

## WHITEPAPER

---

### 7 Award-winnende regels voor succesvolle e-mailmarketing

*Door senior e-mailmarketingadviseur Paul Knapp*

**Dreigt uw e-mailmarketing een bodemloze put te worden, waarin u tijd en geld investeert zonder enig rendement? Dat is bijzonder jammer en onnodig, zoals u in deze whitepaper zult lezen.**

Top 100 e-commercebedrijven als wehkamp.nl, amazon.com en bol.com hebben bewezen dat e-mailmarketing een substantiële bijdrage levert aan websitebezoek, klantloyaliteit en verkopen. Hun Award-winnende regels voor succesvolle e-mailmarketing zijn geen geheimzinnige abracadabra. Ik deel ze graag met u, zodat u er ook van kan profiteren.

#### 1. Wees geen onbedoelde spammer

Natuurlijk wilt u geen ongevraagde massa e-mail versturen. Toch belanden bij 75 procent van de mensen stapels e-mailberichten in de spamfilter, terwijl ze geen spam zijn. Dit komt bijvoorbeeld door het gebruik van **HOOFDLETTERS** in de onderwerpsregel.

→ Tip: test iedere e-mailverzending onder een kleine groep en controleer of deze ook daadwerkelijk goed is ontvangen.

#### 2. Maak het persoonlijk

Zou u iets kopen van een onbekende? Uw klanten ook niet. Maak de nieuwsbrief persoonlijk: noem de ontvanger in de aanhef bij zijn naam. Dat zal hij waarderen.

→ Tip: vermeld ook de naam van de afzender. Mensen doen liever zaken met Jan Jansen dan met het verkoopteam.

#### 3. Niemand houdt van eenheidsworst

Prospects, trouwe klanten en ex-klanten vragen stuk voor stuk om een aparte benadering. Hoe beter de inhoud van de nieuwsbrief is afgestemd op hun beleving en behoeften, des te hoger het rendement.

→ Tip: stem de inhoud van de e-mailcampagne voor uw klanten bijvoorbeeld af op hun aankoopshistorie. Dit stuwt de cross- & upsell.

#### 4. Time de verzending

Wanneer verstuurt u uw nieuwsbrief? Op maandagochtend hebben de meeste mensen wel wat anders te doen dan hun e-mail door te lezen. Timing van e-mailverzending is dus essentieel voor het resultaat.

→ Tip: test het moment van verzending net zo lang totdat de ideale dag en

het ideale tijdstip zijn gevonden.

#### **5. Gebruik de truc van de slimme autoverkoper**

Weet u wat hij deed? Hij liet meerdere belangstellenden voor één auto op hetzelfde moment langskomen. Mensen begeren namelijk dingen die beperkt aanwezig zijn.

→ Tip: vermeld bijvoorbeeld het kleine aantal stuks dat u op voorraad heeft van een bepaald product. Of verbind een uiterste datum aan uw actie.

#### **6. Maak van de lezer een doener**

Een nieuwsbrief is niet alleen bedoeld om te informeren, maar vooral om aan te zetten tot actie. Door interactie maakt u van lezers *doeners* die uw site bezoeken, whitepapers downloaden of producten bestellen.

→ Tip: gebruik bij ieder item in de nieuwsbrief een call to action in de vorm van een opvallende button of hyperlink zoals 'Bestel nu deze aanbieding'.

#### **7. Leer van afmeldingen**

Stuurt u abonnees die zich willen uitschrijven naar een webpagina waar ze slechts op een button hoeven te klikken om zich af te melden? Oei. Bent u niet nieuwsgierig waarom ze zich uitschrijven? Vraag uitschrijvers daarom altijd naar een reden voor afmelding.

→ Tip: doe een voorstel om de nieuwsbrief minder vaak te ontvangen, bijvoorbeeld niet 1 keer per maand, maar 1 keer per kwartaal. Zo houdt u potentiële afmelders alsnog binnen boord.

#### **❖ Bonusregel: gebruik de juiste tool, dat is het halve werk**

Het maakt niet uit welke van de bovenstaande Award-winnende regels uw e-mailmarketing de grootste boost gaat geven. Het beste advies dat ik u kan geven: maak gebruik van een professionele, gebruikersvriendelijke e-mailmarketingtool. De praktijk leert keer op keer dat de juiste tool irritatie voorkomt, tijdrovend handwerk bespaart en de prestaties verhoogt.

→ Tip: probeer nu de gratis demoversie van CCM professional en ontdek hoe professionaliteit en gemak samengaan

*Paul Knapp is senior e-mailmarketingadviseur en eigenaar van Sellvation marketing. Sellvation helpt organisaties als PLUS Supermarkt, Central Point, Euromaster en Toshiba bij het opzetten en uitvoeren van responderende e-mailcampagnes.*

Wilt u meer weten? Ga naar [www.sellvation.nl](http://www.sellvation.nl), bel Paul Knapp persoonlijk op 0343-453 959 of mail naar [info@sellvation.nl](mailto:info@sellvation.nl).

Sellvation marketing - Industrieweg Zuid 22-3 - 3958 VX - Amerongen