



FRESHMAIL

Technologia CSS w aplikacjach pocztowych, czyli jak kodować mailingi.

Wytyczne dla projektantów newsletterów na rok 2015.

patroni medialni:

interaktywnie^{star}.com

marketing w praktyce

PRZY KAWIE
Marketing

MARKETER+

eKomercyjnie.pl

iab
polaska

sprawny
marketing

SOCIALPRESS

POLSKIE
STOWARZYSZENIE
MARKETINGU

ONLINE
MARKETING

e.biznes

marketinglink.pl»

AD MONKEY

Dziennik Internautów
www.di24.pl



Spis treści

- 1** Wstęp
- 2** Metodologia
 - 2.1** Sprzęt i oprogramowanie
 - 2.2** Rankingi popularności użytych programów
 - 2.3** Statystyki programów pocztowych
- 3** Wnioski z analizy
- 4** Wyniki badań - tabela
- 5** Budowa newslettera - o czym należy pamiętać
- 6** Praktyczne porady
- 7** Pobierz przykładowy newsletter
- 8** Przydatne linki
- 9** O systemie FreshMail
- 10** Zapraszamy do współpracy / kontakt



Wstęp

To już **szósta edycja** cieszącego się dużą popularnością i jedynego na polskim rynku raportu CSS związanego z email marketingiem. Jak co roku przygotowana została analiza najbardziej popularnych klientów pocztowych i obsługiwanych przez nich właściwości CSS i HTML.

W tegorocznym raporcie, oprócz analizy standardowych właściwości popularnych programów pocztowych, można również znaleźć kilka nowości. HTML5 i CSS3, przyniosły wiele ciekawych zmian, które umożliwiły dodawanie w mailingu m.in. elementów video, media queries czy multiple background.

Wstęp

W raporcie przeanalizowane zostały również animowane gify i preheadery, które wciąż są nowością na polskim rynku. Dodatkowo w tegorocznym raporcie można znaleźć osobną tabelkę z analizą aplikacji mobilnych i tabelkę, w której postanowiliśmy przeanalizować innych popularnych dostawców poczty elektronicznej, wśród nich znajdują się m.in: AOL, GMX i Zoho mail.

Cel

Raport powstał jako odpowiedź na zapotrzebowanie rynku na rzetelną i sprawdzoną wiedzę dotyczącą tworzenia i kodowania mailingów. Każdy program pocztowy zainstalowany na komputerze, webmail czy aplikacja pocztowa na smartfona, działa inaczej, a najczęściej pojawiającym się problemem jest obsługa wybranych właściwości CSS. To co działa na Poczta Onet, nie musi działać na Gmailu lub Outlooku 2007. **Raport jest więc bazą wiedzy dotyczącą tego, jak wyświetli się mailing w najpopularniejszych programach pocztowych.**

Dla kogo jest ten Raport?

Forma i sposób prezentacji danych dostosowane zostały do wielu odbiorców, od email marketerów poprzez grafików, koderów, programistów aż po osoby zainteresowane technologiami w email marketingu.

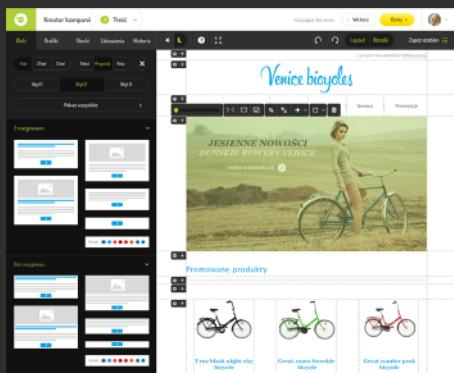
Jak korzystać z Raportu?

Dokument został podzielony na 2 części. W pierwszej znajduje się obszerna tabela pokazująca obsługiwane właściwości CSS w wybranych programach pocztowych. Druga część natomiast zawiera praktyczne wskazówki i niezbędne informacje potrzebne do poprawnego przygotowania mailingu oraz przykładowy kod mailingu do pobrania.



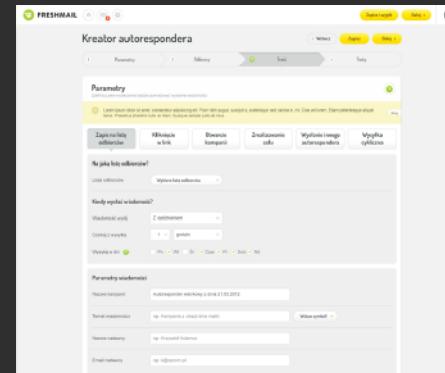
FRESHMAIL

Nowy FreshMail 6.0 już dostępny!



Nowy Designer

Twórz samodzielnie piękne mailingi korzystając z nowych szablonów.



Nowe Autorespondery

Zautomatyzuj swój email marketing.

I wiele innych świeżych funkcji!

Przekonaj się sam:

Załóż darmowe konto na www.freshmail.pl

Skontaktuj się z nami:

12 617 60 11 sprzedaz@freshmail.pl

6.0





Metodologia

Badania w niniejszym raporcie pokazały, jak ważne w email marketingu jest prawidłowe przygotowanie mailingu. Wiedza o najnowszych standardach kodowania, a także świadomość najczęściej występujących błędów w programach pocztowych, pozwala na stworzenie perfekcyjnie wyglądającego i działającego newslettera. Aby zgłębić tę wiedzę, zajrzyj do raportu w którym **omówionych zostało 40 najczęściej wykorzystywanych programów pocztowych.**



Metodologia > Sprzęt i oprogramowanie

Analiza obsługiwanych właściwości CSS została przeprowadzona w serii testów na wybranych platformach, z użyciem specjalnie przygotowanych do tego mailingów.

Badaniu poddane zostały również liczne szablony przygotowane na zlecenie klientów FreshMaila. Testowe newslettery zawierały 114 różnych właściwości i wartości CSS (także CSS3), elementy HTML oraz elementy dodatkowe, takie jak m.in. preheadery.

Wyniki badań dają bardzo szerokie spojrzenie na możliwości poszczególnych programów desktopowych, aplikacji pocztowych i webmaili oraz stanowią solidną bazę wiedzy podczas tworzenia własnego newslettera.

Nazewnictwo

- **Program desktopowy** - program pocztowy zainstalowany na komputerze.
- **Aplikacja pocztowa** - aplikacja zainstalowana na smartfonie lub tablecie służąca do odbierania poczty.
- **Webmail** - poczta otwierana za pomocą przeglądarki internetowej.
- **Programy pocztowe** - program desktopowy, aplikacja pocztowa, webmail.

Podczas badań nad zastosowaniem technologii CSS w email marketingu użyto następującego sprzętu i oprogramowania:

- Komputer PC z systemem operacyjnym Windows 7 Home Premium, z ekranem 21,5 cala, o rozdzielczości 1920x 1080px, przeglądarka Chrome 37
- Notebook Toshiba z systemem operacyjnym Windows XP service pack 3. z wyświetlaczem 15,4 cala , o rozdzielczości 1280 x 800 px
- Apple Mac Book Pro z systemem operacyjnym OS X 10.9.5
- Apple iPad 4 z wyświetlaczem 9,7 cala, o rozdzielczości 1536 x 2048 px (264 ppi) z systemem operacyjnym OS X 7.7.1
- Apple iPhone 5s z wyświetlaczem 4 calowym, o rozdzielczości 480 x 854 px (218 ppi) System iOS 7.1.2
- Smartfon HTC z wyświetlaczem 3,7 calowym o rozdzielczości 480 x 800 px (252 ppi). System Android 2.3.3
- Smartfon Huawei z wyświetlaczem 4,5 calowym o rozdzielczości 480 x 854 px (218 ppi). System Android 4.3



Metodologia > Sprzęt i oprogramowanie

Programy, na których zostały wykonane testy:

Aplikacje webowe / webmaile

- Gmail.com
- Interia.pl
- Office 365
- Onet.pl
- Outlook.com
- O2.pl
- Yahoo! Mail
- WP.pl

Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach

- AOL
- Atlas.cz
- Citromail.hu
- Fastmail.de
- Freemail.hu
- Freenet.de
- GMX
- Hushmail
- Inbox.com
- Laposte.fr
- Icloud.com
- Indamail.hu
- Mail.ru
- Mynet.com
- Rambler.ru
- T-online.de
- Yandex.ru
- Zoho mail

Aplikacje desktopowe

- Apple Mail
- Opera Mail
- Outlook '07 / '10 / '13
- Outlook '03
- Outlook 2011 (Mac)
- Mozilla Thunderbird
- Windows live mail 2012

Aplikacje mobile

- Android 4.3 Default
- Android 4.3 Gmail
- iPhone 5s Default
- iPhone 5s Gmail
- iPad Native
- iPad Gmail
- Windows phone 7.5

Badanie wykonane zostało w okresie od 1 września do 15 listopada 2014.



Metodologia > Rankingi popularności użytych programów

W celu przeprowadzenia rzetelnych testów należy korzystać z najbardziej wiarygodnych źródeł z danymi statystycznymi. W tym celu zostały użyte dwa źródła:

- serwis <http://rankingi.pl/>,
- dane z raportów w systemie FreshMail.

Testy webmaili przeprowadzone zostały na przeglądarce Chrome 37, będącej najpopularniejszą przeglądarką internetową w Polsce. Dobór najbardziej optymalnej rozdzielczości był wynikiem analizy 30 najpopularniejszych rozdzielczości ekranu.

Ranking popularności przeglądarek wg <http://rankingi.pl/>:

- Chrome 37.x 28.65%
- Firefox 32.x 28.09%
- MSIE 11.x 4.88%

Według statystyk z Ranking.pl z okresu 06.10-12.10.2014 nieco ponad 80% wykorzystywanych urządzeń posiada rozdzielczość równą bądź większą niż 1024px (szerokość). Oznacza to, że najbardziej optymalną szerokością dla newslettera jest 600px. Daje to pewność, że mailing otwierany na komputerze z ekranem o rozdzielczości 1024px (szerokość) nie będzie musiał być przewijany w bok, aby zobaczyć całą treść wiadomości.

1	1366 x 768	30,13%	11	1280 x 720	1,40%	21	360 x 592	0,54%
2	1280 x 800	8,94%	12	1024 x 600	1,20%	22	320 x 534	0,51%
3	1920 x 1080	8,06%	13	768 x 1024	1,05%	23	1536 x 864	0,43%
4	1280 x 1024	7,27%	14	360 x 640	0,97%	24	320 x 568	0,38%
5	1600 x 900	5,73%	15	1280 x 768	0,89%	25	480 x 854	0,38%
6	1024 x 768	5,41%	16	1920 x 1200	0,81%	26	540 x 960	0,38%
7	1440 x 900	4,78%	17	1152 x 864	0,79%	27	640 x 1136	0,31%
8	1680 x 1050	3,50%	18	320 x 480	0,71%	28	1252 x 704	0,30%
9	480 x 800	1,71%	19	720 x 1280	0,69%	29	1080 x 1920	0,29%
10	1360 x 768	1,62%	20	1280 x 960	0,61%	30	1525 x 858	0,26%

Ranking rozdzielczości ekranów wg rankingi.pl z okresu 06.10-12.10.2014:



Metodologia > Statystyki programów pocztowych

Poniżej znajduje się informacja o tym, z jakich programów pocztowych korzystają polscy internauci oraz na jakich urządzeniach otwierają pocztę email.

Dane opracowane zostały na podstawie raportów z wysłanych kampanii z systemu FreshMail (listopad 2014). W badanym okresie przyjęto analizę wysłanych ponad 500 000 000 wiadomości na ponad 35 000 000 unikalne adresy polskich odbiorców. Na podstawie tej analizy oraz badań rynków zagranicznych wyłonione zostały programy pocztowe do analizy CSS.



15% maili marketingowych otwieranych jest na urządzeniach mobilnych



35% maili marketingowych otwieranych jest na aplikacjach webowych



50% maili marketingowych otwieranych jest na programach desktopowych

Listopad 2014

Ranking popularności skrzynek pocztowych

Programy desktopowe niezmiennie od wielu lat prowadzą w rankingu popularności z wynikiem 50% (spadek o 4 punkty procentowe w porównaniu zeszłym rokiem), drugie miejsce zajmują webmaile z wynikiem 35%, trzecie natomiast aplikacje mobilne z wynikiem 15% (wzrost o 4 punkty procentowe w porównaniu zeszłym rokiem).



11% maili marketingowych otwieranych jest na urządzeniach mobilnych



35% maili marketingowych otwieranych jest na aplikacjach webowych



54% maili marketingowych otwieranych jest na programach desktopowych

Listopad 2013



Metodologia > Statystyki programów pocztowych

Jak najczęściej sprawdzamy maile marketingowe w Polsce?

Analizując dane odnośnie tego jak odbiorcy newsletterów i mailingów otwierają maile przygotowaliśmy listę Top 10 najpopularniejszych programów. Warto na nie zwrócić szczególną uwagę gdyż łącznie stanowią one ponad 82% wszystkich używanych w Polsce. Przy poniżej analizie zauważliśmy dwa nowe zjawiska.

- 1 Po pierwsze 0,6% badanych maili zostało otwartych i przeczytanych za pomocą linku „Podgląd maila w przeglądarce”. Odbiorcy zazwyczaj korzystają z tego linku, gdy wiadomość nie wyświetla się poprawnie w danym programie pocztowym. Niestety nie mamy danych za rok poprzedni więc nie możemy stwierdzić czy sytuacja ta uległa poprawie czy nie.
- 2 Drugą obserwacją na jaką natrafiłyśmy to fakt, że trochę ponad 11% otwarć nastąpiło na programach, których nie udało nam się zidentyfikować.

Top 10 sposobów sprawdzania maili marketingowych:

program	odsetek otwieranych maili tą metodą	kategoria
1 Microsoft Outlook 2000/2003/Outlook Express	17,57%	program desktopowy
2 Wp.pl	13,88%	webmail
3 Microsoft Outlook 2007/2010/2013	11,96%	program desktopowy
4 Gmail.com	11,71%	webmail
5 iPhone	7,59%	aplikacja pocztowa
6 Apple Mail	6,68%	program desktopowy
7 iPad	4,69%	aplikacja pocztowa
8 Onet	2,99%	webmail
9 Thunderbird	2,89%	program desktopowy
10 o2.pl	2,65%	webmail



Wnioski z analizy

Nie jest zaskoczeniem, że współczesne programy pocztowe **różnią się znacząco obsługiwanyimi właściwościami, wartościami CSS oraz elementami HTML**. Warto jednak wspomnieć, że jest także wiele elementów wspólnych, które odpowiednio wykorzystane dają bardzo zadowalające efekty.



Wnioski z analizy

Cechą wspólną wszystkich programów pocztowych jest bowiem **poprawna obsługa elementów tabeli HTML**, czyli `<table>`, `<tr>`, `<td>` i to właśnie na nich należy budować strukturę całego newslettera. Wykorzystanie natomiast elementów takich jak `<div>` i `<p>` powoduje wiele problemów, dotyczących m.in. niewłaściwego rozmieszczenia oraz komplikacji z ostyłowaniem poszczególnych elementów, np. tekstu.

Warto również wiedzieć, że niewłaściwą a często spotykaną praktyką, jest **stosowanie właściwości margin, position (relative/absolute) i float** do pozycjonowania elementów newslettera. Badania pokazały, że duża część programów pocztowych **nie oferuje wsparcia dla tych właściwości**. Dodatkowo atrybut margin działa tylko na elementach blokowych.

Tegoroczne badania pokazały, że niekwestionowanym liderem we wspieraniu atrybutów CSS są programy desktopowe instalowane na komputerach Mac: **Apple Mail** oraz **Outlook 2011**, oraz multiśrodowiskowa **Mozilla Thunderbird** oraz natywna **aplikacja pocztowa dla iPada i iPhone'a**.

Programy te poprawnie wyświetlają zaokrąglone rogi, gradienty, grafikę w tle i niestandardowe fonty. Wśród aplikacji webowych najlepiej radzi sobie natomiast poczta WP.pl, jednak wymagane jest odblokowanie w niej "niebezpiecznych" elementów.

Na uwagę zasługuje również **poczta Windows Live 2012**, w której wykorzystać można większość elementów CSS, w przeciwieństwie do większości programów pocztowych od firmy Microsoft (Outlook.com, Outlook 2007, 2010, 2013).



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty		APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
	<i>preheader</i>	●	○	●	○	○	○	○	●	○	○	●	○	●	●	○
background - body	<i>background-image</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●
	<i>background-repeat</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	<i>background-position</i>	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-size (px)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	●	●
	<i>background-size (%)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	●	●
	<i>background-size :cover (mniejszy bok)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●
	<i>background-size :contain(dłuższy bok)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	○	○	○	●
background - table	<i>background-color</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-image</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-repeat</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-position</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty		APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
	<i>background-size (px)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
	<i>background-size (%)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
	<i>background-size: cover (mniejszy bok)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
	<i>background-size: contain (dłuższy bok)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
background - td	<i>background-color</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-image</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-repeat</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●
	<i>background-position</i>	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-size (px)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
	<i>background-size (%)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

	APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
<i>background-size: cover (mniejszy bok)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
<i>background-size: contain (dłuższy bok)</i>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
<i>display:block</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:inline</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:inline-block</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:none</i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●
style element															
<i><style></style> element w sekcji <head></i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●
<i><style></style> element w sekcji <body></i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
------------	-------------	-------------------------	--------------------	------------	-------------	------------------------	-----------	------------	-------	------------	-------------	---------	-------------	-------

link element

`<link></link> element w sekcji <head>`



`<link></link> element w sekcji <body>`



niestandardowe fonty

`czcionka zewnętrzna -> link`



`czcionka zewnętrzna -> @import w head`



`czcionka zewnętrzna -> @import w body`



`@Font-Face`



selektory

`e`



`*`





Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty	APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
<i>e > f</i>	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	○	○
<i>e:link</i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●
<i>e:active</i>	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●
<i>e:hover</i>	○	●	○	●	●	●	●	○	●	●	○	●	●	●	●
<i>e:focus</i>	●	●	○	●	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●
<i>e+f</i>	●	○	○	●	●	●	●	●	●	○	○	●	○	○	●
<i>e[foo]</i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
<i>e.className</i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
<i>e#id</i>	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
<i>e:first-line</i>	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●
<i>e:first-letter</i>	●	●	○	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
------------	-------------	-------------------------	--------------------	------------	-------------	------------------------	-----------	------------	-------	------------	-------------	---------	-------------	-------

właściwości obramowania

border



border-color



border-collapse



border-spacing



border-style



border-width



listy

list-style-position



list-style-type





Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
------------	-------------	-------------------------	--------------------	------------	-------------	------------------------	-----------	------------	-------	------------	-------------	---------	-------------	-------

fonty

font-family



font-size



font-style



font-variant



font-weight



marginesy wcięcia

margin (działa tylko z elementami blokowymi)



padding



właściwości tekstu

color



direction





Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

	APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
<i>letter-spacing</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>line-height</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-align</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-decoration</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-indent</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-transform (uppercase)</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>word-spacing</i>	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>white-space</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	●

pozycjonowanie

<i>bottom</i>	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	○	●	○	●
<i>clear</i>	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●
<i>clip</i>	●	●	○	○	●	●	●	○	●	●	●	●	●	○	●



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

	APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
--	------------	-------------	-------------------------	--------------------	------------	-------------	------------------------	-----------	------------	-------	------------	-------------	---------	-------------	-------

float



left



position



right



top



vertical-align



z-index



rozmiar

height



width



min-height (działa tylko z elementami blokowymi)



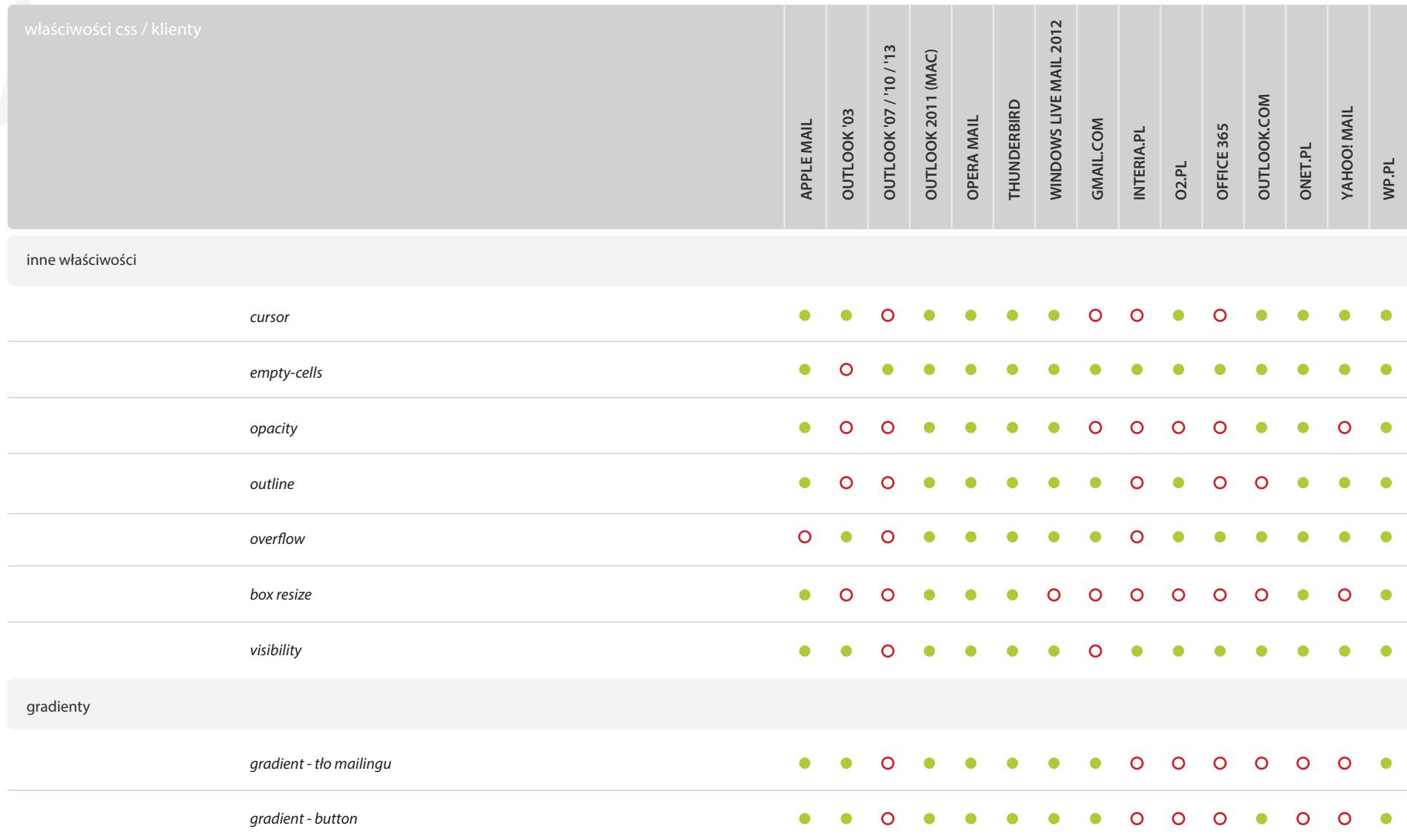
min-width





Wyniki badań

- > Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce





Wyniki badań

- > Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienci	APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
CSS 3 i HTML 5															
<canvas>	●	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	●	●	○	●
border-radius	●	●	○	●	●	●	●	●	○	○	○	●	●	○	●
box-shadow	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○	●	○	○	●
box-sizing (border-box)	●	○	○	●	●	○	●	○	○	○	○	●	●	○	●
multiple background Images	●	○	○	●	●	●	●	●	○	●	○	●	●	○	●
transition	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
multiple Columns	●	●	○	○	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
<svg>	●	○	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
text-shadow	●	●	○	●	●	●	●	○	○	○	○	●	●	○	●
<video>	○	○	●	●	●	●	●	○	○	○	○	○	●	○	●



Wyniki badań

> Aplikacje desktopowe oraz aplikacje webowe / webmaile używane w Polsce

właściwości css / klienty

APPLE MAIL	OUTLOOK '03	OUTLOOK '07 / '10 / '13	OUTLOOK 2011 (MAC)	OPERA MAIL	THUNDERBIRD	WINDOWS LIVE MAIL 2012	GMAIL.COM	INTERIA.PL	O2.PL	OFFICE 365	OUTLOOK.COM	ONET.PL	YAHOO! MAIL	WP.PL
------------	-------------	-------------------------	--------------------	------------	-------------	------------------------	-----------	------------	-------	------------	-------------	---------	-------------	-------

animacja

Animowany gif



responsive

RED



Media Queries



kolory

HEX



RGB



RGBa



HSL



HSLa





Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty		ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
	<i>preheader</i>	●	●	●	●	●	●	●
background - body	<i>background-image</i>	●	●	○	●	○	●	○
	<i>background-repeat</i>	●	●	○	●	●	●	●
	<i>background-position</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size (px)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size (%)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size :cover (mniejszy bok)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size :contain(dłuższy bok)</i>	○	●	○	●	○	●	○
background - table	<i>background-color</i>	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-image</i>	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-repeat</i>	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-position</i>	○	●	○	●	●	●	●



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty		ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
	<i>background-size (px)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size (%)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size: cover (mniejszy bok)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size: contain (dłuższy bok)</i>	○	●	○	●	○	●	○
background - td	<i>background-color</i>	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-image</i>	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-repeat</i>	●	●	●	●	●	●	●
	<i>background-position</i>	○	●	○	●	●	●	●
	<i>background-size (px)</i>	○	●	○	●	○	●	○
	<i>background-size (%)</i>	○	●	○	●	○	●	○



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	IPHONE 5s NATIVE	IPHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
<code>background-size: cover (mniejszy bok)</code>	○	●	○	●	○	●	○
<code>background-size: contain (dłuższy bok)</code>	○	●	○	●	○	●	○
<code>display:block</code>	●	●	●	●	●	●	●
<code>display:inline</code>	●	●	●	●	●	●	●
<code>display:inline-block</code>	●	●	○	●	●	●	●
<code>display:none</code>	○	●	○	●	●	●	●
style element	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	IPHONE 5s NATIVE	IPHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
<code><style></style> element w sekcji<head></code>	○	●	○	●	○	●	○
<code><style></style> element w sekcji<body></code>	○	●	○	●	○	●	○



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
link element							
<link></link> element w sekcji<body>	○	●	○	●	○	●	○
<link></link> element w sekcji<body>	○	●	○	●	○	●	○
niestandardowe fonty							
czcionka zewnętrzna -> link	○	●	○	●	○	●	○
czcionka zewnętrzna -> @import w head	○	●	○	●	○	●	○
czcionka zewnętrzna -> @import w body	○	●	○	●	○	●	○
@Font-Face	○	●	○	●	○	●	○
selektory							
e	○	●	●	●	○	●	○
*	○	●	○	●	○	●	○



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	IPHONE 5s NATIVE	IPHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
<i>e > f</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e:link</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e:active</i>	○	○	○	○	○	○	○
<i>e:hover</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e:focus</i>	○	○	○	●	○	●	○
<i>e+f</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e[foo]</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e.className</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e#id</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>e:first-line</i>	○	○	○	●	○	●	○
<i>e:first-letter</i>	○	○	○	●	○	●	○



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
właściwości obramowania							
<i>border</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>border-color</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>border-collapse</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>border-spacing</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>border-style</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>border-width</i>	●	●	●	●	●	●	●
listy							
<i>list-style-position</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>list-style-type</i>	●	●	●	●	●	●	●



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	●	●	●	●	●

fonty

<i>font-family</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>font-size</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>font-style</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>font-variant</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>font-weight</i>	●	●	●	●	●	●	●

marginesy wcięcia

<i>margin</i> (działa tylko z elementami blokowymi)	○	○	○	○	○	○	○
<i>padding</i>	●	●	●	●	●	●	●

właściwości tekstu

<i>color</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>direction</i>	●	●	○	●	●	●	●

<i>letter-spacing</i>	●	●	●	●	●	●	●
-----------------------	---	---	---	---	---	---	---



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty

	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	IPHONE 5s NATIVE	IPHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
<i>line-height</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-align</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-decoration</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-indent</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>text-transform (uppercase)</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>word-spacing</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>white-space</i>	○	○	○	●	○	●	○

pozycjonowanie

<i>bottom</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>clear</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>clip</i>	○	●	○	●	○	●	○



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	IPHONE 5s NATIVE	IPHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
<i>float</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>left</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>position</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>right</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>top</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>vertical-align</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>z-index</i>	○	●	○	●	○	●	○
rozmiar	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	IPHONE 5s NATIVE	IPHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
<i>height</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>width</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>min-height (działa tylko z elementami blokowymi)</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>min-width</i>	●	●	○	●	●	●	●



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
inne właściwości							
<i>cursor</i>	○	○	○	○	○	○	○
<i>empty-cells</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>opacity</i>	○	●	○	●	○	●	○
<i>outline</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>overflow</i>	●	●	●	●	●	●	●
<i>box resize</i>	○	○	○	○	○	○	○
<i>visibility</i>	○	●	○	●	○	●	○
gradients							
<i>gradient - tło mailingu</i>	●	●	○	●	●	●	●
<i>gradient - button</i>	●	●	○	●	●	●	●



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty	ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
CSS 3 i HTML 5							
<canvas>	○	○	○	○	○	○	○
border-radius	●	●	○	●	●	●	●
box-shadow	○	●	○	●	○	●	○
box-sizing (border-box)	○	○	○	●	○	●	○
multiple background Images	●	●	○	●	●	●	●
transition	○	●	○	○	○	○	○
multiple Columns	○	●	○	○	○	○	○
<svg>	○	●	○	●	○	●	○
text-shadow	○	●	○	●	○	●	○
<video>	○	○	○	●	○	●	○



Wyniki badań > Aplikacje mobilne

właściwości css / klienty

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	●	●	●	●	●

animacja

Animowany gif

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	●	●	●	●	●

responsive

RED

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	○	●	○	●	○

Media Queries

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
○	●	○	●	○	●	○

kolory

HEX

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	●	●	●	●	●

RGB

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	●	●	●	●	●

RGBa

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	○	●	●	●	●

HSL

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	○	●	●	●	●

HSLa

ANDROID 4,3 GMAIL	ANDROID 4,3 NATIVE	WINDOWS PHONE	PHONE 5s NATIVE	PHONE 5s GMAIL	iPAD NATIVE	iPAD GMAIL
●	●	○	●	●	●	●



Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach

właściwości css / klienty

		AOL	FASTMAIL.DE	FREENET.DE	GMX	HUSHMAIL - PŁATNA	INBOX.COM	LAPOSTE.FR	ICLOUD.COM	MAIL.RU	MYNET.COM	RAMBLER.RU	T-ONLINE.DE	YANDEX.RU	ZOHO MAIL	CITROMAIL.HU	INDAMAIL.HU	ATLAS.CZ	FREEMAIL.HU
	<i>preheader</i>	●	●	○	○	○	●	○	●	●	○	○	○	●	●	○	●	○	
background - body	<i>background-image</i>	○	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	
	<i>background-repeat</i>	○	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	
	<i>background-position</i>	○	○	○	●	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	
	<i>background-size (px)</i>	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	
	<i>background-size (%)</i>	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	
	<i>background-size :cover (mniejszy bok)</i>	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	○	●	
	<i>background-size :contain(dłuższy bok)</i>	○	○	○	○	○	●	○	●	○	○	○	○	○	●	●	●	●	
background - table	<i>background-color</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-image</i>	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-repeat</i>	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-position</i>	●	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	



Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach

właściwości css / klienty

	AOL	FASTMAIL.DE	FREENET.DE	GMX	HUSHMAIL - PŁATNA	INBOX.COM	LAPOSTE.FR	ICLOUD.COM	MAIL.RU	MYNET.COM	RAMBLER.RU	T-ONLINE.DE	YANDEX.RU	ZOHO MAIL	CITROMAIL.HU	INDAMAIL.HU	ATLAS.CZ	FREEMAIL.HU
<i>background-size (px)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
<i>background-size (%)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
<i>background-size: cover (mniejszy bok)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
<i>background-size: contain (dłuższy bok)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
background - td	<i>background-color</i>	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-image</i>	●	●	●	●	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-repeat</i>	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-position</i>	●	●	●	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-size (px)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	<i>background-size (%)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	



Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach

właściwości css / klienty

	AOL	FASTMAIL.DE	FREENET.DE	GMX	HUSHMAIL - PŁATNA	INBOX.COM	LAPOSTE.FR	ICLOUD.COM	MAIL.RU	MYNET.COM	RAMBLER.RU	T-ONLINE.DE	YANDEX.RU	ZOHO MAIL	CITROMAIL.HU	INDAMAIL.HU	ATLAS.CZ	FREEMAIL.HU
<i>background-size: cover (mniejszy bok)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>background-size: contain (dłuższy bok)</i>	●	●	●	○	○	●	○	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:block</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:inline</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:inline-block</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
<i>display:none</i>	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
style element																		
<i><style></style> element w sekcji<head></i>	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●
<i><style></style> element w sekcji<body></i>	○	●	●	●	○	●	●	○	○	○	●	●	●	●	●	●	●	●



Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach

	AOL	FASTMAIL.DE	FREENET.DE	GMX	HUSHMAIL - PŁATNA	INBOX.COM	LAPOSTE.FR	ICLOUD.COM	MAIL.RU	MYNET.COM	RAMBLER.RU	T-ONLINE.DE	YANDEX.RU	ZOHO MAIL	CITROMAIL.HU	INDAMAIL.HU	ATLAS.CZ	FREEMAIL.HU
link element																		
<link></link> element w sekcji<body>	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
<link></link> element w sekcji<body>	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
niestandardowe fonty																		
czcionka zewnętrzna -> link	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	○	●
czcionka zewnętrzna -> @import w head	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	●
czcionka zewnętrzna -> @import w body	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
@Font-Face	○	○	○	○	○	●	○	○	○	○	○	○	○	○	●	○	●	●
selektory																		
e	○	●	●	●	●	●	●	●	○	●	●	○	○	●	●	●	●	●
*	○	●	●	●	●	●	●	●	○	○	●	●	○	○	●	●	●	●

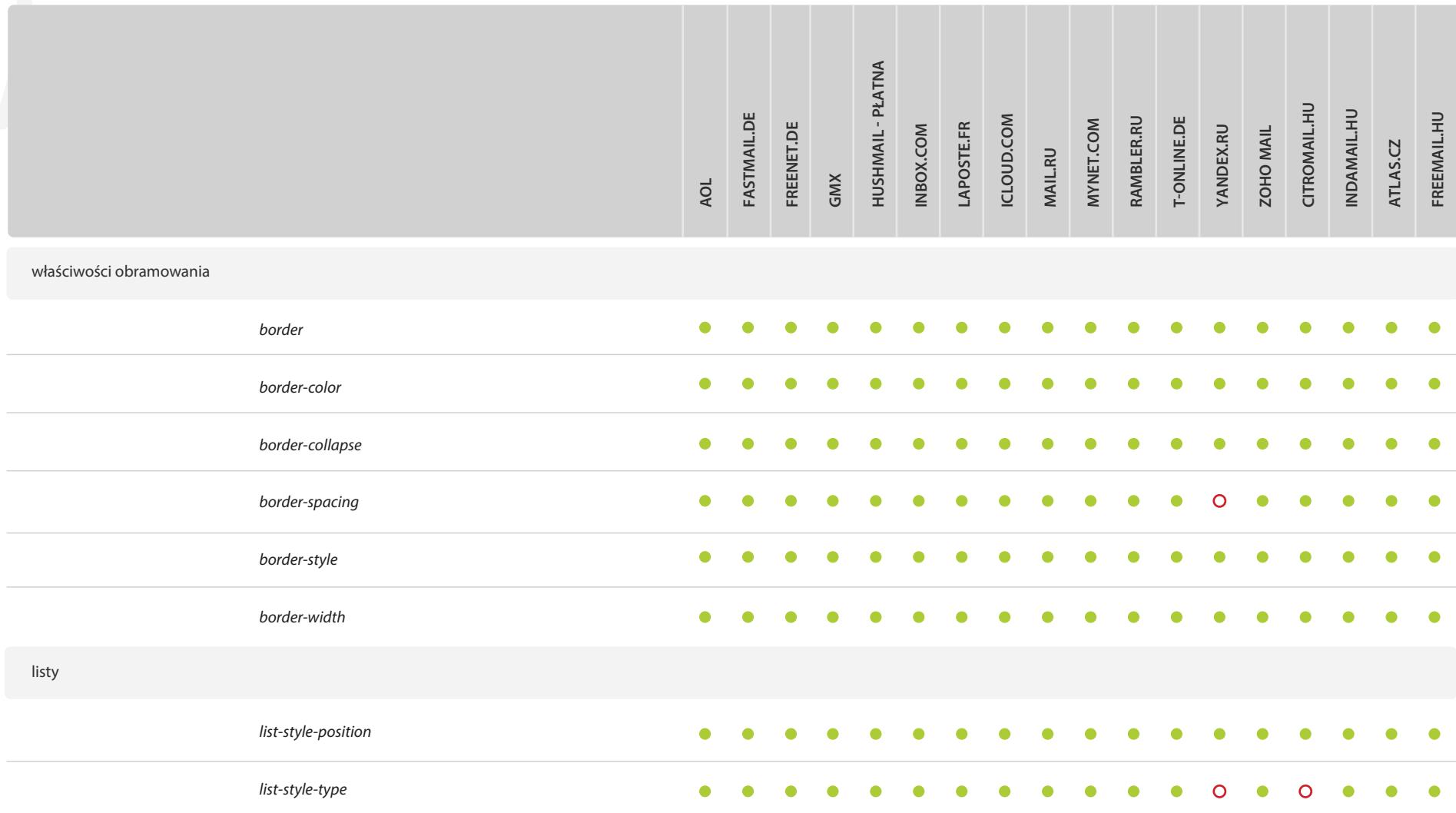


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



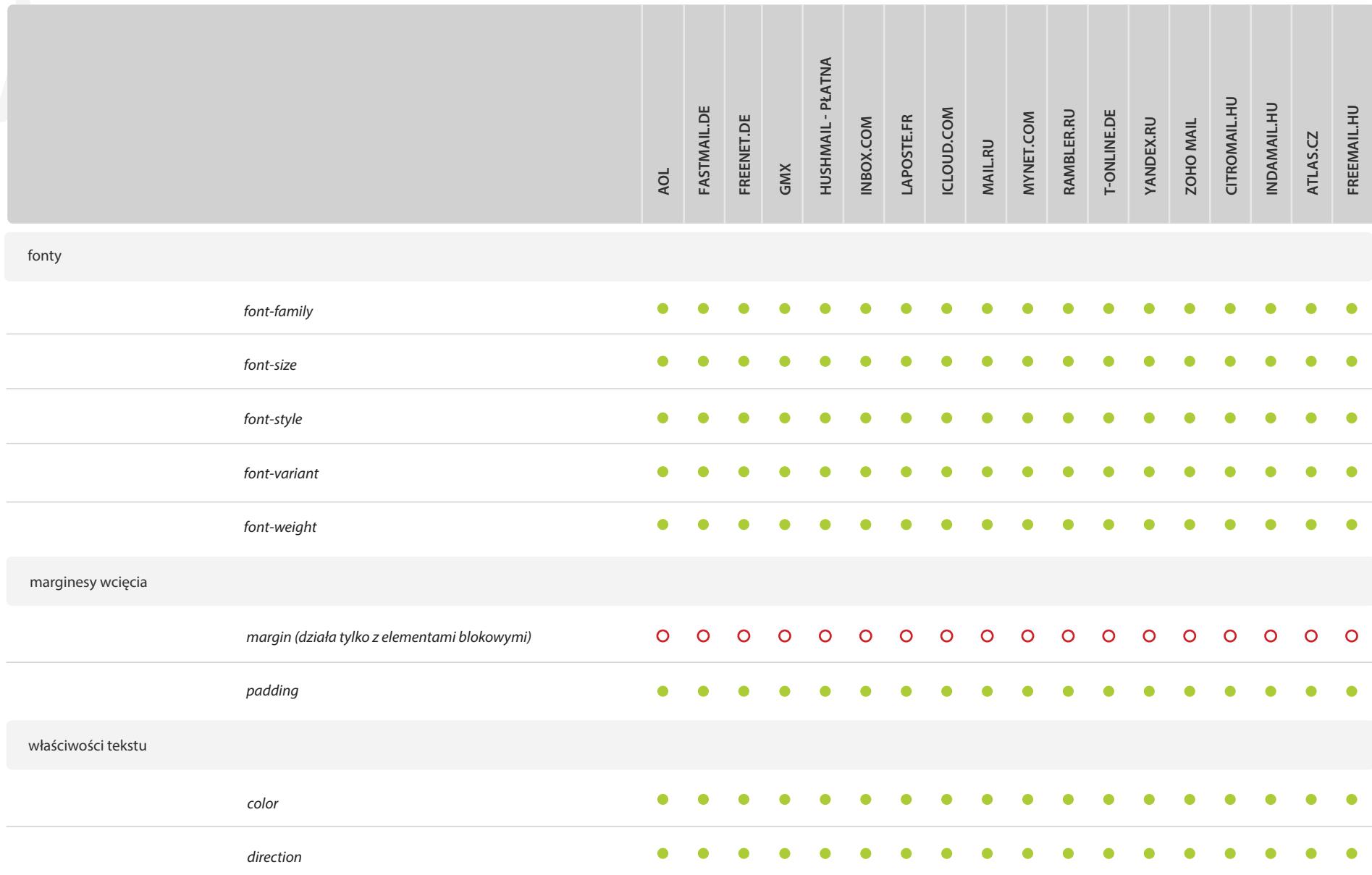


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



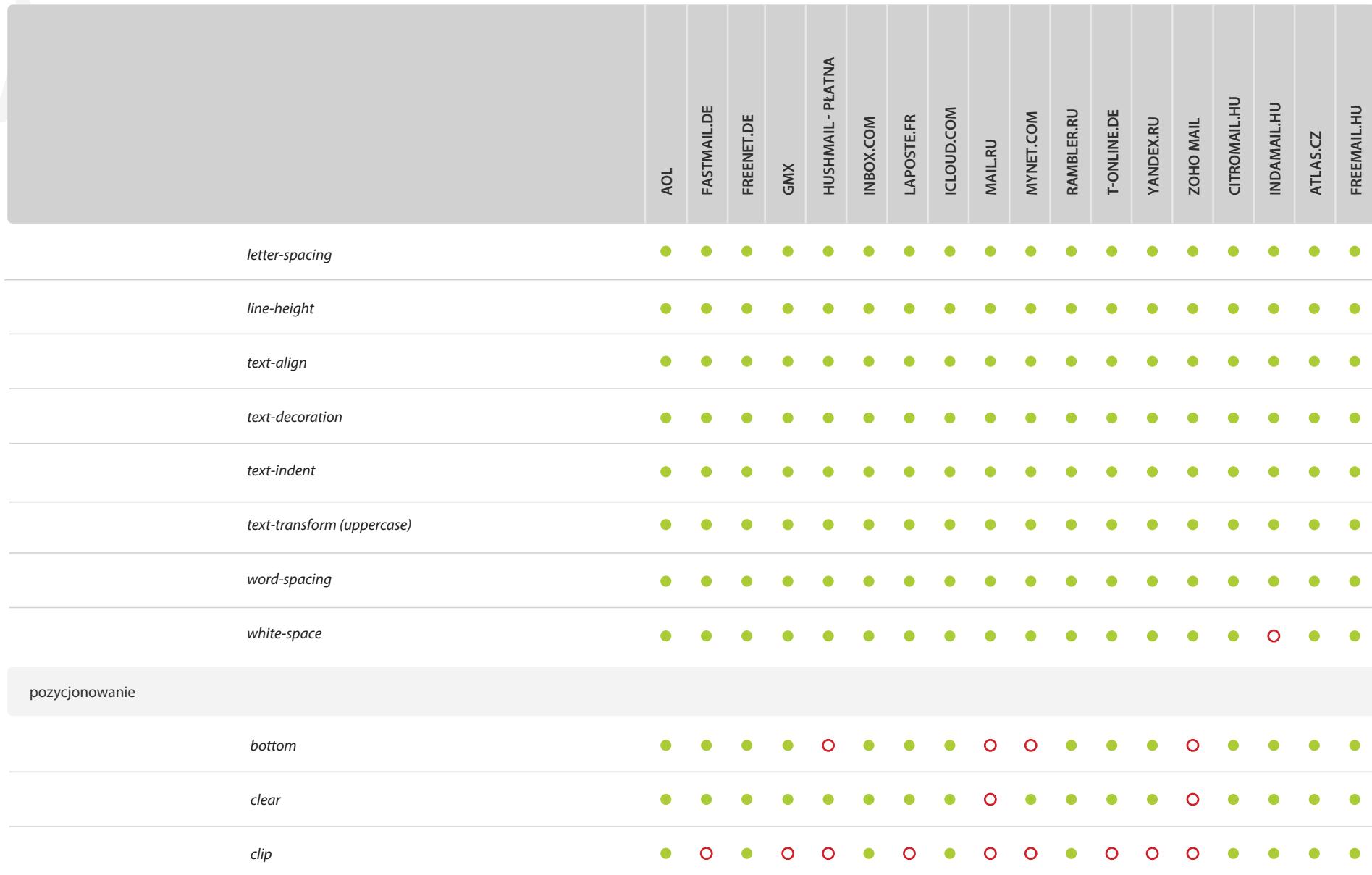


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



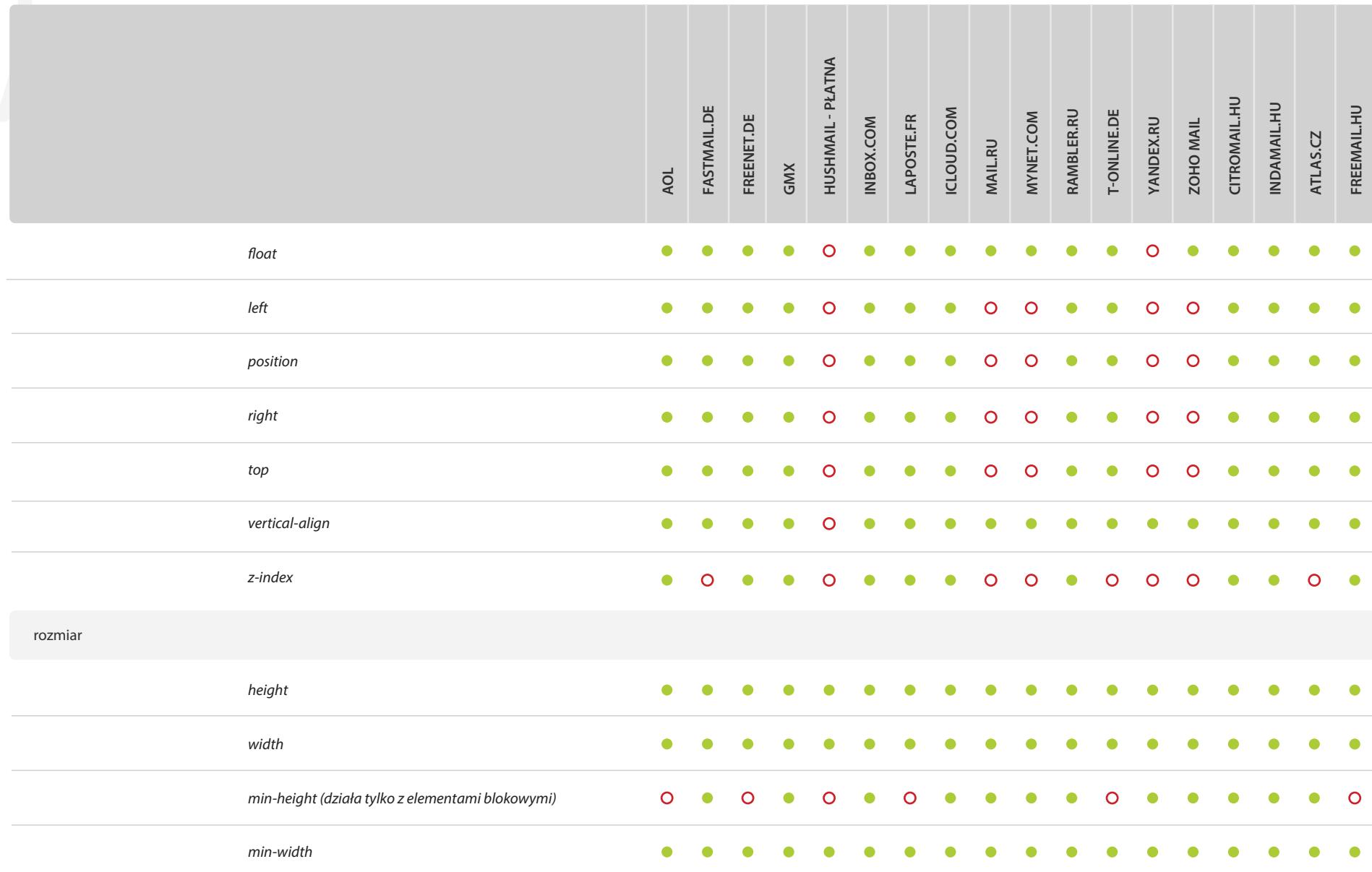


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



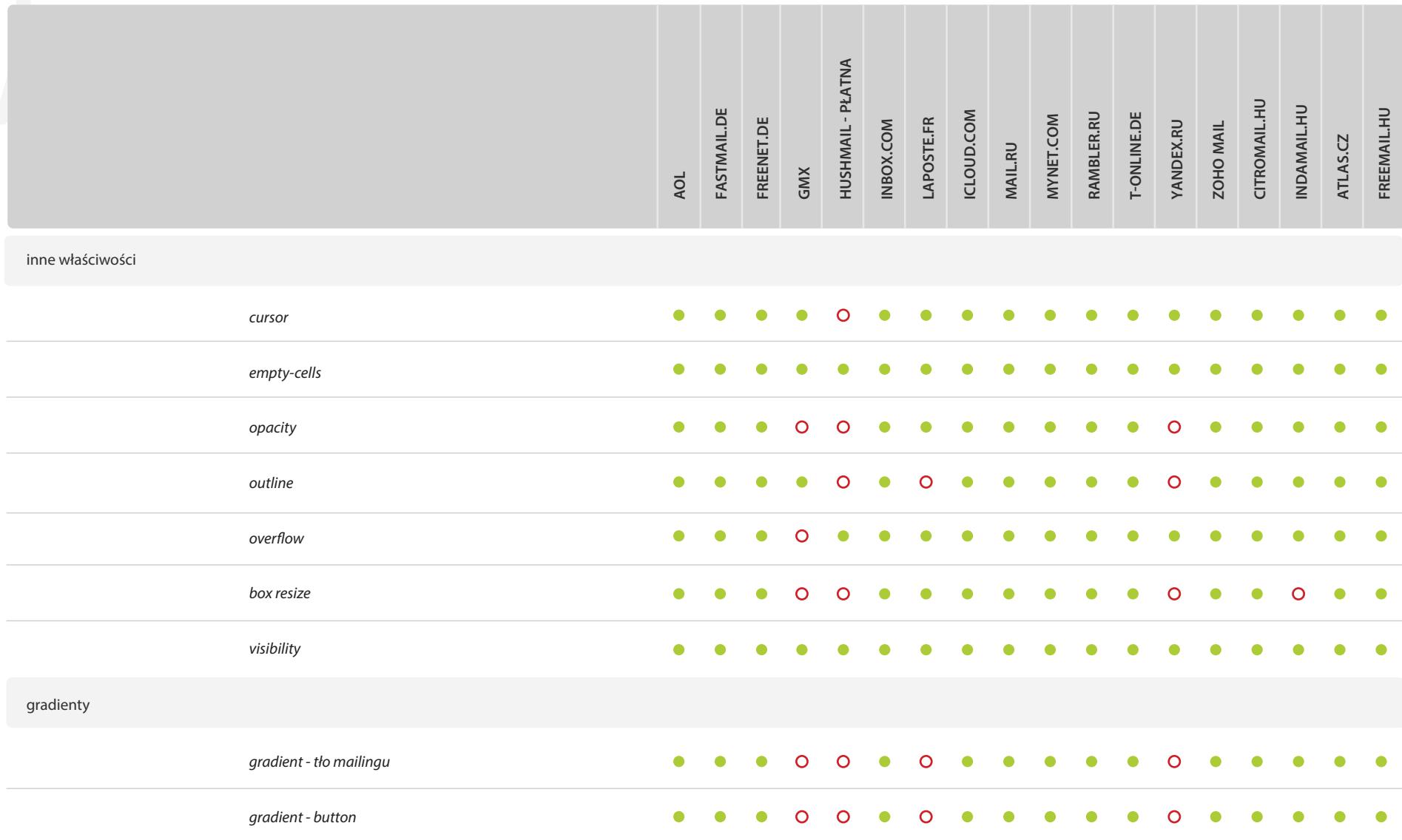


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



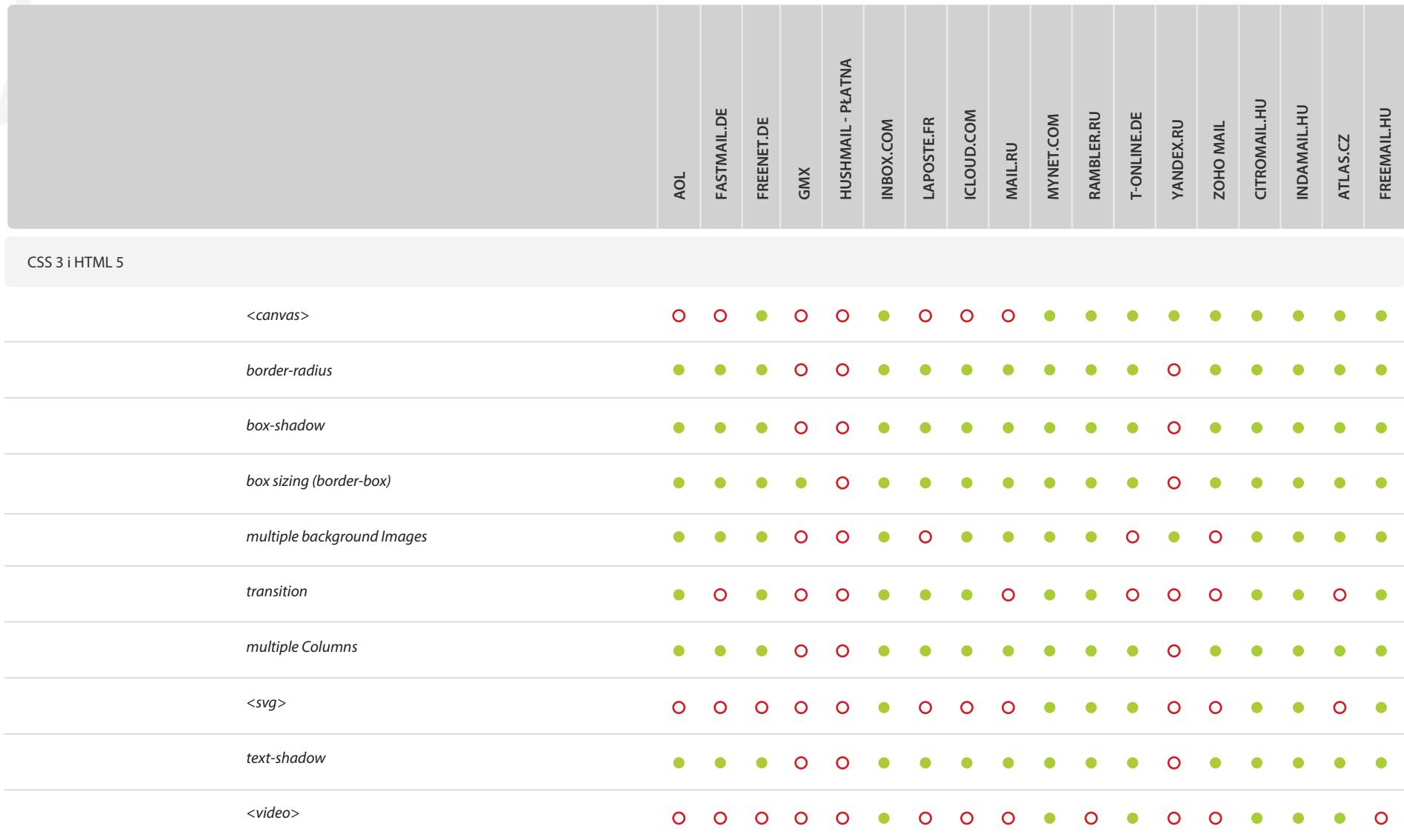


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



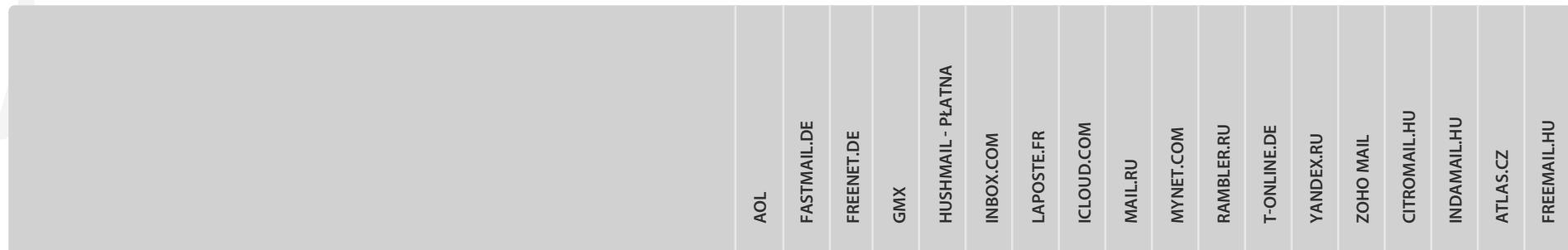


Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach





Wyniki badań > Aplikacje webowe / webmaile używane w innych krajach



animacja

Animowany gif



responsive

RED

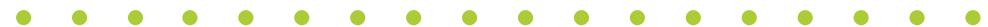
Media Queries

kolory

HEX



RGB



RGBa



HSL



HSLa





Budowa newslettera

Kod, którego używa się do budowy współczesnych stron internetowych, różni się znacznie od kodu newslettera. Buduje się go bowiem na tabelach, a wszystkie style umieszczane są inline. Taki kod wygląda archaicznie, jednak jest ku temu powód - większość klientów pocztowych nie pozwala na poprawne pozycjonowanie i nadawanie układu za pomocą elementów div, section etc. i dlatego właśnie do budowy newslettera używa się tabel.

Budowa newslettera

- 1 Deklaracja Doctype
- 2 Sekcja head, w której powinna znaleźć się deklaracja kodowania znaków (2.1), można dodać również dodatkowe style css (2.2) oraz wprowadzić tytuł mailingu (2.3).
- 3 Sekcja body, w której należy umieścić zawartość mailingu.



Budowa newslettera

Newsletter zbudowany na tabelach

W sekcji body znajduje się zawartość newslettera, w której za pomocą tabel zbudowana jest jego struktura i wygląd. Dobrą praktyką jest umieszczenie tabeli otaczającej (wrapper), która odpowiada za prawidłową szerokość i rozmieszczenie całości zawartości newslettera.

Poprawnie przygotowany kod wygląda w następujący sposób:

```
<body>
    <!-- WRAPPER-->
    <table align="center" border="0" cellpadding="0" cellspacing="0" width="600" style="border:none; width:600;">
        <tr>
            <td>          zawartość
        </td>
    </tr>
    </table>
<!-- END OF WRAPPER-->
</body>
```

POZYSKAJ NOWYCH Klientów WYSYŁAJĄC MAILINGI

1 Wybierz grupę docelową (plan)



2 Przygotujemy dla Ciebie indywidualną ofertę



Cel: kobiety
 Wiek: 25-40 lat
 Miasto: duże, 200 000 +
 Baza: 500 000 adresów

3 Wyślij z nami mailing



4 Pozyskaj nowych klientów



ZAPLANUJ KAMPANIĘ >

Skontaktuj się z nami!

Magdalena Rudek

tel: 512 877 812, email: marudek@mailplanner.pl

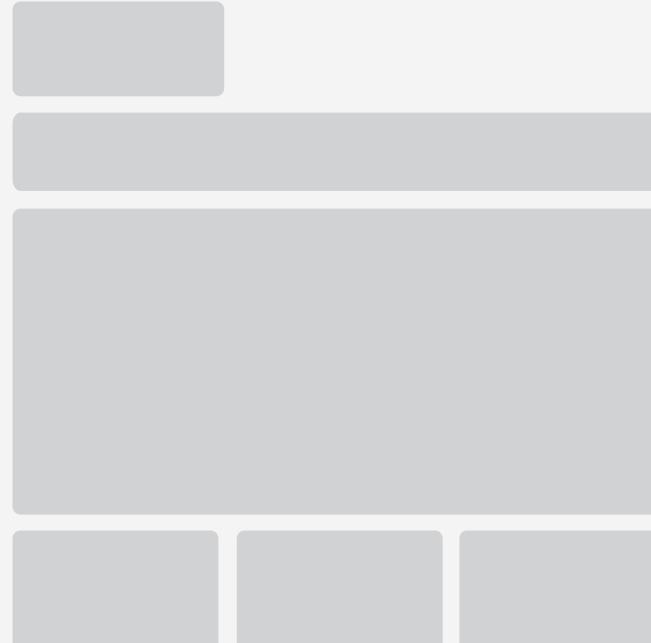
Budowa newslettera

Zagnieżdżanie tabel - przykłady

Zawartość newslettera tworzy się, zagnieżdżając kolejne tabele w sobie. Ta prosta metoda pozwala na stworzenie dowolnego układu, który wyświetli się poprawnie w każdym programie pocztowym.

Poniżej kilka przykładów:

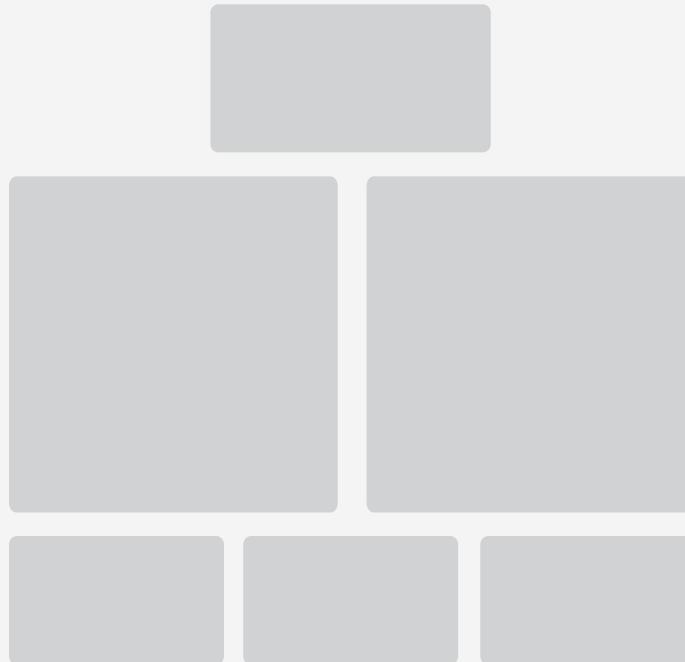
```
<table>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr> <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
    <td>
      <table>
        <tr> <td></td>
        </tr>
        <tr> <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
    <td>
      <table>
        <tr> <td></td>
        <tr> <td></td>
        <tr> <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
</table>
```



A

Budowa newslettera

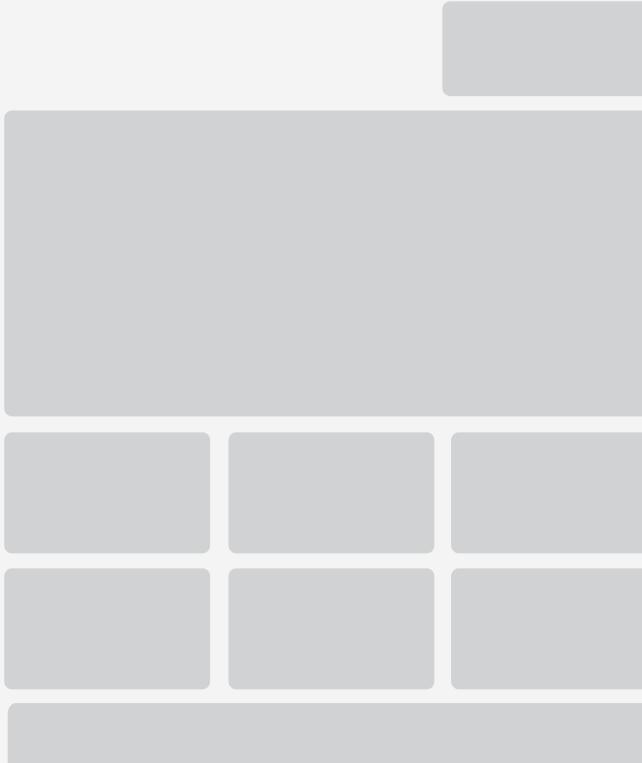
```
<table>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
          <td></td>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
</table>
```



A

Budowa newslettera

```
<table>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
          <td></td>
          <td></td>
        </tr>
        <tr>
          <td></td>
          <td></td>
          <td></td>
        </tr>
        <tr>
          <td></td>
          <td></td>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
  <tr>
    <td>
      <table>
        <tr>
          <td></td>
        </tr>
      </table>
    </td>
  </tr>
</table>
```





Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Kodowanie w UTF - 8

To najpopularniejszy i jedyny zalecany system kodowania znaków w mailingach, rzadziej spotykany jest ISO-8859-2, a już prawie wyjątkiem z użytku jest Windows-1252. UTF-8 zapewnia poprawne wyświetlanie liter, cyfr, znaków diakrytycznych i specjalnych, języków prawie całego świata.



Charset - kodowanie znaków UTF-8

```
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;  
charset=UTF-8">
```

Szerokość

Najbardziej optymalną szerokością szablonu jest 600px. Daje to pewność, że mailing wyświetli się poprawnie na notebookach z wyświetlaczem o rozdzielczości 1024x768px, na monitorach komputerów stacjonarnych o rozdzielczości 1920x1080px, a także na wyświetlaczach Retina (2560x1600px).

● rozdzielcość 1920x1080

● rozdzielcość 1366x768

● rozdzielcość 1024x768

Przykłady wyświetlania się mailingu w różnych rozdzielczościach ekranu.



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Style inline

Tylko style inline dają gwarancję, że mailing wyświetli się poprawnie w każdym programie pocztowym. Część programów dobrze radzi sobie ze stylami w sekcji head, z takiego rozwiązania należy jednak korzystać tylko wtedy, gdy chcemy użyć dodatkowych stylów. Styls w head można użyć przykładowo, gdy chcemy dodać niestandardowe fonty czy obsługę media queries.



DOBRZE

```
<body style="background-color:#222222;">
```



ŹLE

```
<style type="text/css">  
body {background-color:#222222;}  
</style>
```

Przestrzeń barw HEX i RGB

Do tła newslettera, do jego elementów i koloru fontów należy używać przestrzeni barw HEX oraz RGB. Przykładowo kolor czerwony zapisany w HEX to: #ff0000, a w RGB (255, 0, 0). Istnieją także inne przestrzenie barw takie jak HSL oraz z przeźroczystością - HSLa i RGBa, jednak

nie są obsługiwane w wielu programach pocztowych. Dlatego najlepszym wyborem jest korzystanie z HEX i RGB.

Właściwości fontu

Kolor, rodzinę, wielkość i wyrównanie fontu należy definiować na najbliższym elemencie <td> od tekstu. Kolor należy zapisać w RGB lub HEX, a wielkość fontu w pixelach (px). W przypadku rodziny fontu (font-family) należy korzystać z tzw. bezpiecznych fontów, są to:

- Georgia, serif
- 'Times New Roman', Times, serif
- Arial, Helvetica, sans-serif
- Tahoma, Geneva, sans-serif
- Verdana, Geneva, sans-serif.

Do wyrównania powinno się używać właściwości text-align:

- left
- right
- center
- justify



DOBRZE

```
<td style="color: #ff2222; font-family: Arial,  
Helvetica, sans-serif; font-size: 16px; text-align:  
center; width:200px;" width="200"></td>
```



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Obrazki

Stosując w mailingach obrazki, należy ich używać w formatach .gif, jpg lub .png. Pozwalają one zachować poprawną jakość przy odpowiedniej wadze, która powinna łącznie zajmować nie więcej niż 120 kb, a iloczyn szerokości i wysokości pojedynczego pliku graficznego nie powinien przekraczać 99 999px.

Aby grafika wyświetlała się poprawnie, powinna zawierać właściwości: border:none; display:block, ponadto każdy pojedynczy obraz powinien mieć określoną szerokość i wysokość.



Poprawnie zapisany kod pojedynczej grafiki wygląda tak:

```

```

Najwygodniejszym sposobem aby, sprawdzić czy obrazki nie przekraczają dozwolonej wielkości jest użycie Inspektora Kodu we FreshMailu.

The image contains two side-by-side screenshots of the FreshMail 'Kreator Kampanii' (Campaign Creator) interface, specifically the 'Testy' (Tests) step. Both screenshots show the same basic layout with tabs for 'Parametry', 'Odbiorcy', 'Trakt', 'Testy' (selected), 'Zasnowowanie', and 'Czas wykony'. At the bottom are buttons for 'Wstecz' (Back), 'Zapisz i wyjdź' (Save and Exit), and 'Dalej' (Next).

The top screenshot shows a general test section with four buttons: 'Inspektor kodu' (selected), 'Testy antyspamowe', 'Inbox Test', and 'Kampania testowa'. Below this is a 'Analiza zawartości emału' (Email Content Analysis) section with a progress bar at 0% and a button 'Przepróś poniższe testy' (Ask for the following tests).

The bottom screenshot shows the 'Analiza zawartości emału' section expanded. It displays a warning message: 'Zbyt duże rozmiary obrazów' (Too large image sizes) with a note that image sizes exceed the limit. It also shows a preview of an image file named 'raport2015sezon_07.jpg_2.jpg' and a 'Review' section with a note about image size. Both screenshots have a light gray background with yellow and green accents for buttons and highlights.

Inspektor kodu we FreshMailu



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Alt

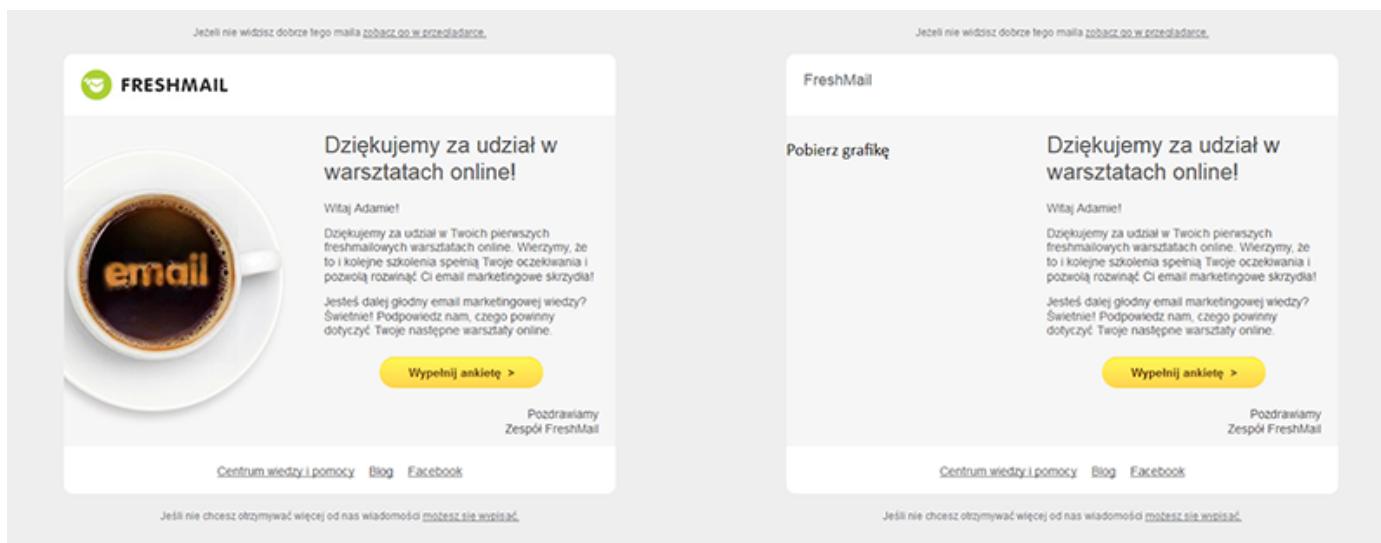
Jest to tekst alternatywny (z możliwością stylowania), który pojawia się w miejscu, gdzie grafika nie została jeszcze wyświetlona (jeśli program nie zaciąga jej automatycznie jak np. Gmail). Często stosowaną praktyką jest więc umieszczenie w alcie tekstu nakładającego do pobrania obrazków, krótkiej informacji o promocji/ofercie i zachęty do działania. Należy zawsze pamiętać, aby zwrócić uwagę na ilość tekstu w alcie. Zbyt długie zdanie, spowoduje, że komunikat nie wyświetli się w ogóle (Chrome, Opera) albo tekst zostanie zawinięty do nowej linii (Mozilla Firefox).



Przykład

```

```



Przykład wyświetlania się altów.



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Background image - czyli obraz w tle

Poprawne użycie background image polega na zastosowaniu grafiki jako tła mailingu. Powinna to być grafika o wymiarach ok. 1600px x 600px (niektóre programy nie obsługują właściwości powtarzania tła (background-repeat)), bez dodatkowych elementów rozpraszających.

Należy wiedzieć, że nie jest to odpowiednie miejsce do wstawiania tekstów czy call to action. Dodatkowo należy pamiętać, aby w <body> dodać kolor zastępczy, gdy grafika nie zostanie wyświetlona.

Chcąc zrobić to poprawnie, należy umieścić deklarację tła na elementach <body> i <td>.



Przykład

```
<body bgcolor="#f2f2f2" style="background-image: url('tlo.png');">
  <table height="100%" width="100%
  cellpadding="0" cellspacing="0" border="0">
    <tr>
      <td background="tlo.png">Zawartość
      newslettera</td>
    </tr>
  </table>
```



Przykład zastosowania background image.



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Przycisk jako obrazek

Przyciski call to action można stworzyć na dwa sposoby:

- **za pomocą kodu CSS** - właściwości przycisku można określić za pomocą kodu CSS, jednak niesie to ze sobą ryzyko, że na każdym programie pocztowym przycisk będzie wyglądał trochę inaczej, ze względu na różnice w obsługiwanych właściwościach CSS.
- **osadzając jako grafikę** - chcąc mieć pewność, że przycisk wszędzie będzie wyglądał identycznie, należy osadzić go jako obrazek w elemencie . Obecnie zdecydowana większość programów pocztowych pobiera automatycznie grafiki, jeśli jednak nie, można pod przyciskiem stworzyć atrakcyjny alt.



Przykład przycisku jako obrazka.

Animowane gify

To bardzo skuteczny i prosty sposób na podniesienie atrakcyjności newslettera. Należy jednak pamiętać, aby animowany gif był zoptymalizowany pod kątem rozmiaru, ilości klatek oraz liczby kolorów, ponieważ zbyt duża grafika spowoduje długie ładowanie animacji.

- Optymalna wielkość to 50-200 kb.
- Ilość klatek w animowanym gifie powinna zawierać się pomiędzy 2 a 6 klatek.
- Ostatnia optymalizacja dotyczy ilości kolorów w zakresie od 2 do 256, opcja ta dostępna jest w zaawansowanych programach graficznych.

Należy przygotować się na to, że część programów pocztowych nie obsługuje animowanych gifów. Dobrą praktyką jest więc przygotowanie animacji tak, aby najistotniejsza klatka była pierwszą.



Przykład zastosowania gif'a.

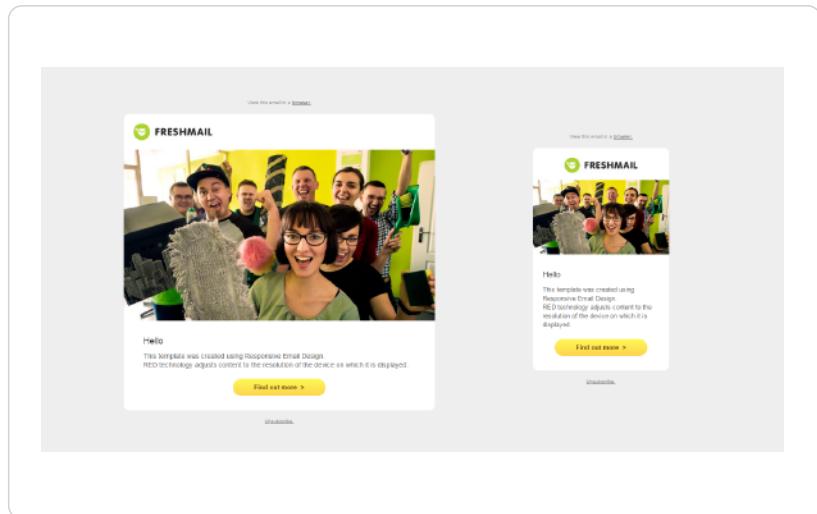


Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Responsive Email Design (RED)

To sztuka tworzenia newsletterów pod urządzenia mobilne. Rosnąca z roku na rok liczba mailingów otwieranych na smartfonach i tabletach pokazuje, że jest to technologia, o której warto pomyśleć, planując kampanię mailingową.

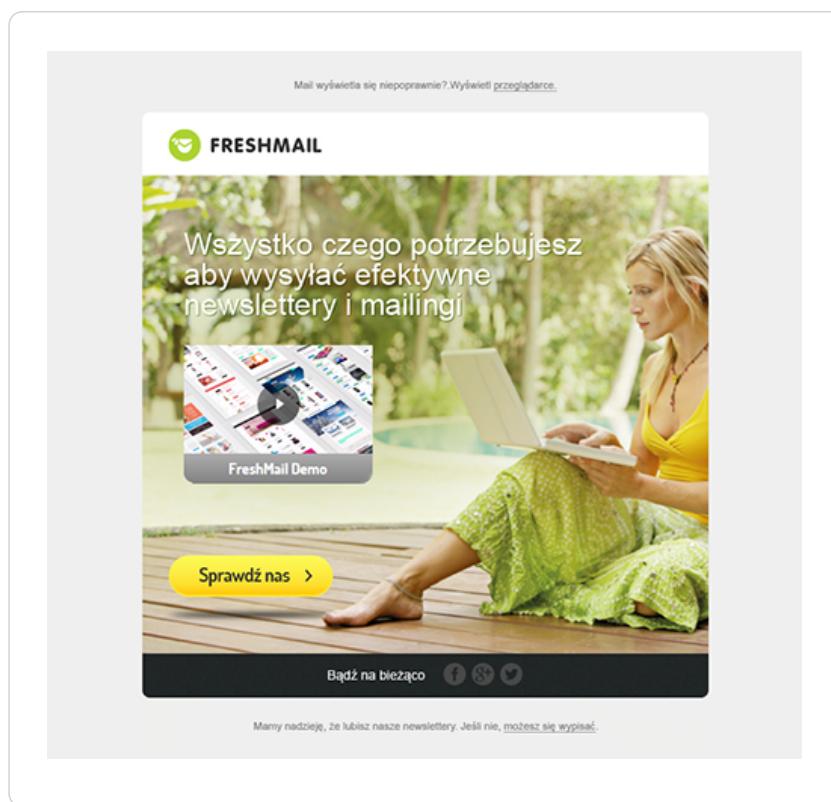
Cechą charakterystyczną responsywnych mailingów jest ich uproszczony układ - zazwyczaj 1 - 2 kolumnowy, a jego budowa opiera się na tabelach z wykorzystaniem atrybutów `<align>`, szerokości oraz stosowania media queries.



Wygląd maila w wersji desktopowej i mobilnej.

Video mailing

Mailingi zawierające wideo są coraz częściej wykorzystywana formą przyciągnięcia uwagi. Należy jednak wiedzieć, że tylko wybrane programy pocztowe obsługują znacznik video, dla niektórych klientów stosuje się więc tzw. fallbacki, czyli wczytanie zastępczej animacji w formacie gif lub statycznego obrazka.



Przykład użycia video w mailingu.



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Link podglądu i link rezygnacji

Pierwszy odpowiada za podgląd wiadomości w przeglądarce, a drugi za możliwość wypisania się z bazy, czyli tzw. link rezygnacji, który zgodnie z prawem i dobrymi praktykami musi być umieszczony w każdym mailingu.

Powysze linki można umieścić na dwa sposoby:

- 1 poprzez znaczniki <previewlink> i <resignlink>,

```
Jeśli nie widzisz poprawnie poniższej wiadomości,  
<preview>otwórz ją w przeglądarce</preview>
```

```
<resignlink>Zrezygnuj z newslettera</resignlink>
```

- 2 jako wartość w atrybucie href: \$\$preview_href\$\$
i \$\$resignlink_href\$\$ - w tej opcji linki można ostylować.

```
Jeśli nie widzisz poprawnie poniższej wiadomości, <a  
href="$$preview_href$$"  
style="font-size:11px;color:#f1f1f1;  
text-decoration:none;" target="_blank" title="Zobacz  
wiadomość w przeglądarce">otwórz ją w przeglądarce.</a>
```

```
<a href="$$resignlink_href$$"  
style="font-size:11px;color:#f1f1f1;  
text-decoration:underline;" target="_blank"  
title="Zrezygnuj z newslettera">Zrezygnuj z  
newslettera</a>
```

Graceful degradation

Jest to metoda polegająca na kodowaniu newsletterów dla programów z najlepszym wsparciem CSS: (Mozilla Thunderbird, Apple Mail) przy jednoczesnym zachowaniu poprawnego wyświetlania się mailingu w pozostałych klientach pocztowych. Najlepszymi przykładami zastosowania graceful degradation są gradienty i zaokrąglone rogi.

Gradient - przejście koloru z jednego w drugi

Rzadko stosowany jako tło całości newslettera, zazwyczaj używany do zwiększenia atrakcyjności wyglądu przycisków call to action. Najnowsze testy wykazały, że gradient jest wspierany na wielu klientach pocztowych, jednak w kodzie html należy zawsze zadeklarować kolor bezpieczny, np. uśredniony kolor gradientu za pomocą deklaracji background-color, który pojawi się w razie potrzeby.

```
background-color: #fee451; <--bezpieczna deklaracja koloru  
background: -moz-linear-gradient(top,#fdf955 0%,#ffd34e 100%);  
background: -webkit-linear-gradient(top,#fdf955 0%,#ffd34e 100%);  
background: -o-linear-gradient(top,#fdf955 0%,#ffd34e 100%);  
background: -ms-linear-gradient(top,#fdf955 0%,#ffd34e 100%);  
background: linear-gradient(to bottom,#fdf955 0%,#ffd34e 100%);
```



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Zaokrąglone rogi przy użyciu CSS (ang. border - radius)

Używane są do uatrakcyjnienia krawędzi newslettera, obrazków oraz do przycisków. Zaokrąglone rogi nadają ciekawą formę i stanowią dobry sposób na wyróżnianie elementów. Gdy program pocztowy nie wspiera zaokrąglonych rogów, wyświetli element w formie prostokąta.

Właściwość border-radius pochodzi z CSS3 . Ze względu na różną interpretację jej przez przeglądarki należy stosować specjalną składnię oraz prefixy. (-moz- dla wspierania przez Firefoxa oraz -webkit- dla Chroma)

```
webkit-border-radius: wartość; /* chrome */  
moz-border-radius: wartość; /* firefox */  
border-radius: wartość;
```

Zaokrąglone rogi można deklarować w dwojakim sposobie:

1. Wszystkie rogi zaokrąglone o tą samą wartość. Składnia : np.

- webkit-border-radius: 10px; /* chrome */
- moz-border-radius: 10px; /* firefox */
- border-radius: 10px;

Call to action

```
border-radius: 10px;
```

Call to action

```
border-radius: 100px;
```

2. Każdy róg może posiadać inną wartość zaokrąglenia. Wtedy stosujemy składnię rozszerzoną np:

Składnia: border-radius: **lewy górnny prawy górnny prawy dolny lewy dolny**

- webkit-border-radius: **10px 15px 5px 20px;** /* chrome */
- moz-border-radius: **10px 15px 5px 20px;** /* firefox */
- border-radius: **10px 15px 5px 20px;**

Call to action

```
border-radius: 10px 0px 0px 0px;
```

Call to action

```
border-radius: 25px 0px 0px 25px;
```

Call to action

```
border-radius: 50px 0px 50px 0px;
```

Call to action

```
border-radius: 10px 10px 0px 0px;
```



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Przykład z testowanych newsletterów:

The screenshot displays the FreshMail inbox testing feature, allowing users to preview their newsletter across various platforms. The interface is organized into sections: 'Webmails' (AOL, Gmail, Interia, 02.pl, Onet), 'Desktop' (Apple Mail 6, Lotus Notes 8, Lotus Notes 8.5, Outlook 2003, Outlook 2007), and 'Mobile' (iPhone 4S, iPad 2). Each preview window shows a different rendering of the same newsletter content, highlighting how it appears in each specific environment. The top navigation bar includes links for 'Przeglądaj wyniki' (Review results), 'Statystyki' (Statistics), 'Wstecz' (Back), 'Zapisz i wyjdź' (Save and exit), 'Dalej' (Next), and user profile information.

Przykład użycia Inbox testów.



Praktyczne porady dla projektantów mailingów i developerów

Poprawność wyświetlania mailingu w programach pocztowych

Powyższy rozdział mówił o najlepszych praktykach przy tworzeniu i kodowaniu newsletterów. Warto jednak pamiętać, że na wygląd mailingu i jego sposób wyświetlania wpływ mają dwa czynniki:

1 Silniki renderujące:

- przeglądarki - w przypadku webmaili
- wbudowane w programy - w przypadku programów desktopowych i aplikacji na smartfony.

2 Różnice w obsługiwanych właściwościach CSS przez programy pocztowe.

Warto zdawać sobie sprawę z tego, że prawie niemożliwe jest, aby mailing wyświetlił się idealnie na wszystkich programach pocztowych dokładnie odwzorowując graficzną kreację. Dlatego należy przede wszystkim zadbać o jego poprawność.

Podpowiedią przy kodowaniu pod konkretne programy może być analiza listy odbiorców. We FreshMailu można sprawdzić z jakich klientów pocztowych korzysta większość subskrybentów i mailing skodować z dbałością o najbardziej popularne skrzynki.

FRESHMAIL

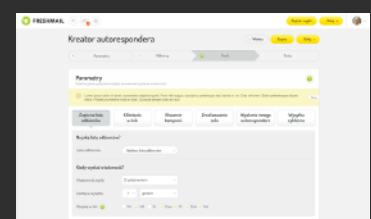
Nowy FreshMail 6.0 już dostępny!

Email marketing jeszcze efektywniej.



Nowy Designer

Twórz samodzielnie piękne mailingi korzystając z nowych szablonów.



Nowe Autorespondery

Zautomatyzuj swój email marketing.

I wiele innych świeżych funkcji!

Przekonaj się sam:

- Załącz darmowe konto na www.freshmail.pl

Skontaktuj się z nami:

- 12 617 60 11
- sprzedaz@freshmail.pl

Dobre praktyki w skrócie

- 1 Używaj kodowania UTF-8.
- 2 Mailing zawsze buduj w oparciu o tabelę.
- 3 Szerokość mailingu nie powinna przekraczać 600px.
- 4 Style umieszczaj zawsze przy danym elemencie - inline.
- 5 Stosuj preheadery.
- 6 Zawsze definiuj kolor, rodzinę i wielkość czcionki.
- 7 Nie używaj znaczników <p> oraz <h1>-<h6>, style fontu definiuj na najbliższym elemencie <td>.
- 8 Obrazki zawsze zapisuj ze stylem - border:none, display:block.
- 9 Właściwości float, position i margin zamień na tabelę.
- 10 Zoptymalizuj obrazki:
 - 10.1 pod względem rozmiaru: iloczyn z szerokości i wysokości powinien wynosić maksymalnie 99 999 px,
 - 10.2 pod względem wielkości: stosuj kompresję oraz najbardziej optymalny format pliku (sugerowana wielkość całej grafiki to 120 kb).
- 11 Stosuj alty dla obrazków.
- 12 Jeśli użyjesz background image, dodaj także kolor zastępczy, ponadto nie używaj powielania obrazków w tle.
- 13 Nie używaj atrybutu rowspan.
- 14 W każdym mailingu użyj linku rezygnacji.
- 15 Sprawdź poprawność kodu validatorem kodu od w3c.
- 16 Kod mailingu zawsze sprawdzaj Inspektorem kodu oraz Inbox Testami dostępnymi we FreshMailu.



Przepis na idealny mailing

Przepis na idealny mailing

Email marketing od wielu lat należy do jednej z najskuteczniejszych form marketingu internetowego. Za sukces każdej kampanii odpowiada planowanie i realizacja działań, a jednym z elementów kampanii jest projekt i kodowanie mailingu. Już podczas projektowania należy zwrócić uwagę na ograniczenia klientów pocztowych, na których mailing zostanie wyświetlony, ważne jest bowiem wykorzystanie odpowiednich elementów języka HTML oraz właściwości CSS. Najważniejsze jest więc znalezienie złotego środka, tak aby mailing wyświetli się poprawnie w każdym kliencie pocztowym, gwarantując poprawność prezentacji.

Od czego zacząć?

Bazując na doświadczeniu i najlepszych praktykach każdą pracę przy mailingach, zaczyna się od stworzenia makiet projektu. Makieta ma na celu zaprezentowanie układu elementów i architektury informacji. Dzięki temu nanoszenie poprawek jest znacznie szybsze i i lepiej dostosowane do potrzeb kampanii. Kolejnym etapem jest stworzenie kreacji przez grafika. Po zaakceptowaniu grafiki projekt trafia do kodera, który zamienia makietę na kod i dostarcza gotowy szablonu mailingu.

Korzystając z wcześniejszych rad, pamiętaj także o tym, aby szablon maila składał się z czterech podstawowych elementów:

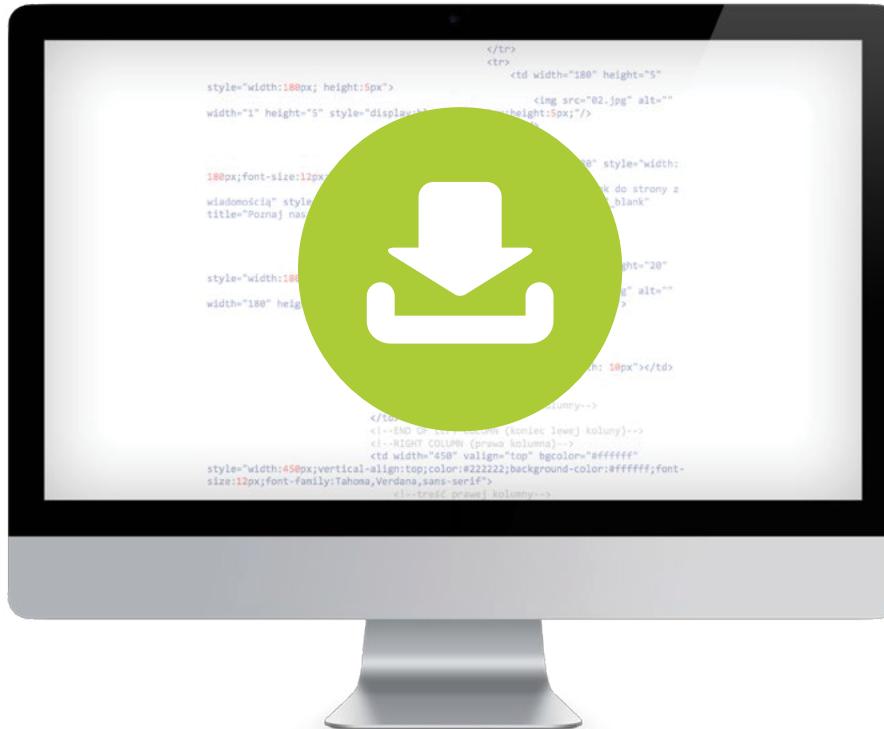
- element pozycjonujący (wrapper),
- nagłówek (header),
- główna zawartość dokumentu (main body),
- stopka (footer).

Dla poniższego przykładu stosujemy następujące założenia:

- mailing jest wyśrodkowany w stosunku do obszaru okna,
- szerokość szablonu wynosi 600px,
- mailing zawiera:
 - preheader,
 - obraz w tle,
 - gradient,
 - niestandardowy font,
 - animację CSS.



Kod przykładowego mailingu



Kliknij na monitorze, aby pobrać przykładowy kod mailingu



Przydatne linki

Linki, które mogą okazać się pomocne wszystkim **Front End Developerom**, przy kodowaniu mailingów.

- <http://freshmail.pl/blog/>
- <https://www.emailonacid.com/blog>
- <https://litmus.com/blog/>
- <http://www.emailedesignreview.com/>
- <http://freshinbox.com/blog/>
- <http://blog.returnpath.com/>

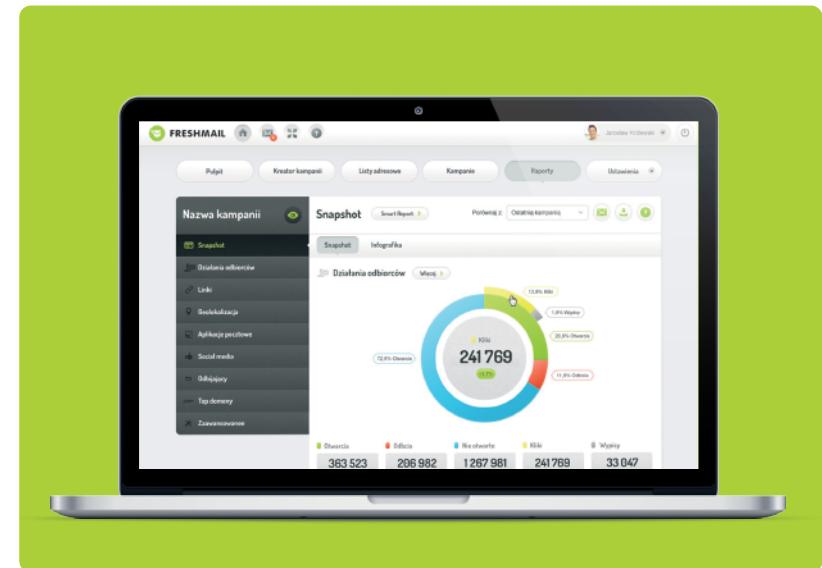


O systemie FreshMail

FreshMail to wszystko czego potrzebujesz, aby skutecznie komunikować się ze swoimi odbiorcami.

Nowoczesny, intuicyjny i profesjonalny system do email marketingu bogaty w narzędzia optymalizacyjne, dzięki którym realizacja kampanii to przyjemność. We FreshMailu znajdziesz m.in.:

- darmowy Inbox iInspektor, dzięki któremu zobaczysz jak wiadomość wyświetla się w ponad 24 programach pocztowych, bez konieczności wysyłania kampanii testowych,
- darmowy Spam test, który zwiększy dostarczalność Twoich wiadomości, testując je w 10 programach pocztowych jeszcze przed wysyłką,
- automatyczne testy A/B, które pozwalają testować temat wiadomości, nadawcę czy nawet całkowicie różne layouty i treści,
- optymalizator czasu wysyłki, dzięki któremu możesz zbadać jaki dzień tygodnia i godzina są najbardziej odpowiednie dla Twojej grupy odbiorców,
- inspektor kodu, to błyskawiczny sposób na wyłapanie i uniknięcie najczęstszych błędów popełnianych podczas tworzenia mailingów.



Ponadto największe atuty FreshMaila to prosty w obsłudze interfejs, łatwa integracja z innymi platformami, rozbudowane raporty zintegrowane z Google Analytics i zespół profesjonalistów, specjalizujących się w kompleksowej obsłudze działań z zakresu email marketingu. Ludzie FreshMaila to eksperci podchodzący do swojej pracy z pasją i czerpiący satysfakcję z sukcesów ich klientów.

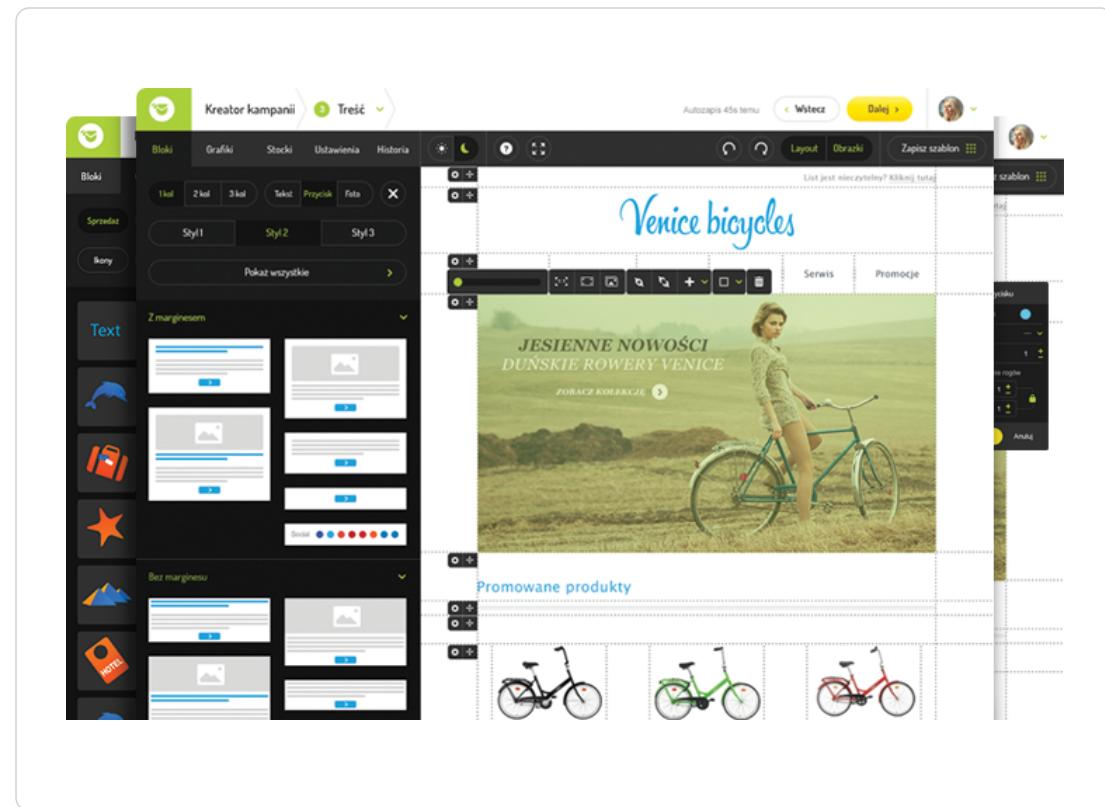


FreshMail Designer

We FreshMailu znajdziesz także zaktualizowaną wersję FreshMail Designer'a, który ułatwia tworzenie profesjonalnych mailingów.

Znacznym udogodnieniem jest również biblioteka szablonów, dzięki której w łatwy sposób przygotujesz lub wyedytujesz mailing. Na szczególną uwagę zasługują również autorespondery, dzięki którym usprawnisz swoją sprzedaż i nadasz jej nowego wymiaru.

Jeśli chcesz budować piękne mailingi i newslettery, a Twoja znajomość html i css nie jest jeszcze wystarczająca skorzystaj z intuicyjnego edytora szablonów - FreshMail Designer'a. Dzięki niemu zyskasz możliwość samodzielnego tworzenia pięknych i skutecznych kreacji.





FreshMail Premium



Tworzymy strategię email marketingową

Przeanalizujemy Twoją komunikację w Internecie, zaproponujemy nowe sposoby dotarcia do Twojej grupy odbiorców oraz najefektywniejszą segmentację bazy pod kątem komunikacji marketingowej. Przyjrzymy się Twoim produktom i zachowaniom konsumentów.



Wspieramy integrację systemów

Korzystasz z innych systemów IT, takich jak eCommerce, CMS, CRM? Pomożemy Ci zaprojektować przepływy danych pomiędzy tymi systemami a FreshMailem. W procesie integracji służyliśmy bezpłatnym wsparciem IT.



Projektujemy kreatywne i skuteczne mailingi

Wiemy, jak zapewnić skuteczność Twoim mailingom. Nasze kreacje spełniają surowe zasady dostarczalności czy wymagania HTML/CSS różnych systemów pocztowych, a przy tym są atrakcyjne wizualnie dla odbiorców.



Przeprowadzamy analizę behawioralną

W celu zwiększenia efektywności Twoich działań email marketingowych pomożemy Ci przeanalizować raporty z kampanii oraz inne dane dotyczące zachowania Twoich odbiorców. Wynioski pozwolą skuteczniej zarządzać poszczególnymi segmentami bazy.



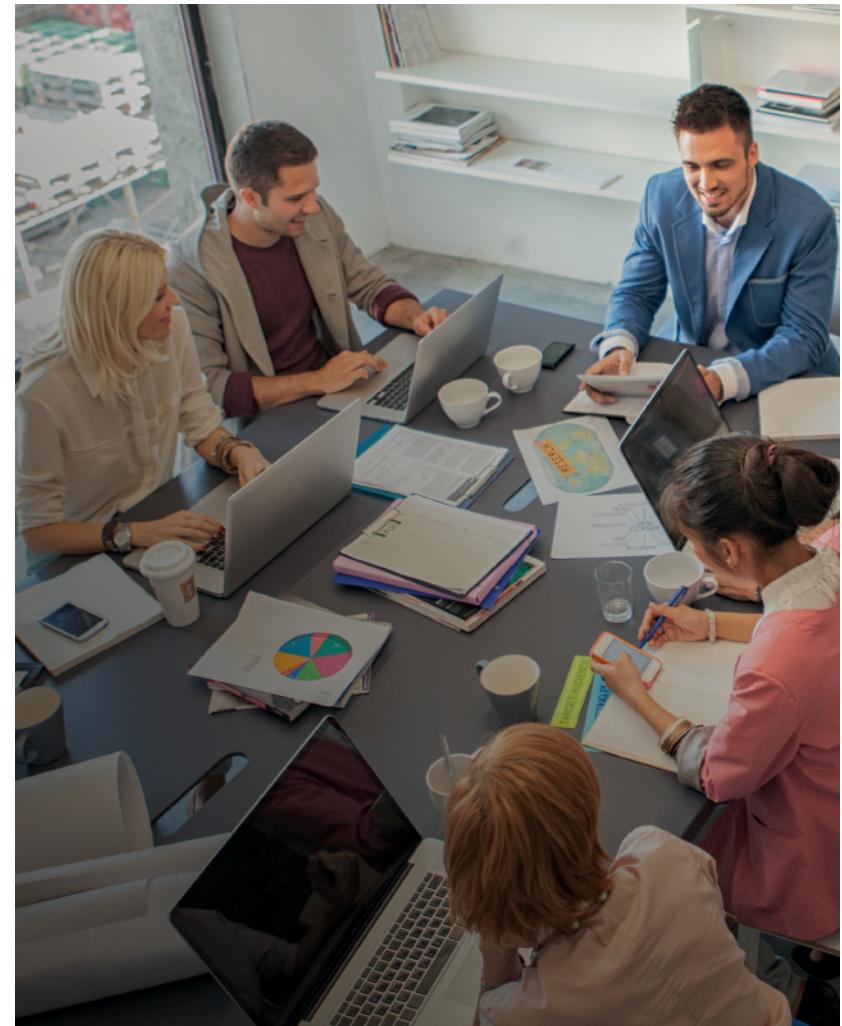
Planujemy media

Jeśli nie posiadasz swojej bazy mailingowej lub chcesz zwiększyć zasięg komunikacji, pomożemy Ci zaprojektować skuteczną akcję mailingową do baz zewnętrznych, korzystając ze wsparcia MailPlannera.



Całościowo zarządzamy kampaniami

Wiemy, jak często brakuje Ci czasu - szczególnie z myślą o tym przygotowaliśmy usługę zarządzania kampaniami. Zaopiekujemy się nimi kompleksowo.





Pomóż w rozwoju raportu

Raport ma na celu pomóc w codziennych zmaganiach z projektowaniem i wdrażaniem szablonów emailowych.

Wszelkie konstruktywne uwagi oraz spostrzeżenia czytelników są mile widziane. Zapraszamy wszystkich zainteresowanych Front End Developerów do współpracy przy tworzeniu kolejnych jego wersji.

Odezwij się do nas na css@freshmail.pl

Przetestuj FreshMaila! **Załącz darmowe konto na www.freshmail.pl**



sprzedaz@freshmail.pl



12 617 60 11