



Sähköpostimarkkinoinnin sanasto





Termit tutuiksi



Tuntuuko sähköpostimarkkinointi vielä vieraalta ja siihen liittyvä sanasto hankalalta? Kokosimme sanaston tavallisimmista sähköpostimarkkinoinnin termeistä, jotta sinun on helpompi oppia ja ymmärtää alan kieltä. Sanastosta voit myöhemmin helposti tarkastaa, jos olet epävarma jonkin termin merkityksestä.



Yleisimpiä sähköpostimarkkinoinnin termejä ja fraaseja

A/B-testaus (A/B testing, multivariable testing ja split testing)

A/B-testaus on tapa testata sähköpostikampanjan kuvia, niiden sijoittamista, viestin otsikkoa, sopivinta lähettämisen ajankohtaa ja paljon muuta. Testaamisen avulla saat sähköposteistasi mahdollisimman toimivia ja opit lisää sähköpostiesi saajien tarpeista ja kiinnostuksen kohteista. [Lue tästä hyvä johdatus](#) A/B-testaamiseen.

Automaattinen sähköpostiviesti, automaattinen ilmoitus (automatic email, automatic notification)

Mikä tahansa sähköpostiviesti, joka lähetetään automaattisesti vastaanottajalle jonkin hänen tekemänsä toiminnon jälkeen tai johonkin tietoon perustuen (esimerkiksi tervehdysviesti, syntymäpäiväonnittelu, vahvistus käyttäjätilin luomisesta tai myynti-ilmoitus).

Alt-teksti (alt tag, alt text)

Alt-teksti on kuvatiedostolle lisättävä teksti, joka kuvailee kuvan sisältöä. Alt-teksti on hyödyllinen hakukoneoptimoinnin kannalta ja se kertoo kuvan sisällöstä silloin, kun kuvatiedostoa ei voi näyttää (esimerkiksi offline-tilassa). Lisäksi Alt-teksti on tärkeä kuvan saatavuuden kannalta.

Automaattinen vastaus (automatic responder)

Automaattisesti lähetettävä sähköpostiviesti tai viestien sarja. Yksi sähköpostimarkkinoinnin automatisoinnin tekniikoista.

CAN-SPAM

Yhdysvaltain CAN-SPAM-laki säätelee kaupallisen sähköpostin käyttöä ja sen tavoitteena on antaa antaa sähköpostien vastaanottajille oikeus ja mahdollisuus olla **vastanottamatta** viestejä. Saat lisätietoja CAN-SPAM-laista [Federal Trade Commissionin nettisivulta](#).

CASL

Kanadan roskapostin vastainen lain-säädäntö (Canada's Anti-Spam Legislation) tuli voimaan vuonna 2015. Laki määrittelee kaupallisten sähköpostiviestien lähettämistä koskevat säännöt. Se on yksi maailman tiukimmista roskapostin vastaisista laeista. [Lue](#)

[CASL:ista lisää tältä nettisivulta.](#)

DKIM (Domain Keys Identified Mail)

Sähköpostin todennusmenetelmä, joka yhdistää verkkotunnuksen sähköpostiin. Se varmistaa sähköpostin aitouden ja auttaa estämään, että sähköposteja tulisi väärennetyistä sähköpostiosoitteista.

Gmailin tarjoukset-välilehti (Gmail promotions tab)

Jokin aika sitten Gmailissa käyttöön tullut välilehdet-ominaisuus, joka jaottelee saapuvat sähköpostiviestit automaattisesti eri välilehdille. Markkinointisähköpostit menevät suoraan Tarjoukset-välilehdelle. [Lue lisää](#)

[Gmailin välilehdistä tästä.](#)

CSS (Cascading Style Sheets)

CSS on kieli, jolla yhdessä HTML:n kanssa määritellään sähköpostien ja verkkosivujen ulkoasu.

Drip-markkinointi, drip-kampanja (drip marketing, drip campaign)

Sarja automaattisesti lähetettäviä, ennalta määritettyjä sähköpostiviestejä, jotka lähetetään vastaanottajalle hänen tekemiinsä toimintoihin perustuen.

Dynaaminen sisältö (mukautuva sisältö, dynamic content)

Sähköpostin sisällön osa, joka muuttuu ja mukautuu vastaanottajasta olemassa olevien tietojen, hänen mieltymystensä tai käyttäytymisensä mukaan.

H1 (Heading 1)

H1:llä tarkoitetaan tavallisesti sähköpostiviestin varsinaisen tekstiosan (body) otsikkoa.

Hard bounce (kova hylkäys, kova takaisinponnahdus)

Sähköpostin toimittaminen vastaanottajalle ei onnistu jonkin pysyvän syyn takia. Esimerkiksi vastaanottajan sähköpostiosoite voi olla väärä, osoite ei ole enää käytössä tai sähköpostiosoitte tai domain on suljettu.

Hyväksytyjen osoitteiden lista (white list)

Osoitteesi on hyväksytyjen osoitteiden listalla, kun sähköpostisi vastaanottaja lisää sinut hyväksytyjen lähettäjien listaan. Tällä tavalla viestisi tavoittavat vastaanottajan jatkossakin eivätkä päädy roskapostiin.

Ip-osoitteen lämmittäminen (IP warmup)

Ip-osoitteesta lähetetään pikkuhiljaa enemmän sähköposteja, jotta ip-osoitteen maine ja luotettavuus paranevat.

HTML (Hyper Text Markup Language, hypertekstin merkintäkieli)

HTML ja CSS ovat merkintäkieliä, joilla koodataan sähköposteja ja verkkosivuja. [Lue tästä, mitä eroa on verkkosivun ja uutiskirjeen HTML:llä.](#)

Integraatiot (liitännäiset, email integrations)

Integraatiot yhdistävät erilaisia työkaluja ja järjestelmiä, jotta sähköpostimarkkinoinnin synkronointi, tiedonkulku tai prosessit olisivat saumattomia.

Internet-palveluntarjoaja (Internet Service Provider, ISP)

Yritys, joka tarjoaa asiakkaalleen internet-yhteyden ja yleensä samalla myös sähköpostiosoitteen.

Jaettu ip-osoite (shared ip)

Ip-osoite jaetaan useiden sähköpostin lähettäjien kanssa. Tämä on edullisempi vaihtoehto kuin varattu ip-osoite, mutta jaettua ip-osoitetta käytettäessä on hankalampaa hallita ip-osoitteen mainetta. Jaetun ip-osoitteen etu on, että sen avulla on mahdollista lähettää välittömästi suurempia määriä sähköpostia ja osoite on vähemmän herkkä valituksille.

Klikkausprosentti (click rate)

Sähköpostissa olevaa linkkiä klikanneiden sähköpostin vastaanottajien prosenttiosuus kaikista sähköpostin vastaanottajista. Toisin sanoen prosenttiosuus kaikista vastaanottajista, jotka ovat saaneet sähköpostin ja napsauttavat jotakin sähköpostissa olevaa linkkiä. Katso myös klikkaussuhde (CTR).

Kohdeyleisö (target audience)

Ryhmä sähköpostin vastaanottajia, tietty sähköpostilista tai segmentti, jolle sähköpostimarkkinointikampanja lähetetään.

Kaksivaiheinen sähköpostilistalle liittyminen (double opt-in)

Sähköpostilistalle liittyneelle lähete-tään vahvistusviesti, joka sisältää linkin, jonka kautta vastaanottaja vielä vahvistaa liittymisensä sähköpostilistalle. Näin varmistutaan siitä, että kukaan ei ole luvatta käyttänyt toisen sähköpostiosoitetta.

Klikkaussuhde, napsautussuhde (CTR, click-through rate)

Sähköpostissa olevaa yksittäistä linkkiä klikanneiden prosenttiosuus niistä, jotka avasivat sähköpostin. Toisin sanoen niiden sähköpostin saaneiden osuus kaikista vastaanottajista, jotka sekä avasivat sähköpostin että klikkasivat jotakin linkkiä. Katso myös uniikkien avausten määrä (unique open rate) sekä tutustu tilastoihin tästä.

Konversioprosentti (conversion rate)

Niiden sähköpostin vastaanottajien osuus, jotka suorittavat sähköpostissa kehotetun toiminnon (esimerkiksi tekevät ostoksen tai ilmoittautuvat tapahtumaan).

Kuvien esto (image blocking)

Sähköpostiohjelman asetus, joka estää automaattisesti kuvien näyttämisen saapuvassa sähköpostissa. Kuvien näyttämisen voi yleensä ottaa käyttöön erikseen.

Lähettäjän nimi (sender name)

Sähköpostin lähettäjän nimi, joka näkyy sähköpostilaatikossa Lähettäjä-kentässä.

Mieltymysten valinta (preference centre)

Verkkolomake tai verkossa oleva työkalu, jonka avulla sähköpostien tilaaja voi valita, minkälaista sisältöä ja kuinka usein hän haluaa lähettäjältä saada.

Massapostitus (bulk mail, mass-mailing)

Sähköpostin lähettäminen suurelle joukolle.

Kylmä sähköposti (cold email)

Sähköpostin vastine niin sanotulle kylmäsoitolle. Kylmä sähköposti tarkoittaa ei-toivottua, tyypillisesti myyntitarkoituksessa potentiaaliselle asiakkaalle lähetettyä sähköpostia.

Mainossähköposti (promotional email)

Markkinointisähköposti, joka on kirjoitettu ja suunniteltu valitulle yleisölle, jolle halutaan mainostaa esimerkiksi tuotteita, palveluja, tarjouksia tai yrityksen brändiä.

Markkinoinnin automa- tisointi (marketing auto- mation)

Teknologian käyttö automatisoitujen prosessien luomiseksi. Markkinoinnin automatisointia on esimerkiksi segmentointi sekä sähköpostien lähettäminen automaattisesti ennakkoon määriteltujen työnkulkujen mukaan.

Lue lisää markkinoinnin automa-
soinnista.

Mukautuva, responsiivinen design (responsive design)

Mukautuvan designin ansiosta sähköposteista tehdään helposti luettavia erilaisilla laitteilla (esimerkiksi matkapuhelin, tabletti, pöytäkone tai älykello).

Pahoittelusähköposti (apology email)

Vahinkoja sattuu! Pahoittelusähköposti, tai ”oho-sähköposti”, on viesti, joka lähetetään, jos aiemmin lähetetyssä viestissä oli jokin virhe. Saatoit lähettää viestin väärälle asiakasjoukolla tai viestissäsi oli väärä tarjous. Lue tästä lisää, miten tehdä pahoittelusähköposti.

Poistu postituslistalta -linkki (unsubscribe mechanism, unsubscribe link)

Linkki, jonka kautta sähköpostin vastaanottaja voi milloin tahansa lopettaa sähköpostien saamisen.

Musta lista (black list)

Reaaliaikainen lista, joka määrittelee erilaisten kriteerien perusteella, ovatko IP-osoitteet roskaposti-IP-osoitteita. Jos IP-osoitteesi on mustalla listalla, sähköpostisi eivät todennäköisesti päädy vastaanottajalle.

Personointi (personalization)

Sähköpostimarkkinoinnin tekniikka, jolla sähköposteista tehdään henkilökohtaisempia ja paremmin kohdenettuja. Personointiin käytetään kontekstista kerättyjä tietoja. Personointia on esimerkiksi henkilökohtaisen tervehdyksen käyttö, aiempiin ostoksiin viittaaminen tai jopa personoitujen kuvien käyttö dynaamisen sisällön avulla.

Poistu postitulistalta -sivu (unsubscribe page, opt-out page)

Verkkosivu, johon sähköpostin vastaanottaja ohjautuu, kun hän klikkaa poistu postituslistalta -linkkiä.

Postin lähettämisen rajoittaminen (throttling)

Sähköpostia lähetetään osissa sen sijaan, että kaikki lähetettäisiin kerralla. Rajoittamisen avulla yhdelle internet-palveluntarjoajalle lähetettyjen viestien määrä ei kasva liian suureksi. Tavallisesti sähköpostin palveluntarjoajat tekevät tämän automaattisesti.

Roskapostimerkkaus (abuse complaint)

Roskapostimerkkauksesta on kyse silloin, kun joku merkitsee sähköpostisi roskapostiksi. Yritä toimia niin, että tätä ei tapahtuisi koskaan. Lähetä siis asiakkaillesi sisältöä, jota he eivät pidä roskapostina.

Segmentointi (segmentation)

Kontaktilistan tai tietokannan jakaminen pienempiin ryhmiin eli segmentteihin, jotta markkinointikampanjat voi kohdentaa tarkemmin. Opi lisää segmentoinnista lukemalla blogipostaus [Ten smart ways to segment your mailing list.](#)

Roskaposti (spam)

Roskapostiviestit ovat ei-toivottuja viestejä (sähköpostit, tekstiviestit ja muut viestityypit), joita tavallisesti lähetetään suurelle ihmisjoukolle.

Roskapostiansa (spam trap)

Oikealta näyttävä sähköpostiosoite, joka kuitenkin on internet-palveluntarjoajan houkutin roskapostin pyydystämiseksi. Roskapostiansa ei siis kuulu kenellekään yksityishenkilölle eikä siten esimerkiksi tilaa tai vahvista sähköpostiviestejä. Roskapostiansoja on erilaisia. On niin sanottuja puhtaita roskapostiansoja (pure spam trap), jotka on luotu ansatarkoitusta varten. Kierrätetyt roskapostiansat puolestaan ovat sähköpostiosoitteita, jotka ovat joskus olleet käytössä.

Soft bounce (pehmeä hylkäys, pehmeä takaisinponnahdus)

Sähköpostin toimittaminen perille epäonnistui väliaikaisesta syystä. Syyinä voi olla esimerkiksi vastaanottajan liian täysi sähköpostilaatikko, tiedostokooltaan liian suuri sähköpostiviesti tai että vastaanottajan palvelin ei ole juuri lähetyshetkellä saatavilla.

Some-kanavien palkki (social media bar)

Sähköpostiviestin osa, jossa näytetään sosiaalisen median kuvakkeet, jotka on likitetty tiettyihin tileihin. [Lue lisää sähköpostiviestin some-kanavapalkista.](#)

Sähköpostianalytiikka (email analytics)

Joukko mittareita, joilla arvioidaan, miten sähköpostit ovat saavuttaneet tavoitteensa. Mittareita ovat esimerkiksi uniikki avausmäärä, kokonais-avausmäärä, klikkausprosentti, toimittavuus ja monet muut. [Lue lisää positiivisista ja negatiivista sähköpostimittareista Smailyn blogista.](#)

Sähköpostimarkkinointi (email marketing)

Markkinoinnin laji, jossa joukolle ihmisiä lähetetään kaupallisia sähköpostiviestejä.

Sähköpostin copy (email copywriting)

Sähköpostin tekstisisältö sekä viestin varsinaisessa tekstiosassa että aiherivillä.

SPF (Sender Policy Framework)

Sähköpostin autentikoinnin menetelmä, jolla kerrotaan sähköpostin vastaanottaville palvelimille, mitkä palvelimet saavat lähettää sähköpostia milläkin verkkotunnuksella.

Sähköpostilista, kontaktilista (email list)

Lista sähköpostiosoitteita, joille lähetetään sähköpostimarkkinointikampanjoita.

Sähköpostikampanjan briiffi (email brief)

Asiakirja, jossa on kirjattuna suunnitella olevan sähköpostikampanjan tärkeimmät tekijät, kuten sisältö, kohdeyleisö, kampanjan aloituspäivämäärä, aiherivi ja lähettäjän nimi.

Sähköpostimyyynnin suppilo (email funnel)

Tapa, jolla kuvataan, miten postituslistalla oleva kontakti muuttuu liidistä asiakkaaksi.

Sähköpostimuistutus unohdetusta ostoskorista (abandoned cart email)

Sähköposti tai sähköpostien sarja, joka lähetetään asiakkaalle, joka on lisännyt verkkokaupassa tuotteita ostoskoriin, mutta ei ole tehnyt ostosta. Ilmoitus unohdetusta ostoskorista lähetetään vastaanottajalle automaattisesti ja sen tehtävänä on vakuuttaa asiakas viemään ostoksensa loppuun.

Lue tästä lisää, millaisia ovat unohdetuista ostoskoreista muistuttavat sähköpostit.

Sähköpostilistalle liittymisen (opt-in, subscribe)

Ihminen antaa yritykselle, nettisivulle tai yksityishenkilölle sähköpostiosoitteensa sekä luvan lähettää hänelle sähköpostiviestejä.

Sähköpostin mittaristo (email metrics)

Erilaiset mittarit, joilla mitataan ja arvioidaan sähköpostimarkkinointikampanjan onnistumista. Analysoitavia mittareita on monia, kuten avaamisprosentti, klikkausprosentti, sähköpostilistalta poistumisen prosentti sekä takaisinponnahdusprosentti.

Sähköpostipalveluntarjoaja (ESP, Email Service Provider)

Yritys, jolta hankitaan työkalut sähköpostilistan hallintaan, sähköpostien lähettämiseen ja lähettämisen seurantaan.

Sähköpostin laskeutumissivu (email landing page)

Nettisivu, johon sähköpostin vastaanottaja päätyy, kun hän klikkaa sähköpostissa olevaa linkkiä.

Sähköpostilistalta poistuminen (opt-out, unsubscribe)

Postituslistalle aiemmin liittyneen kontaktin pyyntö poistua listalta, jonka jälkeen hänet on poistettava listalta. Lain mukaan sähköpostilistalta poistumiseen on tarjottava selkeä tapa, joka ei johda harhaan. Lue myös kohdat Poistu postituslistalta -linkki sekä Poistu postituslistalta -sivu.

Takaisinhoukutteluviesti (win-back email)

Sähköpostiviesti tai viestien sarja, jonka tavoitteena on sitouttaa uudelleen ei-aktiivisia sähköpostilistan kontakteja. Tällaisia viestejä kutsutaan myös uudelleensitouttamiskampanjoiksi.

Tervetuloa-viesti (welcome email)

Sähköpostilistalle liittyneelle lähetettävä viesti, jolla hänet toivotetaan tervetulleeksi listalle.

Toimintakehote (CTA, call-to-action)

Tavallisesti sana, lause, painike tai kuva, joka kehottaa sähköpostisi lukijaa tekemään jotain. Tavallisimpia toimintakehotteita ovat esimerkiksi "lataa nyt", "katso video" tai "osta nyt".

Toimitettavuus (deliverability)

Toimitettavuus ilmaisee, kuinka suuri osa lähetetyistä sähköposteista päätyy ongelmitta vastaanottajan postilaatikkoon. Mitä suurempi lukema, sen parempi.

Takaisinponnahdusprosentti, välitön poistumisprosentti (bounce rate)

Näitab protsenti e-kirjadest, mida ei õnnestunud kohale toimetada ja mille järel tulevad veateated saatjale tagasi. Üldiselt on soovituslik hoida oma pörkemäärä tase umbes 5% juures või madalamal. Vt ka "ajutine veateade" ja "püsiv tagasipörge".

Toimenpideviesti (transactional email)

Automaattisesti lähetettävä viesti, joka lähetetään, jos asiakas on tehnyt verkkosivuilla jonkin toimenpiteen, esimerkiksi luonut uuden tilin tai tehnyt ostoksen, josta hänelle lähetetään kuitti. Toimenpideviesti lähetetään kerran yhteen sähköpostiosoitteeseen ja yleensä reaaliajassa.

Uniikkien avausten määrä (unique open rate)

Uniikkien avausten määrä ilmaisee, kuinka monta ihmistä on avannut sähköpostiviestin. Sen sijaan avausten kokonaismäärä ilmaisee, kuinka monta kertaa kokonaisuudessaan tietty sähköposti on avattu (yksi henkilö voi avata sähköpostin useita kertoja). Katso myös "klikkausprosentti" ja "klikkaussuhde".

Varattu ip-osoite (dedicated IP)

Ip-osoite, jota vain sinä voit käyttää sähköpostien lähettämiseen. Siten hallitset paremmin sitä, että viestisi todella päätyvät vastaanottajalle.

Viestipohja, kirjepohja (email template)

Uudelleenkäytettävä viestipohja, jolla sähköpostiviestejä luodaan. Pohjat voivat olla tekstipohjaisia tai esimuotoiltuja HTML-sähköposteja.

Yleinen tietosuoja-asetus (General Data Protection Regulation, GDPR)

Euroopan unionin yleinen tietosuoja-asetus tuli voimaan 25.5.2018. Se koskee kaikkia yrityksiä, jotka käsittelevät ja säilyttävät EU:n sisällä asuvien henkilötietoja.

Lue GDPR:stä lisää tästä.

Vastausosoite (reply address)

Sähköpostiosoite, johon sähköpostin vastaukset lähetetään.

Yksivaiheinen sähköpostilistalle liittyminen (single opt-in)

Sähköpostilistalle liittyminen ilman, että tilaajan on vahvistettava sähköpostiaan, toisin kuin double opt-in-toiminnoissa.

Sendsmaily OÜ

Paldiski mnt 29, 10612 Tallinn

Sähköposti: info@smaily.com

Tuki: support@smaily.com

Laskutus: billing@smaily.com

Skype: sendsmaily



Intentionally simple
email marketing and automation

Created by Smaily ♥

2023