

# WebbMotell - ISPConfig

## En översikt över bulkavsändarändringar på Yahoo/Gmail

I syfte att skydda användarnas e-post tillkännagav [Gmail](#) och [Yahoo Mail](#) en ny uppsättning krav för avsändare som gäller från februari 2024. Låt oss fördjupa oss i detaljerna och vad man behöver göra för att uppfylla dessa krav.

### Vilka är de nya kraven för e-postavsändare?

De nya kraven inkluderar långvariga bästa praxis som alla e-postavsändare bör följa för att uppnå god leveransbarhet med postlådeleverantörer. Vad som är nytt är att Gmail, Yahoo Mail och andra postlådeleverantörer kommer att kräva anpassning till dessa bästa praxis för dem som skickar massmeddelanden över 5 000 per dag eller om ett stort antal mottagare anger att e-posten är skräppost.

Kraven kan destilleras in i tre kategorier: 1) striktare efterlevnad av domänautentisering, 2) ger mottagarna ett enkelt sätt att avbryta prenumerationen på massutskick och 3) övervakar antalet skräppostklagomål och håller dem under en tröskel på 0,3 %.

#### 1. Domänautentisering

E-posteleverantörer kommer att kräva domänjusterad autentisering med DKIM och SPF, och de kommer att tillämpa DMARC-policyer för domänen som används i meddelandehuvudet **From**. De flesta e-postleverantörer gör inte det idag, möjligen använder man resultatet från DMARC till att öka sannolikheten att brevet är skräp.

Till exempel kommer gmail.com att publicera en DMARC-policy som anger karantän, vilket innebär att obehöriga meddelanden som påstår sig vara från Gmail skall skickas till mottagarens skräppostmapp.

Har man då t.ex. en hemsida där man använder en gmail-epostadress för att skicka meddelanden till sina kunder, och man skickar brevet från den server som hemsidan ligger på, då kommer inte DMARC att vara uppfyllt och mottagarens e-postsystem skall då lägga brevet i skräpkorgen. Skickar man till en gmail eller yahoo adress, då kommer definitivt brevet hamna i mottagarens skräpkorg.

Läs Artikeln: [E-postautentisering och få ut värdet av en DMARC-policy](#) för att få en djupare förståelse av SPF- och DKIM-domänanpassning och maximera värdet av din domäns DMARC-policy.

Det man behöver göra är att se till att ens domännamn lever upp till DMARC. För att ett domännamn skall leva upp till DMARC, då behöver SPF och DKIM sättas och e-post endast skickas från servrar där dessa är uppfyllda.

Vill man vara säker på att sina meddelanden verkligen skall komma fram till gmail och yahoo adresser, och sannolikt många andra, då skall man sätta DMARC, oavsett

# WebbMotell - ISPConfig

om man skickar över eller under 5000 meddelanden per dag.

## 2. Skapa en enkel avregistrering för e-postmottagare

Krav nummer 2 gäller massutskick av e-post, typ nyhetsbrev.

Bulksändare förväntas inkludera en mekanism för att avsluta prenumerationen genom att lägga till en länk i meddelandet som är lätt att hitta. Reglerna för postlådeleverantörer från februari 2024 kommer att kräva att avsändare dessutom lägger till rubriker för att avbryta prenumerationen med ett klick enligt definitionen i [RFC 2369](#) och [RFC 8058](#). Dessa rubriker gör det lättare för mottagare att avbryta prenumerationen, vilket minskar andelen mottagare som kommer att klaga genom att markera meddelanden som skräppost.

Det finns många faktorer som kan leda till att dina meddelanden klassificeras som bulk av en e-postleverantörer. Volymen över 5000 per dag är en faktor, men den primära faktorn som postleverantörer använder är om mottagaren verkligen vill ta emot breven.

### ***Så här lever du upp till kravet på enkel avregistrering***

Följande steg beskriver hur man kan leva upp till kravet på enkel avregistrering:

**Lägg till rubriker för att avsluta prenumerationen med ett klick till meddelandena du skickar:** Skickar man massmeddelanden eller potentiellt önskade meddelanden måste man implementera ett enkelt sätt för mottagare att avsluta prenumerationen.

E-postleverantörer kräver, eller kommer att kräva, att stora utskick ger mottagare möjlighet att avbryta prenumeration på massmejl med bara ett klick på en länk i meddelandet. Det är acceptabelt att avregistreringslänken i meddelandet dirigerar mottagaren till en webbsida för mottagaren att bekräfta sina inställningar och då avsluta/ändra prenumerationen.

För att uppnå detta, inkludera båda dessa rader i e-posthuvudet i det utgående meddelandet:

- List-Unsubscribe-Post: List-Unsubscribe=One-Click
- List-Unsubscribe: <<https://example.com/avregistrera/exempel>>

Du behöver då implementera en av-prenumerationsfunktion på **<https://example.com/avregistrera/exempel>**.

[Gmails FAQ](#) och [Yahoos FAQ](#) förtydligar båda att kravet på att avbryta prenumerationen med ett klick inte kommer att tillämpas förrän i juni 2024 så länge som masssändaren har en funktionell avregistreringslänk som är tydligt synlig i sidfoten i varje meddelande.

### **Besvara begäranden om att avsluta prenumerationen inom 2 dagar:**

Sida 2 / 4

(c) 2025 Admin <[lennart@webbmotell.se](mailto:lennart@webbmotell.se)> | 2025-04-04 01:29

URL: [https://faq.webbmotell.se/content/2/40/sv/en-oeversikt-oever-bulkavsandaraendringar-pa-yahoo\\_gmail.html](https://faq.webbmotell.se/content/2/40/sv/en-oeversikt-oever-bulkavsandaraendringar-pa-yahoo_gmail.html)

# WebbMotell - ISPConfig

Kontrollera att din avregistreringsprocess omedelbart tar bort mottagaren från att ta emot liknande framtida meddelanden. E-postleverantörer kräver att massavsändare ger mottagarna möjlighet att avsluta prenumerationen på e-post med ett klick, och att avsändarna behandlar begäranden om avregistrering inom två dagar.

**Granska dina e-postlistor:** Säkerställ en ansvarsfull e-postpraxis genom att avstå från att köpa e-postlistor, skydda opt-in-formulär från botmissbruk, verifiera mottagarnas preferenser genom bekräftelsemeddelanden och avstå från att automatiskt registrera mottagare i kategorier som inte efterfrågades.

## 3. Övervaka skräppostfrekvensen

E-postleverantörer kommer att kräva att alla avsändare håller andelen spamklagomål under 0,3 % för att undvika att deras e-post behandlas som skräppost av brevlådeleverantören.

**Registrera dig med Google Postmaster Tools:** Man bör registrera sig för Google Postmaster Tools för att övervaka antalet skräppostklagomål för Gmail-mottagare.

Gmail rekommenderar att andelen skräppostklagomål håller sig under 0,1 %. Om du skickar till en blandning av Gmail-mottagare och mottagare hos andra brevlådeleverantörer, är andelen skräppostklagomål som rapporteras av Gmails Postmaster Tools en bra indikator på antalet skräppostklagomål hos brevlådeleverantörer som inte låter dig se statistik.

## Slutsats

Dessa ändringar är planerade till februari 2024, men tänk på att den exakta tidpunkten och de metoder som används av varje postlådeleverantör kan variera. Om du upplever leveransproblem med någon postlådeleverantör före februari, är det i ditt bästa intresse att följa dessa nödvändiga bästa praxis som ett första steg.

Vi hoppas att den här artikeln klargör eventuella områden av förvirring om denna förändring och ger dig den information du behöver för att vara förberedd inför februari 2024.

## Användbara länkar:

- Gmail-meddelande: <https://blog.google/products/gmail/gmail-security-authentication-spam-protection/>
- Yahoo Announcement: <https://blog.postmaster.yahooinc.com/post/730172167494483968/more-secure-less-spam>

Källa: <https://aws.amazon.com/blogs/messaging-and-targeting/an-overview-of-bulk-sender-changes-at-yahoo-gmail/>

# WebbMotell - ISPConfig

Unikt lösnings-ID: #1040

Av: : Admin

Senast uppdaterad: 2024-01-25 10:55