

## Kom godt i gang

1. Skriv **'nyhedsbrev.dn.dk'** i din browsers adresselinje. Du skal helst bruge Google Chrome. Du kan hente Google Chrome her: <http://chrome.google.dk>
2. **'Nyhedsbrev.dn.dk'** er Campaign Monitors logon side. Indtast den mail-adresse og password, du har fået tilsendt ved at henvende dig til sekretariatet.
3. Nu skulle du gerne få vist en side, der ser ud som nedenfor:



### Design your first campaign

Welcome to Danmarks Naturfredningsforening. Get started by clicking the button below. We'll walk you through the entire process.

**Get started →**

#### Already have a list?

Fantastic! Import your existing list of subscribers with a few clicks.

#### Build an audience

Make it easy for people to join by adding a signup form to your website.

4. Klik på **'Get started'**
5. Du får nu vist siden **'Define the campaign and sender details'** (se nedf.) Det betyder, at du nu skal definere rammerne for dit nyhedsbrev og indtaste de afsenderoplysninger, du ønsker at modtageren får, når vedkommende modtager nyhedsbrevet.

**Name this campaign**  
The campaign name is shown in your reports and your email archive.

**Write a subject line**  
This text will display in the Subject field in your recipient's email client.

Insert personalization ▾

**Who is it from?**  
This will display in the From field. You can use [a different reply-to address](#) and [personalized From details](#).

Name  Email

**Next →**

6. I tekstfeltet '**Name this campaign**' vælger du et navn til din test-kampagne. Dette navn er til dit eget brug. Navnet vil ikke fremgå af det nyhedsbrev, du ender med at sende ud.
7. Nedenunder, i tekstfeltet '**Write a subject line**', vælger du et emne. Emnet er det, som modtageren af dit færdige nyhedsbrev kommer til at se som nyhedsbrevets emne, når han/hun kigger i sin mailboks (fx Outlook).

'**Campaign name**' og '**subject line**' må gerne være ens. Men husk: '**subject line**' bliver vist til ALLE modtagerne af dit nyhedsbrev. Teksten her skal derfor være så meningsfuld for modtagerne som muligt.

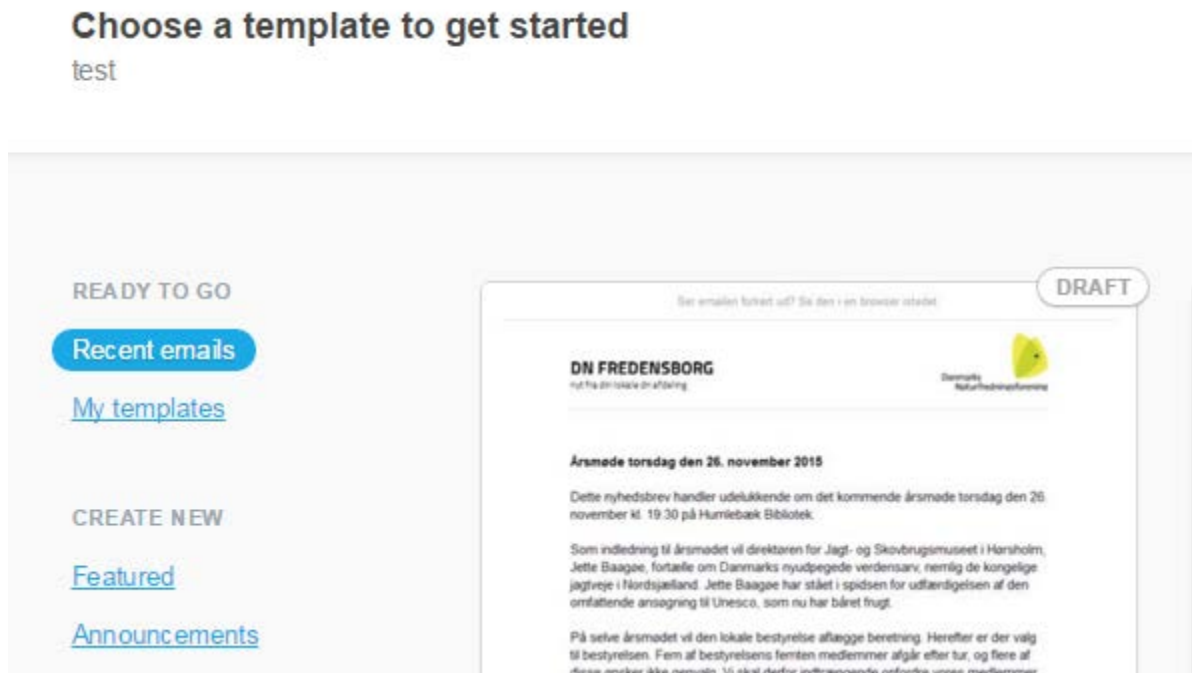
8. I de to sidste tekstfelter, '**Who is it from**' – 'name' og 'Email') skriver du afsenderen (f.eks. Danmarks Naturfredningsforening Pærekøbing) og mailadressen på afsenderen af dit nyhedsbrev (f.eks. pærekøbing@dn.dk). Afsendernavnet vil fremgå af det færdige nyhedsbrev, når modtageren får det i sin mailboks. Afsendernavnet er derfor vigtig information for både afsender og modtager. Bemærk: Du kan kun vælge en '@dn.dk- adresse' som afsender. Vælg derfor dit afdelingsnavn, f.eks. [pærekøbing@dn.dk](mailto:pærekøbing@dn.dk)

Mailadressen på afsenderen er modtagerens mulighed for at kunne reagere på nyhedsbrevet. Så den er også vigtig information for både afsender og modtager.



9. Klik '**Next**'.

## Hvilket design?

10. Efterfølgende side hedder **'Choose a template to get started'** eller **"Choose a starting point"**. Du får nu en oversigt, **'Recent emails'**, over de seneste nyhedsbreve, du har sendt ud (se billedet nedf.) Oversigten vil sandsynligvis være tom første gang, du besøger den. Efterhånden som du får sendt nyhedsbreve ud, vil oversigten blive fyldt.



11. I venstre side af skærbilledet er der en kort liste over forskellige valgmuligheder. Klik på **'My Templates'** og glem alt andet i venstre side.
12. Du får nu vist en side, hvor du kan vælge mellem 4 **'Templates'** (det vil sige skabeloner) for dit nyhedsbrev. En skabelon styrer det overordnede design af nyhedsbrevet. De tre skabeloner adskiller sig i grove træk fra hinanden på følgende måder:
- **Skabelon 1:** Kombinerer tekst med billede i halv bredde. Tekst og billede vises ved siden af hinanden. Denne skabelon er egnet til korte omtaler, hvor billedmaterialet ikke er bedste kvalitet og måske heller ikke behøver at være det (et logo, en årstidsstemning, en mødelokalitet, osv). Billedbredde er 6,5 cm.

Edit  + Add New 

## Her indsætter du din overskrift

Her indsætter du din tekst.

LÆS MERE >



Her indsætter du din billedtekst.



Netbutik >



Støt DN >



Tag på tur >



Bliv frivillig >

### Skabelon 1

- **Skabelon 2:** Kombinerer tekst med billede i fuld bredde. Tekst og billede vises over hinanden. Denne skabelon er velegnet til omtaler, hvor det visuelle har en særskilt pointe: et flot landskab, en fin detalje, et godt ansigtsudtryk el. lign.). Billedbredde 13,7 cm.

Her indsætter du tekst

Her indsætter du billeden  
Evt. mere tekst



### Skabelon 2

- **Skabelon 3:** Kombinerer billede i fuld bredde med beskrivelse af tur/arrangement. Denne opsætning er særlig god til f.eks. annoncering af ture, møder, begivenheder el. lign.

**DN ODENSE**  
nyt fra din lokale DN-afdeling

Danmarks  
Naturfredningsforening

Edit  + Add New 

Her indsætter du din overskrift



Her indsætter du din billedtekst.

Her indsætter du din tekst.

LÆS MERE >

**Kontaktperson:**  
Skriv navn og telefonnummer

Skriv tekst om turen  
Evt. mere tekst om turen

**Skriv tekst om turen.**

*Skabelon 3*

- **Skabelon 4:** Kombinerer skabelon 1-3. Det giver mulighed for at lave et nyhedsbrev med mange forskellige sektioner. Nyhedsbrevet får dermed et meget sammensat og varieret præg.



Skabelon 4

Smag og behag kan være forskelligt. Tag dig derfor gerne lidt tid til at finde en skabelon, som umiddelbart falder i din smag. Når du først har valgt en skabelon og er begyndt at arbejde med dit nyhedsbrev, kan det godt være lidt bøvlet at fortryde dit valg igen.

Du vælger en skabelon ved at klikke på den. Du fortryder dit valg igen ved at klikke på **'Choose a design'** i skærbilledets øverste venstre side.

## Hvilken struktur?

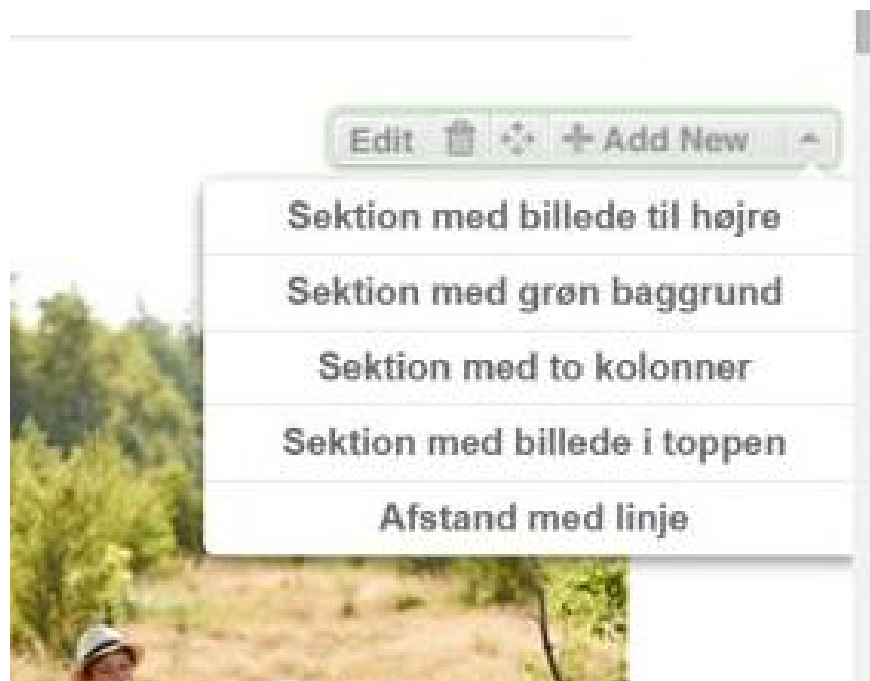
13. Når du har valgt en skabelon, du synes om (ved at klikke på den), bliver du automatisk lukket ind i skabelonens 'editor' dvs. 'redigeringsrum'. Og nu skulle det gerne blive lidt mere interessant.

Når du har valgt en skabelon, har du som udgangspunkt også valgt en sektion. En sektion er et indholdselement, som gør, at du kan sætte tekst og billede ind i din skabelon. Den er derfor ret vigtig.

Hvis du kun har en enkelt nyhed, behøver du ikke tilføje flere sektioner. Har du flere nyheder, skal du tilføje en sektion for hver nyhed. Hvordan man gør det, kommer vi til nu.

14. Skabelonerne er forskellige fra hinanden men har også fællestræk. Blandt fællestrækkene er den måde, man opretter en ny sektion på.

Man opretter en ny sektion ved at klikke på **'Add New'** i en af skabelonens værktøjsbjælker (se billedet nedf.). Når du gør det, aktiverer du en rullemenu med et antal valgmuligheder. Valgmulighederne varierer, alt efter hvilken skabelon du har valgt at arbejde i. Der er mange muligheder for at kombinere. Lad dig ikke forvirre men inspirere ☺.



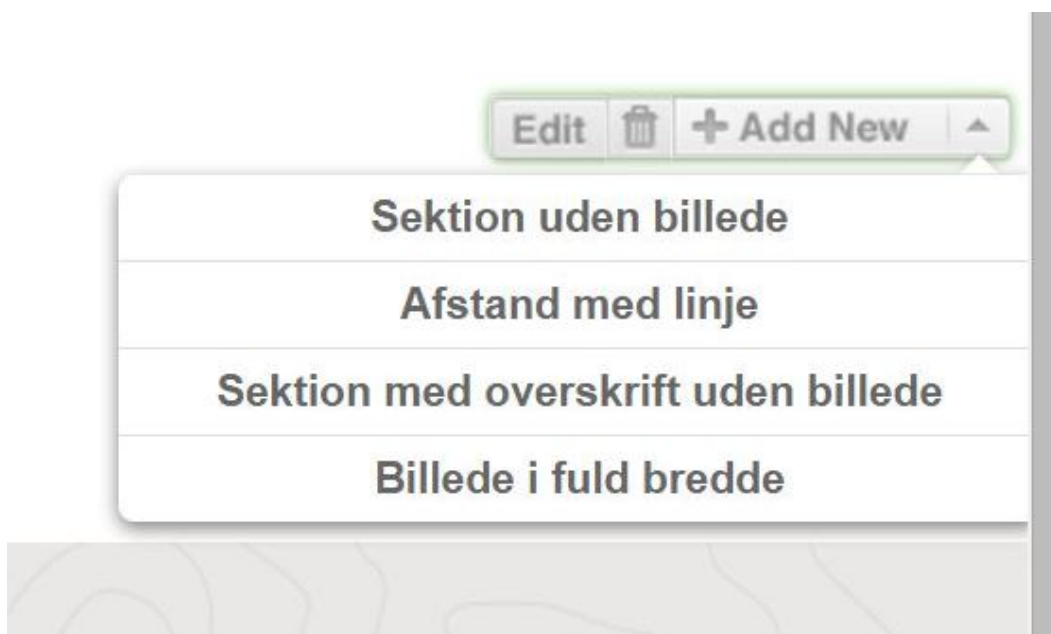
Valgmulighederne har betydning for placeringen af tekst og billede mm. Du kan måske genkende noget af logikken fra Dynamic Webs skabeloner.

Hvis du har valgt **skabelon 1**, får du **5** valgmuligheder:

- **Sektion med billede til højre:** Sektionen består groft sagt af to 'søjler': venstre 'søjle' er til tekst. Højre 'søjle' er til billedet.
- **Sektion med grøn baggrund:** Sektionen er en grøn 'tekstboks' i en 'søjle'. Sektionen giver ikke mulighed for at inkludere et billede.

- **Sektion med to kolonner:** Sektionen består groft sagt af to ens 'søjler' med mulighed for at indsætte et billede over hver 'søjle'. Denne mulighed er valgfri. 'Søjlerne' er ikke forbundne. Det betyder, at man ikke automatisk fortsætter sin tekst fra 'søjle 1' over i 'søjle 2'. Man skal selv aktivt vælge at knytte de to 'søjler' sammen ved at fordele tekstindholdet i begge søjler.
- **Sektion med billede i toppen:** Sektionen er beregnet til annoncering af ture/udflugter. Derfor indeholder denne sektion mulighed for 1) at indsætte billede 2) at indtaste tur-detaljer 3) at indtaste tur-beskrivelse.
- **Afstand med linje:** Sektionen består af en linje på tværs af nyhedsbrevet uden hverken tekst eller billede. Linjen markerer eller tydeliggør en overgang eller et brud mellem to andre sektioner med evt. tekst og/eller billede.

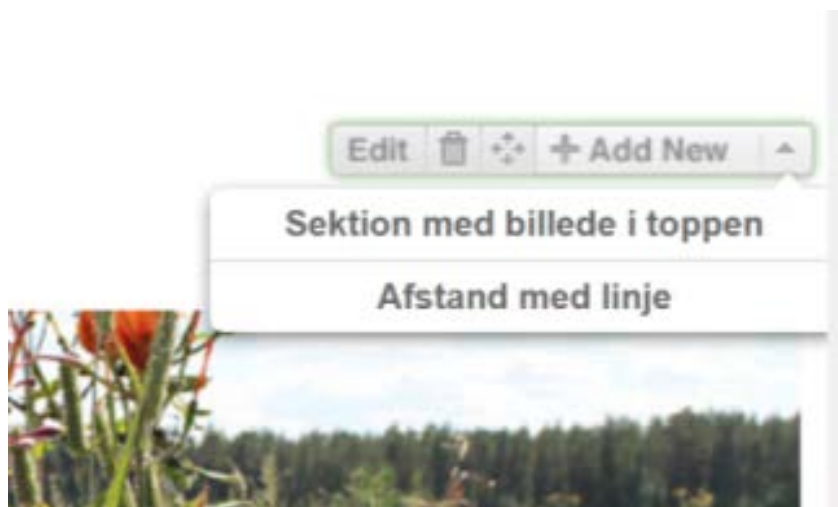
Hvis du har valgt **skabelon 2**, får du **4** valgmuligheder:



- **Sektion uden billede:** Består af en bred tekststøjl **uden** hverken overskrift eller billede
- **Afstand med linje:** Sektionen består af en linje på tværs af nyhedsbrevet **uden** hverken tekst eller billede. Linjen markerer eller tydeliggør en overgang eller et brud mellem to andre sektioner med evt. tekst og/eller billede.
- **Sektion med overskrift uden billede:** Består af en bred tekststøjl **med** overskrift men **uden** billede
- **Billede i fuld bredde:** Ingen tekst. Kun billede. Du kan indsætte et link fra billedet.



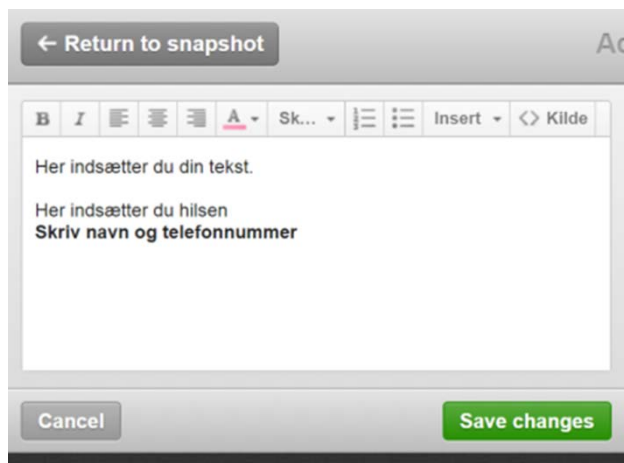
Hvis du har valgt **skabelon 3**, får du **2** valgmuligheder:



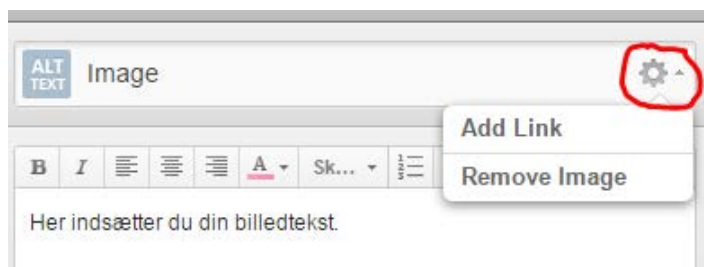
- **Sektion med billede i toppen:** Sektionen er beregnet til annoncering af ture/udflugter. Derfor indeholder denne sektion mulighed for 1) at indsætte billede 2) at indtaste tur-detajler 3) at indtaste tur-beskrivelse.
- **Afstand med linje:** Sektionen består af en linje på tværs af nyhedsbrevet **uden** hverken tekst eller billede. Linjen markerer eller tydeliggør en overgang eller et brud mellem to andre sektioner med evt. tekst og/eller billede.

## Hvad skal indholdet være?

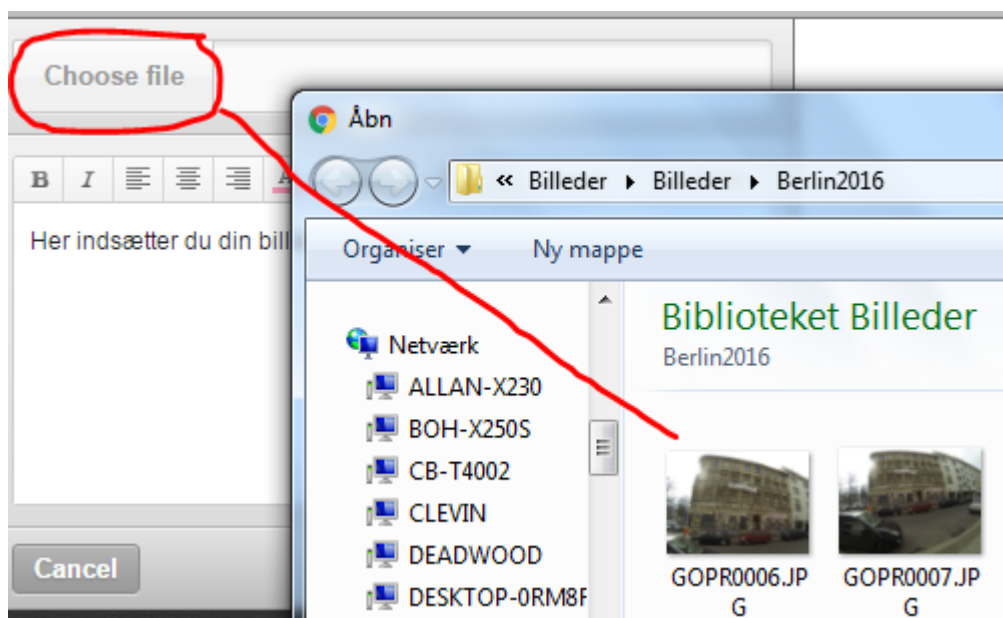
15. Når du har valgt den sektionstype, du kunne tænke dig at arbejde med, 'popper' der en mini-editor op i venstre side af skærbilledet (se billedet nedf.). Her kan du indsætte eller skrive din tekst. Samme mini-editor giver dig også mulighed for at indsætte et billede til at ledsage teksten – med mindre din sektion er beregnet udelukkende til tekst.



16. **Billeder.** Nyhedsbrevet tilpasser automatisk billedbredde. Et billede i fuld bredde bliver 13,7 cm bred (600 pixel) og i halv bredde er det 6,5 cm (280 pixel). Hvis du selv kan finde ud af at tilpasse/klargøre dit billede inden upload er det selvfølgelig bedst. Ellers kan du risikere at billedet bliver "trukket ud" eller at højden er større/mindre end du troede.



**Indsætte nyt billede:** Vælg "edit", så din mini-editor er fremme i venstre del af skærbilledet. Klik i feltet "Image" på tandhjulet og vælg "Remove Image". Nu får du mulighed for at vælge et nyt billede fra din computer. Klik på "Choose file":



17. Når du har indsat eller skrevet dit indhold, klikker du på '**Save changes**' i den grønne boks neden for mini-editoren. Mini-editoren forsvinder nu, og du kan nu se dit indhold i den store skærmvisning af redigeringsrummet.
18. Ønsker du at redigere videre, klikker du på '**Edit**' i sektionens værktøjslinje ved siden af skraldespands-ikonet. Du kan nu genoptage redigeringsarbejdet i mini-editoren i venstre side.
19. Ønsker du at slette din sektion, klikker du på skraldespanden i sektionens værktøjslinje ved siden af '**Edit**'. Fortryder du din sletning, skal du klikke på '**undo delete**' ved siden af teksten '**Add your email content**' i den grå bjælke øverst på siden.

**Bemærk:** denne fortrydelsesmulighed er kun tilgængelig i ca. 10 sekunder efter, at du har slettet en sektion.

20. Ønsker du efterfølgende at ændre tekst og billeder i din sektion, kan du gøre det ved at klikke på **'Edit'** i værktøjsbjælken for den sektion, du ønsker at ændre i.
21. Ønsker du at arbejde med indholdet i sektionen lidt nu og mere på et senere tidspunkt, er der også mulighed for det:
  - 1) Gem dit arbejde ved at klikke på **'Save changes'**. Log ud af Campaign monitor i øverste højre hjørne ved at klikke på din brugerprofil. Vælg **'Logout'**.
  - 2) Log på igen ved at følge proceduren i denne vejledning under punkterne 1-5.
  - 3) Under **'Recent drafts'** vælger du den kladde, du ønsker at fortsætte med at redigere i.
  - 4) Du får nu vist et **'Campaign snapshot'**. Siden er inddelt i to sektioner: **'Campaign and sender'** og **'Content'**. I højre side ud for hver sektionstitel står der **'Edit'** i en grå boks. Klik på **'Edit'** ud for sektionen **'Content'**.
  - 5) Du kan nu genoptage dit arbejde med at redigere dit nyhedsbrev.
22. Ønsker du at ændre rækkefølgen på sektionerne i dit nyhedsbrev, er der mulighed for det: Placer markøren i editoren over det kors-lignende symbol mellem skraldespanden og **'+ Add new'**. Hold museknappen nede og træk sektionen op eller ned til placeringen, du ønsker. Slip museknappen. Sektionen er nu flyttet.
23. Et godt tip: det er en god idé at være kortfattet i sit nyhedsbrev, dvs. maks. Ca. 20-25 linjer pr. sektion. Det er der flere årsager til:

- Et nyhedsbrev er bedst til at give læseren et hurtigt overblik. Et nyhedsbrev bruges derfor som regel kun til at orientere om nyheder – ikke til at uddybe og redegøre. Nyhedsbrevet kan i stedet henviser til, hvor man kan læse uddybninger og baggrund.
- Internetmediet er ikke velegnet til længere tekster. Skærmskvaliteten på de fleste pc'ere og laptops kan gøre det trættende eller ubehageligt for mange – særligt ældre – at læse længere tekster. Man gør derfor sin læser en tjeneste ved at formulere sig kortfattet.

Har man meget på hjerte, kan man evt. lægge fordele sit indhold mellem hjemmesiden og nyhedsbrevet. I nyhedsbrevet kan man skrive en kort appetitvækker om sit emne – på hjemmesiden kan man så folder historien lidt mere ud. Har man gode billeder eller illustrationer vil de også komme bedre til deres ret på hjemmesiden end i et nyhedsbrev.

Fordeler man sin historie på den måde over både nyhedsbrev og hjemmeside, opnår man desuden mere trafik på sin hjemmeside. Læserne får dermed mere at vide om andre tilbud og historier, som den lokale afdeling har på hylderne.

## Klar til at teste

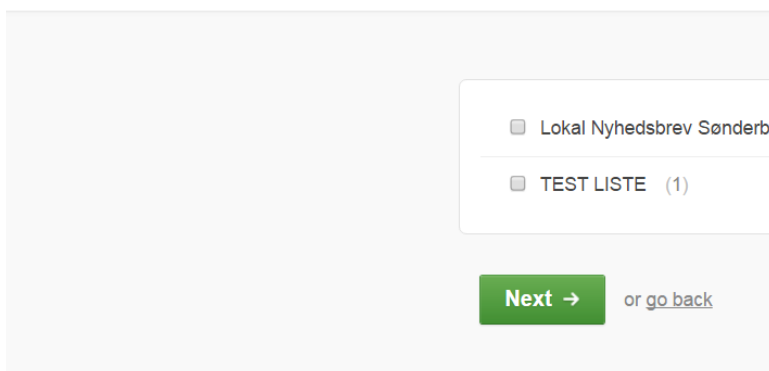
24. Når du er færdig med at lave dit indhold, vil du måske gerne se, hvordan det færdige resultat ser ud. I øverste højre hjørne af dit skærbillede finder du en grøn firkant, hvor der står **'Preview'** (se nedf.). Klik på den.



25. Du får nu vist opsætningen af dit nyhedsbrev, som den vil se ud for modtageren, når vedkommende åbner det i sin ind-bakke. Er du ikke helt tilfreds? Klik på **'Make more changes'** i øverste venstre side af skærbilledet. Så kommer du tilbage til redigeringsrummet, hvor du kan fortsætte med at lave ændringer. Er du tilfreds? Så klik på **'Define recipients'** i øverste højre hjørne.
26. Du bliver nu spurgt: **'Who will receive this campaign'** (se billedet nedf.). Spørgsmålet betyder kort og godt, at du skal sætte flueben til venstre for den foruddefinerede målgruppe for dit nyhedsbrev.

### Who will receive this campaign?

1234




27. Klik derefter **'Next'** i den grønne boks nedenunder modtagergruppens navn.
28. Du får nu en samlet oversigt over den information om dit nyhedsbrev, du har angivet indtil videre. **'Campaign snapshot'**, hedder siden (se billedet nedf.). Gå oversigten grundigt igennem og tjek for fejl. Finder du fejl, kan du rette dem ved at klikke på **'Edit'**-boksen i højre side af det afsnit, du ønsker at redigere i.

## Campaign and sender

Campaign Name	1234
Subject	1234
From	DN 1234 <mads@dn.dk>

## Content

HTML version	Using the Skabelon 1 template, which has been deleted <a href="#">View a preview</a>
Plain text version	<a href="#">Preview</a> or <a href="#">edit</a>

 All links pointing to dn.dk will be tagged for tracking in Google Analytics

## Recipients

TEST LISTE (1)

Total unique recipients 1

[Test and define delivery →](#)

29. Når du er tilfreds med oversigtens oplysninger, skal du klikke på den grønne boks nederst på siden: **'Test and define delivery'**.

30. Du bliver nu tilbudt muligheden for at sende en test-version af dit nyhedsbrev: **'Test your campaign'** hedder siden (Se billedet nedf.).

## Test your campaign

1234

---

Du kan selv beslutte, hvem der skal modtage test-versionen (se billedet nedf.).

**Send a test campaign to...**

Enter up to 5 addresses at once, separated by a comma.

Some test addresses you've recently used:

- mads@dn.dk

Det er en god idé at sende en test. Selv meget øvede redaktører og udsendere af nyhedsbreve laver fejl. Man vil tit kunne opsnappe sine fejl i en prøveudsendelse.

Send evt. testen til din egen private mailadresse. Der kan gå et øjeblik, inden du modtager test-mailen. Når du har modtaget testen, er det en god idé at tjekke følgende:

- Bliver alle billeder vist korrekt?
- Virker alle links?
- Er der utilsigtede brud i teksten
- Er der utilsigtede ændringer i skrifttyperne?

Skulle du finde fejl i din test-version af nyhedsbrevet, kan du rette dem ved at klikke på **'return to snapshot'** i bunden af siden **'Test your campaign'**. Den handling fører dig tilbage til **'Campaign snapshot'**-oversigten. Herfra kan du klikke dig ind på det af de tre afsnit i nyhedsbrevet, der er relevant for den fejl, du ønsker at rette:

- Campaign and sender (diverse og afsender)
- Content (indhold)
- Recipients (modtagere)

Du vælger det relevante afsnit ved at klikke på **'edit'** i højre side af skærmbilledet.

## Klar til at sende ud

31. Ønsker du enten ikke at teste dit nyhedsbrev eller har du allerede gjort det? Så klik på **'Skip the Test'** nederst på **'Test your campaign'**-siden.



32. Du får nu vist siden **'Send your campaign'** (se billedet nedf.).

### When would you like to send this campaign?

You can send it right now or schedule a time in the future.

Send it now  
 Schedule it for the following time

Date

Time    Daylight savings is automatically accounted for.

Time Zone

### Confirmation email

Send confirmation to the following email address when the campaign has been sent.

[Send campaign now →](#) or [go back](#)

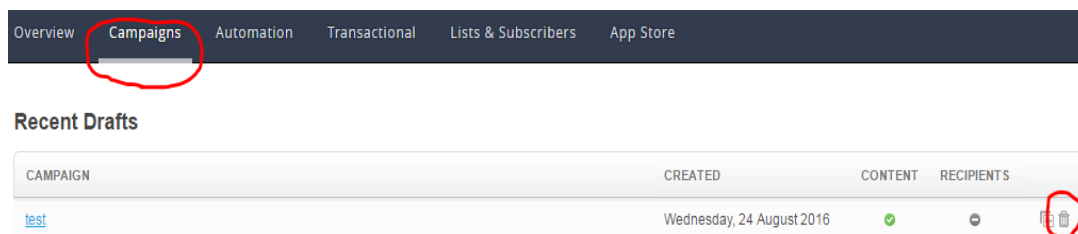
Her kan du bestemme tidspunktet for hvornår dit nyhedsbrev skal udsendes. Ønsker du at sende det ud med det samme, skal du klikke i den grønne boks nederst på siden, hvor der enten står **'Send campaign now'** eller **'Pay for this campaign'**.

**'Pay for this campaign'** står der kun første gang, du sender et nyhedsbrev ud med campaign monitor. Efterfølgende vil der stå **'Send campaign now'**. Den efterfølgende side vil nu enten 1) bekræfte, at du netop har udsendt dit nyhedsbrev eller 2) bede dig bekræfte, at betalingsoplysningerne er korrekte. Det skal du bekræfte. I sidstnævnte tilfælde er der tale om en opstartsprocedure, du kun skal igennem en enkelt gang. Du vil ikke blive spurgt igen.

Ønsker du at tidsindstille udsendelsen af nyhedsbrevet, skal du gøre følgende:

- 1) Markér cirklen til venstre for udsagnet **'Schedule it for the following time'**
- 2) Vælg datoen, du ønsker nyhedsbrevet udsendt
- 3) Vælg tidspunktet på dagen, du ønsker nyhedsbrevet udsendt. Bemærk: uret har kun 12 timer at vælge imellem – ikke 24. Derfor: Ønsker du nyhedsbrevet udsendt kl. 8 om morgenen, skal du vælge tidspunktet **'8 am'**. Om aftenen hedder det **'8 pm'**. Bemærk også: systemet tager selv højde for skift til og fra sommer/vintertid.

- 4) Tidszonen er som udgangspunkt indstillet korrekt. Den skulle det derfor ikke være nødvendigt at tilpasse.
  - 5) Neden under muligheden for at skifte tidszone finder du en boks med titlen '**Confirmation email**'. Her skal du skrive den mailadresse, du ønsker at modtage en kvittering for udsendelsen af nyhedsbrevet på.
  - 6) Når du har gennemført ovenstående trin: klik '**Schedule this campaign**'
  - 7) Du får nu en bekræftelse på, at dit nyhedsbrev er indstillet til automatisk udsendelse på det angivne tidspunkt.
33. **Slette udkast/drafts:** Hvis du ønsker helt at slette et udkast, skal du klikke på "**Campaigns**" i menulinjen. Dernæst holder på musen på linjen med dit testnyhedsbrev. Der vil så dukke en skraldespan op på linjen (kommer altså kun frem, når musen peger på linjen):



## Hvem har læst hvad, hvornår og hvor længe?

Campaign monitor indeholder en funktionalitet, der kan give dig nyttig viden om dit nyhedsbrevs effekt.

Funktionaliteten hedder '**Campaign report**' og indeholder statistik om bl.a. hvor mange modtagere, der har åbnet nyhedsbrevet; hvad modtagerne har klikket på; hvor længe de har haft nyhedsbrevet åbent og meget andet.

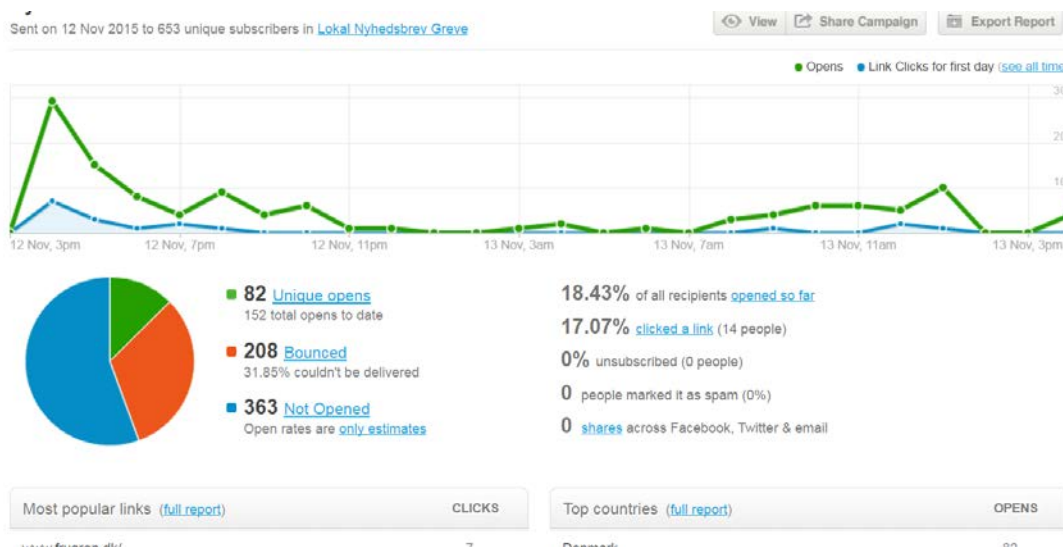
Det kan være god viden, når de næste nyhedsbreve skal planlægges: hvad synes modtagerne om at læse? Hvad springer de helst over?

For at få adgang til '**Campaign report**' skal du logge på Campaign monitor, ligesom hvis du skulle lave og udsende et nyhedsbrev:

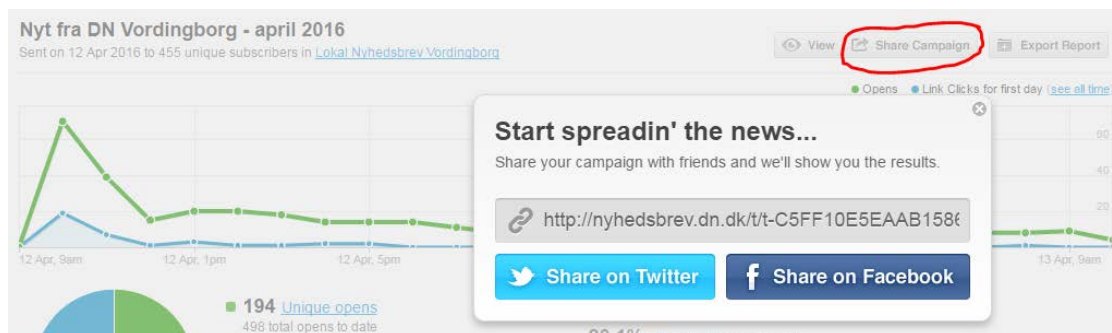
34. Skriv '**nyhedsbrev.dn.dk**' i din browsers adresselinje.
35. Indtast den mail-adresse og testkode, du har fået tilsendt.
36. Find din afdelings navn og klik på det.
37. Du får nu vist en side, der kan være delt i to: '**Recent drafts**' og '**Recently sent campaigns**'. '**Recent drafts**' viser de udkast, du er i gang med. Under sidstnævnte, '**Recently sent campaigns**', finder du den udsendelse, du ønsker at se statistik for. Klik på den.



38. Du får nu vist et overblik over de nøgledata, Campaign monitor har på udsendelsen (se billedet nedf.). Ønsker du at gemme oplysningerne som en fil eller at lave en udskrift, kan du klikke i øverste højre hjørne på **'Export Report'**. Så genererer Campaign monitor en fil til dig, som du kan gemme på dit skrivebord. Derfra kan du lave en udskrift.



**Link til nyhedsbrevet på jeres hjemmeside:** Mange afdelinger samler deres udsendte nyhedsbreve i en oversigt på deres hjemmeside. Du kopierer et link til nyhedsbrevet på denne måde: Klik på nyhedsbrevet i listen. Klik på knappen "Share Campaign". Kopier link og sæt det ind på din hjemmeside.



God fornøjelse med Danmarks Naturfredningsforenings nye nyhedsbrevsmodul, 'Campaign monitor'.

Har du spørgsmål til det nye nyhedsbrevsmodul, er du altid velkommen til at kontakte sekretariatet på [nyhedsbrev@dn.dk](mailto:nyhedsbrev@dn.dk) eller **39 17 40 00**.

## Ofte Stillede Spørgsmål

### **Spørgsmål:**

*Jeg er gået over til Campaign Monitor. Betyder det så, at jeg ikke længere kan bruge de billeder og tekster, der ligger i Dynamic Web?*

### **Svar:**

Nej. Går du over til at sende sit nyhedsbrev i Campaign Monitor, kan du stadig bruge de billeder og tekster, der ligger i Dynamic Web. Du skal blot downloade filerne til dit skrivebord og derfra uploade dem til Campaign Monitors nyhedsbrevsmodul i den skabelon og den sektion, hvor du ønsker filerne sat ind. Alternativt kan du hente alle jeres billeder fra Dropbox, hvor vi har flyttet jeres filer og billeder hen, når DynamicWeb lukker i 2017.

### **Spørgsmål:**

*Hvis jeg går over til Campaign Monitor, betyder det så, at jeg får endnu en brugerprofil, jeg skal gå og huske på?*

### **Svar:**

Ja. DN's sekretariat og de afdelinger, der har hjulpet med at teste det nye nyhedsbrevsmodul, har vurderet, at systemets fordele opvejer dets ulemper. Men blandt ulemperne er, at man som nyhedsbrevsredaktør skal have en unik brugerprofil. Til gengæld kan du selv vælge den mail, du vil anvende, og den kan du lade være uændret.

### **Spørgsmål:**

*Er man tvunget til at skifte til Campaign Monitor? Kan man ikke bare fortsætte med Dynamic Web, hvis man er godt tilfreds med det?*

### **Svar:**

Nej. Mod slutningen på 2016 vil det ikke længere være muligt at udsende nyhedsbrev ved hjælp af Dynamic Web. Så jo før man kommer i gang med det nye system, Campaign Monitor, desto bedre.

### **Spørgsmål:**

*Ville det ikke være smart at teste Campaign Monitor i en periode for at se, hvad folk synes om det, inden man udfaser det gamle Dynamic Web-system?*

### **Svar:**

Jo, og det har vi faktisk også gjort i den udstrækning, vi har fundet det muligt. Fire lokalafdelinger deltog i et test-forløb, hvorunder de fik lejlighed til at påvirke den endelige løsning. Var det praktisk muligt at teste det nye system hos alle lokalafdelinger, havde vi gerne gjort det. Men den gamle Dynamic Web-løsning har efterhånden så mange uhensigtsmæssigheder, at en alternativ løsning var begyndt at haste. Derfor valgte vi et 'fast-track' forløb med et begrænset antal testafdelinger.