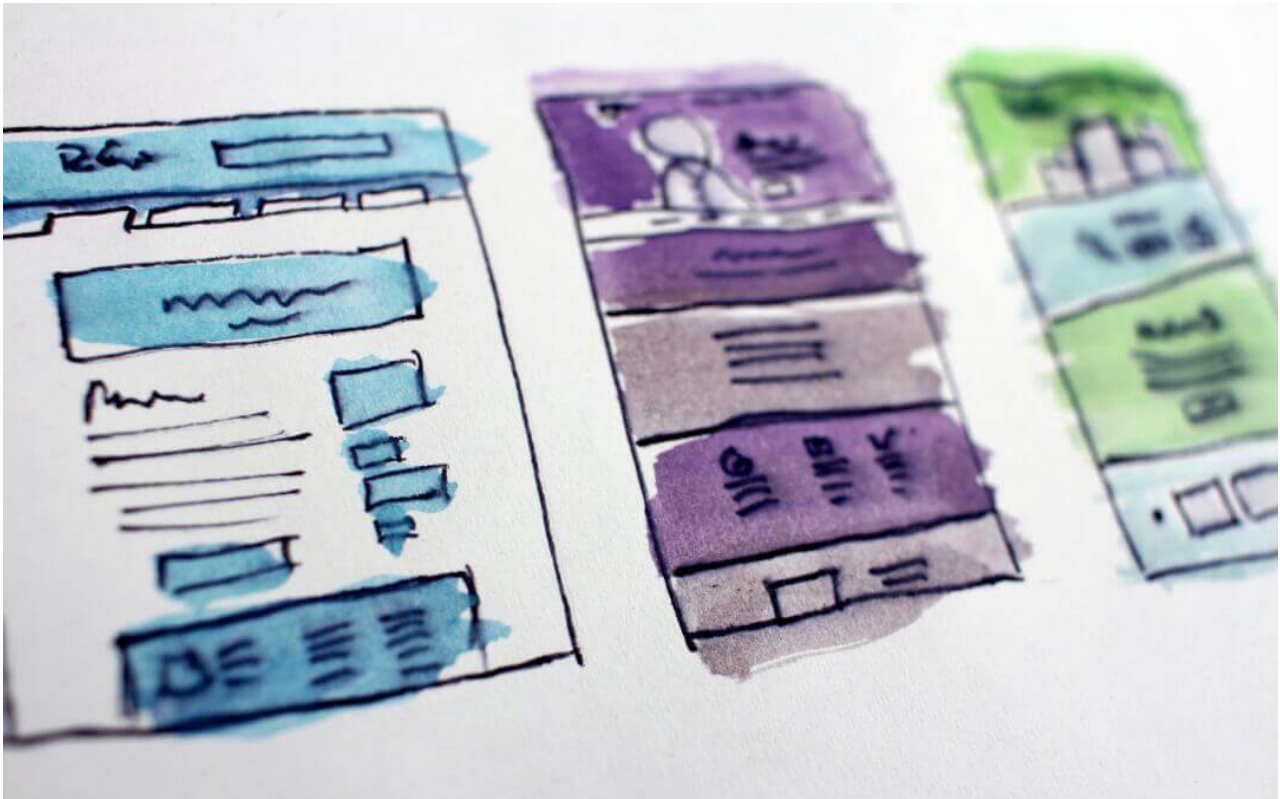


## 7 Email Marketing eksempler til din inspiration

---

[marketingplatform.com/da/ressourcer/7-email-marketing-eksempler-til-din-inspiration/](https://marketingplatform.com/da/ressourcer/7-email-marketing-eksempler-til-din-inspiration/)



Er email marketing stadig relevant?

Det er det i aller højeste grad!

Research fra Statista viser, at der i 2018 var omkring 3,8 milliarder email brugere i verden. Et tal som forudsiges at stige til 4,4 milliarder, når vi runder 2022.

Imellemtiden er der også kommet andre kanaler, mobile messengers, chat apps med videre på markedet, men deres effektivitet er ikke kommet på bekostning af email marketing, men nærmere i samarbejde med.

Og email marketing er stadig så effektivt, at der i 2018 var omkring 281 milliarder emails sendt og modtaget *hver eneste dag* verden rundt. Og som om det ikke er vildt nok, så er det en trend der går i retningen af at der i 2022 bliver sendt og modtaget omkring 347 milliarder emails verden rundt dagligt. Så potentialet i email marketing er stadig... **STORT!**

**Hvordan i alverden kan jeg så skille mig ud fra mængden?**

---

Du kender sikkert udemærket fornemmelsen af at have indbakken fyldt til randen, hver eneste dag. Hver eneste email vil have din attention. Nogle dog noget mere insisterende og interessante end andre. Du ved som regel ogs hvad der skal til for at du ender med at åbne, læse og udøve en form for engagement ud fra emailen.

Kort fortalt er der 3 grundlæggende ting, man skal have på plads for at trigge folk til at åbne en email:

- Tidspunktet – Sørg for at modtageren får emailen på det helt rigtige tidspunkt
- Indholdet – Ramme modtageren med den perfekte emnelinie
- Den rette modtager – Segmentér din email liste, så den rigtige person får det rigtige budskab

Selv om du har styr på alle 3 ovennævnte ting, så kan det stadig gå galt. Hvis din emnelinie har lovet ting, som selve indholdet i emailen ikke lever op til, så vil dine modtagere næste gang måske ikke åbne dine emails, da de er blevet skuffet over indholdet.

Når alt dette er sagt, hvad du også godt, at når en email marketer rammer rigtigt – altså VIRKELIG rammer rigtigt – så nøjes du ikke kun med at klikke og åbne emailen. Du læser også indholdet, du interagerer med indholdet, og i nogle tilfælde vil du måske endda dele det med dine venner.

Så for at give dig inspiration til at lave email marketing kampagner der virker kan være effektive, har vi her samlet en liste med email marketing eksempler, so forhåbentlig kan fungere som inspiration og sikre, at du fremadrettet kan opleve endnu større succes med din email marketing.

## 1. Grammarly

---

2017 MARCH GLADNESS SAVINGS EVENT



## Become Unstoppable

Claim your title as a writing champion. Upgrade to Grammarly Premium by March 23 and celebrate with a \$69 annual plan.

But hurry — this incredible offer is coming to a close!

[Upgrade Now](#)

Grammarly er et online stave- og grammatiktool, som har en bred og meget divers målgruppe. Det virker måske lidt tørt og som noget, der kun kan være kedeligt at arbejde med?

Forkert.

I 2017 lavede de en kampagne, hvor de spillede på det engelske koncept “March Madness” og lavede det om til “March Gladness” i en tilbudskampagne, hvor de ville have folk til at upgradere deres abonnement til premium.

Grammarly bruger en meget tydelig call-to-action (Upgrade Now) og underbyggede den med en simpel, direkte og meget let forståelig tekst. Kampagnen er fantastisk elegant i dens simplistiske væsen med et meget iøjenfaldende design, som er bygget op omkring et koncept, der bruger tidspunktet på året på en sjov og engagerende måde.

Det sidste fact er specielt relevant, fordi de bruger et engelsk ordspil omkring et produkt, som netop hjælper dig med at forbedre dit sprog – Noget som målgruppen sætter stor pris på.

Vi kan specielt godt lide denne kampagne på grund af den kombination af dels det simple og dels måden den får bragt essensen af produktet med ind kommunikationen med målgruppen.

## 2. Airbnb

---

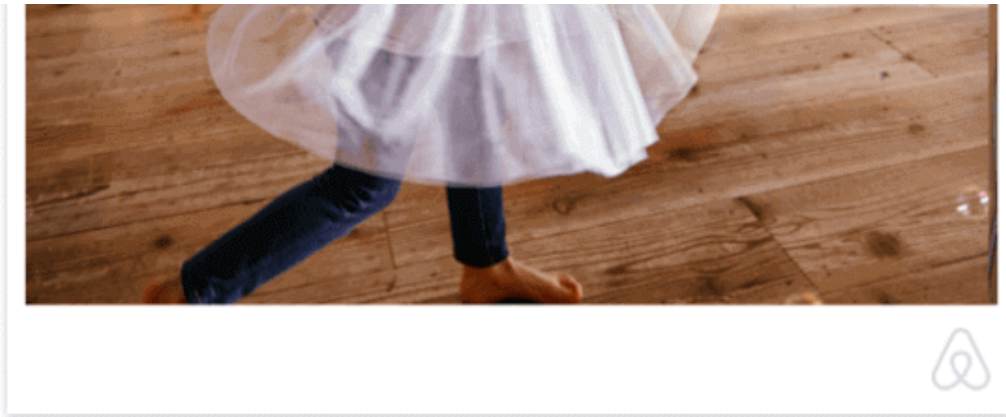


### **This is where it all begins**

Explore millions of inspiring places. Find one to call your own, whether it's far away or close to home.

[Find a place to call home](#)





🔍 Where would you like to go?

Og nu hvor vi taler om det simple, så er denne Airbnb kampagne et fantastisk eksempel på at holde noget simpelt samtidig lykkes med at levere et virkelig kraftfuldt budskab.

En fantastisk kombination af tekst, billede og call-to-action hvor kampagnen skaber en stemning, spiller på følelser og nærmest udfordrer dig til at udforske mulighederne nærmere.

Smukt.

---

---

---

### 3. BuzzFeed

---



## BuzzFeed Dog A Day



### The Dog Who Is Waiting For Her Husband To Return From War

This majestic 8-year-old golden lab mix named Kasey loves sunbathing all day. When she's not sunbathing, she's bothering her cat sister any way she can.

BuzzFeed er mestre i at skabe engagerende, delbart og handlingsrettet indhold.

Hvem kan i al seriøsitet sige nej til [This Week In Cats](#) nyhedsbrevet eller [21 Puppies So Cute You Will Literally Gasp And Then Probably Cry?](#)

Okay, måske skal man være noget af en dyreelsker, men stadig...

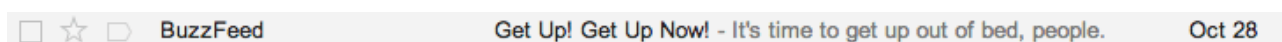
# Europeans Are Sharing All The Things They Do Better Than Americans And It's Painfully Accurate

Yesterday at 21.00



## Europeans Are Sharing All The Things They Do Better Than Americans And It's Painfully Accurate

Der er en vigtig pointe med dette dog, fordi BuzzFeed Daily med deres nyhedsbrev på fremragende vis demonstrerer hvordan man ved at holde emnelinien og preview teksten kort og straight to the point kan komme til at skille sig væsentligt ud fra de mange, mange andre emails som dagligt rammer indbakken:



Overbevisende, ikke sandt? Vi ville i hvert fald åbne den mail for at se, hvad der gemmer sig bag emnelinien og preview teksten.

### 4. Chewy

---

Som vi talte om tidligere, så er en emnelinien som vækker interesse samt timingen af emailen kun en del af det, der udgør en succesfuld email marketing kampagne.

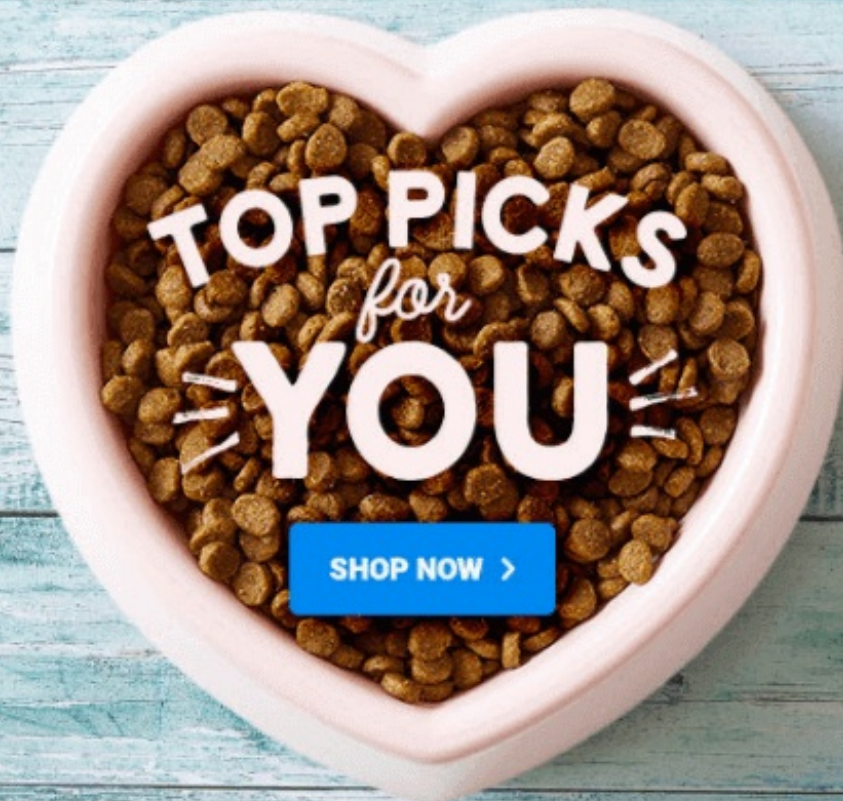
Personalisering er nøglen til at få engageret målgruppen, og undersøgelse som den fra 2014 fra Experian kaldet Email Marketing Study konkluderede, at personaliserede emails har en 29% højere unik open rate og 41% højere unik klik rate, hvilket afføder en *6 gange højere konverteringsrate*.

Personalisering handler om at holde fokus på det vigtigste medlem af samtalen – Læseren.



FREE 1-2 DAY SHIPPING ON ORDERS OVER \$49

chewy



Greenies Regular Dental Dog Treats, 18 count

SHOP NOW >

**Save an extra 5%**  
on this item with every Autoship delivery

Som ved Airbnb eksemplet er det her kæledyrsudstyrproducenten Chewy som har brugt et billede som fungerer spot-on i forhold til deres målgruppe – i dette tilfælde hundeelskere. Med et smart men underspillet tryk på ordet “you”, får de øjeblikkeligt emailen til at handle om læseren.

Dette er understøttet af produktindholdet, som kommer frem, når man scroller i emailen, som er baseret på læserens tidligere køb, inklusive tydelige og overbevisende call-to-actions, som alle giver et indtryk af, at Chewy snakker personligt og direkte til læseren.

## 5. Spotify

Spotify, som vel næppe er ukendt for nogen efterhånden, er den største spiller på markedet inden for music streaming. De er samtidig også eksperter i at bruge målrettet og personligt indhold i deres marketing. Ligesom deres produkt i sig selv jo også er 100% målrettet og personliggjort.

I slutningen af 2016 (og igen i 2017 og 2018) engagerede de deres brugere på brilliant vis ved at udsende en meget personliggjort email, som bragte en individuelt tilpasset playliste, som de kaldte Your 2016, wrapped.

Det meget geniale omkring dette er, at playlisten var bygget op omkring brugerens egne mest spillede sange i løbet af året, sammen med nogle bruger-specifikke analyser, der viste dem hvordan de havde brugt Spotify i løbet af året, og dermed gav brugeren indsigt i hvilke var deres top sange, top artister, top genrer med videre.

Det måske mest interessante er den sidste call-to-action brugt i email kampagnen – Få adgang til din helt egen, helt personlige playliste.

På meget elegant vis har Spotify taget vigtigheden af personliggørelse til sig med deres årlige Wrapped emails. En taktik som har været meget succesfuld i forhold til at fastholde deres kunder.

**Spotify**

# Your 2016, wrapped.

Hey,

2016 has been a year. We made you a playlist of this year's songs that you loved the most. Play it while you read our rundown of your musical 2016, below.

[LISTEN NOW](#)

## Your 2016 in numbers

9,000  
total minutes.

25  
total number of artists.

100  
unique tracks this year.

## Your top tracks

- ▶ **Through The Wire**  
By Kanye West
- ▶ **Angels (Feat. Saba)**  
By Chance The Rapper
- ▶ **Nikes**  
By Frank Ocean

## Your top artists

KAYTRANADA

Schoolboy Q

Childish Gambino

The Weeknd

Migos



## Your 2016 genres

▶ Hip Hop

▶ House

▶ Moombahton

▶ Chillwave

▶ Dancehall

## Favorite day to listen

Mon

Tue

Wed

Thu

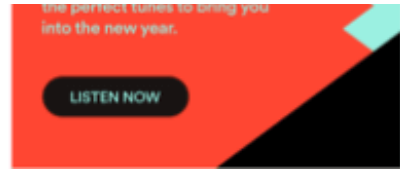
Fri

Sat

Sun

## Your 2016 playlist

Don't forget to listen to your personalized 2016 playlist, the perfect soundtrack to your year.



## 6. Uber

Men det er ikke altid nødvendigt at få samme opmærksomhed fra brugerne, som tilfældet var med Spotify eksemplet ovenfor. Ved at tale rent ud af posen, kan man også engagere og motivere målgruppen. Se engang kampagnen her fra Uber.

Beskeden er krystalklar. Sproget er præcist. Deres call-to-action er helt indlysende.

Det taler til essensen af hvad Uber er. Du har travlt, vi forstår det, og vi er her for at gøre tingene mere simple for dig.

Men med inklusionen af ordene “limited supply” forsøger de også på smart vis at overbevise læseren om at de er nødt til at klikke – og klikke nu, inden det er for sent, og dermed appellere til fear of missing out.

Smart gjort.

---

---

---

## 7. Moo

---



## Business Cards

Customise our modern templates or upload your own designs.

[Shop Business Cards](#)



## Postcards

Use our premium Postcards in short print runs to announce, promote and say hello.

[Shop Postcards](#)



## Square Business Cards

An eye-catching shape for when you want to stand out from the crowd.

[Shop Square Business Cards](#)



## Stickers

From logo stickers to address labels – if you can stick it, you can brand it.

[Shop Stickers](#)





We're not happy until you are. It's the MOO Promise. [Learn more >](#)



[Unsubscribe](#) | [View online](#) | [Privacy policy](#) | [Refer a friend](#)



© MOO Print Limited. 2nd Floor, 20 Farringdon Road, London, EC1M 3AF. Company Number: 5121723

Vi har taget Moo med i eksemplet her fordi de, ligesom Grammarly, viser hvordan man med lidt opfindsomhed kan gøre et ellers relativt kedeligt produkt, som befinder sig i et marked, der nærmest flyder over med konkurrence, interessant, og gøre det på en både engagerende og spændende måde, mens de samtidig formår at få deres eget produkt til at skille sig ud i forhold til deres konkurrenter.

Indholdet er let fordøjeligt og sjovt – lavet med fuldt overlæg, naturligvis.

Den starter med ordlegen “Desk to Impress” (taget fra frasen “Dress to Impress”) og understøtter den med meget elskelige billeder.

Det er dog selve teksten i emailen, som er stjernen i denne kampagne:

**Desk to impress**

Conversation-sparking mug? Check. Picture of your one and only? Check. Insanely impressive Business Cards, Postcards and Stickers? Let's do this. At MOO, we make incredibly premium products that help you reach more than just your desk goals. (But, hey, your desk is a great place to start.)

[Shop now](#)

Den indledende tekst med:

Conversation-sparking mug? Check. Picture of your one and only? Check.

Dette leder på brilliant vis videre til pointen af emailen – Moo's produktlinie:

Insanely impressive Business Cards, Postcards and Stickers? Let's do this.

Boom!

På nærmest bedragerisk simpel måde har Moo engageret læseren, og hiver dem ind i en samtale om deres egen arbejdsverden, som giver god genklang med læseren. Det er den sjove og lidt skæve indhold som kommer til at fremstå meget ærligt i dette tilfælde, som får læseren til at ville vide mere.

Og mens vi bruger tid på at rose teksten og budskabet i kampagnen her, bør vi også bruge tid på at rose den grafiske fremstilling af indholdet. Specielt hvordan man på underspillet vis får fortalt læseren, hvad han eller hun kan forvente i form af kvaliteten af de produkter, de får fra Moo.

---

---

## Har du hvad der skal til?

Disse er kun en håndfuld email marketing eksempler som vi har bragt som inspiration, og vi er konstant på udkig efter flere gode eksempler, som vi kan opdatere dokumentet med fremadrettet og laver nye artikler med.

Kunne én af dine kampagner måske inkluderes til inspiration for andre, som søger email marketing eksempler?

Nu er det din tur til at imponere andre!

## 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.