

# Tworzenie newslettera/mailingu

v.1.1

# Spis treści

- [Podstawowe informacje](#)
- [Style CSS](#)
- [Obrazki](#)
- [Linki](#)

# Podstawowe informacje

# Konwencja

## Ważne

- Pamiętaj, aby Twój kod HTML był poprawny.
- Wszystkie tagi muszą mieć swoje zamknięcia, jeżeli takie mają!

## Szablony

- Szablony oparte na **divach** nie sprawdzają się w większości klientów pocztowych, ponieważ nie trzymają nadanego im układu.
- Nie wszędzie działa:
  - display: **inline-block**,
  - float.
- Konstrukcję newslettera najlepiej oprzeć na **tabeli**.

**Sumaryczna szerokość komórek powinna być równa szerokości tabeli.**

# Atrybuty dla tabeli

## Wyśrodkowanie

Warto wyśrodkować tabelę.

Dobrze też jest usunąć zbędne marginesy między wierszami.

```
<table width="640"  
border="0"  
cellpadding="0"  
cellspacing="0"  
align="center"  
style="border:none;  
display:block;  
width:640px;">
```

```
....  
</table>
```

# Atrybuty komórek

## Komórki

Dla komórek, które zawierają obrazek, warto ustawić **width** oraz **line-height: 0**.

Dzięki temu unikniemy odstępów pomiędzy fragmentami rysunku.

Można również ustawić **height**.

```
<td width="240"  
    style="line-height:0;"  
    height="100">  
    ....  
</td>
```

# Kodowanie znaków, szerokość wiadomości

## UTF-8

- Szablony kodujemy tylko w standardzie **UTF-8**.
- Starsze kodowania (**ISO-8859-2, CP-1250**) sprawdzają się tylko w przypadku wysyłania kampanii do polskich odbiorców.

## Maksymalna szerokość maila to 640px

- Aplikacje pocztowe nie udostępniają nam całej powierzchni monitora na wyświetlenie maila.
- Zawsze znajdzie się coś obok (np. reklama), zwłaszcza na aplikacjach webowych.
- Efektem tego jest fakt, że tylko niewielka część ekranu pozostaje na wyświetlenie maila.

# Style CSS



# Style CSS – inline

## Jak to zrobić?

- Nie dodajemy styli zewnętrznych. Staramy się również nie stosować ich w sekcji **head**.
- Wiele programów pocztowych nie pozwala na linkowanie zewnętrznych arkuszy styli.
- Pomija także te, które są zawarte w sekcji **head** oraz w sekcji **body**.
- Rezygnujemy ze stosowania skróconych wersji dla właściwości CSS. Piszemy np. **padding-left: 20px;** zamiast **padding: 0 0 0 20px;**

## Nie używamy script oraz link

Większość programów pocztowych pomija te dwa znaczniki w szablonie mailingów.



# Obrazki

# Obrazki – pobieranie

## Gdzie najlepiej pobierać obrazki?

- Obrazki najlepiej pobierać z absolutnych adresów **URL**. Przed wysyłką kampanii obrazki powinny zostać umieszczone na zewnętrznych serwerach i stamtąd pobierane do mailingu.
- Obrazki umieszczone na serwerze powodują natomiast, że program pocztowy zapyta nas, czy wyświetlić zdalną wiadomość. Jest to pewnego rodzaju problem.
- Z drugiej strony unikamy dużego rozmiaru wiadomości, dzięki czemu nasz mail nie jest traktowany jako spam.

# Obrazki – rozmiary

- Obrazki powinny być dostosowane wielkością oraz szerokością do wymiarów komórki tabeli, w której się znajdują.
- Wymiary obrazka ustawiamy za pomocą znaczników **HTML**:
  - **width**
  - **height**
- Wymiary obrazka ustawiamy także za pomocą właściwości CSS (np. **style="width:100px; height: 100px;"**).

# Obrazki

## Ustawiamy atrybut alt

- Obrazki w programach pocztowych zazwyczaj nie wyświetlają się domyślnie.
- Użytkownik musi sam je pobrać. Zanim to jednak zrobi, powinien widzieć opisy obrazków.
- Tekst w atrybucie **alt** można stylować za pomocą **CSS**.
- Zalecana długość tekstu w **alt** to 14 znaków.

## Wielkość obrazka

- Nie wstawiamy do tabeli jednego wielkiego obrazka.
- Mailing może nie przejść testu spamu. Zaleca się pociąć go na mniejsze kawałki w poziomie.
- Pamiętajmy, że programy pocztowe mają różne i bardzo restrykcyjne warunki odnośnie wielkości całego mailingu.
- Obrazki należy optymalizować do jak najmniejszych rozmiarów.

# Obrazki

## Ustawiamy atrybut **title** oraz **border**

Do każdego tagu **img** dołączamy oprócz atrybutu **alt** również następujące atrybuty:

- **title**
- **border**

Atrybutu **title** używamy w celu wyświetlenia informacji po najechaniu kursorem na obrazek.

Gdy atrybut **border** ustawiamy na **0**, to wyeliminujemy domyślny obrys występujący w niektórych przeglądarkach.

# Linki w newsletterze

## A co z linkami?

Każdy link stylujemy osobno.

Do linków dodajemy następujące atrybuty i wartości:

- **title**="..."
- **target**="\_blank"

Dzięki atrybutowi **title** odbiorca wie, dokąd prowadzi link.

Atrybut **target** ustawiony na **\_blank** przeniesie użytkownika pod wskazany adres, ale strona otworzy się w nowym oknie.



Linki



# Przydatne linki

Kodowanie mailingu – najlepsze praktyki:

<http://freshmail.pl/dla-developerow/raport-css>

Dużo wiedzy na temat tworzenia mailingu:

<http://freshmail.pl/wiedza-i-pomoc>

Jeden ze światowych liderów e-mail marketingu:

<http://mailchimp.com>