

Hvad er en transaktionel email?

 marketingplatform.com/da/ressourcer/hvad-er-en-transaktionel-email/



Der hersker vel efterhånden ingen tvivl om hvor effektiv Email Marketing og Marketing Automation reelt er, når det bliver eksekveret korrekt. Det er som nævnt i andre artikler på vores website almindelig kendt, at man gennemsnitligt har en ROI cirka x 40 på ens Email Marketing aktiviteter og ligeledes, at man ved at arbejde med segmenter kan få 6-7 gange bedre resultater.

En af de mest effektive typer af emails i Email Marketing og Marketing Automation er transaktionelle emails – eller transactional emails, som man ofte også hører det omtalt. Vi har ofte dialog med vores kunder om denne type emails, og der kan af og til herske lidt forvirring omkring hvad denne type af emails egentlig er. Så lad prøve at se nærmere på dette.

Bliver udløst af en bestemt handling

Modsat af hvad man egentlig skulle tro, er transaktionelle emails ikke *kun* emails, som bruger i webshop og eCommerce sammenhæng. En transaktionel email er en email som bliver udløst af en bestemt handling, som en kunde eller kontakt har foretaget. Altså er forskellen på en transaktionel email og en almindelig marketing email, at førstnævnte bliver automatisk triggeret af en bestemt handling, mens en almindelig marketing email er planlagt og sendt ud til en bestemt liste af modtagere. Så en transaktionel email er en del af Marketing Automation mekanikkerne, og det kan bruges af webshops, SaaS

virksomheder, almindelige websites og alt der imellem.

Man kan sige, at en transaktionel email er en email, som skal fuldføre en “transaktion” mellem afsender og modtager. Altså indeholder en transaktionel email information, som modtageren har efterspurgt, og som dermed er vigtig for modtageren, og det er en email som ofte er skræddersyet til modtageren. Af samme årsag er denne type emails ekstremt vigtige, da de indeholder information, der kan være essentiel for kundeoplevelse med virksomheden.

Eksempler på transaktionelle emails kan være:

- Man tilmelder sig et webinar og modtager login information
- Man opretter en konto og modtager information om oprettelsen
- Man har glemt sit password og får nyt tilsendt
- Man tilmelder sig en liste og får efterfølgende et whitepaper tilsendt

OPRET NY ADGANGSKODE

Hej Flemming

Du har bedt om at få en ny adgangskode til Klub SPORTMASTER.

NULSTIL ADGANGSKODE

Men transaktionelle emails kan også være mere minded på eCommerce eller decideret salg:

- Bekræftelse af din ordre samt leveringsdata
- Status på forsendelsen
- Forladt varekurv / Abandoned basket emails
- Opgradering på abonnement af prispakke

Varer	Antal	Pris
Under Armour Showdown Golfshorts Herre Varenummer: 209-1309547-001#001_A005628246 Size 34	1	400,00 DKK
Nike Flex Golf Shorts Herre Varenummer: 3B-AJ5495#015_A006343641 Size 34	1	450,00 DKK
Nike Flex Golf Shorts Herre Varenummer: 3B-AJ5495#609_A006356481 Size 34	1	450,00 DKK

Hvorfor virker transaktionelle emails så godt?

Transaktionelle emails indeholder som omtalt information, som modtageren har efterspurgt og i mange tilfælde direkte har brug for. Derfor er åbningsraten ofte markant højere på denne type emails. Og i forlængelse heraf vil Click-Through-Raten naturligvis også ofte være ganske høj, hvis emailen indeholder et link, som er vigtig for dialogen.

Samtidig, fordi indholdet indeholder meget værdigfuld information, booster det forholdet mellem kunde og modtager og skaber troværdighed. Branding spiller også en væsentlig rolle her, da det er en oplagt måde at få præsenteret virksomhedens designlinje med logo, font, farver med videre.

Best practices for transaktionelle emails

Her er et par tips til hvordan du bedst kommer i gang med og benytter transaktionelle emails:

- Brug altid en reply-to emailadresse, som man kan skrive tilbage til. Dette gælder for øvrigt også ved de almindelige marketing email kampagner, du udsender. At bruge en no-reply svarer til at fortælle dine kontakter og kunder, at du egentlig ikke ønsker at høre fra dem.
- Vær meget klar omkring hvorfor du sender din email

- Få authenticeret dine emails med SPF og DKIM, så du sikrer større deliverability og dine emails ikke ryger i spam
- Inkluder navnet på din virksomhed i afsendernavnet, så kunden ved, at det er en vigtig email, og at den kommer fra din virksomhed
- Da åbningsraten på denne type emails ofte er meget høj, giver det dig en god mulighed for at lave opsalg eller tilføje ekstra information om din virksomhed, som du mener er relevant. Men vær meget varsom – du vil ikke ønske af den transaktionelle email bliver ansat som spam, så brug det med omtanke.

Vil du vide mere om, hvordan du kan arbejde med transaktionelle / transactional emails i MarketingPlatform, kan du [booke en demo](#) med en af vores dygtige kollegaer, som kan fortælle dig alt om mulighederne i platformen.