



© 2011 MailEasy International AB

www.maileasy.se

Designhäftet

När du kört fast, eller vill ha hjälp på traven.

Materialet är framtaget i samband med utbildningsturnén 2011.

Praktiska designtips

En lista att gå igenom inför varje mall/brev du tänkt skapa, det sätter sig i ryggmärgen till slut.

Se till att **minska era bilder korrekt** (länka alltid direkt till bildens fysiska storlek) för en bibehållen layout vid utskick.

Filer ska ha **korrekta filnamn** anpassade för webben, men också gärna för innehållet. Uteslut alltså åäö, versaler, mellanslag och andra specialtecken.

Undvik rörlig media så som flash-filer eller GIF-animationer eftersom de i regel endast fungerar i brevets webbversion och dessutom försvårar framkomligheten.

Se till att er layout ser så bra ut som möjligt till så många som möjligt. **Enkelt utformat och testskickat.**

Bakgrundsbilder är inte att rekommendera. De läses inte in och lämnar då ett vitt fält. Detta inkluderar, skuggor, toningar och mönster.

Bakgrundsfärg läggs in i såväl **body-taggen**, `<body bgcolor="#000000">`, som i **container-cellen**, `<td style="BACKGROUND: #e0e0e0">`, runt ert brev. E-postklienter läser nämligen in detta på olika sätt.

De 3 gestaltlagarna

För att få tydlighet i layouter kan dessa vara bra att använda sig av.

Närhetens lag

Texter och bilder som är placerade nära varandra tycks höra ihop.

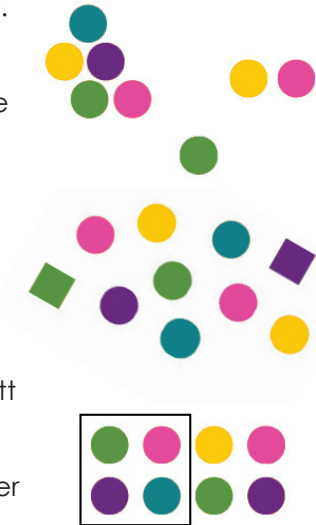
Likhetens lag

Texter eller bilder som liknar varandra, tex i färg eller form, tycks höra ihop.

Slutenhetens lag

Texter eller bilder som på något sätt är inslutna tycks höra ihop.

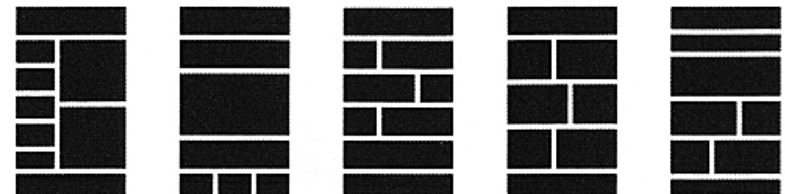
De kan vara inslutna av en ram eller en färgad bakgrund. Ibland kan kompositionen i en bild vara sluten.



Vanliga layouter

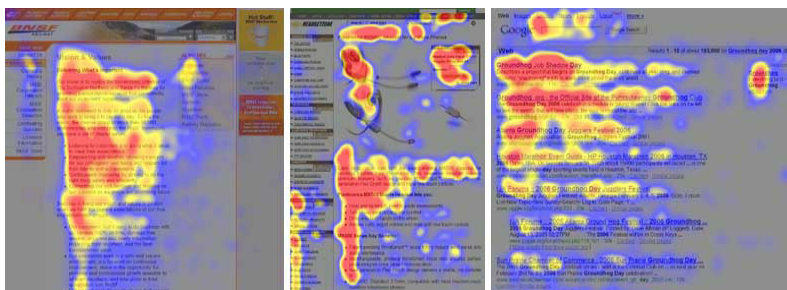
Se fem olika varianter på upplägg i nyhetsbrev nedan.

Vilken använder ni er av och kanske får ni inspiration till ett nytt upplägg inför nästa nyhetsbrev.



Att bygga en layout

Vi vill dela med oss av ett par riktlinjer och exempel kring layout på webben och framförallt nyhetsbrev. Hur ni bäst dispositionerar ert innehåll helt enkelt.



Mottagaren kommer inte att läsa ert utskick ord för ord, därför ska det vara enkelt att skanna av innehållet. Ögat ska ha det enkelt att hitta rätt väg genom utskicket och kunna ta till sig budskapet så snabbt som möjligt.

Genom forskning har det visat sig att i layout på webben får vänsterspalten 70% mer uppmärksamhet än högerspalten. Detta gäller även för era nyhetsbrev. Se ovan, det så kallade F-mönstret som beskriver hur människor läser innehåll på webben. Utifrån detta kan vi dra slutsatsen att högerkolumnen riskerar att bli ett svart hål för viktig information.

Se därför högerkolumnen som en verktygslåda med bra länkar som sällan används men som finns i närheten när man väl behöver dem, huvudinnehållet skall finnas löpande i mitten av ert brev.

Formulär innehåller kod för att hämta eller skicka information mellan databaser, vilket inte godkänns av e-postklienter. Länka istället till formuläret från utskicket och få statistik.

Ert utskick bör **inte ha en bredd över 660 pixlar**. Det blir problem för mottagare att se hela brevet utan att scrola i sidled om brevet är för brett. Håll helst bredden mellan 500-600 pixlar.

Grafik längs brevs ytterkanter kan inte upprepas dynamiskt efter brevs längd på grund av begränsat HTML-stöd i flertalet e-postklienter. **Ramar så som skuggeffekter och andra grafiska element** är alltså inte att rekommendera.

3D-effekten med overlappande grafiska objekt kan endast åstadkommas genom att layouten läggs in som en låst bild. Layouten bör optimalt sett vara byggt i ett rutnät av celler.

Bilder bör ha **ALT-texter** som ersätter bilden vid bildblockering. Våga vara kreativ. Alt-texterna ska spegla ert budskap och gärna mana till handling.

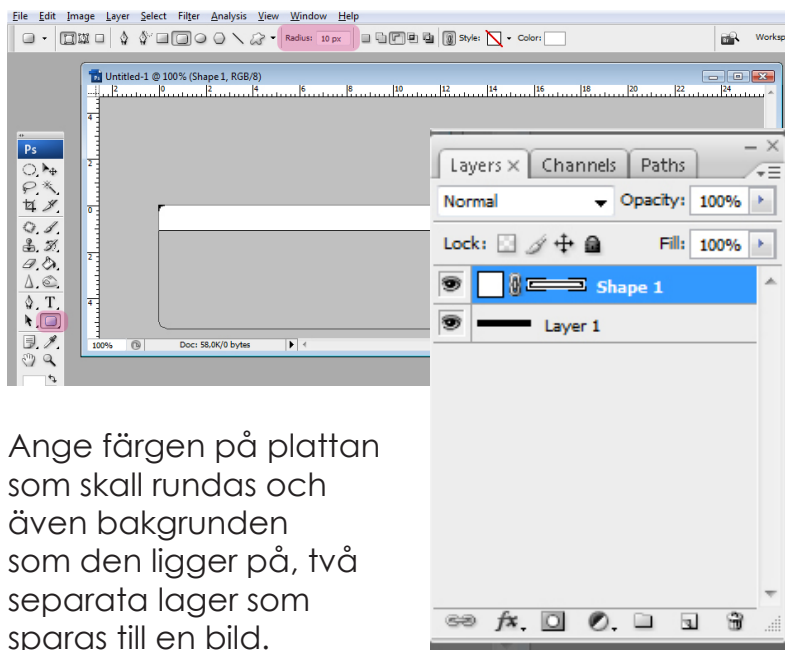
Bilder ska vara i **RGB-läge** (skärmvisning) och inte i CMYK (tryck). Detta ändras exempelvis i Photoshop under "Bild/Image och Läge/Mode".

Rundade hörn

Skapa en mjuk övergång från bilder och brevets ytterkanter mot bakgrunden med rundade hörn.

Skapa rundade hörn i topp och botten av brevet

I Photoshop eller dyl. kan ni välja att skapa rektangulära figurer med rundade hörn, radien på rundningen avgör ni själv. För kanter på brev kan 15-20 pixlar vara en bra måttstock.



Ange färgen på plattan som skall rundas och även bakgrunden som den ligger på, två separata lager som sparas till en bild.

3

Anpassa era länkars utseende

Använd er av tydliga uppmaningar till handling, "call to actions". Läsaren ska alltid veta exakt vad som händer vid ett klick.

Välj färger som ger hög kontrast för att öka läsbarheten. Lägg in färgen i källkoden: `Besök vår hemsida`
Resultat: [Besök vår hemsida](http://www.maileasy.se)

Utnyttja webbversionen

En tydlig länk som leder till webbversionen för de klienter med begränsat HTML-stöd. Det hjälper även de med syn- och lässvårigheter samt de med annat modersmål eftersom de där kan ändra textstorlek eller använda talsyntes.

Undvik helst detta

- Layouter endast uppbyggda av bilder.
- Bakgrundsbilder (toningar, bilder, skuggor osv.)
- Att bygga nyhetsbrev som hemsidor. Låt det vara kort och koncist, som en inkörsport vidare.

Byt ut er CSS mot *Old School* HTML i tabeller och celler. Ex: `<td style="TEXT-ALIGN: center; PADDING-BOTTOM: 0px; PADDING-LEFT: 0px; PADDING-RIGHT: 0px; BACKGROUND: rgb(255,255,255); HEIGHT: 100px; VERTICAL-ALIGN: top">`

12

Skapa egna mallar

Det är både enklast och snabbast att anlita en professionell designer för designen på ert nyhetsbrev. Vill ni själva testa er fram ger vi här en del nyttiga tips.

Tänk på att

- Ett brev läses endast 11 sekunder i snitt.
- Nästan 40% av tiden läggs på brevets rubrik
- De allra flesta läser sina brev i e-postklientens fönstret för förhandsgranskning.

Ni bör därför

Skapa igenkänning med er grafiska profil

Förutom er logotyp bör även typografi, färger och bildspråk höra samman med er visuella profil.

Undvika problem med bildblockering

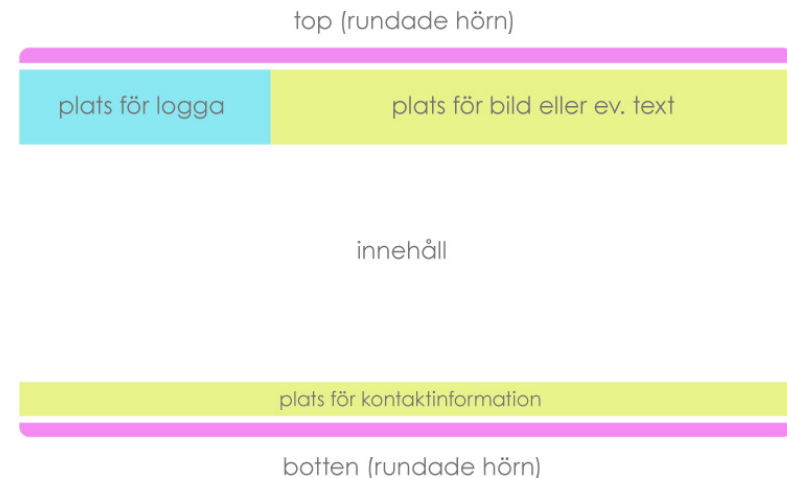
Använd ALT-texter på allt bildmaterial. Mixa bilder och ren text, ingen text bör ligga i bilder.

Anpassa ert brev för olika e-postklienter

Använd en pre-header och display-block på rundade hörn och sidhuvuden för en bibehållen layout oavsett mottagarens klient.

Testskicka till åtminstone en webbklient (Gmail/Hotmail) och en enhetsberoende (Outlook).

Inne i brevet kan det sedan se ut liknande detta:



För att arbeta med rundade hörn i en bibehållen layout, oavsett mottagarens e-postklient bör ni lägga till en bit kod i varje bild-tag i brevets källkod (HTML). Denna kod kallas för **display-block** och förhindrar att mellanrum skapas mellan bilder och innehåll i vissa klienter (Gmail och Hotmail) som läser in på ett sådant sätt.

En bild-tag utan display block

```

```

Lägg till kod, enligt nedan

```

```

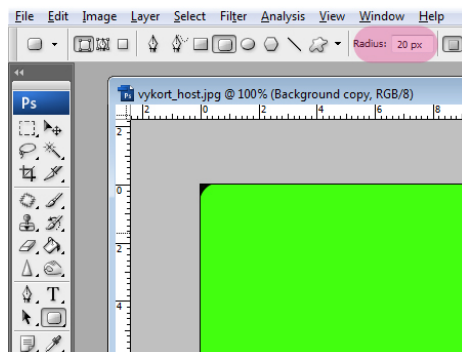
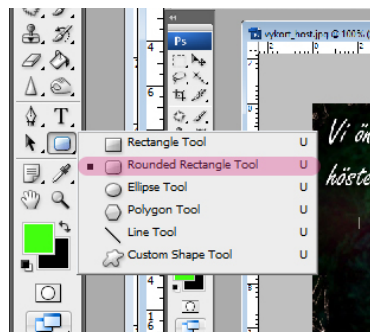
Rundade hörn forts.

Kanske har ni som bildspråk att alla bilder skall ha rundade hörn, kanske tycker ni det bara är snyggast så. Vi tipsar om hur ni gör.

Vi utgår från Photoshop, kanske kan ni göra liknande i andra program.

1. Välj verktyget för runda boxar och välj "Rounded Rectangle Tool".

Hur runda hörnen ska bli anges via "Radius" i verktygsmenyn. För en bild på webben med max 660 pixlars bredd passar 15-20 pixlar bra.



Minsta: vanlig storlek för exempelvis produktbilder.
Mellan: Har ni flera bilder i ert brev är detta en bra storlek.
Störst: Ska fokus ska ligga på bilder, välj en större storlek.

mått nyhetsbrevets totala bredd, max 660 pixlar. Exempelbilderna ovan är till för att få en uppfattning kring förhållandet mellan antal pixlar och fysisk storlek.

Filnamn

När du döper din bild (detta gäller samtliga filer) måste filnamnet anpassas för webben. Filnamnet ska inte innehålla mellanslag, helst inte versaler, åäö eller andra specialtecken. Ett exempel på ett felaktigt filnamn och ett korrekt:

FEL: Min jättefina bild.jpg
RÄTT: min_jattefina_bild.jpg

Bildstorlek & redigering

Varför ser bilderna annorlunda ut vid utskick än vid redigering? Här får ni lite snabba tips om hur bilder bör hanteras och redigeras inför utskick.

Att justera bilders storlek genom att ange en begränsning i bredd och höjd i HTML-koden fungerar mycket väl på en webbsida men tyvärr inte lika bra vid e-postutskick. Anges bredd och höjd enligt ovan eller om ni ändrar storleken genom dra i bildens hörn ser detta korrekt ut i redigeringsläget. Det är först när mottagaren får in brevet i sin e-postklient som problem kan uppstå. Bilden återfår då sin ursprungsstorlek och risken är att den förvrider hela er färdiga layout.

Lösningen på problemet är att ladda upp bilden i önskad, fysisk, storlek. Det vill säga att bilden är färdigredigerad när den infogas i brevet.

Har ni inte tillgång till bildbehandlingsprogram på er arbetsplats? Det finns en rad gratis och enkla verktyg för bildredigering online, så som Photoshop Online, Pixlr och GIMP.

Bildstorlekar och mått

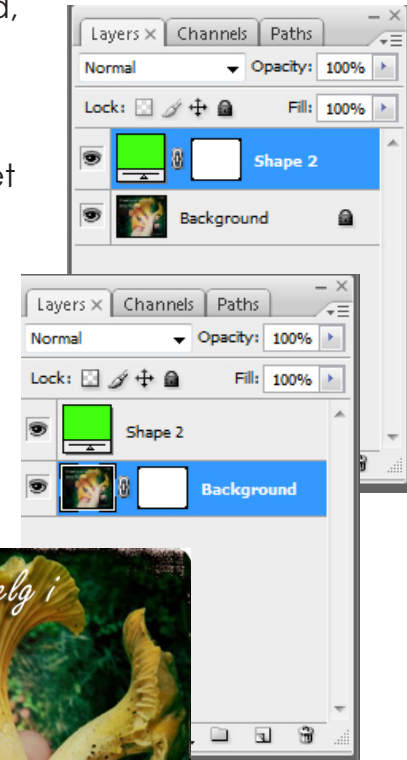
När ni arbetar med bildredigering är ett bra

2. Dra ut en box över fotot i vilken färg som helst med start uppe i högra hörnet. Täck så mycket av fotot som skall vara med,

3. Det nya lagret blir en vektormask, den anger rundningen av hörnen. Lås upp bakgrundslagret och dra masken från det övre lagret till bakgrunden.

4. Släng det övre lagret.

KLART!



Stödlinjer i Firefox

Det kan vara krångligt att redigera sina brev i Firefox då man inte kan se cell- och tabellstruktur.

Det finns ett tillägg i Firefox - **Web Developer Toolbar** som du kan ladda ner och installera. Det erbjuder möjligheten att lägga på stödlinjer för alla befintliga celler.

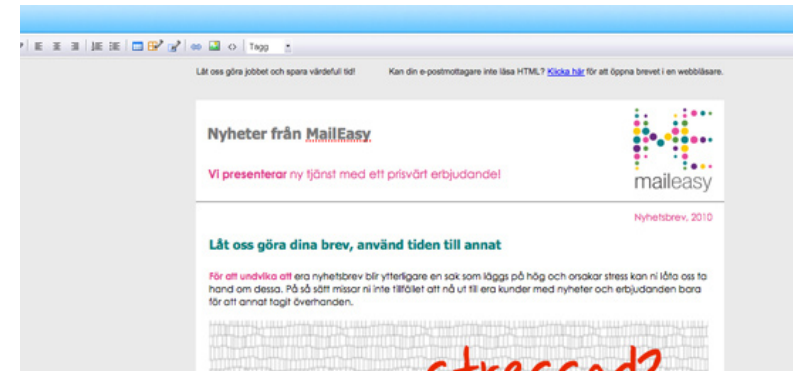
Gör såhär

- * Öppna Firefox
- * Gå till Web Developer Toolbar Addon
- * Klicka på Lägg till i Firefox
- * Välj installera och starta om Firefox
- * Klart!

Funktionen för stödlinjer ligger under **Outline>Outline Tables** i den nya meny ni installerat.

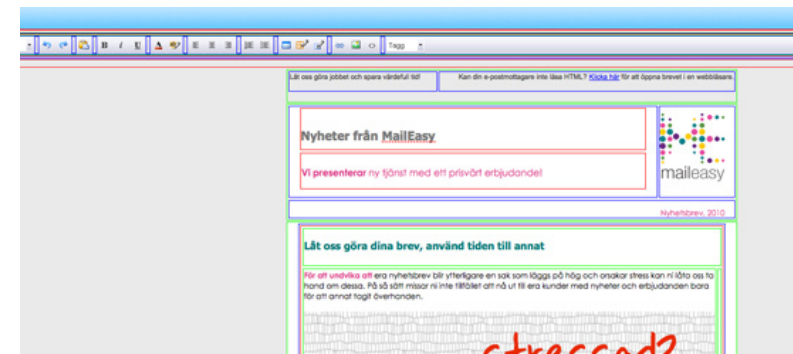
Detta tillägg förenklar förhoppningsvis redigering av HTML-brev även i Firefox.

Er vanliga vy i Firefox



Före installation

Efter installationen och val av outlines



Efter installation