål. Hvorfor bruge 4 timer på en opgave, hvis den kan klares på 2 timer? Derfor vil emnelinier, som overbeviser om det simple, også typisk have en god succes i forsøget på at forhøje Open Rate.

Power-ord som fokuserer på det simple er blandt andet:

- Simpel
- Grundlæggende
- Nem
- Smart
- Lige ud af landevejen
- Forståelig
- Cheat sheet
- Spar tid
- Nemt
- Hurtigt
- Snuptag

Brugt i emnelinier kunne det f.eks. se således ud:

- Simpel og hurtig integration
- Download vores cheat sheet
- Klar opgaverne i et snuptag med dette produkt
- Automatisér dine arbejdsopgaver på under 2 minutter

7. Power-ord som engagerer frygt og håb



Frygt fremprovokerer ligesom håb en stærk følelse i folk og giver derfor max attention. Det er en normal taktik i marketing at appellere til folks frygt for at miste noget eller gå glip af noget. Og i samspil med håb, kan det give en stærk og effektiv kommunikation. Det kan derfor være en god idé at forsøge at overbevise modtageren om, hvad de går glip af eller mister, hvis ikke de køber dit produkt. Gør dem opmærksom på den risiko, der foreligger, hvis ikke de får fat på dit produkt. Men sørg også for at indgyde håb i modtageren, så de kan se der er en udvej, hvis de bruger dit produkt.

Power-ord som blandt andre kan bruges i denne sammenhæng er

- Fyret
- Risiko
- Fejl
- Dårlig
- Smerte
- Dum
- Farlig
- Frygtelig
- Såret
- Katastrofal

Brugt i emnelinier kunne det f.eks. se således ud:

- Frygt for at blive fyret? Med denne forsikring er der håb
- Forkert tidsstyring kan være katastrofal. Vores tool hjælper dig
- Fejl er dyrt og koster kunder – Vores app sikrer præcis styring

Test hvilke emnelinier og power-ord som virker bedst for dig

Når du begynder at tage ovenstående virkemidler i brug, bør du følge op på hvilke kombinationer, der giver bedst effekt i din email marketing. Sammenlign performance med dine gamle kampagner og lav test på om dine modtagere bedst reagerer på den ene eller anden type af power-ord.

Prøv MarketingPlatform gratis i 14 dage

Prøveperioden er gratis, helt uforpligtende og udløber efter 14 dage, hvis du ikke ønsker at fortsætte.

Ved tilmelding modtager du samtidig vores uddannelsesflow på en serie af mails – og vores nyhedsbrev.