מדריך לעיצוב ועריכת מסרים במערכת רב מסר

מסר בנוי נכון ומעוצב באופן נקי ומקצועי וכמובן גם כתוב היטב יעשה עבורכם את העבודה השיווקית מול הנמענים שלכם, יראה היטב במערכות מייל שונות ואף יעבור בסיכוי רב יותר דרך מסנני הספאם. מדריך זה יראה לכם כיצד לעשות זאת.

אם אתם ממהרים ורוצים להתמקד כרגע בחלקים הטכניים הנוגעים לעיצוב מסר ברב מסר ושילוב תמונות בו אני ממליץ לכם לדלג עכשיו לפרקים 6, 7 ו – 8.

אבל אם אינכם ממהרים אני מאוד ממליץ להדפיס את המדריך ולקרוא אותו פעם אחת בנחת מתחילתו ועד סופו.

תוכן עניינים

1. **מבוא לעיצוב מסרים בדואר אלקטרוני**
2. **מרכיבים מומלצים במסר של דואר אלקטרוני**
3. **מערכות דואר אלקטרוני**
4. **מעט (מאוד) על HTML**
5. **האופנים השונים שבהם ניתן לעצב מסרים במערכת רב מסר**
6. **עורך ה HTML של מערכת רב מסר**
7. **טעינת תמונות לשרת ושילובן במסרים**
8. **עיצוב מבנה (layout) של מסר באמצעות טבלאות**
9. **יצירת תבנית מותאמת אישית**
10. **טיפים למניעת כניסת המסר לתיבת הספאם**

1. מבוא לעיצוב מסרים בדואר אלקטרוני

במייל, עוד יותר מאשר באתר אינטרנט, המרכיב החשוב ובעל הערך הרב למשתמש **הוא התוכן**. מיילים עשירים מדי בצבע ובתמונות (במיוחד תמונות שאינן מוסיפות ערך מוסף לתוכן (תמונות "אווירה" למיניהן...) נחשדים מייד כמסחריים מדי, ולנמענים יש נטייה להתעלם מהם.

מייל הוא מדיום סולידי. אנשים משתמשים במייל כדי ליצור קשר עם בני משפחה וחברים. חלקם קיבלו ומסרו באמצעות המייל הודעות בעלי משמעות רבה עבורם: הצעות נישואין, פרידות, קבלה לעבודה פיטורים ועוד.

לתוך המערכת הזו אנחנו המשווקים רוצים לחדור עם המסרים שלנו. מצד אחד אסור לנו להסתיר את העובדה שמדובר במסר שאינו אישי אלא נשלח כחלק מרשימת תפוצה, אך מצד שני אין צורך להבליט את הצדדים הללו. אחת הטעויות הנפוצות בשיווק באמצעות דואר אלקטרוני היא – **עיצוב יתר**. עיצוב יתר נובע מרצונן של חברות וארגונים לחזק את המותג שלהם באמצעות הניוזלטר.

אלא, שמה לעשות, הנמענים של הדיוור שלכם ממש **אינם מתעניינים במותג שלכם**, הם מתעניינים אך ורק **בתוכן** שאתם שולחים. לכן מסר צריך להיות מעוצב באופן נאה ומקצועי ושבו העיצוב משאיר את הבמה המרכזית לתוכן.

מערכת רב מסר מאפשרת לכם לעצב את המייל כרצונכם – אין כל מגבלה בעיצוב – אתם יכולים לשלב במייל צבעים, תמונות ואפילו סרטוני פלש אלא שכאמור מומלץ להימנע מעיצוב יתר שמאפיל על התוכן.

2. מרכיבים מומלצים בכל מסר של דואר אלקטרוני

ישנם מספר מרכיבים שמומלץ מאוד לכלול בכל מסר שיוצא מהארגון שלכם:

להלן הרשימה:

1. **שורת נושא קצרה ומושכת**. שורת הנושא היא זו שגורמת לנמען לפתוח את המייל שלכם. חשוב שנושא המייל יבטא באופן ברור את תוכן המייל.
2. **שם השולח.** אם אתם ארגון של אדם אחד כדאי ששמכם יופיע כשם השולח. אם אתם חברה מומלץ לכלול את שם החברה בשם השולח.
3. **הסבר מדוע מקבלים את המסר.** תאמינו או לא אבל אנשים שירשמו לרשימה התפוצה שלכם או שהם מופיעים בה כי הם לקוחות שלכם עלולים לשכוח מכך. לכן מומלץ לפתוח כל מייל במשפט קצר שאומר משהו כזה: "אתם מקבלים את המייל הזה כי נרשמתם למועדון הלקוחות של "ריבות משה".
4. **אזכור לאפשרות ההסרה.** כל מסר היוצא מרב מסר מכיל קישור להסרה בתחתית המסר. לעיתים נמענים לא מודעים לקיומו של הקישור שם ולכן מומלץ לציין בפני הנמענים שהקישור שם ולעשות זאת במקום בולט.
5. **שם הניוזלטר ומספר הגליון**. גם המידע הזה מטרתו להזכיר לנמען מהו המייל שהוא קורא ברגע זה
6. **תוכן עניינים**. ספרו במה עוסק המסר עשו זאת בקיצור ותוך כדי יצירת סקרנות ועניין.

3. מערכות דואר אלקטרוני

בשוק פועלות מערכות דואר אלקטרוני רבות – מערכות שמותקנות על המחשב כמו Outlook ו – Outlook Express ומערכות מבוססות web כמו Gmail, Hotmail ו – Walla. מערכות המייל הללו נוהגות לבדוק את הקוד של המסר שלכם (שכתוב בשפת HTML) ולערוך בו שינויים על פי ראות עיניהם...

התוצאה היא שאם לא מקפידים על כתיבה נכונה של המייל הוא עלול להראות באופן שונה במערכות שונות. כדי להסביר כיצד מעצבים מייל נכון, כך שיראה זהה בכל מערכות המייל אין לי ברירה אלא לספר לכם קצת על שתי טכנולוגיות חשובות לצורך העניין - HTML ו – CSS.

מומלץ למשתמשי רב מסר להחזיק חשבונות במספר חברות (בישראל gmail ו – walla הן מערכות המייל הפופולאריות ביותר) ולשלוח בדיקה למערכות הללו לפני שאתם שולחים את המסר שלכם לכל רשימת התפוצה.

אם אתם כותבים ומעצבים את המסרים שלכם אך ורק באמצעות העורך של רב מסר (או באמצעות העתקה מ word לעורך שלנו) ללא שימוש בעורכי HTML אחרים כמו FrontPage או DreamWeaver אתם יכולים לוותר על קריאת הקטע הבא.

4. מעט (מאוד) על שפת HTML

איני רוצה להלאות אתכם בפרטים טכניים אך יש בכל זאת כמה דברים שעליכם לדעת על הטכנולוגיה שמאחורי עיצוב המסרים. זאת במיוחד אם אתם מסתייעים בעורך HTML חיצוני או שחברה אחרת מעצבת עבורכם את המסרים. אם הפרטים הבאים "בלתי אכילים" לחלוטין עבורכם תוודאו שלפחות האנשים הטכניים שלכם או אלה שיצרו עבורכם את תבנית המייל יקראו את הפרק הזה.

יש שני אופנים שבהם אפשר לשלוח מייל – טקסט פשוט ו – HTML. בעברית טקסט פשוט יהיה מיושר לשמאל ולכן הדרך היחידה למעשה לשלוח מייל שיראה היטב היא באמצעות HTML. מערכת רב מסר מאפשרת לכם לשלוח מייל **בפורמט HTML בלבד**.

שפת עיצוב CSS: שפת HTML היא מוגבלת בכל האמור לשליטה מוחלטת בעיצוב המסר (או דף אינטרנט) ולכן הומצאה טכנולוגיה משלימה שנקראת CSS - Cascading Style Sheets או בעברית "גיליונות סגנון מדורגים" באמצעות CSS שולטים במאפיינים כמו צורת הפונט, גודל הפונט, מרווחים בין פסקאות צבעים ועוד ועוד.

את פקודות ה CSS מצרפים למסר באחת משלוש שיטות: באמצעות קובץ חיצוני (שמקושר למסר עצמו) , או בתוך המסמך – הפקודות מופיעות בין שני תגי style (נראה כך בקוד < <style>...css code </style>) או בתוך תגי ה HTML עצמם.

וכאן ההערה החשובה: בעוד שבאתרי אינטרנט כל השיטות הללו עובדות היטב, הרי שמסרי דואר אלקטרוני **רק השיטה השלישית** (מיקום פקודות CSS בתוך תגי ה HTML) היא בטוחה. ספקי מייל רשת רבים (למשל Gmail) פשוט קוצצים כל דרך אחרת של שילוב CSS במסמך.

כאמור, אם אתם משתמשים בעורך שלנו לעיצוב המסר, או שאתם מעצבים את המסר באמצעות WORD ולאחר מכן מעתיקים לעורך שלנו אין לכם מה לדאוג בעניין זה – כל פקודות ה CSS ימוקמו בתוך תגי ה HTML.

תמונות ב HTML: אפשר כמובן לשלב תמונות במסמך HTML אך התמונות נמצאות בקובץ נפרד (בפורמט jpg, gif או png) ולמעשה בקוד ה HTML רק מצוינת כתובת התמונה ברשת האינטרנט. במסרים של דואר אלקטרוני נשלח לנמען רק קובץ ה HTML ללא התמונות. מערכת הדואר האלקטרוני של הנמען (למשל outlook) מושכת עבורו את התמונות (בתנאי שאישר לה לעשות זאת) **לאחר שהמייל נפתח**.

5. האופנים שבהם ניתן לעצב מסר במערכת רב מסר

מערכת רב מסר מאפשרת לכם גמישות רבה מאוד בעיצוב המסרים שלכם. לרשותכם 5 שיטות שונות (שאפשר כמובן גם לשלב בינהן)

שיטה 1: כתיבת המסר ועיצובו בעורך HTML של מערכת רב מסר
העורך של מערכת רב מסר הוא עורך בסיסי. יתרונו בכך שהוא מייצר קוד HTML נקי מאוד שגורם למסר שלכם להראות היטב בכל מערכות המייל ומעלה את הסיכוי שיעבור דרך מסנני ה Spam למיניהם.

שיטה 2: כתיבת מסר במעבד תמלילים WORD והעתקתו למערכת רב מסר
מעבד התמלילים WORD הוא סביבת עריכה מוכרת המאפשרת לכם לערוך את המייל במהירות. יש בה תכונות שאינן קיימות בעורך שלנו כמו בודק איות. החיסרון של WORD הוא שהוא מייצר HTML מאוד לא נקי ולכן בעת העתקה של מסר מ WORD לעורך המסרים של מערכת רב מסר העורך מפעיל על הקוד המועתק פונקצית ניקוי מיוחדת אותה מפעילים באמצעות הכפתור  לחצו על הכפתור, העתיקו את הטקסט לחלון שייפתח ולחצו על "עדכן".

הערה חשובה! בהעתקה מ WORD ניתן להעתיק רק טקסט ולא תמונות. את התמונות יש להעביר בנפרד על פי ההוראות שניתנות בפרק שילוב תמונות במסרים.

שיטה 3: עיצוב המסר באמצעות תבנית מערכת או תבנית אישית
אם תלחצו על האייקון הזה:  שנמצא בצד הימני העליון של שורת הכפתורים בעורך של רב מסר תוצג לכם רשימת התבניות של מערכת רב מסר (רשימה זו כוללת את תבניות המערכת – התבניות שעיצבנו עבורכם וכן את התבניות האישיות שאתם עיצבתם ושמרתם במערכת)

שיטה 4: עיצוב מסר באמצעות תבנית שנוצרה בעורך HTML מקצועי
אפשר כמובן לערוך את המסר, או את תבנית המסר באמצעות ערך HTML מקצועי כמו DreamWeaver או FrontPage. אם אתם משתמשים בשיטה זו עליכם להעתיק את קוד התבנית אל עורך התבניות (שהוא זהה למעשה לעורך המסרים, אבל נמצא ב - מסרים / תבניות אישיות). שם עליכם לקרוא לתבנית בשם. לאחר שתשמרו את התבנית היא תופיע ברשימת התבניות שמופיעה כאשר לוחצים על האייקון של התבניות - 

הערה חשובה: עורך המסרים של רב מסר נוצר כדי לערוך בו מסרים. שפת HTML היא שפה מורכבת מאוד בעלת אוצר תגים רחב מאוד. העורך אינו תומך בכל התגים שבשפת HTML לכן ייתכן שכאשר אתם מעבירים קוד HTML לעורך של רב מסר הוא עלול להראות באופן מעט שונה מהאופן שבו הוא נראה מחוץ לעורך של רב מסר.

שיטה 5: יצירת מסר כדף אינטרנט
אפשרות מעניינת ליצור מסר היא באמצעות יצירת דף באתר שלכם המעוצב כדף ניוזלטר. אפשרות זו מיועדת למי שחברת בניית האתרים יצרה עבורו תבנית לניוזלטר על גבי האתר שלו.

כדי להשתמש בשיטה זו עליכם ליצור את הדף של הניוזלטר באתר שלכם. לאחר שיצרתם את הדף באתר כל שעליכם לעשות הוא להעתיק את **כתובת הדף** URL (ולא את קוד ה HTML) אל העורך בשדה ששמו "קובץ HTML חיצוני" (סמנו לפני כן את תיבת הבדיקה כדי להפוך את השדה לפעיל). מערכת רב מסר תאסוף את הקוד של הדף ותשלח אותו כמו שהוא ללא כל שינוי. שימו לב שבבחירה של אפשרות זו אין אפשרות לערוך את הדף באמצעות העורך של רב מסר אלא רק באמצעות עריכת דף האינטרנט המקורי.

אם אתם משתמשים באופציה הזו שימו לב שמסר במייל הוא שונה מדף ווב. למשל לא מומלץ לשלב במסר את כל מערך הניווט של האתר שלכם או בנרים למיניהם.

לגבי גיליונות ה- CSS, עליכם לוודא שהגדרות הסגנון יהיו מקוננים בתוך תגי ה HTML ולא בקובץ חיצוני או בתגי STYLE נפרדים.

הערה חשובה: בשלב זה שימוש באופציה של עיצוב באמצעות דף ווב אינו מאפשר ביצוע של פרסונליזציה.

העתקת מסרים
לעיתים קרובות לקוחות רב מסר מפעילים מספר רשימות ומעוניינים לשלוח מסר זהה לכולן. את המסר יוצרים באחת הרשימות ולאחר מכן מעתיקים אותו לרשימות הבאות. כדי לשמור על מבנה ועיצוב מדויק של המסר, במקום להעתיק את הטקסט עליכם להעתיק את קוד המקור ה HTML. אין צורך בכל ידע ב HTML כדי לבצע את הפעולה הזו.

6. עורך ה HTML של מערכת רב מסר

עורך HTML הוא מעין מעבד תמלילים בשיטת wysiwyg (מה שאתה רואה הוא מה שאתה מקבל) שיוצר ברקע קוד HTML. העורך עצמו הוא רכיב שרכשנו (לאחר בחינה מעמיקה של עורכים רבים) ולא פותח על ידנו.

כל מי שמורגל לעבוד עם מעבד תמלילים כמו WORD יבחין מיד שהעורך הוא מוגבל בהרבה. למשל, לא ניתן להציב תמונה באמצעות העתקה והדבקה שלה (אלא רק באמצעות טעינתה לשרת של רב מסר באמצעות תהליך שיוסבר בהמשך) ולא ניתן לגרור תמונות על המסך למיקום רצוי (אלא יש לשלוט במיקום באמצעות טבלה). כמו כן חסרות אופציות רבות שכולנו מכירים ממעבד תמלילים כמו למשל המברשת להעתקת עיצוב של טקסט או בדיקת איות.

אבל למרות המגבלות העורך עשיר למדי באפשרויות ואפשר בהחלט להשתמש בו לעיצוב מסרים שיראו נקיים ומקצועיים. העורך מכיל שלוש שורות של כפתורים באמצעותם תוכלו לבצע את פעולות העריכה:



חלק מהכפתורים פעילים תמיד, כמו הכפתור של יצירת טבלה  וחלקם פעילים רק כאשר מסמנים טקסט מסוים כמו הכפתור ליצירת קישור  .

להלן הסבר על פעולת כל אחד מהכפתורים:

כפתורי העורך של מערכת רב מסר ושימושיהם

 **חשוב!** באמצעות כפתור זה תגיעו לתבניות המערכת של רב מסר ולתבניות אישיות שיצרתם בעצמכם. התבנית שתבחרו תוצג בעורך.

 , , ,  כפתורים אלה משמשים ליישור טקסט. הם פעולים באופן דומה לכפתורים במעבד התמלילים שלכם. יש לסמן תחילה את הטקסט ולאחר מכן ללחוץ על הכפתור.

 ,  ,  ,  באמצעות כפתורים אלה תשלטו בסגנון הפונט: קו חוצה, קו תחתי, הטיה והדגשה. אגב, אם אתם מעוניינים להדגיש טקסט השתמשו בכתב עבה (Bold) ולא בכתב מוטה. הערה: יש להימנע משימוש רב מדי בפונקציות הללו כי הן עלולות לגרום למסר שלכם להיכנס לתיבת הספאם.

 צביעת הרקע של הטקסט האפקט הוא כזה.

 צביעת הטקסט עצמו (אל תשתמשו יותר מדי, המסר שלכם יראה מצועצע ועלול להכנס לתיבת הסאפם)

 **חשוב!** באמצעות כפתור זה תוכלו לראות תצוגה מקדימה של המסר שלכם.

 הכנסת שעה נוכחית

 הכנסת תאריך נוכחי

 חשוב! כפתור זה מציג לכם את קוד המקור של המסר שלכם. באמצעותו תוכלו להעתיק מסר שנוצר בעורך חיצוני או מרשימה אחת לאחרת במערכת רב מסר כפי שיוסבר בהמשך.

 ניקוי קוד HTML בעל שגיאות קוד – חשוב במיוחד אם המסר הועתק מ word.

 **חשוב!** כפתור זה מאפשר לכם למקם תמונות במסר וגם לטעון תמונות מהמחשב שלכם לשרת של מערכת רב מסר. ראו הפרק על הטיפול בתמונות.

 מאפשר לכם ליצור עוגן – קישור פנימי לתוך דף המייל עצמו. משמש למסרים ארוכים מאוד שבראשם תוכן עניינים. קישור מעין זה יאפשר לקפוץ ישירות למאמר המבוקש מתוך תוכן העניינים. באמצעות כפתור זה מקמו עוגן בנקודת היעד ולאחר מכן מקמו קישור עם כתובת העוגן כדי להקפיץ את קורא המסר שלכם לנקודת היעד.

 ,  **חשוב!** כפתור זה מאפשר לכם להציב קישורים לדפי רשת במסר שלכם. הכפתור הימני מיועד לביטול קישורים. כדי ליצור קישור ברב מסר עליכם ראשית לסמן את הטקסט

של הקישור, לאחר מכן ללחוץ על הכפתור  ואז יפתח לכם חלון המשמש להכנסת כתובת הקישור. **שימו לב!** הכתובת חייבת להיות כתובת מלאה כולל התחילית http://. הכפתור  מיועד לביטול קישור.

 , ביטול פעולה קודמת או ביטול של הביטול

 , מאפשר לכם להזיז טקסט ימינה ושמאלה

 , יצירת רשימה ממוספרת או לא ממוספרת (Bulleted). כדי ליצור רשימה עליכם ראשית ליצור את כל האייטמים של הרשימה (תוך הקשת Enter בין אחד לשני) לאחר מכן עליכם לסמן את כל האייטמים ואז ללחוץ על הכפתור.

 , חיפוש והחלפה של טקסט או חיפוש בלבד.

 הדבקה מתוך WORD (ראו את הפרק העוסק בהדבקה מ Word).

 הדבקת טקסט רגיל – השתמשו באופציה זו אם אין ברצונכם לשמור את העיצוב של טקסט שהעתקתם ממקור אחר (למשל מ WORD)

 הדבק

 העתק

 גזירת מקטע

 , שינוי כיוון ימין-שמאל, שמאל-ימין. יש לסמן את הטקסט כדי להפוך את הכפתורים האלה לפעילים.

 הדפסה

 הכנסת קו מפריד. העורך אינו מאפשר לשלוט בצבע של הקו אבל מי שיודע יוכל לעשות זאת באמצעות CSS.

 הכנסת אנימציה אן וידאו למסר (לא מומלץ במיוחד)

 הכנסת סמיילי...עזבו אתכם מזה.... 

 הנסת תווים מיוחדים כמו "כל הזכויות שמורות - © " וכו'

 , כתב עלי וכתב תחתי

 מיועד לטבלאות: מאפשר להסתיר את הקווים המנחים של הטבלה בעת העריכה(קווים אלה בכל מקרה בלתי נראים במסר הסופי)

ביטול עיצוב. כדי להשתמש סמנו את הטקסט המעוצב שברצונכם לבטל ולחצו על הכפתור.

קו מפריד דק

, מיזוג תאים חשוב מאוד לעיצוב מבנה של מסר. למשל אם אתם מעוניינים ליצור מסר שבו header ו footer אבל שני טורים של תוכן צרו טבלה בעלת שלוש שורות ושני טורים ולאחר מכן תמזגו את שני התאים של השורה העליונה ואת שני התאים של השורה התחתונה.

, , , , , , פעולות על טבלה – הכנסה של שורות או עמודות חדשות לטבלה קיימת. כפתורים אלה פעילים רק כאשר הסמן נמצא בטבלה.

, , , **חשוב!** יצירת טבלה (השמאלי) ופעולות על שורה או על תא של הטבלה. לטבלה יש חשיבות ביצירת מבנה המסר – ראו הפרק על מבנה המסר.

כמו כן כפתור **ENTER** משמש ליצירת פסקה חדשה (למביני HTML יוצר אלמנט חדש מסוג P) הצירוף של **SHIFT ENTER** משמש למעבר לשורה חדשה ללא פתיחת פסקה חדשה (למביני HTML מדובר בהחדרת תג <br />).

טיפים להעתקת טקסט ממעבד תמלילים WORD

שיטה פופולארית מאוד לכתיבת תוכן למסרים היא לכתוב אותם ראשית במעבד תמלילים כגון word ואז להעתיק את הטקסט לעורך של רב מסר. כן אתם זוכים בפונקציות ש word מאפשר למשל לשמור את הטקסט במחשב שלכם, לנפות שגיאות איות ועוד תכונות רבות שיש למעבד תמלילים ואין לעורך מסרים מקוון.

העורך של מערכת רב מסר מאפשר לכם להעתיק טקסט ועיצוב ממעבד התמלילים WORD. עם זאת יש להבין שהאופן שבו מעבד התמלילים WORD שומר מסמכים הוא שונה לחלוטין מהאופן שבו נשמרים מסרי דואר אלקטרוני (HTML) לכן העורך של מערכת רב מסר עובד קשה כדי להתאים להמיר את הפורמט של WORD לפורמט HTML נקי – כזה שעומד בתקנים ושלא ייחסם במערכות הסינון השונות האורבות למסר בדרכו.

בגלל מעבר הפורמטים הבלתי נמנע לעיתים העיצוב שייצרתם ב WORD לא יעבור באופן מושלם לעורך של רב מסר. לכן מומלץ להשתמש ב WORD בעיקר לצורך כתיבת טקסט ופחות לצורך עיצוב הטקסט או עיצוב המסר בכללותו.

למשל אם אתם רוצים מסר בעל שני טורים – צרו את הטורים באמצעות כפתור הטבלה של רב מסר והעתיקו את הטקסט מוורד לכל טור בנפרד.

אם מעתיקים מ WORD ישירות לעורך של רב מסר העורך אומנם ישמור על העיצוב של WORD כמיטב יכולתו אולם קוד ה HTML שייוצר ברקע עלול להיות מסורבל דבר שמגדיל מאוד את משקלו של המייל ואף עלול לגרום למסננים לחשוד בו שהוא מסר ספאם.

לכן כדי להעתיק מסרים מ WORD כדאי להשתמש בכפתור המיוחד לכך . לחצו על הכפתור ותיפתח לכם תיבת טקסט אליה עליכם להדביק את הטקסט שהועתק מ WORD.

עיצוב פסקאות:
נקודה חשובה מאוד במעבר מ WORD לעורך של רב מסר קשורה בפסקאות. רבים לא מבינים נקודה זו ואחר כך מופתעים למצוא בעורך של רב מסר מרווחים לא צפויים.

כדי לפתוח פסקה חדשה ב WORD משתמשים במקש ENTER. המרווח בין פסקה לפסקה מוגדר ב WORD באמצעות הסגנונות של מעבד התמלילים. אבל שימו לב! הסגנונות של WORD אינם עוברים למערכת רב מסר ולכן המרווח בין פסקה לפסקה יהיה שונה מזה שבחרתם ב WORD.

זאת ועוד! רבים מוותרים על הסגנונות של WORD ולמעשה עוברים פסקה באמצעות לחיצה כפולה על מקש ENTER. מבחינת WORD – וגם מבחינת רב מסר – למעשה נפתחה פסקה כפולה. אלא שב WORD זה נראה טוב (תלוי בגובה השורה שהוגדר שם) וברב מסר זה עלול להראות כמרווח כפול.

כדי למנוע את התופעה הזו מומלץ להגדיר ב WORD מרווח של חצי שורה בין פסקה לפסקה ולעבור פסקה באמצעות **הקשת ENTER פעם אחת בלבד**!

מעבר שורות:
לעיתים רוצים לעבור שורה ללא מעבר פסקה. כדי להשיג זאת לחצו על SHIFT ENTER. זה נכון גם ל WORD וגם לעורך של מערכת רב מסר.

טיפים לגבי פונטים

בעורך של מערכת רב מסר פונט ברירת המחדל הוא arial לעומת זאת ב outlook פונט ברירת המחדל הוא times. לכן אם אתם כותבים מסר במערכת רב מסר **ולא מגדירים באופן מפורש** מהו הפונט, הפונט שיוצג לכם בעת העריכה יהיה arial אבל ב - outlook להפתעתכם הפונט יהיה times. במערכות אחרות בהחלט ייתכן שהפונט יהיה אחר.

כדי למנוע את התופעה, סמנו כאמור, את הפונטים באופן מפורש בעורך של מערכת רב מסר. כדי לעשות זאת עליכם לסמן את כל הטקסט שברצונכם שיראה באמצעות פונט מסוים ולאחר מכן בחרו את הפונט מהתיבה בשורת הכלים למעלה.

הערה: כל האמור לגבי סוג הפונט נכון גם לגבי גודלו. כלומר כדי לכפות הצגת גודל פונט מסוים בכל המערכות עליכם לסמן את הטקסט ולקבוע את גודלו.

מסרים באנגלית ושפות אחרות

מערכת רב מסר מאפשרת לכם לכתוב מסרים גם באנגלית. אם אתם שולחים מסר לקהל שאינו דובר עברית חשוב שגם הקישור להסרה, עמוד ההסרה וכל העמודים האחרים שנמען של רב מסר עשוי להגיע אליהם יהיו גם הם באנגלית. כדי להבטיח זאת פשוט בחרו "אנגלית" עבור הנתון "שפת המסר" בדף המסר. אפשר לשלוח מסר גם בשפות אחרות (למשל יש לנו לקוחות ששולחים מסרים ברוסית) אלא ששורת הנושא יכולה להכיל אותיות לטיניות פשוטות בלבד.

7. טעינת תמונו ושילובן במסרים

השילוב של תמונות במסרים הוא אחד הנושאים שגורם מבוכה ובלבול רב בקרב המשווקים באמצעות דואר אלקטרוני. כאן תקבלו את ההסבר המלא.

ראשית יש לדעת שהתמונות **אינן נשלחות ביחד עם המסר**. המרכיב היחיד שנשלח הוא קוד המקור (ה – HTML) של המסר. התמונות "נמשכות" אל תוכנת קריאת המייל (בין אם היא מותקנת על המחשב כמו outlook או שהיא שירות אינטרנטי כמו Gmail או walla) רק **לאחר שהמסר נפתח**. לכן לעיתים לוקח זמן מסוים עד שהתמונות מופיעות.

התוכנות המיועדות לקריאת מייל מאוד חשדניות כלפי תמונות. הסיבה היא שהתמונות (מכיוון שהן מגיעות בנפרד) משמשות כדי לאסוף מידע על קוראי המייל – במיוחד מידע על אחוזי פתיחה. **תוכנות המייל המודרניות אינן מציגות את התמונות כברירת מחדל ועל הקורא לאשר באופן יזום את רצונו לצפות בתמונות**. לכן כדאי מאוד ליצור את המסרים כך שאפשר לקרוא אותם גם ללא התמונות.

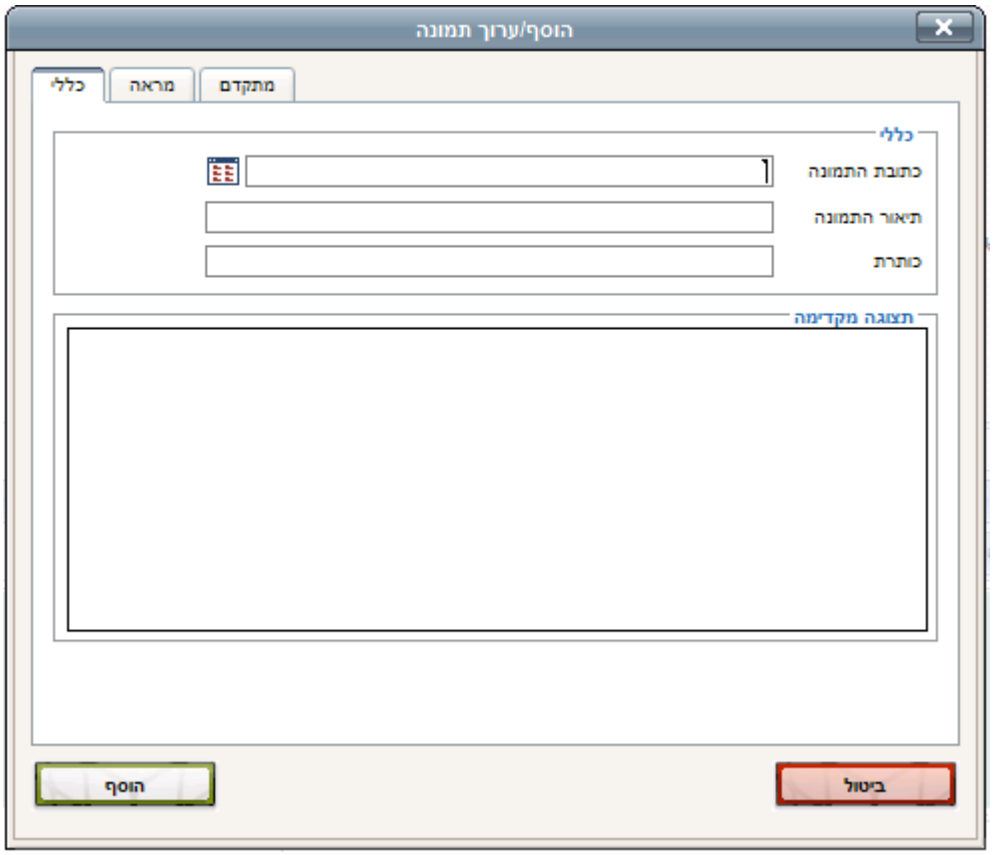
מכיוון שהתמונות, כאמור, אינן משולבות במסר עצמו אלא יורדות למחשב המציג אותו בנפרד לאחר פתיחת המייל, על התמונות להיות מאוחסנות ברשת האינטרנט במקום שיהיה נגיש לתוכנה שקוראת את המסר.

עומדות בפניכם שתי אפשרויות עיקריות לאחסן בהם את התמונות שלכם:
א. על גבי השרת של מערכת רב מסר או
ב. על גבי השרת שלכם (בדרך כלל יהיה זה השרת שבו מאוחסן האתר שלכם).

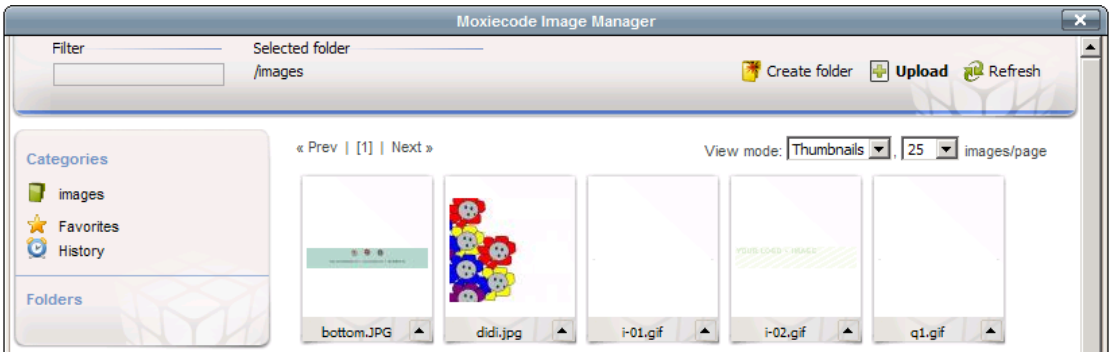
שילוב תמונות המאוחסנות על גבי השרת של מערכת רב מסר:

להלן השלבים לשילוב תמונה במסר באמצעות העלתן לשרת של מערכת רב מסר:

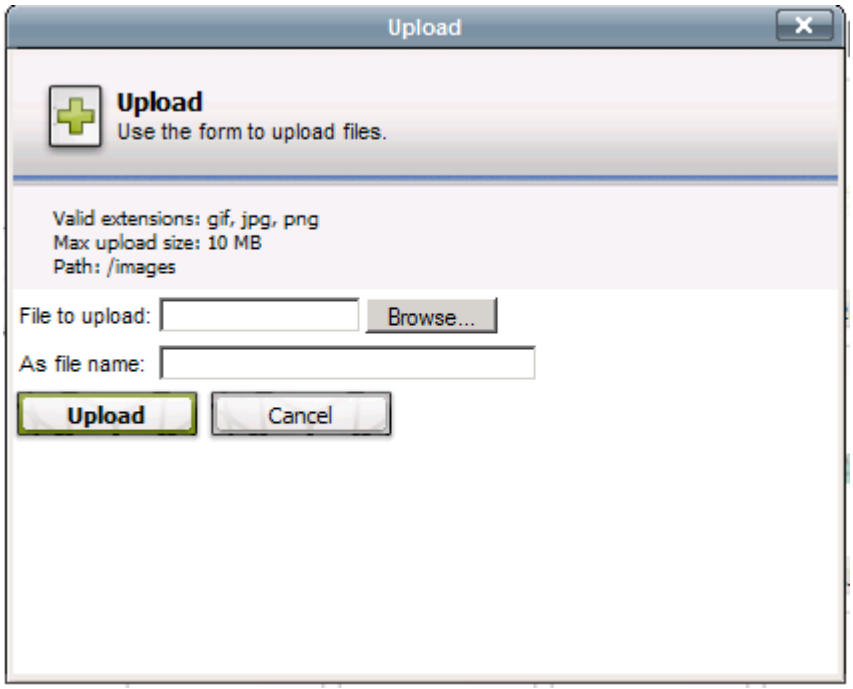
1. **וודאו שהתמונה מאוחסנת בספריה** כל שהיא במחשב שלכם. כמו כן ודאו שמשקלה בקילובייטס לא עולה על כ 50 קילו בייטס. פורמט התמונה צריך להיות jpg או gif או png.
2. **מקמו את הסמן בעורך** במקום שבו אתם מעוניינים שתופיע התמונה
3. **לחצו על כפתור** התמונה בעורך: [ ] . תפתח לכם תיבת שיחה "הוסף/ ערוך תמונה" שנראית כך:



4. **לחצו על כפתור שנקרא "עיין"** [ ] שנמצא משמאל לשדה "כתובת התמונה" לאחר הלחיצה ייפתח חלון נוסף בעל הכותרת Moxiecode Image Manager. חלון זה הוא למעשה ספרית התמונות שלכם. ייתכן שבשלב זה לא יהיו כלל תמונות בחלון שלכם ולכן הוא יראה שונה מהחלון שאתם רואים כאן.



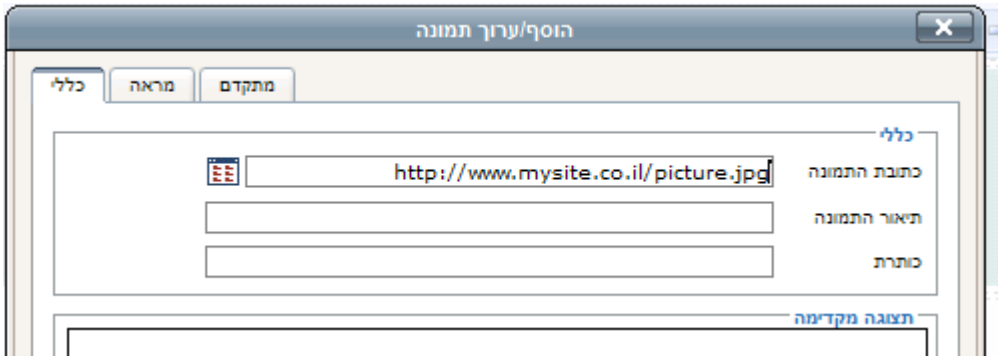
5. **לחצו על הכפתור [Upload]** שהוא האמצעי מבין שלושת הכפתורים שנמצאים בצד הימני העליון של החלון. ייפתח חלון נוסף (ראו תמונה למטה) שבו שדה עם כפתור בעל הכיתוב Browse.



6. **לחצו על הכפתור Browse** כדי לבחור את קובץ התמונה מתוך המחשב שלכם. **חשוב מאוד!** שם הקובץ המופיע בשדה **as file name** לא יכול להיות בעברית ולא יכול להכיל מרווחים!
7. **לחצו על הכפתור Upload** וקובץ התמונה יישמר בספריית התמונות שלכם ברב מסר. שימו לב שאם התמונה גדולה טעינתה למערכת עשויה להמשך זמן מה. לאחר שהתמונה מסיימת להיטען תוכלו לראות אותה.
8. **לחצו על התמונה:** עליכם לבחור אותה (להקליק עליה) ואז ה URL שלה ייכנס באופן אוטומטי למקומו.
9. **לחצו על הוסף** כדי לשלב את התמונה במסר

שילוב תמונות המאוחסנות על גבי השרת שלכם:
אם אתם מאחסנים את התמונות שלכם על גבי השרת שלכם כדי להציג את התמונה בעורך של מערכת רב מסר עליכם להציב את הסמן במקום שבו אתם מעוניינים להציב את התמונה, לאחר מכן ללחוץ על כפתור התמונה בעורך 

לאחר הלחיצה על הכפתור ייפתח החלון "הוסף/ערוך תמונה". בשדה העליון הנקרא "כתובת התמונה עליכם להכניס את הכתובת מלאה (כולל ה http://:) של התמונה המאוחסנת על השרת שלכם.



אם התמונה אינה מופיעה זה יכול להיות בגלל שכתובת התמונה מצביע על קובץ תמונה שאינו נגיש לרשת האינטרנט הפתוחה – שגיאה נפוצה היא לספק כתובת הנמצאת באזור ממשק הניהול שלכם המוגן באמצעות שם משתמש וסיסמא.

שילוב טקסט ותמונה

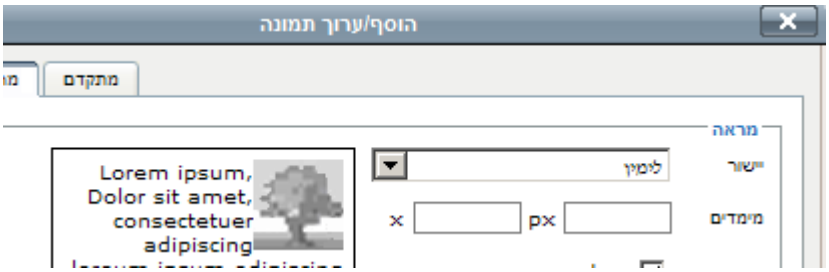
ראשית אני חייב להדגיש בפעם המי יודע כמה במדריך זה שעורך ה HTML שלנו **אינו מעבד תמלילים** או תוכנת מצגות שבהם אפשר להזיז תמונה תוך דיוק ברמת הפיקסל.

בעיקרון ב HTML תמונה נחשבת חלק מהטקסט.

אם תשלבו תמונה 

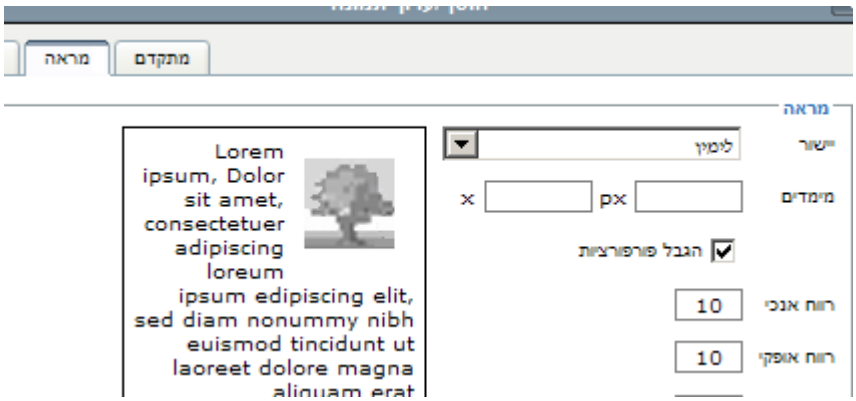
באמצע הטקסט היא תמוקם כך. לא יפה במיוחד.

בדרך כלל נרצה שהתמונה "תקפוץ" לצד הימני או השמאלי של הפסקה והטקסט יעטוף אותה. כדי לבצע זאת יש פשוט לבחור את הלשונית "מתקדם" ולאחר מכן "יישור" לשמאל או "ישור לימין. בתמונה למטה למשל נבחר יישור לימין.



לאחר שתבחרו יישור לימין התמונה תקפוץ לימין והטקסט שתכתבו יעטוף אותה באופן מקצועי.

אם לא תגדירו מרווח בין הטקסט לתמונה הטקסט ממש יצמד לתמונה באופן שיהיה לא נעים לקריאה ולא אסטטי. לכן מומלץ להכניס ערך של כ 10-15 פיקסלים בשדות רווח אנכי ורווח אופקי של התמונה – כך:



8. עיצוב מבנה של מסר

כדי לבנות מסר מעוצב שבו יש לנו שליטה על מיקום אלמנטים גרפיים וטקסטואליים יש ללמוד לעבוד עם **טבלאות** שהן האמצעי היעיל ביותר לעיצוב מבנה של מסר בדואר אלקטרוני.

למען האמת בעיצוב מתקדם עבור דפי רשת כבר מזמן לא מקובל להשתמש בטבלאות ואולם עיצוב לדואר אלקטרוני תמיד מפגר אחרי העיצוב לרשת וכאן **הטבלה היא עדיין כלי המיקום הראשי**.

אני אדגים לכן עכשיו את השימוש בטבלה לבניית תבנית של ניוזלטר פשוט שבו חלק עליון header חלק תחתון footer ומקום מרכזי עבור גוף המסר.

שלב 1 : הכנת התמונות
כדי לבנות ניוזלטר כזה עליכם ראשית להכין תמונות של הכותרת העליונה ה – header ושל הכותרת התחתונה ה – footer, כמובן בפורמט תמונה: gif ,,jpg או png.

מידות סבירות עבור התמונות הללו הן רוחב עד 700 פיקסלים וגובה של עד 20% מהרוחב.

הנה למשל שתי תמונות כאלה (לקחתי אותן מלקוח שלנו "מסלולים")

דוגמא לתמונת ה header:

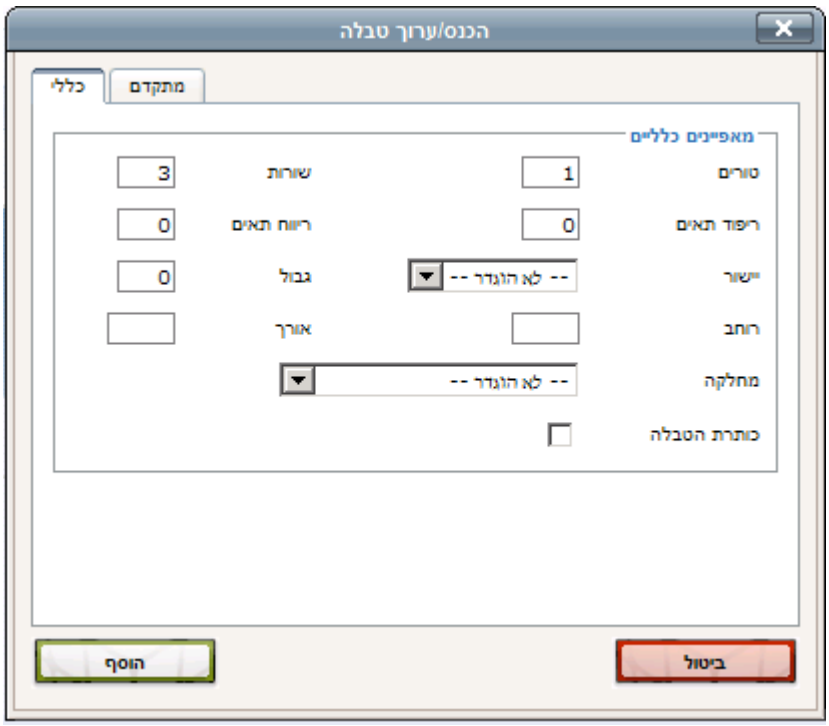


דוגמא לתמונת תמונת ה footer:



שלב 2 יצירת הטבלה

צרו טבלה של 3 שורות ועמודה אחת באמצעות לחיצה על האייקון של טבלה  ומילוי הפרטים הנכונים בתיבת השיחה שעולה:



שימו לב לכך שבשדות ריפוד תאים וריווח תאים בחרתי את הערך 0. זאת כדי שלא יהיו מרווחים מיותרים בין החלקים השונים של הטבלה.

לחצו על הכפתור "הוסף" ומה שתקבלו בעורך זו התמונה הבאה:

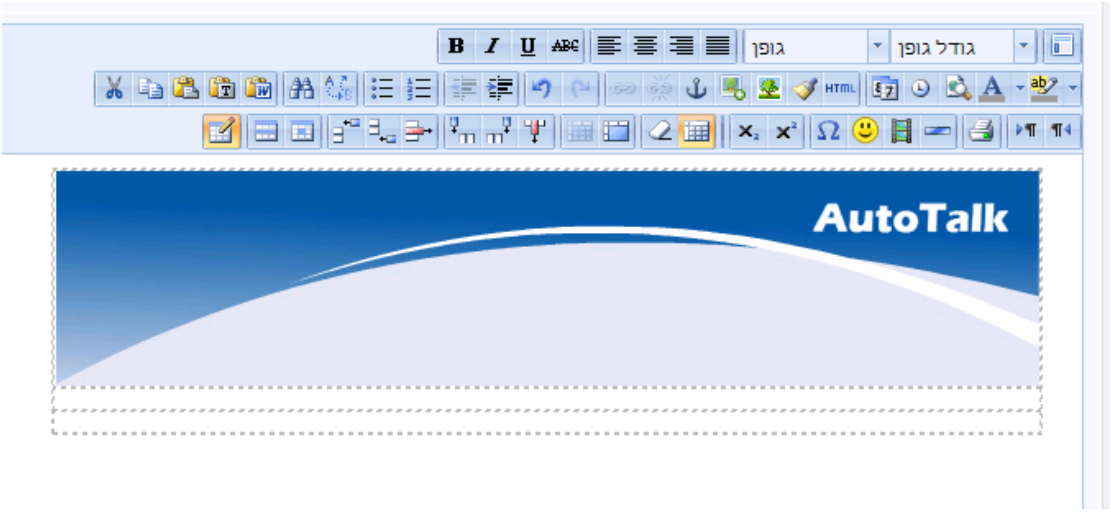


כן, כן, הכתם הלא ברור הזה הוא למעשה הטבלה שלכם בעלת שלושת השורות שתהפוך עוד מעט לתבנית ניוזלטר מפוארת.

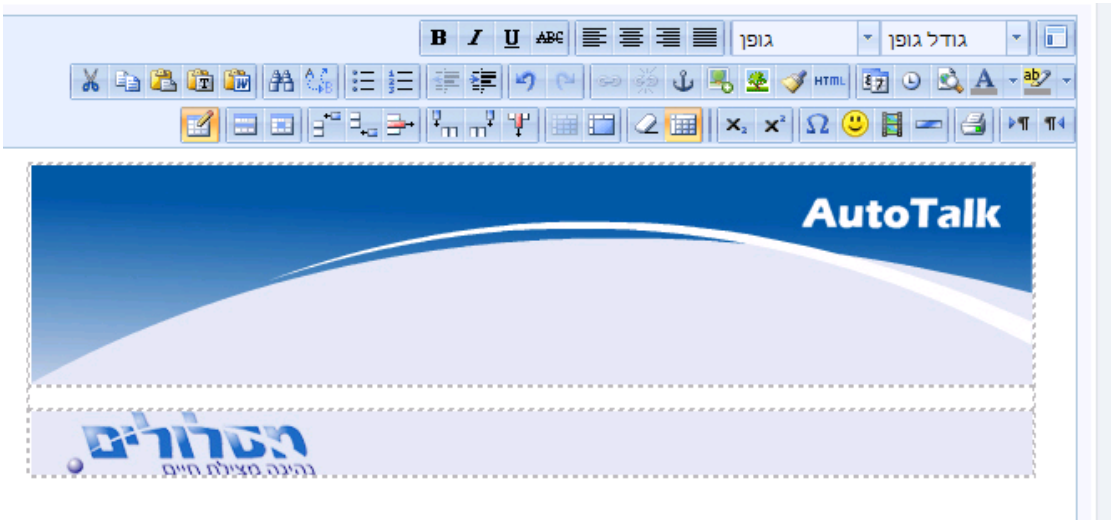
שלב 3 שילוב הכותרת העליונה והתחתונה
עכשיו עליכם לשלב את שתי תמונות הכותרת בתאים העליון והתחתון של הטבלה. התחילו בתמונה העליונה.

כדי לבצע זאת ראשית מקמו את הסמן בתוך התא העליון (זאת כדי שהתמונה תישתל במקום הנכון). לאחר מכן פעלו על פי ההוראות הרגילות של טעינת תמונה (שלא אחזור עליהן כאן) כדי להכניס את התמונה למקומה.

התוצאה תהיה זו:

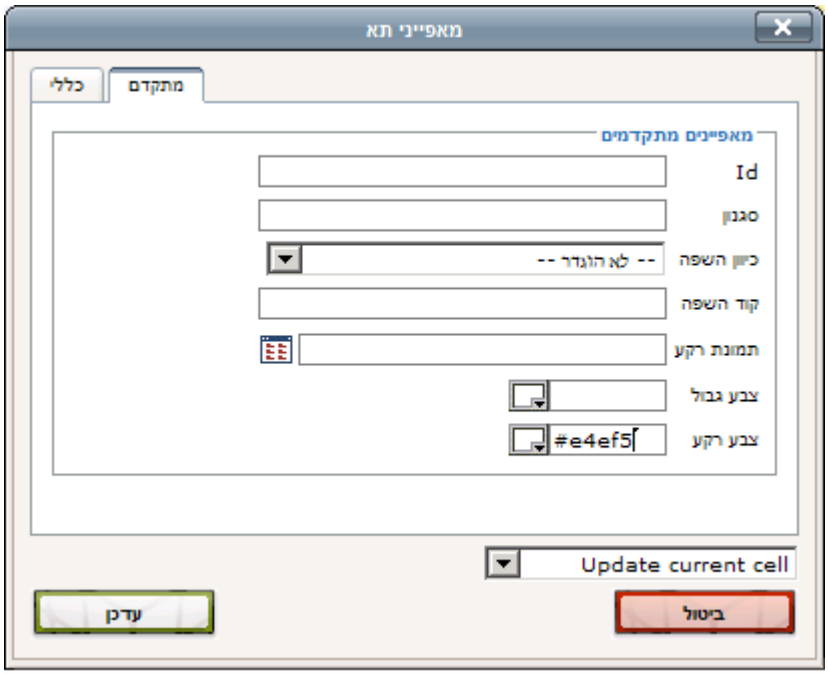


עתה יש לחזור על השלבים האלה עם הכותרת התחתונה כדי לקבל את התוצאה הזו:

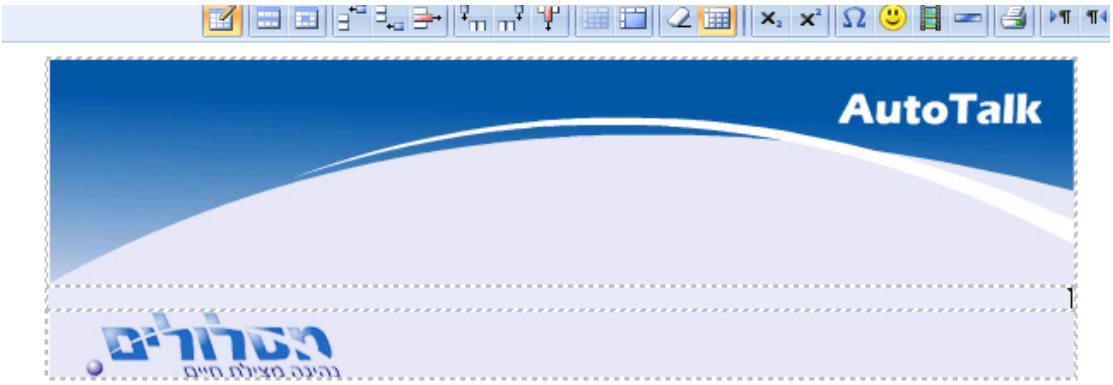


שלב 4: הוספת צבע רקע
כפי שאתם רואים הצבע השולט ב header וב footer הוא התחלת. הניוזלטר יראה מקצועי יותר אם את אזור התוכן (התא המרכזי) נצבע בצבע רקע מתאים. כדי לעשות זאת עלינו לדעת מה הקוד של צבע הרקע.

מכיוון שצבע הרקע הוא מאפיין של התא המרכזי עלינו להשתמש בכפתור "מאפייני תא בטבלה"  ובאמצעותו להניס את הקוד. כדי להכניס את הקוד לחצו בחלון שייפתח על "מתקדם" ושם הכניסו את קוד הצבע (או בחרו את הצבע) בשדה "צבע רקע".



התוצאה נראית כך



שלב 5 תיקונים קלים

מירכוז: עד כה הניוזלטר מיושר לימין. לנמענים שלכם יהיה נוח יותר לקרוא את הניוזלטר שלכם אם הוא ימורכז. כדי לבצע זאת עליכם "לתפוש" באמצעות העכבר את הטבלה הראשית – פשוט הקליקו על גבול הטבלה עד שיופיעו ארבע מרובעים קטנים בארבעת קודקודי הטבלה.

לאחר שאלה יופיעו, הקליקו על כפתור המרכוז ≣ וכל אזור התוכן יזוז למרכז החלון.

עכשיו כל שנותר הוא לכתוב את הניוזלטר למשל באמצעות מעבד התמלילים word

הנה דוגמא לניוזלטר שאפשר ליצור באמצעות התבנית הזו:



כפי שאתם רואים באמצעים פשוטים: טבלה, שתי תמונות וצבע רקע אפשר ליצור תבנית ניוזלטר שיראה בהחלט נעים ומקצועי

כאשר תרכשו מיומנות תוכלו ליצור ניוזלטרים מורכבים יותר בעלי מספר טורים, "בוקסות מידע" וכו. אם כי זכרו שבאינטרנט ובמיוחד בדואר האלקטרוני מומלץ לשמור על פשטות ותמיד לשים את התוכן ולא את העיצוב במרכז.

9. יצירת תבנית מותאמת אישית

שימוש בתבנית אישית מאפשר למסר שלכם לשמור על אחידות עיצובית דבר שיקנה למסרים שלכם מראה מקצועי, זהות קבועה ויחזק את המותג שלכם. התבנית גם עשויה לחסוך לכם זמן בכתיבת המסר בכך שלא תצטרכו ליצור מחדש מרכיבי טקסט ועיצוב החוזרים על עצמם.

כדי לבצע זאת גשו לעורך התבניות שנמצא ב מסרים / תבניות אישיות. לחצו על הקישור "תבנית חדשה" תנו לתבנית שלכם שם וערכו את התבנית בדיוק כפי שאתם עורכים מסר רגיל.

בתבנית צריכים להופיע כל המרכיבים הקבועים במסרים שלכם (הלוגו למשל) כולל טקסטים החוזרים על עצמם כמו למשל הצהרת זכויות היוצרים או הצהרת "מדוע אתם מקבלים מייל זה" שנמצאת בדרך כלל בראש הרשימה או אף הכותרת כמו "ניוזלטר מספר XX"

לאחר שתסיימו תשמרו את התבנית. למותר לציין שהתבנית הזו לכשעצמה אינה נשלחת לרשימה כל שהי בשום שלב.

בניגוד למרכיבים אחרים של רב מסר (כמו מסר, נרשמים וכו) שהם רלוונטיים אך ורק לרשימת התפוצה שבה אתם נמצאים התבניות שתצרו יהיו נגישות לכל רשימות התפוצה שלכם.

כדי ליצור מסר באמצעות התבנית שיצרתם צרו מסר חדש (בסדרת מסרים או במסר בודד) ובחרו את התבנית שיצרתם באמצעות כפתור בחירת התבניות בעורך - שהוא הראשון מימין בכפתורים של עורך המסרים.

10. טיפים למניעת כניסת המסרים שלכם לתיבת הספאם

אחד החששות הגדולים של מי ששולח מייל בכמויות גדולות הוא שהמייל ייכנס לתיקיית הספאם. אכן אם המייל שלכם מסונן ו"נזרק" לתיבת הספאם הסיכוי שיפתחו אותו ויקראו אותו יורד, אבל לא נעלם לגמרי כי חלק גדול מהנמענים מציץ באופן קבוע גם בתיבת הספאם כדי לוודא שלא הגיע לשם מייל חשוב ורלוונטי עבורם.

בחלק הזה של המדריך אתן לכם מספר טיפים שיישומם עשוי להקטין את הסיכוי שהמסר שלכם ינחת בתיקיות הספאם של הנמענים שלכם. אבל לפני כן קצת על אופן עבודתם של מסנני הספאם.

מסנני הספאם
מיתוסים רבים נקשרו למערכות הממוחשבות הקרויות מסנני ספאם באופן שמזכיר במשהו את המיתוסים שנקשרו לאלגוריתם של גוגל. בפועל זו מערכת הפועלת על פי עקרונות סטטיסטיים.

למען הסר ספק מסנן ספאם הוא תוכנה. קיימות בשוק עשרות תוכנות כאלה. התוכנות מאפשרות למשתמש לשלוט בתוכנה ולקבוע פרמטרים רבים שלה. למשל outlook מאפשרת להגדיר את רמת הסינון (גבוהה או נמוכה). רבות מהתוכנות אף עוקבות אחרי

פעולת המשתמש ומתאימות את עצמן אליו. למשל אם המשתמש מכניס מסר שמגיע מכתובת מסוימת לתיקיית הספאם קיים סיכוי רב שאת המסר הבא שיגיע מאותה כתובת מסנן הספאם כבר יסנן בעצמו.

לכן מסר יכול להיכנס לתיבת ספאם ב Outlook 2003 ולא להיכנס לספאם ב Walla או להפך. מסר יכול להיכנס לספאם אצל משתמש Outlook אחד ולא אצל האחר. מסר יכול להיכנס לספאם היום ומחר לא.

תכונות הספאם הן תוכנות המבוססות כאמור על עקרונות סטטיסטיים ומשתמשות בפרמטרים רבים כדי לקבוע אם המסר הוא ספאם או לא ולכולן אחוז טעות מסוים שגורם למסרים תמימים לחלוטין להיות מופנים לתיבת הספאם (וכמובן גם לספאם בוטה להיכנס לתיבה הראשית). לצערנו גם המסרים שאתם שולחים באמצעות רב מסר אינם מחוסנים נגד כניסה לספאם.

כל מערכות הספאם מבוססות על שיטת ניקוד. כלומר כאשר המסר מגיע למסנן הספאם התוכן שלו נסרק על ידי מסנן הספאם וכל מרכיב בו מקבל ניקוד. למשל אם המסנן מגלה את הביטוי "הקלק כאן" מכיוון שביטוי זה מאפיין משלוחי ספאם (שבשדרך כלל מנסים למכור משהו) מסנן הספאם מעלה את ניקוד הספאם של המסר. לעומת זאת אם מתגלה מילה שאינה מאפיינת ספאם למשל המילה "חתול" (אני לא בטוח שזו דוגמא טובה כי ייתכן שספאמרים מוכרים גם מזון לחתולים) הניקוד יורד. בסופו של דבר אם הניקוד של המסר עבר סף ניקוד מסוים הוא נשלח אחר כבוד לתקיית הספאם.

לא רק התוכן הגולמי מעניין את מערכות הספאם אלא גם העיצוב. למיילים של ספאם יש גם חתימת עיצוב מיוחדת שמסנני הספאם למדו לגלות. מסנני הספאם סורקים לכם גם את קוד ה HTML וה – CSS שבבסיס המייל כדי לזהות מרכיבים שבאופן סטטיסטי מאפיינים ספאם.

זה המקום להדגיש שלא קיימת "טכנולוגיה חודרת מסנן ספאם" כלומר אין כל קסם שיכול להבטיח שהמייל שלכם לא יופנה לתיבת הספאם. אנחנו כמובן עושים הכל כדי שהמסגרת של המייל (למשל הקישור להסרה) לא יהיו כאלה שיגרמו בעצמם לניקוד גבוה. למשל טקסט הקישור להסרה הוא "לפרידה מהרשימה ולעדכון פרטים" . נמנענו משילוב המילה "הסרה" כי ידוע שהיא מעלה את הניקוד על ספאם.

טיפים מעשיים

כיצד תבדקו את המסר שלכם?
אם אתם עובדים עם outlook מומלץ לכוון אותו על ערך סינון הספאם הגבוה. אם מסר הבדיקה שלכם נכנס לתיבת הספאם תבצעו בו שינויים על פי הטיפים שלמטה עד שהמסר יגיע לתיבה הראשית.

אורך המייל:
מיילים קצרים מדי עלולים להיכנס לתיבת הספאם.

שורת נושא:
מומלץ להימנע משילוב סמני פיסוק בשורת הנושא.
מומלץ ששורת הנושא לא תהיה קצרה מדי או ארוכה מדי

תוכן המייל
כדאי להימנע משימוש במילים או ביטויים שמאפיינים ספאם: למשל עבודה מהבית, ויאגרה, משכנתא וכו.

עיצוב הטקסט
מומלץ להימנע מטקסטים גדולים מאוד או קטנים מאוד. כמו כן מומלץ להימנע מטקסטים מודגשים או מוטים. במיוחד מומלץ להימנע מטקסטים צבעוניים.

שילוב תמונות
אחד הפרמטרים שמסנני הספאם מתייחסים אליהם הוא היחס שבין טקסט לתמונה. כאשר שטח המייל מכוסה בעיקר על ידי תמונות ניקוד הספאם עולה. רבים נוהגים לעצב מייל באמצעות תמונה בודדת ועיצוב כזה כמובן מגביר את הסיכוי שהמסר יקודד כספאם.

קישורים במייל
מומלץ להימנע מקישורים שבהם קריאה לפעולה כמו "לחץ כאן" או "הקלק כאן" או לפחות לא להגזים בהם