

MAILINGS

Grundlagen

1 Betreff

- Max. 60 Zeichen empfohlen
- Persönliche Ansprache möglich Keine
- Verwendung von gereihten Sonderzeichen und gereihten Großbuchstaben

2 Ausmaße

- Breite: Max. 600 Pixel
- Höhe: Grundsätzlich beliebig

3 Tipps zur Steigerung der Conversions

- Call-to-Action innerhalb der ersten 300–500 Pixel
- Optische und farbliche Abhebung des Call-to-Action
- Verschiedene Bereiche des Templates verlinken
- Wenn möglich Verwendung von Qualitäts-
symbolen (z. B. Gütesiegel, Zertifikate,
Preise etc.)
- Persönliche Anrede empfohlen
- Ausgewogenes Bild/Text Verhältnis



Technische Anforderungen

1 Allgemein

- Bereitstellung von HTML- und Nur-Text-Variante

2 HTML:

- Zeilenumbrüche als
 Tag definieren, nicht als <p> </p>
- CSS-Styles inline, nicht im <head>-Bereich –
- Tabellen und ihre Eigenschaften definieren: Align, valign, Breite, Höhe, etc.
- Bei Layouts mit <table> Tags (unsichtbar) arbeiten
- Keine Verwendung von DIV-Tags, Javascript, Flash oder Videos, Meta Tags, Microsoft Word Smart Quotes
- Arial, Verdana, Tahoma oder Times New Roman verwenden (Schriftgrößen größer als 1 und kleiner als 18)

3 Grafik:

- JPEG/GIF mit max. 150 kb (nicht animiert) verwenden
- Alt-Text angeben
- Hintergrundbilder nicht verwenden (fehlende Kompatibilität mit Microsoft Outlook)
- Horizontale & vertikale Größe jeder Grafik im IMG SRC Tag definieren

Werbemittel an:
technik@performance-advertising.de

Notfallhotline:
+49 40 18 88 11 24 72

Performance Advertising
Gorch-Fock-Wall 1a
20354 Hamburg
www.performance-advertising.de