

Forbedr email engagement med animerede GIF'er

 marketingplatform.com/da/ressourcer/forbedr-email-engagement-med-animerede-gifer/



Med mindre du har boet under en sten i det seneste år, vil du have bemærket at de emails du modtager, bliver mere og mere kreative. Kampen om pladsen i dine kunders indbakke er hård, så det gælder om at gøre sig så interessant som muligt. Trivialitet er der ikke plads til i dag. Alle forventer noget særligt.

En af de interessante og sjove måder er ved at benytte animerede GIF'er i emails.

Hvad er en GIF?

GIF'er (kort for Graphics Interchange Format) har været brugt siden slut 80'erne/start 90'erne og adskiller sig fra andre billedformater som JPG og PNG ved ikke at kunne indeholde så mange farver som JPG eller PNG, men samtidig kan en GIF være animeret, hvilket JPG og PNG ikke kan.

GIF billeder og animationer har egentlig været brugt i mange år på websites verden over, men hvor man i gamle dage så mange horrible eksempler på brugen af dem, og hvor de i mange tilfælde oftest nærmest fremstod som en joke, er der i dag mange flere sjove og interessante måder at bruge animationerne på. Folk er blevet *kreative*.



Og her kan man samtidig konstatere, at flere og flere begynder at bruge animerede GIF'er i deres email marketing.

Langt de fleste emailklienter kan i dag læse og vise GIF'er. Det betyder, at folk kan blive præsenteret for en animeret grafik, som kan vække interessen i større grad hos modtageren, end hvis de blev mødt af et kedeligt, statisk billede.

Hvornår bør man bruge animerede GIF'er?

Det første man bør overveje er, om en animeret GIF passer til den målgruppe man har – eller hvordan man i givet fald bør lave budskabet og indholdet af animationen. For selv i de mere seriøse brancher kan man se en virksom brug af en animation, f.eks. ifm. præsentation af et nyt produkt.

Hvis vi kigger på den lidt mere tekniske del, er der flere gode grunde til at overveje animationer i emails.

Den første grund er, at du får forhøjet engagementet i dine emails. Det vil hjælpe med at fastholde attention i dine emails, og det vil hjælpe med dine fremtidige open rates, idet folk bliver vænnet til, at dine emails altid tilbyder noget friskt og interessant. Alene af denne grund bør du kraftigt overveje at bruge animationerne.

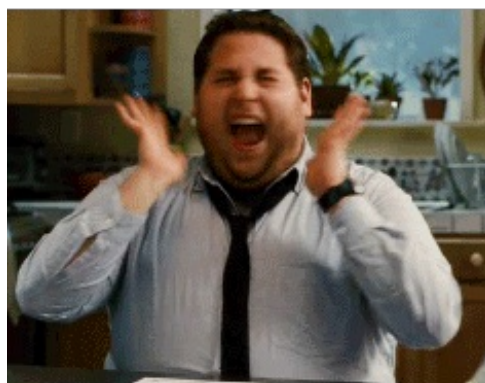
En anden grund er, at det kan være en god måde at erstatte en animation, som du gerne vil vise, men som ellers ikke ville kunne lade sig gøre, da de fleste email klienter ikke understøtter videoklip i emails. Med en animeret GIF kan du vise en kort demonstration af en ny feature på din webshop eller en kort video fra dit lager, hvor du modtager den nye forårsskollektion.

Vær kreativ og straight to the point

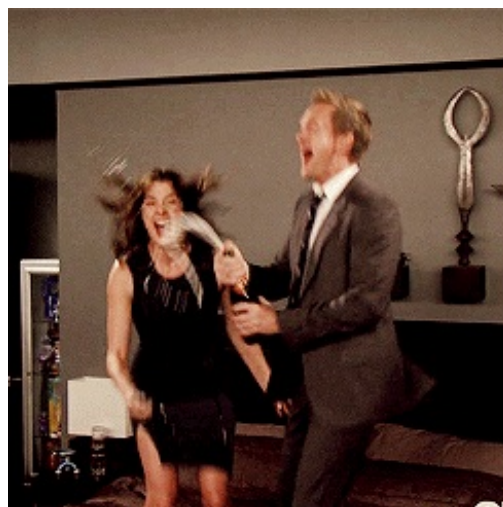
Og GIF'erne kan bruge på mange kreative måder.

GIF'erne bør ikke være lange. De skal være korte og straight to the point. Det kan f.eks. være at du vil vise at de nye sneakers lige er landet på webshoppens

Eller at du er glad for det fantastiske forårssalg du havde



Eller måske du snart har udsalg og du vil køre opmærksom på det med en nedtælling

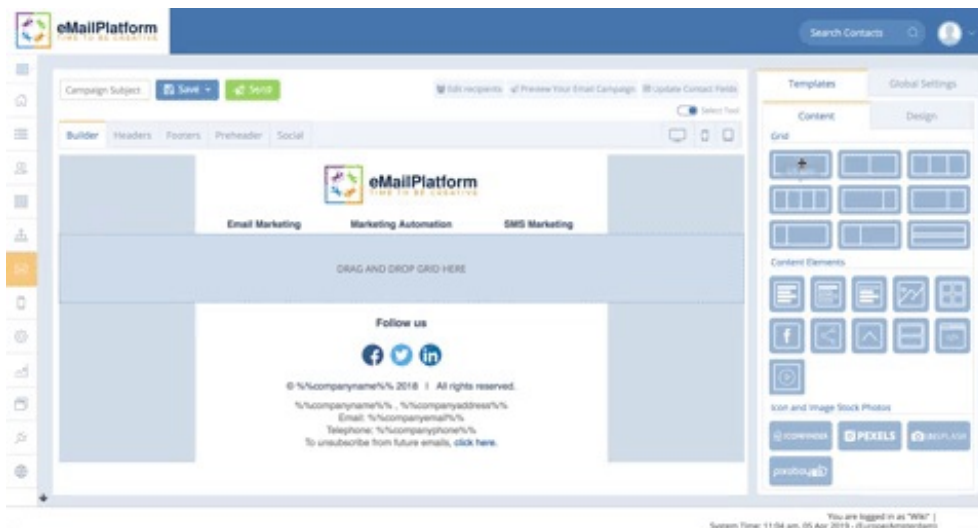




Det var nogle lidt mere useriøse – men samtidig nogle der kan være med til at give et lille smil på læben.

Og det er dét der er vigtigt. Sørg for at lave emails, hvor modtageren ved, at hvis man åbner den, så er der altid noget sjovt, sødt, informativt, inspirerende eller hvad det nu end kan være, der passer ind i netop din målgruppe.

Men de animerede GIF'er kan også bruges lidt mere seriøst og informativt. Her er f.eks. en kort animation der viser brugen af Builderen i MarketingPlatform



Vær OBS på om email klienten understøtter den animerede GIF

Det er værd at være opmærksom på, at der stadig er nogle få email klienter, som ikke kan vise animerede GIF'er. Blandt andet har gamle versioner af Outlook problemer med dette. Men langt de fleste email klienter giver i dag muligheden.

Hvis du gerne vil være sikker på, at så mange som muligt kan se dine animerede GIF'er i dine emails, kan du via [Email on Acid](#) få et preview af din email i langt de fleste emailklienter og på tværs af enheder.

Hvis en email klient ikke understøtter animerede GIF'er vil de som regel nøjes med at vise første frame af animationen. Det vil sige, at du trods alt ikke ender med et gabende hul i din email, hvis email klienten ikke kan læse animationen.

Du kan med fordel sørge for, at hvis din animerede GIF skal indeholde et *pay-off* af en salgs ("køb på webshoppen" el. lign), så kan dette stå i første frame af din animation, så du er sikker på, at alle ser den.

Hvordan laver man animerede GIF'er?

Det er faktisk ret simpelt at lave sine egne animerede GIF'er. Det kan gøres via videoredigeringsprogrammer eller programmer som Adobe Photoshop, men der findes også en lang række billige eller endog gratis muligheder på nettet. F.eks. hos giphy.com hvor man kan uploade en videosekvens eller flere sammenhængende billeder, hvorefter giphy.com hjælper med at transformere materialet om til en animeret GIF. Det er endda muligt at dekorere på GIF'en med tekst og andet.

Tænk over når du laver den animerede GIF, at den ikke bør være for lang. Folk er ikke gode til at fastholde attention alt for lang tid i en email. Man er ganske enkelt ikke vant til at bruge for meget tid på at læse en email. I mange tilfælde er det blot noget, man hurtigt skimmer igennem. Så hold den så kort og straight to the point som muligt, også for samtidig at reducere størrelsen på filen således, at den ikke fylder for meget, når den bliver sendt ud til dine kontakter.

Hvis du ikke har mulighed for eller mod på selv at lave din animation, findes der en lang række websites som tilbyder gratis GIF'er. F.eks. på førnævnte giphy.com, hvor der en stor databank af gratis GIF'er, som kan bruges. Det er muligt at søge efter bestemte temaer som 'happy', 'sad', 'money' eller meget andet.

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.