



Responsys Mobile E-Mail Guide: Design-Strategien für mehr mobile Klicks

Mobile Optimierung oder Responsive Design?

München – 12. Dezember 2012 – Etwa 40 Prozent aller E-Mails werden auf einem mobilen Endgerät geöffnet, aber oft ist das Nutzer-Erlebnis aufgrund von unproportionalen Bildern, zu kleinen Links und zu viel Text auf dem kleinen Bildschirm enttäuschend. Responsys, ein führender Anbieter von E-Mail- und [Cross-Channel-Marketing-Lösungen](#), hat deshalb hierzu den Mobile E-Mail-Guide veröffentlicht, in dem verschiedene Tipps und Tricks gezeigt werden, um E-Mails auch auf Smartphones oder Tablet-PCs optimal lesbar zu machen.

Bevor ein Unternehmen sich allerdings für einen strategischen Ansatz entscheidet, sollte untersucht werden, wie viele Empfänger ihre Mails tatsächlich mobil öffnen. Zusätzlich sollten sie analysieren, welche Betriebssysteme, E-Mail-Clients und Browser genutzt werden. Da HTML-Code je nach Software unterschiedlich wiedergegeben wird, sind solche Informationen nötig, um die passende Strategie zu wählen. Mobil optimierte E-Mails beispielsweise sind für iOS geeignet, wohingegen Endgeräte mit Android aufgrund der großen Anzahl unterschiedlicher Endgeräte und E-Mail-Clients eher ein responsives Design benötigen.

Drei Tipps zur mobilen Optimierung von E-Mails

Die Optimierung von E-Mails für mobile Endgeräte eignet sich besonders dann, wenn die Mehrheit der Empfänger E-Mails auf einem modernen Smartphone öffnet. Prinzipiell muss hier die Desktop-Mail so entworfen werden, dass sie auf jedem kleinen Bildschirm gut angezeigt wird. Dieser Ansatz lässt sich demnach recht leicht in bestehende Programme integrieren.

- 1. Einfache Botschaften:** Nutzer, die Mails mobil aufrufen, sind unterwegs und haben oft nicht viel Zeit. Deshalb sollten Botschaften klar und einfach sein, grafische Elemente können den Text erklärend unterstützen.
- 2. Leichtes Scrollen:** Es ist immer eine Herausforderung, das Interesse und die Aufmerksamkeit des Nutzers zu halten. Daher müssen die wichtigsten Informationen direkt wahrgenommen werden, etwa indem Botschaften in thematische Blöcke

aufgeteilt werden. Zudem können weitere Details am Bildschirmrand angeteasert werden und zum vertikalen Scrollen verleiten.

3. **Klicken leicht gemacht:** Ein menschlicher Finger braucht mehr Platz zum Klicken als ein Mauszeiger. Daher muss ein Link in einer mobil optimierten E-Mail größer sein. Im besten Fall sollte auch genügend Abstand zwischen zwei verlinkten Elementen sein, um zu verhindern, dass versehentlich falsch geklickt wird.

Optionen für Responsive Design

Responsive Design eignet sich besonders für Mail Clients, die CSS unterstützen, also alle nativen E-Mail-Anwendungen auf allen iOS- und einigen Android-Endgeräten. Hier wird die HTML-Datei automatisch an die Größe des empfangenden Bildschirms angepasst. E-Mails im responsiven Design sind etwas aufwendiger zu produzieren, passen sich aber besser an die Gegebenheiten des Empfänger-Endgerät an. Verschiedene Optionen helfen, ein gelungenes responsives Design umzusetzen, beispielsweise das Verpacken von verschiedenen Elementen, das Verändern der Bilder-Layouts und das Verstecken von grafischen Elementen.

Weitere Informationen und Tipps gibt es im Responsys Mobile E-Mail-Guide, der [hier](#) kostenfrei heruntergeladen werden kann.

-ENDE-

Über Responsys

Responsys ist ein weltweit führender Anbieter für E-Mail- und Cross-Channel-Marketing-Lösungen, mit denen Marketingverantwortliche Relationship-Marketing entlang der zentralen interaktiven Kanäle E-Mail, Mobile, Social und Display realisieren.

Mit Responsys-Lösungen können Marketingverantwortliche dynamische Kampagnen und Kundenlebenszyklus-Programme erstellen, durchführen und automatisieren. So steigern sie ihren Umsatz sowie die Effizienz des Marketings und stärken zugleich die Loyalität der Konsumenten. Responsys steht für die Vision von New School Marketing und bietet mit seiner On-Demand Software und seinen erfolgsorientierten Dienstleistungen mehr Return on Investment (ROI), höchsten Automatisierungsgrad und die schnellste Wertschöpfung.

Responsys wurde 1998 gegründet. Neben dem Hauptsitz der Firma in San Bruno, Kalifornien, gibt es Niederlassungen in der ganzen Welt. Die Deutschlandzentrale befindet sich in München. Auf Responsys vertrauen führende internationale Marken wie: Avis Europe, Continental Airlines, Deutsche Lufthansa, Epson, LEGO, LinkedIn, Qantas und Southwest Airlines. Besuchen Sie <http://www.responsys.com> für weitere Informationen.

Pressekontakt

Paulina Landes

Hotwire

T: 069 25 66 93-31

E: paulina.landes@hotwirepr.com