

# Hogyan kerülje ki a Spam szűrőket (és a levelezőprogramok egyéb bogarait) itthon és a nemzetközi piacon?



...gyakorlati útmutató azoknak, akik nem akarják, hogy leveleik ártatlanul a Spam mappában vagy a kukában landoljanak.

a marketingszoftverek  
**mailmaster**<sup>TM</sup>  
támogatásával

# Üdvözlöm a valóságban, a spam-ek világában!



*A spam így finom. E-mail-ben cseppet sem az!*

Üdvözlöm, Csepregi Balázs vagyok, a MarketingSzoftverek tártulajdonosa, és ha megengedi, szeretném néhány keresetlen mondattal felkészíteni arra, ami Önre vár egyrészt ebben a - kulcsfontosságú információval gazdagon megtömött - dokumentumban, másrészt a mindennapi életben, ha komoly e-mail marketinget kíván folytatni.

## Lehet, hogy durvának fog találni, pedig éppen ellenkezőleg!

Az alábbi néhány sorban olyan gondolatokat fog találni, amelyekre lehet, hogy úgy gondolja, túlzás. Pedig éppen hogy ellenkezőleg! Igyekszem olyan kíméletesen leírni a valóságot, amilyen kíméletesen csak lehetséges. Tanácsadóként azonban már megtanultam, hogy az egyetlen elfogadható hozzáállás a részemről, ha feltárom a valóságot, őszintén és kendőzetlenül feltárom a valós problémákat, majd segítek megtalálni a megoldásokat. Ha azt várja tőlem, hogy szépítsem a valóságot pusztán azért, hogy udvarias legyek, akkor ez az anyag nem Önnek szól!

## Tényleg ilyen bonyolult lenne az e-mail küldés?

Nem. Amíg egyenként küldi az e-mail-eket, addig nincs benne semmi bonyolult!

Abban a pillanatban azonban, amikor tömegesen szeretne e-mail-t küldeni, rá kell jönnie, hogy az e-mail küldés se nem ingyenes, se nem egyszerű!

Abban a pillanatban, hogy Ön adatbázis marketingben gondolkodik, abban a pillanatban, amikor elkezd nagy mennyiségű e-mail-t küldeni (egy ilyen kis országban hatványozottan) szembe fogja magát találni olyan problémákkal, amelyeknek korábban hírét sem hallotta. Olyan ez, mint az autók légellenállása. Egy bizonyos sebesség felett a sebesség növekedésével hatványozottan nő a légellenállás.

## **Még a szolgáltatók sem tudják, nemhogy a rendszergazdák!**

Az igazán rossz hírem pedig az, hogy gyakran még az e-mail küldéssel "profi" módon foglalkozó, e-mail küldő szoftver szolgáltatást kínáló cégek sem tudják, hogy mi mindenre kell odafigyelni hogy célba érjenek az e-mail-ek.

Arról nem is beszélve, amikor Ön "olcsón" vesz egy e-mail küldő programot, azt feltelepíti egy szerverre, és vagy senki nem üzemelteti a szoftvert, vagy csak egy e-mail küldésben minimális tapasztalattal rendelkező rendszergazda, aki azt hiszi, hogy azért, mert egyedi e-mail küldő programot már üzemeltetett, máris ért a tömeges e-mail küldéshez.

Ó micsoda tudatlanság, és micsoda veszély ez Önre nézve!

És kérem félre ne értse, nem arra gondolok, hogy be fogják börtönözni, vagy elveszíti a vállalkozását! Ennél sokkal prózaibb dologról van szó: bevételkiesésről.

## **Nézzük számokban, mennyi veszteséget jelent ez Önnek!**

Tegyük fel, hogy az e-mail küldési megoldásában rejlő rejtett problémák miatt nem 40, hanem csak 20%-kal növekszik online üzlete. Miért? Mert nem érnek célba a levelek, mert néha napokig kell tisztítani az adatbázist, mert néha ahelyett, hogy kreatív akciókon agyalna, azt próbálja megérteni, hogy miért nem nő online üzlete

ugyanolyan tempóban, mint a konkurenseké. Mennyi különbséget jelent mindez, ha három évig áll fenn ez a helyzet?

Három éven keresztül évi 40% növekedés 174%-os növekményt jelent. Három éven keresztül 20% növekedés összesen 72% növekményt jelent. Ennyi a különbség bevételben. De mennyi a különbség profitban? Általában még sokkal több!

És mindez miért?

*"- Már kiadtam 150 dollárt erre a szoftverre. Csak nem fogom máris lecserélni!!!"*

**Ez most komoly???**

Tényleg 30.000 Forint miatt dönt úgy valaki, hogy 174% helyett csak 72%-ot nő a vállalkozása? Ezt soha nem fogom megérteni!

## **Van megoldás!**

Ön a fent leírt példát könnyedén el tudja kerülni!

Az egyik jó hírem ugyanis az, hogy ha a MailMaster szolgáltatást választja, az ezen dokumentumban leírt teendők jelentős részével nem is kell bajlódnia. Sem Önnek, sem rendszergazdájának!

A másik jó hírem, hogy még ha nem is akarná a MailMastert használni, ebből a dokumentumból minden lényeges információhoz hozzá tud jutni, amit az elmúlt 8 évben és az ezalatt elküldött kb. 200 millió e-mail elküldése alatt megtapasztaltunk a tömeges e-mail küldés összes lehetséges problémájával kapcsolatban!

Következzen tehát maga a dokumentum, amelyet Khauth György, üzlettársam és a MarketingSzoftverek vezető fejlesztője állított össze zavarba ejtő alapossággal, és amelyet én magam láttam el számos magyarázattal, hogy a technikai dolgokban járatlan olvasó számára is kristálytiszta legyen, hogy mi a teendője. Mivel pedig ez a dokumentum eredetileg ügyfeleink számára készült, a teljes kérdéskört nem általánosságban, hanem a MailMaster példáján mutatjuk be.

## Mi a SPAM?\*

Sok hétköznapi és jogi meghatározás létezik a spam-re vonatkozólag, valójában azonban a címzett szempontjából minden olyan e-mail spam-nek tekinthető, ami a címzett számára kéretlennek tűnik: ami zavarja, amire nem számított, amit ő soha nem kért, vagy amire nem emlékszik, hogy kérte volna.

Létezik természetesen jogi és technikai definíció is (lásd a mellékletet a 31. oldalon), mégis manapság sokkal fontosabb a címzettek elvárásait és reakcióit kiismerni, és azoknak megfelelően levelezni.

Ha ugyanis egy felhasználó azt állítja egy levélről, hogy az spam, a levelezőszolgáltatója ezt nagy valószínűséggel komolyan veszi. Természetesen az első ilyen eset után, egyetlen címzett panasza után még semmilyen komoly következményre nem kell számítani, van azonban egy - pontosan nem meghatározható - arány, melyet ha átlép a panaszosok száma, a levelezőszolgáltató hosszabb-rövidebb időre akár az összes Öntől érkező levelet is letilthatja.

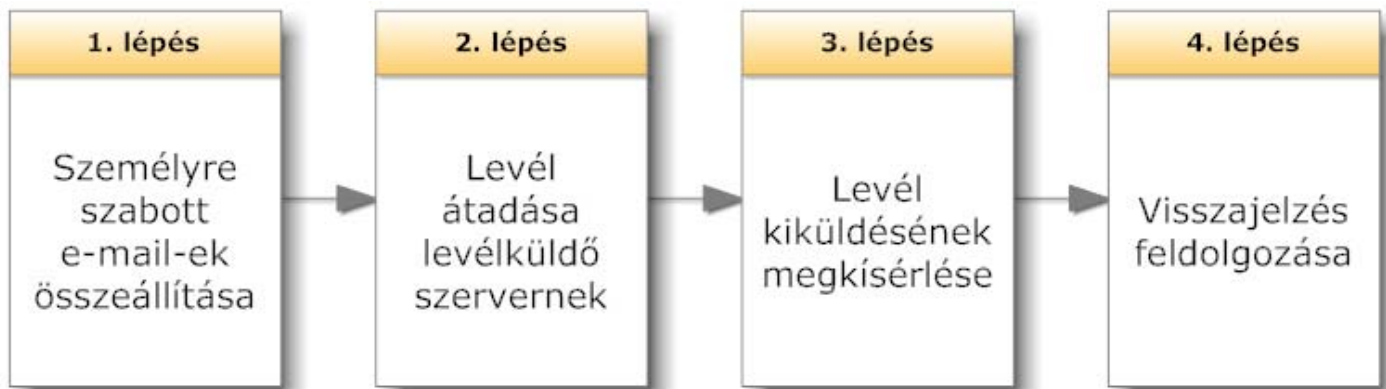
### Ha nem érdeklék a technikai részletek...

Ha szeretne azonnal a teendőkről olvasni, akkor **MailMaster felhasználóként lapozzon a 21. oldalra**, és kezdje a "13 teendő..." résztől az olvasást. Ha nem használja a MailMaster-t, akkor Önnek a 13. oldalon kezdődő "11 teendő..." részre is szüksége lesz, utána pedig a 21. oldaltól kezdődő részre is.

## Az e-mail elküldésének folyamata

A következő oldal tetején látható ábrán a MailMaster e-mail küldési folyamatát látja. Ez a folyamat biztosítja, hogy a levelek a lehető legnagyobb arányban kerüljenek kézbesítésre. A folyamat rendkívül egyszerűnek látszik, a továbbiakban azonban látni fogja, hogy mind a négy lépésnek igen nagy szerepe van a sikeres e-mail küldésben.

\* A spam eredetileg egy rendkívül rossz minőségű, de olcsó – általában építőmunkások által fogyasztott – húskonzerv volt. A legtöbb emberből undort váltott ki. Emiatt vált híressé az elnevezés, és kezdték el használni a kéretlen, reklámtartalmú levelekre is. Bár a konzerv minősége az utóbbi években javult, a cég 2009-ben csődbe ment.



Első lépésként a MailMaster a felhasználó által feltöltött levél, a beállított időzítés, és az időzítésben meghatározott e-mail adatbázis felhasználásával elkészíti minden egyes címzett számára a személyre szabott leveleket.

A levelek egy úgynevezett "*kiküldési sorban*" várakoznak a kiküldésre - általában csak néhány másodpercet. Ezután a levél átadásra kerül a levélküldő szervernek (MTA – Mail Transfer Agent). Utána a levélküldő szerver felveszi a kapcsolatot a levél címzettjének levelező kiszolgálójával. Ha ez sikerül, és nem kap hibajelzést (pl. ismeretlen e-mail cím, e-mail fiók megtelt stb.) akkor elküldi a levelet. Ha nem kapott visszajelzést, vagy ideiglenes hibáról kapott visszajelzést, akkor adott időközönként ismét megkísérli az átadást. A tizedik sikertelen próbálkozás után kézbesíthetetlennek minősíti a levelet.

Előfordul, hogy ugyan a címzett szervere fogadja a levelet, viszont a levél elküldése után olyan visszajelzést küld, mely szerint valamilyen hiba történt a kézbesítés során. A MailMaster minden ilyen visszajelzést feldolgoz - azaz rögzít -, és a hiba jellegétől függően "cselekszik", majd ennek "bizonyítékként" a hibajelentést elérhetővé teszi a kimutatások közt.

Sajnos az is általános jelenség, hogy bizonyos levelezőszerverek nem jeleznek vissza hiba esetén, még akkor sem, ha nem tudják kézbesíteni a levelet, egyszerűen csak "elnyelik" azt. Ez a jelenség általában nagyobb, ingyenes e-mail fiókokat nyújtó szolgáltatóknál fordul elő.

## Miért lesz egy kiküldött levél spam?

Leveleink két fő okból minősülhetnek spam-nek:

- Címzett spam-nek jelöli a levelet
- Spam szűrő spam-nek érzékeli a levelet

### Ha a címzett spam-nek jelöli a levelet

A címzettek sokszor élnek azzal a lehetőséggel, hogy azon túl, hogy spam-nek jelölnek egy számukra zavaró levelet, a feladót hozzáadják a tiltott feladók listájához. Magyarországon jellemzően a Citromail és Freemail felhasználók élnek ezzel a lehetőséggel. Ennek eredménye képen a jövőben ha ugyanazzal az e-mail címmel küldünk levelet, ezek a felhasználók nem fogják megkapni.

Hogy miért van az, hogy egyes felhasználók a leiratkozás link helyett inkább a "Spam-nek jelöl" gombra kattintanak? Ezt nem lehet tudni.

A két legkézenfekvőbb védekezési mód a spam-nek jelölés ellen, ha egyrészt a leveleiben található leiratkozás link éppen olyan jól látható, mint a levelezőprogram "Spam-nek jelöl" gombja, másrészt ha maximálisan törekszik arra, hogy csak olyan tartalmat küldjön, amit az adott címzettek kifejezetten kértek.

Ahhoz azonban, hogy minél hatékonyabban tudja elkerülni, hogy leveleit Spam-nek jelöljék, nézzünk még egy kicsit jobban a dolgok mélyére!

## Néhány ok, amiért spam-nek jelölhetik leveleit

A következőkben felsoroljuk azokat a hibákat, amelyeket levélküldőként elkövethet. Ha ezekre odafigyel, akkor szinte teljesen elkerülhető, hogy a címzettek spam-nek érezzék - és emiatt spam-nek jelöljék - leveleit.

Persze akármennyire is figyelmes, az emberi tényező miatt mindig lesz olyan, akit valamiért bosszantja valamelyik levele, ezek arányát azonban a következőkben leírt stratégiákkal jelentősen tudja csökkenteni!

## Első ok: Ha kommunikációja nem rendszeres

Az emberek gyorsan felejtenek. Annyi impulzust kapnak nap mint nap (főleg a nagyobb városokban élők), hogy ha nem kommunikál rendszeresen, egyszerűen elfelejtik, hogy feliratkoztak az Ön leveleire.

Sokan a következő képen gondolkoznak: *"... ha jön egy e-mail valakitől, akire nem emlékszem, ha nem emlékszem, hogy feliratkoztam, akkor spam-nek jelölöm..."*

Ennek egyik kivédési módja, ha minden e-mail-je legtetetjén szerepel egy mondat, amelyben emlékezteti a feliratkozót a feliratkozás tényére néhány olyan adat segítségével, amelyre vélhetőleg tényleg emlékszik az illető.

Példa: *"Ezt a levelet azért kaptad, mert ekkor és ekkor ezen és ezen az oldalon, ebben és ebben az akcióban feliratkoztál az xy nevű hírlevélre."*

Érdeemes továbbá a leiratkozás linket a fenti mondat után szintén jól látható módon megjeleníteni. Persze érthető, ha nem szereti a leiratkozásokat, viszont sokkal jobb, ha valaki, aki már nem kéri a levelét, békességben leiratkozhat, mintha ahhoz, hogy "megszabaduljon Öntől", spam-nek kell jelölnie a levelét

## Második ok: Rosszul karban tartott e-mail lista

Ha nem kommunikál rendszeresen, annak lesz még egy következménye, nevezetesen hogy az adatbázisában szereplő e-mail címek nem lesznek "frissek". Manapság az emberek viszonylag gyakran cserélik az e-mail címüket.

Ez egyrészt azért van, mert viszonylag gyakran váltanak munkahelyet, másrészt magán e-mail címeiket is gyakran cserélik - valószínűleg részben a sok spam üzenet miatt.

A nem "friss" e-mail címek azért jelentenek problémát, mert az e-mail fiók szolgáltatók és a spam szűrők nagyon komolyan figyelik, hány nem létező e-mail címre küld levelet. Ha egy alkalommal sok nem létező e-mail címre küld e-mail-t, ebből a szolgáltatók és a spam szűrők azt a következtetést vonják le, hogy nem önkéntes feliratkozóknak, hanem vásárolt, lopott, vagy a webről gyűjtött listára küldi levelét.

Ennek megfelelően szankcionálnak is: hosszabb (néhány nap) vagy rövidebb (1-2 óra) időre felfüggesztik az Öntől érkező e-mail-ek fogadását.

### **Hogy néz ki ez a gyakorlatban? Nézzünk egy példát!**

Ha van egy nem túl nagy, mondjuk 2.000 fős e-mail listája, abban a hazai átlagnak megfelelően akár 600 - 800 Freemail felhasználó is szerepelhet. Amikor kiküld egy kampányt, akkor ez azt jelenti, hogy rövid idő alatt a Freemail mondjuk 600 levelet kap az Ön cégétől. Ha valamilyen okból a kampány elején mondjuk 1-2 órára letiltják az Öntől érkező leveleket, akkor ez azt fogja jelenteni, hogy ezen kampánylevele nem fog eljutni a Freemail- felhasználókhoz. Az eredmények máris 30%-kal csökkentek. Persze valójában nem is csak ennyivel, hiszen a legtöbb e-mail szolgáltató hasonló e-mail fogadási (és tiltási) gyakorlattal rendelkezik!

### **Harmadik ok: Ha a címzettek nem várják a levelet**

Ha valaki feliratkozik pl. egy online angol nyelvleckére, akkor alig várja a sorozat következő levelét. Ha nem érkezik meg hosszú ideig, akkor ezt általában jelzi, és kéri, hogy pótolják a hiányt.

Más az eset azonban, ha valamilyen trükkel szerzi meg az illető e-mail címét, pl. ingyenes tanulmány, valamilyen személyre szabott elemzés, kiállításon elhelyezett üvegtál stb., és nem jelzi előre, hogy milyen e-mail kommunikációval jár együtt az adott feliratkozás.

Fontos tehát, hogy az e-mail cím elkérésekor, névjegykártya begyűjtésekor minden esetben felhívja feliratkozó figyelmét, hogy egészen pontosan miért kéri el az e-mail címet. Ezen túl az is hasznos, ha pl. tanulmány letöltésre való regisztrációkor a tanulmány letöltési linkjét tartalmazó levélben ismét felhívja a feliratkozó figyelmét, hogy a jövőben továbbra is fog küldeni neki anyagokat, és hogy bármikor leiratkozhat ha úgy kívánja.

### **Negyedik ok: Ha vásárolt e-mail listára küld levelet**

Egy jó tanács: soha, soha, soha ne vásároljon e-mail listát!

Ha vásárolt - vagy lopott - listára küld tömeges e-mail-t, annak beláthatatlan következményei lehetnek. Legjobb esetben spam listára kerül. Rosszabb esetben fel is jelenthetik az NHH\*-nál, mely hivatal a magánszemélyek részére engedély nélkül küldött tömeges e-mail-ek esetében akár 500.000 Ft-os bírságot is kiszabhat.

A legfőbb veszteség azonban véleményünk szerint az a pénz, és legfőképpen az az idő, amit a kampányra fordít, ugyanis az ilyen e-mail-ek válaszadási aránya általában több nagyságrenddel alacsonyabb a saját maga által felépített, folyamatosan ápol, karban tartott listára való küldésnek.

### **Bérelt listák használata**

Hasonló, de teljesen legális - ám általában költséges és nem túl hatékony - módszer az e-mail lista bérlés. Ez azt jelenti, hogy bizonyos ingyenes levelezőszolgáltatók (pl Freemail) az Ön által elkészített e-mail-t levelenkénti díjszabással elküldik saját felhasználóiknak. Ezek a szolgáltatók naprakész listával rendelkeznek felhasználóikról, ismerik a felhasználók érdeklődési körét, és regisztrációkor tájékoztatták is őket, hogy rendszeresen fognak kapni reklám leveleket.

## **Ötödik ok: Ha más szoftverről vált MailMaster-re**

Ha korábban más e-mail küldő szoftvert használt, és most vált MailMaster-re, akkor - függően attól, hogy korábban milyen szoftvert használt - a korábbi rendszerből kiexportált listáról kiderülhet, hogy - mivel a korábbi szoftver nem kezelte megfelelően a visszapattant leveleket - annak ellenére rossz minőségű, hogy Ön rendszeresen kommunikált a feliratkozókval, és lelkiismeretesen alkalmazta az eddig bemutatott alapelveket is.

Egy ilyen váltáskor általában az első kiküldéskor a címzettek számottevő részéről kiderül, hogy az e-mail címük már nem él, valamint az esetleges korábbi hibák miatt lesznek, akik hosszabb idő után most kapnak Öntől ismét levelet. Ezek miatt fennáll a veszélye, hogy kampányát spam-nek tekintik az e-mail szolgáltatók, viszont ha többször nem küld a nem létező címekre, akik pedig le szeretnének iratkozni azok

---

\* NHH: Nemzeti Hírközlési Hatóság

leiratkoznak, akkor a helyzet normalizálódhat, és eredményesen fogja tudni tovább használni listáját. Sőt, a továbbiakban azt fogja tapasztalni, hogy a levelek nagyobb arányban érnek célba, többen reagálnak kampányaira, és többen is vásárolnak Öntől.

### Hatodik ok: Ha érzékeny témáról ír

Ha a hírlevél témája népszerű, akkor nagyon sok feliratkozót, érdeklődőt vonz. Ezzel egy időben azonban könnyen előfordulhat, hogy egyes feliratkozók - jó vagy rossz szándékkal - feliratják az ismerőseiket is, akik miután megkapták az e-mail-t, spam-nek jelölik a levelet. Ennek elkerülésére kettős opt-in feliratkozási folyamatot érdemes alkalmazni, melynek lényege, hogy a feliratkozást követően csak annak a feliratkozása lesz aktív, aki az első e-mail-ben található linkre kattintva megerősíti feliratkozását.

A második veszélye az érzékeny témáknak, hogy az ilyen témák esetén a spam szűrők szemantikus szűrői nagyobb arányban jelölik spam-nek a levelet. A szemantikus szűrők a levélben használt kifejezések és azok megjelenítési módja (formázása) alapján próbálják meg kitalálni, hogy az adott levél spam tartalmú-e vagy sem.

**Néhány érzékeny téma:** pénzügy (hitelek, befektetések, tőzsde), ezotéria, szexualitás, szerencsejáték, fogyókúra, egészség, álláskereső, kifejezetten férfi / női témák.

## A spam szűrők működésének alapjai

Manapság szinte minden levelezőszerver használ valamilyen spam szűrő szoftvert, amelyek leginkább a levelek tartalma és a küldő IP címének feketelistákon való ellenőrzése után döntenek el, hogy átengedjék vagy eldobják a levelet. A legelterjedtebb spam szűrők az alábbiak:

- SpamAssassin (nyílt forráskódú, ez a legelterjedtebb)
- Postini (a Gmail is ezt használja)
- Cloudmark (Citromail is ezt használja)
- MessageLabs (Symantec érdekeltség)
- IronPort (nagyvállalatok használják)



A spam szűrők a tartalmat elemzik, és számos szempont alapján pontozzák. Ha az értékelés elér egy bizonyos pontszámot, akkor a levelet spam-nek minősítik. Fontos azt is tudni, hogy a spam szűrőket az üzemeltetők tetszőlegesen beállíthatják, átállíthatják. Emiatt a spam szűrő "szigorúsága" sokszor a rendszergazda "paranoiáján" múlik, és így ezen múlik az is, hogy mennyi nem spam levelet szűr ki a levelezőrendszer. Ezeket, tehát a tévesen spam-nek minősített leveleket hívják "false positive"-nak.

**A modern spam szűrők tanulékonyak.** Ez azt jelenti, hogy amikor egy címzett rákattint a "spam-nek jelöl" gombra, akkor elemzik a levelet, és ha több címzett is spam-nek jelölte azt, akkor a levél bizonyos jellemzőit legközelebb már figyelembe veszik, vagyis pontozzák a spam szűréskor. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a spam-nek minősített levelek közös jellemzői alapján a későbbiekben hasonlóknak tűnő levelek is könnyen spam minősítést fognak kapni. Nemzetközi adatok úgy mutatják, hogy az összes kiküldött legális levél közül 10-20% akad fenn valamely spam szűrőn (még egyszer: ezek a false positive-ok).

Manapság a nagyobb szolgáltatók már viselkedés alapú spam szűrést is végeznek, amelyek befolyásolják a kézbesítési arányt, erről részletesebben később még említést teszünk.

## A spam szűrők szempontjai

### A küldő szerver IP címe

Az IP cím a levélküldést végző szerver egyedi azonosítója az interneten. A spam szűrők nyilvántartják, hogy mennyi levél érkezett róla, ebből mennyit érzékelt spam-nek a rendszer, mennyit jelöltek spam-nek a felhasználók, hány e-mail-t küldtek nem létező e-mail címre, stb.

### A levél tartalma

A spam szűrők - ahogy korábban már említettük - a levél tartalmát is elemzik és pontozzák. Ha a pontszám meghalad egy bizonyos szintet, a levelet spam-nek minősítik.

## Címzettek viselkedése

Egyre nagyobb szerepet játszik a címzettek reakciója. Ezek közül a legfontosabb, hogy hányan jelölik spam-nek a levelet.

A spam-nek jelölésen túl azonban egyre elterjedtebb - főleg nemzetközi szolgáltatóknál -, hogy azt is figyelik, hogy megnyitja-e a címzett a levelet, olvasás nélkül törli-e, rákattint-e valamilyen linkre, illetve mindezeket milyen arányban teszi az érkező levelek számához képest egyik vagy másik küldő leveleivel.

A Gmail például ha egy feladótól érkező leveleket egy címzett mindig olvasás nélkül töröl, egy idő után attól a feladótól érkező levelek automatikusan a spam mappába fognak kerülni. A Gmail ezen túl azt is figyeli, hogy írnak-e válasz üzenetet a feladó e-mail címére a címzettek. Ha igen, akkor ez erősíti a feladó hitelességét.

## 11 teendő, amiket VALAKINEK el kell végeznie...

Az alábbi 11 teendő elvégzésével biztosíthatja, hogy technikai szempontból minél kevesebb ok miatt kerüljenek levelei ártatlanul spam mappába. Mi a MarketingSzoftvereknél maximálisan gondoskodunk ezen feladatok elvégzéséről, így ügyfeleinknek nem kell törődni velük.

### **De ki fogja elvégezni ezeket a kritikus feladatokat? (A legtöbb e-mail marketinges ezen bukik el!)**

Ha el szeretné kerülni, hogy nehezen felépített e-mail listája fokozatosan értéktelenedjen, az alábbi teendőket valakinek el kell végeznie! Három jelölt van a feladatra:

**a.) Ön saját maga.** Ha Ön nem egy időmilliomos informatikus, akkor ezt a lehetőséget szerintem érdemes kizárni. Ha nem érti miért, csak fussa át a következő 11 pontot, és máris érteni fogja.

**b.) Rendszergazdája.** Amennyiben egyszeri díjért vásárolt, vagy egyedileg

fejlesztett e-mail marketing szoftvert használ, és listája már meghaladja a pár ezer főt (ezt ennél egzaktabb módon nehéz lenne meghatározni, 2-3 ezer főre tenném a határt), akkor egyszerűen nem hagyhatja figyelmen kívül ezeket a teendőket. Pontosabban figyelmen kívül hagyhatja, csak az olyan, mintha egy golyószóróval szitává lőtt vödörrel próbálna vizet merni. Nem igazán hatékony.

**c.) Szoftver szolgáltatója.** Amennyiben e-mail marketing szoftver szolgáltatást használ, azaz havidíjat fizet, és a szolgáltató szerverén működik a rendszer, akkor ezek a feladatok az ő hatáskörükbe esnek. Hogy valóban végzik-e őket, nos azt már Önnek kell kiderítenie. A legegyszerűbb megkérdezni az ügyfélszolgálatot, és meghallgatni a választ.

## 1.) Jó kapcsolat az e-mail és internet szolgáltatókkal

Mi a MarketingSzoftvereknél folyamatosan ápoljuk a kapcsolatot a vezető hazai és nemzetközi e-mail szolgáltatókkal (Freemal, Citromail, UPC, Gmail, Hotmail, Yahoo!, stb.). Ez egy elég nehéz és munkaigényes feladat, ugyanis az ilyen cégek jó része csak sokadik megkeresésre – vagy még arra sem - reagál. A jó kapcsolat célja, hogy az előre nem látható problémák felmerülésekor (pl. egy kampány levelei minden látszólagos ok nélkül az adott szolgáltatónál még a spam mappáig sem jutnak el) azokat néhány óra alatt el lehessen hárítani. Jó kapcsolat híján pusztán a kapcsolatfelvétel is eltarthat hetekig, nemhogy a probléma megoldása.

## 2.) Szolgáltatóként különböző levélküldés paraméterek

Minden egyes nagyobb szolgáltatóval rendszeresen egyeztetünk, hogy milyen paraméterekkel "szeretik" fogadni a leveleket. Ezen beállítások jelentősen befolyásolják a küldés sebességét, sőt, azt is, hogy egyáltalán célba érnek-e a levelek. Ha ugyanis nem a megfelelő paraméterekkel kerülnek kiküldésre a levelek, akkor az e-mail szolgáltatók hosszabb, rövidebb időre (néhány órára vagy napra) letiltják a levelek befogadását.

A levélküldő szervereinket folyamatosan optimalizáljuk. Azokhoz a szolgáltatókhoz, amelyek gyorsan tudnak leveleket fogadni, pár perc alatt akár 10.000 levelet is

### **"Protekción" e-mail-ek**

Bizonyos leveleket az ügyfeleink érdekében részesítünk előnyben a küldés során. Ilyenek a feliratkozáskori, adatmódosításkori, illetve a próbaként küldött levelek. Így azok a levelek, amelyeknél tényleg fontos, hogy pár percen belül odaérjenek, oda is érnek. Mivel pedig ezekből a levelekből egyszerre soha nincs nagy mennyiség, a "kivételezés" nem okoz fennakadást a többi levél kiküldésében sem.

küldhetünk. Ha azonban a lassabb és problémásabb szolgáltatókhoz ugyanezzel a sebességgel küldenénk, akkor azok egyszerűen "eldobnák" a leveleket. Ezen szerverek felé (néhány ingyenes magyar szolgáltató és általában a vállalati levelező kiszolgálók), másképp, sokkal lassabban kell elküldeni a leveleket. Így azok lassabban érnek oda, de legalább odaérnek.

Mindezen intézkedések mellé még egy fontos dologra szükség van ahhoz, hogy minden komoly fennakadást el lehessen kerülni. Arra is szükség van ugyanis, hogy a nagyobb küldések során folyamatosan figyeljük a küldés menetét minden szolgáltató felé, és ha bármi probléma adódna, akkor fel kell venni velük a kapcsolatot és helyre kell hozni a problémát. Ezt természetesen az ügyfeleink érdekében 100%-osan elvégezzük.

### **3.) Küldő szerver autentikálása**

A DKIM és az SPF rekord a domain névhez köthető egyedi azonosító, amely alapján a címzett levelezőkiszolgálója ellenőrizheti – autentikálja -, hogy valóban az küldte a levelet aki a feladó. Ez a hitelesítés a levélküldő szerverhez kötődik nem a feladó e-mail címéhez. Az elküldött levél fejlécében szerepel egy bizonyos return-path e-mail cím, ami azonosítja a küldő szerveret. Ha ez hiteles, a levél átment az első szűrőn.

### **4.) Feedback loop-okra regisztrálás**

Nagyobb e-mail szolgáltatók lehetővé teszik, hogy a küldő regisztrálja magát náluk, mint hiteles küldő. Ennek része egy azonosítási procedúra, melynek során igazolni kell, hogy a levélküldést végző – jelen esetben a MailMaster gazdája a MarketingSzoftverek - valódi cég-e, milyen IP címekről küldi a leveleit, és milyen

adatkezelési és spam ellenes irányelveket alkalmaz. A spam küldők mögött ugyanis sok esetben fiktív cégek állnak és gyakran változtatják levélküldős szervereik IP címeit.

### **Veszélyes hazai gyakorlat...**

Nem egy esetben hallottam nagy hazai küldőktől, szolgáltatóktól a *"Mit csináltak az ellen, hogy az általatok küldött levelek spam mappába kerüljenek?"* kérdésre azt a választ, hogy *"...váltogatjuk az IP címeinket."* Vigyázat! Ez egy körültekintés nélküli, veszélyes gyakorlat - ne váljon az alkalmazójává, mert visszaüthet!

A szolgáltatók a regisztráció után vállalják, hogy minden esetben, amikor valaki az adott levélküldő szerverrel - a mi esetünkben a MailMasterrel - kiküldött levélnél a "Spam-nek jelöl" gombra kattint, tájékoztatnak erről az eseményről.

### **Szolgáltatók akikhez lehet regisztrálni és akiknél a MailMaster regisztrálva van:**

- Hotmail - Microsoft
- Yahoo!
- AOL
- United Online (netzero.com, junos.com)
- USA.net
- Earthlink.net
- Excite.com

Sajnos a hazai szolgáltatók és a Gmail esetében jelenleg nem áll rendelkezésre ez a lehetőség, náluk viszont más lehetőségek vannak.

## **5.) Feedback loop-ok figyelése**

A regisztráció a feedback loop-ra csak az első lépés. Az érdemi tevékenység a feedback loop figyelése. Ha ugyanis a fenti szolgáltatóktól érkezik egy visszajelzés, hogy valaki spam-nek jelölt egy levelet (amit a MailMasterrel küldött ki valaki), a címzettet automatikusan és kérdés nélkül leiratkozottra állítjuk.

Ha valamely ügyfelünkre túl sok panasz érkezik, felvesszük vele a kapcsolatot, kivizsgáljuk a konkrét ügyet, és javaslatot teszünk arra, hogy hogyan tudná elkerülni a jövőben a hasonló eseteket.

## 6.) Visszapattant levél üzenetek folyamatos figyelése

Ha a levél valamilyen ok miatt nem kézbesíthető, akkor arról a fogadó szerver általában visszajelzést küld a küldőnek - ez esetben a MailMaster-nek. Ezek a visszajelzések nem mindig igazodnak a szabványhoz (RFC 3463\*), számos esetben pedig más hibüzenetet küldenek vissza, mint ami a hiba valódi oka. A visszajelzések kiértékelését tovább nehezítő körülmény, hogy ahány szerver (illetve rendszergazda), annyi féle módon írják le ugyanazt a hibát. Emiatt a visszajelzések automatikus kiértékelése és feldolgozása mellett fontos napi feladat a hibüzenetek átnézése, és a hibüzenet "értelmező szótár" folyamatos bővítése.

A MailMaster jelenleg több mint 500 különböző (angol, francia, német, cseh, román, magyar stb.) szerver visszajelzést tud automatikusan értelmezni és ez a mennyiség napról napra bővül.

## 7.) Levélküldő szerver IP címének hitelessége

Ha a levél kézbesítése során spam gyanú merül fel, akkor a fogadó szerver sokszor automatikusan ellenőrzi a küldő szerver - pontosabban a szerver IP címének - hitelességét, történelmét.

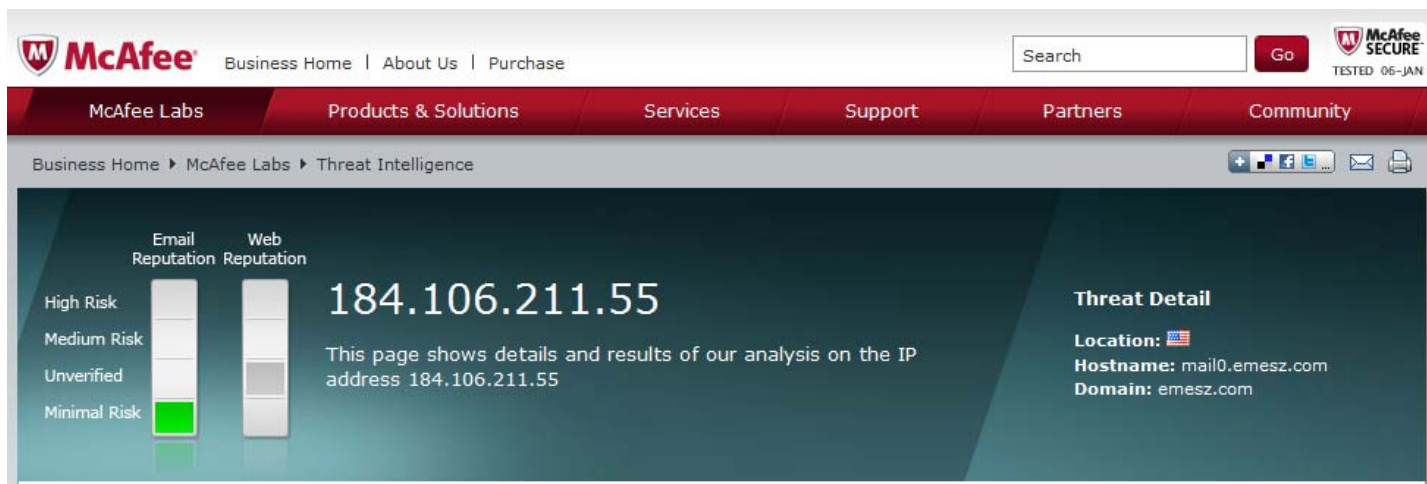
Ezt azt jelenti, hogy megvizsgálja, korábban hány e-mail jött erről a szerverről, van-e kiugróan nagy mennyiségű levélküldés (amely spam gyanús), ezekre a levelekre mennyi panasz érkezett, mennyi nem létező e-mail címre küldött a szerver, mennyit szűrt ki a spam szűrő, stb.. Minél rosszabb az arány, annál nagyobb eséllyel utasítják el az érkező leveleket.

Mivel a MarketingSzoftvereknél folyamatosan figyeljük a visszapattant leveleket, nem küldünk e-mailt megszűnt e-mail címekre egynél többször, nem engedélyezzük a vásárolt listák használatát, stb. IP címünk hitelessége folyamatosan magas, és ez

---

\* <http://tools.ietf.org/html/rfc3463>

minden egyes elküldött e-mail hitelességét növeli a leveleket fogadó szerverek "szemében" (Lásd az alábbi ábrát).



A MailMaster IP címének kockázata a McAfee szerint minimális.

## 8.) False positive-ok jelzése szolgáltatók felé

Ha egy címzett szolgáltatója egy levelet a küldő szerint tévesen jelölt spam-nek, akkor - nagyobb szolgáltatóknál - lehetőség van ennek jelzésére. Ilyenkor el kell küldeni a tévesen megjelölt levelet - a szolgáltató által megadott formátumban -, jelezni kell, hogy miért nem tartjuk spam-nek a levelet, és ezen információk birtokában a szolgáltató finomítja spam felismerő algoritmusát, hogy a későbbiekben minél kevesebb levelet jelöljenek tévesen spam-nek.

## 9.) Internetszolgáltatóktól érkező panaszok figyelése és kivizsgálása

Általában az internetszolgáltatók (T-Online, UPC, stb.) figyelik az általuk működtetett e-mail fiókokba érkező leveleket. Ha panasz érkezik hozzájuk, hogy egy MailMaster-rel kiküldött levél spam, akkor egy bizonyos panasz szám felett ezt jelzik a küldő felé, ez esetben felénk. Általában azonnali intézkedést kérnek. Ha a panaszok tovább folytatódnak, a levélküldő szerver IP címét letiltják.

A MailMaster történetében még nem volt olyan eset, hogy letiltásra került volna küldő szerverünk IP címe, ugyanis minden esetben sikerült megtalálni az adott helyzet - szolgáltató számára is elfogadható - megoldását.

## 10.) Feketelisták figyelése

Minden erőfeszítés ellenére minden nagy küldővel megtörténhet néha, hogy feketelistára kerül. Ezeket a listákat folyamatosan figyelni kell, és amint felmerül a probléma, azonnal fel kell venni a kapcsolatot a feketelista üzemeltetőjével, és meg kell kezdeni a lekerülési procedúrát.

A listák figyelése, a gyors reakció, az ügy villámgyors kivizsgálása, a gyors intézkedések, és a készséges információ-szolgáltatás a listák üzemeltetőinek mind olyan tényezők, amelyek biztosítják, hogy a lehető legrövidebb idő (tipikusan 1-2 óra) le tudjon kerülni az adott fekete listáról.

## 11.) Leiratkozás link az e-mail headerben

Amennyiben az e-mail header részében - a levél tartalmától függetlenül - el van helyezve a leiratkozás link, a Gmail ezt kijelezi a levél felett. Ennek a megoldásnak köszönhetően nagyobb az esély, hogy akit zavar a levél, erre a linkre kattint – vagyis leiratkozik -, és nem a "Spam-nek jelöl" gombot nyomja meg.

### Hogyan tudom alkalmazni...

Az általunk ismert e-mail küldő szoftverekben - ide értve a MailMaster-t is - a szoftver felhasználójaként nem tudja befolyásolni az e-mail header részét. Ha be van építve a szoftverbe ez a funkció, akkor minden e-mail esetében ott lesz a Gmail-ben a leiratkozás link, ha nincs beépítve, akkor nem lesz ott.



The screenshot shows an email header in Gmail. The sender is Wolf Gabor (gabor.wolf@marketingcommando.hu) and the recipient is Balázs (balazs@marketingszoftverek.hu). The subject is 'A legnagyobb marketing titkom - FELFEDVE!'. The sender's domain is emesz.com. A link for 'Leiratkozás a feladótól érkező levelekről' is visible in the header area.

*Így néz ki a leiratkozás link, melyet a Gmail jelenít meg egy levélben, melyet MailMaster-rel küldtek ki.*

## Összegzés - Mi mindenre kell figyelni?

Még egyszer gyorsan tekintsük át, hogy melyek azok a tényezők, amelyekre folyamatosan oda kell figyelni, ha nem szeretne ártatlanul spam mappába kerülni:

- Nagyobb levelező szolgáltatókkal kapcsolatba lépni, kideríteni a levélfogadás paramétereit, alkalmazni ezeket.
- DKIM és SPF rekordok regisztrálása és karban tartása.
- Regisztrálni a feedback loop-okra és figyelni a visszajelzéseket.
- Visszapattant levelek és a bennük lévő hibaüzenet feldolgozása.
- Levélküldő szerver IP címének hitelessége.
- False positive-ok küldése szolgáltatóknak.
- Panaszok figyelése és alkalmazkodás
- Feketelisták ellenőrzése, hogy felkerült-e a küldő szerver IP címe.
- Leiratkozás link legyen a levél header-ben is.

**Fontos:** Amennyiben a MailMaster szoftvert használja, mindezekkel Önnek nem kell foglalkoznia, ugyanis mindezek már részei a MailMaster szolgáltatásnak.

Ha egy másik szoftverszolgáltatást vesz igénybe, akkor elég egyszer utánanézni, hogy a szolgáltató az itt felsorolt gyakorlatot alkalmazza-e.

Egy "dobozos" e-mail küldő szoftvernél, amely az Ön szerverén vagy bérelt tárhelyén fut, mindezekre Önnek, webmesterének és rendszergazdájának kell figyelnie.

# 13 teendő, amit mindenképpen ÖNNEK kell elvégeznie, ha nem akarja, hogy levelei ártatlanul spam mappába kerüljenek

## 1.) Kettős opt-in feliratkozási folyamat alkalmazása

Főleg népszerű témák esetében fordul elő gyakran, hogy valakit barátai, ismerősei iratnak fel egy hírlevélre. Az illető jobb esetben egyszerűen leiratkozik, sokszor azonban inkább spam-nek jelöli a levelet. Szerencsére nem túl gyakran, de az is elő fordul, hogy az illető valamilyen fórumon fel is jelenti a levél küldőjét.

Ezt a jelenséget tudja elkerülni, ha kettős opt-in feliratkozási folyamatot alkalmaz. Ennek lényege, hogy a feliratkozást követően a feliratkozó (vagy éppenséggel felíratott személy) e-mail címére először egy megerősítést kérő e-mailt küld, és ha az illető nem kattint rá a levélben található "feliratkozás megerősítése" linkre, akkor státusza nem lesz aktív, tehát nem kap több levelet. Így ha valaki nem saját maga iratkozik fel, akkor egyszerűen nincs más teendője, mint hogy figyelmen kívül hagyja a megerősítő e-mail-t, és kész.

## 2.) Kétirányú kommunikáció bátorítása és lehetővé tétele

Fontos, hogy mindig olyan e-mail címről küldje e-mail-jeit, amelyre lehet válaszüzenetet küldeni. Ez azt jelenti, hogy kerülje a noreply@ vagy nevalaszolj@ feladót.

Két okból is fontos, hogy lehessen válaszolni a levélre:

- 1.) Egyrészt hasznos, ha a címzett kérdés, gond vagy panasz esetén mindenféle "nyomozás" nélkül egyszerűen, válaszüzenet küldésével is tud segítséget kérni.
- 2.) Másrészt a viselkedés alapú elemző szoftverek előtt nőni fog levelei hitelessége, ha látják, hogy leveleire válaszüzenetet küldenek olvasói.

Amúgy is célszerű - elzárkózás és strucc politika helyett - kíváncsisággal fogadni

mindenféle negatív visszajelzést, hiszen ezek a legjobb lehetőségek szolgáltatása és kommunikációja fejlesztésére.

### **3.) Ne okozzon meglepetést!**

Kommunikációs folyamatát úgy kell felépítenie, hogy feliratkozói várják, de legalábbis örömmel vagy nagyra értékeléssel fogadják leveleit.

Soha ne okozzon meglepetést azzal, hogy egy bizonyos témában anélkül kezdeményez kommunikációt hogy erre engedélyt kapott volna!

Azokban az esetekben, amikor egy ingyenes anyagot regisztrációért cserébe enged letölteni, - lehetőleg még a regisztráció előtt, de legkésőbb rögtön utána - készítse fel regisztrálóit, hogy milyen jellegű/célú/gyakoriságú kommunikációt várhatnak Öntől! Ha ezt nem teszi meg, akkor jövőbeni hírleveleit sokkal nagyobb valószínűséggel jelölik majd olvasói spam-nek, mintha előre szólt volna, hogy mikor mit fog küldeni.

Első hírlevelét érdemes feliratkozás után azonnal, vagy legkésőbb másnap elküldeni. Ha ugyanis túl sok idő telik el a feliratkozás és az első levélküldés között, sokkal több feliratkozója lesz, akik már nem emlékeznek Önre illetve saját feliratkozásuk tényére.

### **4.) Továbbajánló rendszerek óvatos használata**

A tovább ajánló rendszerek (Pl. "Ajánld szolgáltatásunkat három ismerősödnek, és kapsz egy csokit ajándékba...") remek adatbázis építési lehetőségnek tűnnek, de számos veszélyt is rejtene (a jogi kockázatokkal azonban ebben a dokumentumban nem foglalkozunk, ezekkel kapcsolatban konzultáljon jogi szakértővel).

Egy ilyen rendszer esetén igen magas a kockázata, hogy az ajánlottak közt sokan lesznek, akiket zavarni fognak a kapott e-mail-ek, főleg, ha nem csak egy ajánló e-mail-t kapnak, hanem az ajánlás időpontjától kezdve úgy kezelik őket, mintha feliratkoztak volna egy hírlevélre. Ez különösen igaz, ha populáris, de megosztó témáról van szó (pl. ezotéria, tőzsde, stb.).

Látszólagos védelmet nyújthat egy ilyen rendszer esetén, hogy a feladó e-mail címének meg lehet adni az ajánló e-mail címét (tehát látszólag az ajánló e-mail címéről kerül elküldésre az ajánló levél), mégis, mivel a levelet az Ön által használt rendszer küldi ki, az esetleges negatív hatások el fogják érni Önt.

## 5.) Affiliate rendszerek (partner programok) óvatos használata

Könnyen kerülhet spam listára egy partner által az Ön nevében kiküldött e-mail miatt is. Manapság egyre fejlettebb a levélfiók szolgáltatók eszközparkja. Azok a szolgáltatók ugyanis, akik modern technológiákat használnak, azok folyamatosan tudnak kommunikálni egymással. Így ha valamelyikükhöz kéretlen levelek érkeznek, arról az összes hasonló rendszer szinte azonnal tudomást szerez. Ha túl sok a panasz, blokkolják a küldőt, de nem csak az IP címet tudják blokkolni, hanem a feladó e-mail címét, sőt a feladó cég domain nevét is.

Ezen kívül ne feledje, hogy a modern levélszemét szűrők a tartalmat is rendkívül intelligensen elemzik, így ha az egyik viszonteladó által kiküldött promó levelét spam-nek ítélik, akkor könnyen juthatnak ugyanerre a sorsra az ezután - más partnerek által - kiküldött promó levelek, pusztán a tartalom jelentős hasonlósága miatt. Ezt úgy tudja elkerülni, ha alaposan megvizsgálja, hogy milyen partner listákra engedi kiküldeni szolgáltatása promóját. Ha ugyanis olyan listára küldik ki, amelyet nem tartanak megfelelően karban, esetleg vásárolt címeket is tartalmaz a lista, az többet érthet a kampánynak és cégének, mint amennyit használ.

## 6.) A levél megjelenése szép és rendezett legyen

Azt elérni, hogy levelei úgy nézzenek ki minden címzettnél, ahogyan azt Ön szeretné, nehezebb mint gondolná!

Ennek fő oka, hogy a levelező kliensek különböző módon – általában a szabványtól eltérő, egyedi módon – értelmezik a HTML/CSS formázásokat. Hiába készíti el a levelet egy tehetséges, profi webdesigner, hiába ülteti át teljesen szabványos módon HTML-be, akkor is lehetséges, hogy teljesen máshogy fog megjelenni Outlookban, Macintosh Mail-ben, Gmail-ben és az egyéb levelezőprogramokban.

Fontos szem előtt tartania tehát az egyes levelezőkliensek korlátait, és ez alapján elkészíteni azt a HTML sablont, amelybe az egyes levélküldések alkalmával már csak bele kell írni a levél lényegi tartalmát, azaz - a legtöbb esetben - a szöveget.

Alapvetően legyen a levél minél egyszerűbb, táblázatos felépítésű, csak a szükséges mennyiségű képet használjon, és csak azokat a CSS formázásokat használja, amiket a legtöbb levelezőkliens ismer.

Erről készítettünk komplett segédanyagot is, amelyet ingyenesen letölthet a MailMaster tudásbázisából\*.

Azok után pedig, hogy legjobb tudása szerint elkészítette HTML levelét, ajánlott letesztelni ezek tényleges megjelenését minél több levelezőkliensben.

**A MailMaster 2011. januártól lehetőséget nyújt a HTML levelek megjelenésének tesztelésére, a 48 leggyakrabban használt e-mail kliensen\*\*.** Így Ön biztos lehet benne, hogy levele úgy fog megjelenni a címzetteknek ahogyan azt Ön szeretné.

## 7.) Ne alkalmazzon csak képből álló levelet

A spam szűrők nagyobb arányban szűrik ki a csak képet tartalmazó leveleket, mivel tartalmukat nem tudják értelmezni. Úgy gondolkoznak, hogy egy pusztán képeket tartalmazó levél akár Viagra hirdetést is tartalmazhat, ezért biztos-ami-biztos alapon alacsonyabb értékelést kap az ilyen levél. Ha úgy dönt, hogy mégis ilyen levelet küld ki, akkor legalább a képnek adjon leírást a megfelelő HTML tag-ek használatával (title, alt), hogy legalább valami minimális következtetést le lehessen vonni a levél tartalmával kapcsolatban a kép értelmezése nélkül is. Ezen kívül célszerű legalább az üzenet lényegi részét leírni a kép alá vagy fölé.

Fontos azt is tudnia, hogy a legtöbb levelező programban az alapértelmezett beállítás szerint nem jelennek meg a levélben található képek, így egy ilyen levélből a címzett

\* <http://mm.rovid.it/htmlmaildesignalapelvek>

\*\* A legnépszerűbb és elterjedt e-mail kliensek mellett néhány a legújabbak közül, amelyeken lehet tesztelni a levelek megjelenését a MailMaster-ben: Android 2.2, Android Gmail 2.2, BlackBerry, iPhone, iPad, iPad Gmail, Windows Live Mail, Windows Mail, Mac Mail, Outlook 2010, Thunderbird 3 – Beta, Yahoo Classic, Yahoo Mail

semmit nem fog látni (a Citromail és a Freemail egyelőre megjeleníti a képeket, de az Outlook, valamint a Gmail, Hotmail, Yahoo!, és a legtöbb nemzetközi levelezőrendszer csak akkor, ha a felhasználó azt engedélyezi).

## 8.) További levélformázási tanácsok

Ezeket hívják a nemzetközi gyakorlatban „best practice”-nek, azaz bevált gyakorlatnak. Ezekre mindenképpen érdemes odafigyelni:

- Ne használjon csupa nagybetűs szavakat, mondatokat - főleg ne a tárgy mezőben.
- A képeknek legyen alternatív szövege (a HTML alt tag), hiszen a legtöbb esetben a képek alapból ki vannak kapcsolva, de az alternatív szöveg ilyenkor is megjelenik. A spam szűrők is odafigyelnek erre.
- Ne használjon több felkiáltójelet egymás után.
- Lehetőleg kerülje a piros betűket.
- A levél HTML kódja legyen tiszta. Soha ne használjon Word-del készített HTML-t. Sok levelezőprogram nem is jól jeleníti meg az ilyen HTML kódot.
- HTML levélnél a levél design-ja illeszkedjen a cég arculatához, hogy könnyen felismerhető legyen.

**A MailMaster 2011. januártól lehetőséget nyújt a HTML levelek spam tesztelésére, a leggyakrabban alkalmazott spam szűrők beállításait alapul véve\*.** Így Ön előre ki tudja küszöbölni a a legtöbb olyan hibát, amelyek miatt levele spam mappába kerülne.

## 9.) Levél megjelenítése böngészőben link

A levél legelejére érdemes elhelyezni egy “Levél megjelenítése böngészőben” linket. Ennek azért van jelentősége, mert a legelterjedtebb e-mail kliensek - a webes kliensek is - sajnos nagyon korlátozottan képesek megjeleníteni a HTML leveleket. Ön és webmestere minden erőfeszítése ellenére lehetséges, hogy a levél nem jelenik meg tökéletesen Outlook-ban vagy Gmail-ben. Ilyen esetben a levél olvasója egyetlen

\* A következő spam szűrőkre lehet tesztelni a leveleket a MailMasterben: Gmail, Hotmail, Outlook 2003, 2007, 2010, Postini, Spam Assassin, Yahoo! és AOL

kattintással át tud váltani a "hagyományos", böngészős megjelenítésre, és máris mindent tökéletesen úgy lát, ahogy azt Ön szerette volna.

A MailMaster segítségével egy kattintással el lehet helyezni egy ilyen linket a levél létrehozásakor. A levél ugyanúgy, személyre szabottan fog megjelenni, mint ahogy a levelezőprogramban, de nem fogja a levelezőkliens (akár Gmail, Freemail, Citromail, Yahoo!, Hotmail) "lebutítani" a levél megjelenését.

## 10.) Legyen megszemélyesítve a levél

A levél mindig legyen megszemélyesítve. A címzettnél ne csak e-mail cím, hanem név is szerepeljen, valamint a levélen belül legyen személyes megszólítást. A hírlevelére történő feliratkozaskor kérje el külön a vezetéknevet és a keresztnévet. Ha elég vonzó a feliratkozásra vonatkozó ajánlata, ez nem lesz akadály.

Amikor van értelme, akkor akár a levél tárgy mezőjében is használhat megszemélyesítést, de ezt nem muszáj minden alkalommal.

### Érdekes példa...

Egy nagy internetes fizetési szolgáltató például arra tanítja ügyfeleit, hogy úgy tudják megkülönböztetni a tőlük érkező leveleket az adathalász\* levelektől, hogy a tőlük érkező levél minden esetben néven szólítja a címzettet. Ez a cég azt tanácsolja ügyfeleinek, hogy amennyiben látszólag tőlük érkező, de nem névre szóló levelet kapnak, törölgék azt, mert nagy valószínűséggel a levél adathalász szándékú.

## 11.) Minden HTML levelének legyen szöveges verziója is

Technikailag valójában nem is létezik olyan, hogy HTML levél. A HTML levél valójában egy úgynevezett Multipart formátumú levél, ami azt jelenti, hogy szerepel benne a levél HTML verziója, és a sima szöveges verzió is. Ez utóbbit azon felhasználók fogják látni, akiknek a levelezőprogramja csak a sima szöveges verziót képes megjeleníteni. Mindenki más a HTML verziót fogja látni.

\* Adathalászat: Valaki más nevében küldött, külalakra megtévesztésig hasonlító levél, amely célja, hogy a címzett azonosítóját és jelszavát megszerezze egy szintén másolat, látszólag belépésre szolgáló weboldalon.

Mivel a spam küldők gyakran alkalmaznak olyan Multipart levelet, amelynek nincs szöveges verziója, a spam szűrő programok közt kialakult az a gyakorlat, hogy ha egy Multipart levélnek nincs szöveges verziója, akkor az is egy spam-re utaló jel.

### **Miért nem tudok én erről?**

A személyi levelezőprogramok (Outlook, Gmail, stb.) is Multipart levelet készítenek minden olyan esetben, amikor Ön formázott levelet készít. Mivel azonban ezeknek a programoknak a levélformázási lehetőségei igen korlátozottak, a programnak nem okoz nehézséget az Ön által elkészített HTML formátumú levélből - az Ön közreműködése nélkül, automatikusan - elkészíteni a sima szöveges verziót. Emiatt Önnek eddig soha nem kellett saját kezűleg azt, sőt, azt sem "tudhatta", hogy az pontosan hogy is néz ki.

A MailMaster - és a legtöbb professzionális e-mail marketing szoftver - miután Ön elkészítette a szoftverben a HTML verziót -, automatikusan elkészíti Ön helyett a levél szöveges verzióját, amelyet Ön még tetszése szerint tovább alakíthat, ha akar.

## **12.) Kérje meg olvasóit, hogy vegyék fel a megbízható feladók listájára**

Ha jó a kapcsolata olvasóival, és megkéri őket, hogy vegyék fel a megbízható feladók listájára, akkor ezt sokan valóban meg is fogják tenni. Ez egy újabb jó pont a spam szűrők értékelési rendszerében, ami elősegíti, hogy még kisebb eséllyel szűrjék ki leveleit.

## **13.) Mindig legyen a levélben leiratkozás link**

A leiratkozás link mindig legyen könnyen megtalálható, jól látható. Javasoljuk, hogy ne csak a levél alján, hanem a tetején is helyezze le a leiratkozás linket, ugyanis ezzel is csökkentheti az esélyét, hogy a levél felett közvetlenül megtalálható "spam-nek jelöl" gombot nyomják meg olvasói. Ezerszer jobb egy leiratkozó, mint egy ideges ember, aki spam-nek jelöli a levelét.

Vannak akik azért ódzkodnak a leiratkozás link túlzottan látható alkalmazásától, mert

attól tartanak, hogy túl sokan lesznek, akik véletlenségből leiratkoznak. Ha ez az aggálya, akkor se dugja el a leiratkozás linket, hanem alkalmazza a **megerősítéshez kötött leiratkozás** lehetőségét! Ennek lényege, hogy a leiratkozás linkre rákattintva megjelenik egy ablak, amely megerősítést kér a feliratkozótól a leiratkozással kapcsolatban, és csak akkor történik meg a leiratkozás, ha erre a linkre is rákattint a feliratkozó.

Még kifinomultabb megoldás az ún. **több szintű leiratkozás**. Ennek akkor van értelme, ha feliratkozóinak egy része akár több listáján is szerepelhet. A több szintű leiratkozás alkalmával a leiratkozás linkre kattintva megjelenik egy ablak, melyben két lehetőség közül választhat a leiratkozó:

a.) Leiratkozás az adott témával kapcsolatos levelekről.

b.) Minden tőlünk érkező kommunikáció megszüntetése.

Az ilyen kifinomult lehetőségek javítják az olvasókban a cégről kialakult képet, valamint növelik elégedettségüket, hiszen valóban a nekik való lehetőséggel tudnak élni. Mindkét funkció - a megerősítéshez kötött leiratkozás és a többszintű leiratkozás - is része a MailMaster szoftvernek.

## Mit kezdjek mindezzel az információval?

Ahogy mostanra nyilván Ön is látja, a spam mappa elkerülése nem trükközés, és mindenféle ravasz csel alkalmazása, hanem stratégiai gondolkodásmód és minőségi kommunikáció. Nyilván azt is látja, hogy ha eredményesen akarja elkerülni a spam mappát, számos olyan feladat merül fel, amelyek elvégzése elengedhetetlen, mégis, finoman szólva is kívül esik egy vállalkozó érdeklődési körén. Éppen ezért érdemes úgy megválasztania az alkalmazott eszközöket és szolgáltatásokat, hogy azok a legtöbb eredményt hozzák, miközben a legkisebb kockázatot jelentsék vállalkozására nézve.

## Mi a következő lépés?

Ez attól függ, hogy jelenleg milyen szoftvert vagy szolgáltatást használ e-mail küldésre.

Ha Ön is MailMaster felhasználó, akkor semmi más teendője nincsen, mint a 21. oldalon kezdődő 13 pontot minél jobban megismerni és betartani.

Ha nem a MailMaster-t használja, akkor érdemes kiderítenie, hogy az Ön által jelenleg használt rendszer milyen mértékben követi a 13. oldaltól a 20. oldalig bemutatott alapelveket. A további következtetéseket Önre bízom! ;-)

## Miért érdemes a MailMaster szoftvert használni?

- ✓ Mert a legegyszerűbb hírlevél vagy SMS küldési feladatokra is alkalmas, és annyira egyszerű a használata, hogy akár már a regisztráció után 1 órával túl is lehet első hírlevele kiküldésén.
- ✓ Mert annyira kifinomult, hogy a legösszetettebb értékesítés- és CRM Automatizálási feladatokra is alkalmas.
- ✓ Mert 8 éves tapasztalatunknak, és jó kapcsolatainknak hála, a hazai rendszerek közül ennél a rendszernél a legkisebb a gyakorisága, hogy ártatlanul Spam mappába kerülnek levelei.
- ✓ Mert nem csak e-mail, hanem sms is küldhető, valamint DM levél is generálható vele, és a telemarketing támogatás is egyszerűen megvalósítható a segítségével.
- ✓ Mert még a legösszetettebb technikákat is megtanítjuk Önnek ügyfeleinknek nyújtott tréningjeinken.
- ✓ Mert már havi 4.000 Ft-tól elkezdhető a használata.
- ✓ És mert 30 napos 100%-os megelégedettségi garanciát vállalunk rá (1.000 kiküldött levél erejéig).

Ha máris szeretné elkezdni alkalmazni a MailMaster rendszert, itt azonnal tud regisztrálni a szoftver használatára (az oldal alján a nagy zöld gombra klikkelve :-):

<http://emesz.hu>

Ha pedig személyes bemutatót szeretne kérni, vagy bármilyen egyéb kérdése lenne ezen anyaggal vagy a MailMaster szoftverrel kapcsolatban, kérjük ne habozzon megírni nekünk!

<http://emesz.hu/uzenet>

Eredményes online marketinget kívánok Önnek!

A handwritten signature in blue ink that reads "Csörgő Balázs". The signature is written in a cursive, flowing style.

2011. január

# Melléklet

## Reklámtörvény csomag

2008. évi XLVII. tv. – a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról (Fttv.);

2008. évi XLVIII. tv. – a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól (Grt.);

1995. évi CXIX. tv. – a kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről (Kativ.);

2001. évi CVIII. tv. – az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalom-mal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről (Eker. tv.);

2003. évi C. tv. – az elektronikus hírközlésről (Eht.).

Ha konkrét jogi tanácsra van szüksége ajánljuk szakértő partnerünket:

Dr. Kulcsár Zoltán

Privacy Policy Online Services

Honlap: <http://www.ppos.hu>

E-mail: [kulcsar.zoltan@ppos.hu](mailto:kulcsar.zoltan@ppos.hu)

## Fontos megjegyzés

Az ebben a dokumentumban közölt információkat **legjobb tudásunk szerint állítottuk össze, körülbelül 8 év és 200 millió e-mail elküldése során szerzett tapasztalatunk alapján.** Mivel azonban a spam szűrők jellemzői folyamatosan változnak, valamint azokat a legtöbb szolgáltató féltve őrzött titokként kezeli, az ebben a dokumentumban közölt, saját tapasztalatukra alapuló információk akár tévedéseket vagy pontatlanságokat is tartalmazhatnak.

Éppen ezért nem vállalunk semmilyen felelősséget az ebben a dokumentumban közölt információk felhasználásából eredő bárminemű kár tekintetében.

Amennyiben olyan biztos forrásból származó információval rendelkezik, amely információ közlése tovább emelhetné ezen dokumentum minőségét, kérjük vegye fel velünk a kapcsolatot ezen az oldalon:

<http://emesz.hu/uzenet>

Köszönjük!