

Hvorfor ender mine nyhedsbreve i SPAM-folderen?

marketingplatform.com/da/ressourcer/hvorfor-ender-mine-nyhedsbreve-i-spam-folderen/

En af de ting man frygter mest, når man afsender sit nyhedsbrev, er at de ender i SPAM folderen. Det kan virke som en kamp, som er umulig at vinde, men er du en seriøs afsender, så er der markant mindre risiko for at dine mails undgår modtagerens indbakke. Du kan læse mere her om [definitionen af SPAM](#). Her følger en række af gode råd til hvordan du bedst sikrer at dine mails rent faktisk havner i indbakken hos modtageren. **1. Undgå inaktive modtagere på dine lister** En inaktiv modtager, dvs. en person der ikke åbner dine nyhedsbreve, er potentielt et dårligt kort at samle på. Ikke alene spilder du fokus på disse modtagere, men værre er, at de ødelægger din leveringsevne til de modtagere, der gerne vil have dine email marketing beskeder.



2. Vær ikke bange for at slette inaktive modtagere

Mange ønsker ikke at rydde op i sine lister. Men det er en forkert indstilling, der direkte kan være skadelig, hvis du ønsker at så mange som muligt skal modtage dit nyhedsbrev. Sørg for at engagere og involvere modtagerne af nyhedsbrevet. Lav f.eks. spørgeskema og hent flere oplysninger om modtageren af nyhedsbrevet – og brug denne information til at skabe skarpe segmenter, hvor du endnu bedre rammer modtageren.

3. Indholdet skal være i orden

Indholdet skal være en kombination af billeder, grafiske elementer og rigtig tekst. Mails der optræder 100% grafiske, dvs. ofte med et stort billede, vil ikke have samme

mulighed for at blive leveret til modtagerens indbakke. Ligesom mailen generelt ikke vil have effekt. Læs om korrekt opbygning af skabelon til email marketing [online her](#).

4. Vær påpasselig med dårlig kode

En dårlig programmet mailtemplate eller indhold i mailen kan være nok til at SPAM-filtrene reagerer. Et eksempel kan være indhold som bliver kopieret direkte ind fra Word eller et andet tekstbehandlingsprogram.

5. Vær omhyggelig med afsendernavn

Kender folk ikke navnet på afsenderen, og i det store hav af mange nyhedsbreve som man i forvejen modtager, er der større risiko for at modtageren markerer en mail som spam, hvis ikke de kender afsendernavnet. Overvej derfor en kombination af virksomhedens navn samt navnet på personen, som udsender nyhedsbrevet.

6. Personliggør mailen

Indsæt om muligt navnet på modtageren af emailen via et merge felt, som SPAM-filtrene kan se, at du rent faktisk kender modtageren af nyhedsbrevet.

7. Overvej frekvensen af udsendelser

Send ikke pludselig en masse mails ud, hvis du ikke har brugt dine lister i lang tid. Et markant, pludselig forøgelse kan vække interessen fra spam filtre.

8. Vær omhyggelig med ord

Ord som gratis, penge, kontanter, vind m.v. er typisk ord som er brugt i en spam-verden. Undgå også vendinger som klik her, sidste chance, skynd dig m.v. Råb ikke af modtageren med udelukkende at bruge versaler, og lad være med et overdreven brug af udråbstegn. Undgå generelt at lave mærkelige formatteringer med teksten, bruge mange farver og bruge dårlig kodning.

9. Tekst er bedre end billeder

Sørg altid for at have en overvægt af tekst i forhold til billeder og du skal også sørge for at have en god mængde tekst i forhold til antallet af links i mailen.

10. Søg engagement fra dine nyhedsbrevmodtagere

Sørg for at lave indhold, som modtageren har lyst til at interagere med.

11. Splittest dine mails

Brug splittest funktionen til konstant at teste hvilken type indhold, som nyhedsbrevsmodtageren bedst responderer på. Test overskrifter, afsendernavn, indhold m.v. konstant for at finde frem til bedst mulige resultat.

12. Opsæt DKIM og SPF

Ved at anvende en opsætning med SPF og DKIM (for større kunder) er du kraftigt med til at sikre at undgå at ryge i SPAM folderen. Kort fortalt benytter man SPF til at fortælle de andre mailservere, hvilke mailservere dit domæne bruger til at udsende dine mails. Er din mailservere på listen, er der god chance for at din mail ryger igennem til

indbakken. Er den modsat ikke, er der stor chance for at ryge i SPAM folderen. DKIM er en digital signatur af de mails, som bliver afsendt. Du kan læse nærmere her med en omfattende gennemgang om [“Sådan anvendes SPF og DKIM”](#).

13. Spamtest dine mails

Brug et tool som f.eks. <https://www.mail-tester.com/> til at teste, om dine mails har chance for at falde i SPAM. Gør det således at du opretter en mailliste kun med mailadressen til <https://www.mail-tester.com/> nemlig web-6rqqc@mail-tester.com (tjek på websitet om dette stadig er den aktuelle mailadresse) og så sørg for at sende din færdige mail til denne. Gør du dette, vil den medtage værdier fra din DKIM opsætning m.v. og dermed give et mere reelt billede.

14. Tjek op på dine automation flows jævnligt

Det kan anbefales at holde øje med opsatte flows jævnligt, så det sikres, at nogle ved en fejl ikke modtager en stor bunke mails på en måde, som irriterer dem, og dermed ignorerer dine mails – som dermed skader dit ‘sending reputation’.

15. Gør det nemt for folk at afmelde sig

At få en klage over SPAM er noget af det sidste du ønsker dig. Det er derfor vigtigt, at det er nemt for folk at afmelde sig fra din liste. Lad linket fremgå tydeligt i dine emails, så folk ikke skal lede efter det, eller få fornemmelsen af at de er “fanget” af dine mails. Og tænk på, at en afmelding af dit nyhedsbrev ikke nødvendigvis er en dårlig ting. Det er blot en indikation af, at personen ikke ønsker at følge dig længere – og du undgår samtidig sure miner fra kunden.

Overholder du ovenstående guidelines vil du været hjulpet godt på vej i målet om at sikre, at dine mails når hele vejen frem til indbakken.

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.