

De ultieme e-maildesign checklist

Onderwerpregel

- Schrijf een relevante onderwerpregel die aandacht trekt.
- Vermijd spamgevoelige woorden en tekens:
Promotie, Speciale Aanbieding, Korting, Procent, Gratis, Herinnering, %, !, €
- Personaliseer de onderwerpregel indien mogelijk.
- Voeg een toepasselijke emoji toe als het een meerwaarde biedt.
- Houd rekening met de lengte!
- Controleer op typ- en spelfouten.

Preheader

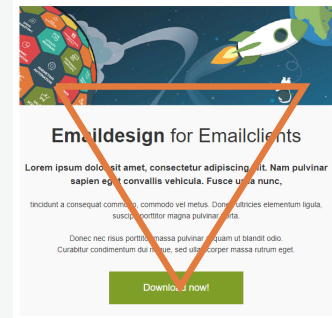
- Houd de preheader tekst kort en bondig.
- Houd rekening met de lengte!
- Bied waardevolle context aan de onderwerpregel.
- Plaats de preheader tekst bovenaan het e-mailbericht.

E-mailbreedte

- Stel de standaardbreedte in tussen 600px en 700px.
- Het maximum van 700px niet overschrijden.

Structuur

- Content links uitlijnen indien veel tekst.
- Content centreren indien weinig tekst.
- Gebruik het Inverted pyramid model om de lezer te leiden naar een call-to-action.
- Gebruik een Zig-Zag lay-out om verschillende secties te onderscheiden (start linksboven met een afbeelding).
- Beperk het aantal kolommen.



Header

- Voeg het logo en/of de bedrijfsnaam toe. Maak duidelijk wie de zender is.
- Maak de header aanklikbaar.
- Voeg een "View in browser" link toe.
- Geef de header een andere kleur dan de body tekst.

Kleur

- Kies maximum 3 verschillende kleuren.
- Gebruik de huisstijlkleuren.
- Geef de header en footer een andere kleur dan de body tekst.

Body tekst

- Het belangrijkste eerst!
- Houd het e-mailbericht zo kort mogelijk.
Het gebruik van interne links wordt dan ook sterk afgeraden.
- Maak het e-mailbericht scanbaar: gebruik titels, subtitels, cursieve en vetgedrukte tekst.
- Personaliseer de body tekst indien mogelijk.
- Gebruik Dynamic Content om de lezers te voorzien van een selectie relevante informatie.
- Controleer op typ- en spelfouten.

E-mail veilige lettertypen

- Kies maximum 3 verschillende lettertypen.
- Kies lettertypen die passen bij de content.
- Gebruik e-mail veilige lettertypen:
Arial, **Arial Black**, Bookman, Calibri, Century Gothic, **Comic Sans MS**, COPPER-PLATE, Courier New, Garamond, Geneva, Georgia, Helvetica, **Impact**, Lucida Sans Unicode, Palatino, Tahoma, Times New Roman, Trebuchet MS en Verdana.
- Vermijd weblettertypen.
- Stel fallback lettertypen in.

Lettergrootte

- Tussen 14px en 16px voor lange e-mailberichten.
- 16px voor korte e-mailberichten.
- 16px voor mobiel.

Afbeeldingen

- Kies afbeeldingen passend bij de content.
- Zorg voor een goede balans tussen tekst en afbeeldingen!
- Afbeeldingen links uitlijnen.
- Voeg alt-teksten toe aan alle afbeeldingen.
- Gebruik geen achtergrondafbeeldingen.
- Vermijd overmatig gebruik van afbeeldingen.
- Gebruik het juiste formaat.

Call-to-action

- Maak de call-to-action kort en duidelijk!
- Maak de call-to-action groot en klikbaar!
- Trigger de verwachtingen.
- Gebruik actieve werkwoorden.
- Geef de call-to-action een contrasterende kleur ten opzichte van de achtergrond.
- Geef de call-to-action ruimte.
- Vermijd overmatig gebruik van call-to-actions.
- Vermijd call-to-actions in de vorm van een afbeelding.

Video

- Gebruik een statische afbeelding met een play-icoontje en link naar de video op YouTube of desbetreffende landingspagina.
- Voeg een video toe aan een landingspagina.
- Gebruik geanimeerde gifs in de plaats van video's.

Geanimeerde gifs

- Alternatief voor video's.
- Voeg belangrijke informatie toe op het eerste frame indien de geanimeerde gif niet kan afspelen.
- Vermijd overmatig gebruik van geanimeerde gifs.

Witruimte

- Voorzie witruimte rond call-to-action knoppen.
- Geef content ruimte.

Lijnen

- Alternatief voor witruimte.
- Maak verschillende secties per type content.

Footer

- Voeg het logo en/of de bedrijfsnaam toe.
- Voeg contactgegevens toe.
- Voeg een uitschrijflink toe (verplicht).
- Geef de lezer de mogelijkheid om zijn/haar profiel aan te passen.
- Link naar sociale mediakanalen.
- Voeg een doorverwijslink toe.
- Link naar de supportpagina indien nodig.
- Geef de footer een andere kleur dan de body tekst.