


Meiliturunduse **terminoloogia-** **sõnastik**







Mõista terminoloogiat



Meiliturundus on sinu jaoks alles tume maa ja tehnilised väljendid kõlavad kui võõrkeel? Meie meiliturunduse sõnaraamat aitab sind peamiste mõistete ja fraaside selgitamisel hädast välja. Toodud definitsioonid teevad kõigi meiliturundusega alustajate elu veidi lihtsamaks.



Enimlevinud meiliturunduse fraasid ja terminid

A/B testimine (A/B testing)

Kutsutakse ka mitme muutujaga testimiseks, splittimiseks või lihtsalt MVT-ks (*multi variable testing*). See on põhimõtteliselt moodus, kuidas testida ühe ja sama meilikampaania erinevaid elemente – pilte, sõnumeid, nende paigutumist, kirja pealkirja, parimat väljasaatmise aega ja palju muudki. Tungivalt soovitatav tegevus, mis aitab optimeerida e-kirju ja saada kulalahinnalist infot meilisaaajate ja nende soovide-vajaduste kohta. Siit leiad kasuliku [ülevaate A/B testimisele](#).

Ajutine veateade (soft bounce)

Ebaõnnestunud kohaletoimetamised ajutiste põhjuste tõttu, nagu kirjasaaaja ummistunud postkast, liiga suure mahuga e-kiri või ajutised probleemid aadressaadi meiliserveriga.

Alternatiivne tekst (ALT-tag / ALT-text)

Tegemist on esmapilgul peidetud tekstireaga, mis kirjeldab sinu kirjas olevat pilti. On päris palju põhjuseid neid tekstiridu oma e-kirjadesse lisada, kuid kindlasti üheks olulisemaks on ligipääsetavus ja kasutajad, kes proovivad vaadata sinu kirju *offline* režiimis – just neile näidataksegi eel-määratud alternatiivset teksti, mitte tühja pildikasti.

Automaatne e-kiri (automatic email)

Nimetatakse ka automaatseks teavituseks. See on ükskõik milline automaatselt saadetav kiri meililistis olijale mingi tegevuse järel või olemasoleva info põhjal (nt tervituskiri, õnnesoovid sünnipäevaks, teavitus müügist, konto loomise kinnitus jms).

Automaatne kirjajada (drip marketing / drip campaign)

Viitab eelseadistatud automatiseeritud e-kirjade seeriale, mis saadetakse aja jooksul inimestele, kes viivad teatud tegevusi läbi.

Automaatvastaja (autoresponder)

Automaatne e-kirja sõnum või sõnumite seeria. Üks meiliturunduse automatiseerimise tehnikaid.

Avamise määr (open rate)

Väljendab e-kirja saajate hulka, kes kampaaniameili avasid. Lisaks kõikidele avamistele saab jälgida ka unikaalseid avamisi (vaata mõistest).

CAN-SPAM

Ühendriikide CAN-SPAM seadusandlus reguleerib kommertssisuga e-kirjade kasutamist ning selle eesmärgiks on tagada kirjasaajatele õigus ja võimalus kirjadest keelduda. Selle kohta saad rohkem lugeda [USA Föderaalse Kaubanduskomisjoni lehelt](#).

CASL

Kanada rämpsposti vastane seadusandlus jõustus 2015. aastal ja see määratleb elektrooniliste kaubandussõnumite saatmise reeglid. CASL aitab võidelda rämpsposti vastu ja on ühtlasi ka üks karmimaid rämpsposti vastaseid seaduseid maailmas. [Rohkem infot CASL-i kohta leiad siit](#).

CSS (Cascading Style Sheets)

Stiilide vormindus, mida koos HTML-iga e-kirjade ja veebilehtede loomiseks kasutatakse.

CTA ehk kutse tegutsema (call-to-action)

Tavaliselt mõni sõna või fraas, nupp või sedasi kujundatud pilt, mis kutsub kirjasajat midagi konkreetset tegema. Enimlevinud on näiteks "lae kohe alla", "osta kohe" või "vaata videot".

DKIM (Domain Keys Identified Mail)

Tegemist on autentimise protokolliga, mis allkirjastab iga väljasaadetud kirja selliselt, et annab kirja vastuvõtjale krüptograafilise kinnituse e-kirja pärituolu kohta.

Dünaamiline ehk personaliseeritud sisu (dynamic content)

Dünaamiline e-kirja sisu, mida kuvatakse igale kliendile lähtuvalt tema andmetest, eelistustest või käitumisest.

Eelistuste või valikute lehekülg (preference centre)

Spetsiaalne veebivorm või *online*-tööriist, mis aitab su meilisaaajatel ise määrata eelistusi neile saadetavate kirjade sisu, sageduse vm kohta.

Eeltekst (preheader text)

Kasutatakse sisendkaustas eelvaate teksti haldamiseks. E-maili mallis on eeltekst see osa, mis on e-kirja päisest kõrgemal. Loe rohkem [eeltekstist ja eelvaate tekstist siit](#).

Eelvaate tekst (preview text)

Lühike tekst, mida kuvatakse enamasti e-kirja saaja postkastis pealkirja järel. Kirjapõhja koostades saad oma postitusele preheaderi ehk eelteksti lisada. See võiks kirja saajale anda lühikese ülevaate kirja sisust.

E-kirjade analüütika (email analytics)

Mitmesugused mõõdikud ja meeriikud, mida kasutatakse e-kirjade ja kampaaniate (pikemaajalise) toimivuse jälgimiseks – näiteks kui palju oli unikaalseid avamisi, kombineeritud avamisi ja klikke, kui suur oli kohalejõudmise määr jpm. [Lähemalt e-kirjade analüütika erinevate taktikate kohta loe siit](#).

E-kirja mõõdikud (email metrics)

Erinevad indikaatorid, mis aitavad meilikampaaniate edukust mõõta ja hinnata. On mitmeid erinevaid mõõdikuid, mida tasub analüüsida. Sinna hulka kuuluvad näiteks avamise ja klikkimise määrad, uudiskirja saajate hulgast lahkunute ja tagasi põrganud e-kirjade arv jpm.

E-kirja sisuloome (*e-mail copywriting*)

Viitab meili tekstile nii e-kirja sisu osas kui ka pealkirjas ja eeltekstis.

Eraldatud IP-aadress (*dedicated IP*)

See on IP aadress, mida ainult sina saad kasutada oma meilide saatmiseks. Sel viisil on sul suurem kontroll kirjade kohalejõudmise üle. Eraldatud IP-aadressi kasutavad tihtilugu just need, kelle saatmismahud on väga suured.

GDPR

Euroopa Liidu Üldine andmekaitse määrus, mis jõustus 25. mail 2018. Seda kohaldatakse kõigi äriühingute suhtes, kes töötlevad ja hoiavad EL-is elavate inimeste isikuandmeid. [Lisa-
taevet GDPR-i kohta saad siit.](#)

Gmaili pakkumiste vaheleht (*Gmail promotions tab*)

Gmail tutvustas mõnda aega tagasi sisendpostkasti vahelehti, et sissetulevaid e-kirju automaatselt sorteerida. Gmaili pakkumiste vaheleht sisaldab turundusmeile. [Gmaili pakkumiste
vahelehe kohta võid siit täpsemalt
lugeda.](#)

HTML (*Hyper Text Markup Language*)

Hüpertexti märgistuskeel. HTML-i ja CSS-i kasutatakse e-kirjade ja veebilehtede kodeerimiseks. [Mis vahe
on veebilehe ja uudiskirja HTML-il,
loe siit.](#)

Hüljatud ostukorvi e-kiri (*abandoned cart email*)

E-kiri või e-kirjade seeria, mis saadetakse klientidele, kes on toote või teenuse oma ostukorvi lisanud, kuid ei ole ostu vormistanud. Hüljatud ostukorvi e-kirjad saadetakse automaatselt, et veenda e-kirja saajat ostu lõpuni vormistama. [Loe lähemalt
hüljatud ostukorvide kohta siit.](#)

H1 (Heading 1)

E-kirja sisu kirjutades viitab H1 enamasti pealkirjale, mis on reeglina e-kirja sisus kõige suurema vorminguga tekst.

IP soojendamine (IP warmup)

Konkreetselt IP-aadressilt saadetud e-kirjade arvu järk-järguline suurendamine, et aidata üles ehitada positiivset IP-aadressi mainet.

ISP ehk internetiteenuse pakkuja (Internet Service Provider)

Ettevõtte, mis pakub internetiteenust ja tavaliselt ka meiliaadresse oma klientidele.

Jagatud IP-aadress (shared IP address)

See tähendab IP-aadressi jagamist teiste kirjasaatjatega. Odavam, kui eraldatud / fikseeritud IP-aadress, kuid annab vähem võimalusi hoida aadressi ühtlaselt head mainet. Positiivse omadusena võimaldab jagatud IP-aadressi kasutamine saata kohe suuremas mahus ning on vähem tundlik kaebuste suhtes.

Kahekordse kinnitamisega liitumine (double opt-in)

Meililistiga liitujale saadetav kinnituskiri koos lingiga, mis saadetakse liitumissoovi teistkordseks kinnitamiseks (taaskinnitades liitumise soovi ning seda, et keegi teine nende meiliaadressi ei kasutanud).

Klikkimise määr (click rate)

E-kirjas sisalduval lingil klikkijate % e-kirja saanute hulgast. Teiste sõnadega kõikide e-kirja kättesaadavate adressaatide hulgast nende e-kirja saajate protsent, kes kirja avasid ning klikkisid mõnel e-kirjas sisalduval lingil. Vt ka "läbiklikkimise määr".

Kirjapõhi (email template)

Korduvkasutatav kirjamall, mida meilikampaaniate loomisel kasutatakse. Kirjapõhjad võivad olla nii tekstipõhised, kujundatud või ka eelvormindatud HTML e-kirjad.

Kohanduv disain (responsive design)

On e-kirja disain, mis on loodud selliselt, et see kohandub erinevate seadmete jaoks – olgu selleks mobiil, tahvelarvuti, lauaarvuti, nutikell või nutikõlar, mis sulle meilide sisu ette loeb.

Konversioonimäär (conversion rate)

Väljendab nende kirjasajate hulka, kes meiliturunduse kampaanias mingi konkreetse tegevuse läbi viivad (nt sooritas ostu, registreeris end üritusele jne).

Kohaletimetamise määr (deliverability)

Möödab seda, kui suur hulk väljasaadetud meilidest jõuab tõrgeteta meililistis olijate postkasti. Mida suurem see näit on, seda parem.

Kontaktlist / meililist (email list)

E-posti aadressaatide nimekiri, kellele saadetakse meiliturunduse kampaaniaid.

Külm e-kiri (cold email)

E-kirja vaste nõ "külmale kõnele". See viitab soovimatule e-kirjale (enamasti müügikirjale), mis on saadetud potentsiaalsele kliendile.

Liidestused ehk integratsioonid (email integrations)

Võimaldavad ühendada erinevad tööriistad või süsteemid, et luua sujuv sünkronimine, andmete vahetus või meiliturunduse protsess.

Läbiklikkimise määr (click-through rate)

E-kirjas sisalduval lingil klikkijate % e-kirja avajate hulgast. Teisisõnu kõikide e-kirja kätte saanud aadressaatide hulgast nende e-kirja avajate protsent, kes lisaks e-kirja avamisele klikkisid mõnel e-kirjas sisalduval lingil. Vaata ka "[unikaalsed avamised](#)" ja [loe rohkem postituste statistika kohta siit](#).

Maandumisleht (landing page)

Veebileht, millele meili saajad suunatakse, kui nad e-kirjas sisalduval lingil klikivad.

Masspostitus (bulk mail / mass mail)

E-posti kampaania, mille käigus saadetakse samasisuline e-kiri suurele hulgale inimestele korraga.

Meililistist väljumine (*opt-out / unsubscribe*)

Sinu meililistiga varem liitunud isiku soov meilide vastuvõtmisest loobuda ja eemaldada end nimekirjast. Seadusega on ka ette nähtud, et *opt-out* tuleb muuta kliendi jaoks võimalikult lihtsaks ja arusaadavaks. Vt ka “uudiskirjadest loobumise link” ja “uudiskirjadest loobumise leht”.

Meililistiga liitumine (*opt-in / subscribe*)

Konkreetselt isiku nõusolek e-kirjade vastuvõtmiseks, mida ta kinnitab oma meiliaadressi ja loa andmisega ettevõtte, veebisaidile või eraisikule.

Meiliturundus (*email marketing*)

Turunduse tüüp, mille käigus kaubanduslikud reklaammeilid saadetakse hulgalte inimestele.

Meiliturunduse kampaania ülevaade (*email brief*)

Dokument, mis sisaldab kõiki planeeritava e-kirja kampaania põhiaspekte. Siia hulka kuuluvad mh sisu, publik, käivitamise kuupäev, pealkiri, saatja nimi jpm.

Must nimekiri (*blacklist*)

Reaalajas oma elu elav virtuaalne nimekiri, mis kasutab erinevaid kriteeriume, et määrata, kas teatud kirjasaatjate IP-aadressid või domeenid on algallikaks rämpspostile. Kui oled mustas nimekirjas, peatatakse suure tõenäosusega kogu sinu saadetud e-posti edastamine.

Müügitungel (*email funnel*)

Kasutatakse enamasti selleks, et väljendada uudiskirja saajate listiga liitunud klienditeekonda alates müügivihjest kuni kliendiks saamiseni.

Personaliseerimine (*personalization*)

Meiliturunduse tehnika, mis püüab muuta kaubanduslikud e-kirjad isiklikumaks ja sihispärasemaks, tuginedes e-posti adressaatide kohta kogutud teabele. Näiteks läbi personaalse teravituse kasutamise, adressaatide varasematele ostudele viitamise või isegi meilis olevate piltide isikupärastamise dünaamilise sisu abil.

Põrkemäär (*bounce rate*)

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

Piltide blokeerimine (*image blocking*)

Meiliklientide seadistus, mis keelab piltide kuvamise saabus kirjas automaatselt. Piltide kuvamist saab üldjuhul eraldi lubada või siis vastava meilikliendi seadistusi muuta.

Püsiv tagasipõrge (*hard bounce*)

See näitab neid meiliaadresse, kuhu ei õnnestu kirju kohale toimetada mingi püsiva põhjuse tõttu. Olgu selleks siis vigane või olematu meiliaadress, blokeeritud IP-aadress või domeeninimi.

Reklaammeil (*promotional email*)

Turundusmeil, mis on loodud konkreetse publiku jaoks, et tooteid, teenuseid, pakkumisi, ettevõtte brändi või muud sellist reklaamida.

Saatja nimi / kellelt (*sender name / from name*)

Nimi, mida kuvatakse kirja saaja postkastis, et näidata, kes on kirja saatnud.

Segmenteerimine (*segmentation*)

Võimalus jagada andmebaas või meililist väiksematesse gruppidesse ehk segmentidesse, eesmärgiga muuta e-posti kampaaniad asjakohasemaks.

Lähemalt segmenteerimise kohta loe siit ja vaata Smaily veebiseminari siit.

Sihtgrupp (*target audience*)

E-kirja saajate rühm, konkreetne meililist või segment, kellele meiliturunduskampaania saadetakse.

Sotsiaalmeedia riba (*social media bar*)

E-kirja osa, millel enamasti kuvatakse sotsiaalmeedia ikoone, mis on seotud konkreetsete sotsiaalmeedia kontodega. Kuidas lisada sotsiaalmeedia elementi oma kirja, loe siit.

SPF (Sender Policy Framework)

Üks nutikas e-kirjade autentimistööriist, mis laseb määrata ära teatud serverid (IP-aadressid), millel on lubatud selle domeeni nimelt e-posti saata.

Spämmikaebus / spämmi raporteerimine (abuse complaint)

See toiming tehakse siis, kui keegi märgib sinu e-kirja rämpspostiks. Proovi toimetada nii, et seda ei juhtuks ja paku oma kirjasaaajatele sisu, mida nad kunagi spämmiks ei peaks.

Spämmilõks (spam trap)

Päris inimeste aadressidena näivad meiliaadressid, mida internetiteenuse pakkujad kasutavad hoopis spämmijate tabamiseks. On olemas nii puhtad spämmilõksud (genereeritud aadressid) kui ka kustutatud (varem kasutusel olnud) meiliaadressid, mida selleks eesmärgiks taaskasutatakse.

Spämm / Rämpspost (spam)

Spämm on soovimatu sõnum (e-kirjad, tekstisõnumid ja muud tüüpi sõnumid), mis saadetakse enamasti suure hulga inimestele korraga.

Taaskaasamise kampaania (win-back email)

E-kiri või e-kirjade seeria, mille eesmärgiks on passiivsed uudiskirja saajad taas aktiivseks muuta.

Tehinguline e-kiri (transactional email)

Konkreetselt aadressaadile suunatud automatiseeritud e-kiri, mis on saadetud tehingu hõlbustamiseks. See on kliendile saadetakse tehingu või muu olulise infoga seonduv kiri (nt tellimuse kinnitus, ettevõtte teavitused teenuse kohta jne), mis peab kliendile kohale jõudma ning mis ei tohiks sisaldada reklaami.

Turunduse automatiseerimine (marketing automation)

Tehnoloogia kasutamine automatiseeritud protsesside loomiseks, näiteks e-kirjade segmenteerimiseks ja automaatsete töövoogude loomiseks.

[Loe põhjalikumalt automatiseerimisest siit.](#)

Tervituskiri (welcome email)

Tervitava sisuga e-kiri, mis saadetakse uudiskirja saajate listiga liitujale.

Uudiskirjast loobumise leht (unsubscribe page / opt-out page)

Veebileht, kuhu e-kirja saajad suunatakse, kui nad e-kirjas sisalduval uudiskirjast loobumise lingil klikivad.

Uudiskirjast loobumise link (unsubscribe mechanism / unsubscribe link)

Link, mis võimaldab e-kirja saajal igal ajal edasisest e-kirjades saamisest loobuda.

Unikaalsed avamised (unique open rate)

Näitavad ära mitu inimest on kirja avanud, samas kui kõik avamised näitavad ära kõiki meili avamiste arvu, mis on konkreetse meili kohta sooritatud (ühe inimese puhul võib avamiste arv olla mitmekordne). Vt ka "klikkimise määr" ja "läbiklikkimise määr".

Vabanduskiri (apology email)

Eksimine on inimlik! Vabanduskiri (ka "ups e-kiri") on meil, mis saadetakse juhusl, kui esialgse kampaania e-kirjaga midagi valesti läheb. Näiteks kasutatakse vale sihtrühma, saadetakse vale pakkumine vms. Loe täpsemalt siit, kuidas vabanduskirju luua.

Valge nimekiri (whitelist)

Lubatud nimekiri, kuhu e-kirja saaja sind ise lisada saab, aidates su meilidel jõuda alati otse postkasti ja vältida rämpspostiks liigitamist.

Vastuse aadress (reply address)

Meiliaadress, kuhu saadetakse e-kirja vastused.

Väiksemate pakkidena saatmine (throttling)

E-kirjade saatmine järk-järguliselt, mitte ühekorraga. See hoiab ühele ISP-le samaaegselt saadetud meilide koguse kontrolli all. Tavaliselt teevad e-posti teenuse pakkujad seda sinu eest automaatselt.

Ühekordse kinnitamisega liitumine (*single opt-in*)

Annab soovijale kohese võimaluse meililistiga liitumiseks. Läbi ühekordse kinnitamisega liitumise, jagab ta oma meiliaadressi ilma täiendava kinnituskirja saamiseta. Vt ka "kahekordse kinnitamisega liitumine".

Sendsmaily OÜ

Paldiski mnt 29, 10612 Tallinn

E-post: info@smaily.com

Tugi: support@smaily.com

Arveldus: billing@smaily.com

Skype: [sendsmaily](https://www.skype.com/people/sendsmaily)



Sihilikult lihtne e-maili turundus
ja automatiseerimine

Loodud Smaily poolt ♥

2022