



# E-MAILS EN NIEUWSBRIEVEN

Sommigen dachten dat sociale netwerken een halt zouden toeroepen aan e-mailmarketing, maar deze sector deed het nog nooit zo goed: e-mailmarketing blijft een populaire tool voor bedrijven, want het is doeltreffend, goedkoop en universeel. Wanneer je e-mails verstuurt, moet je echter rekening houden met enkele elementen, o.a. wetgeving, leverbaarheid en redactionele aspecten, maar let er vooral ook op dat je de juiste tool kiest naargelang je doelstellingen.

## Enkele cijfers

De return on investment bedraagt **€ 35** per **€ 1** die wordt geïnvesteerd\*

Litmus | Augustus 2018\*

Gemiddeld wordt, in alle sectoren, **20,81%** van alle e-mails ook daadwerkelijk geopend.

Mailchimp | Maart 2018\*



## Wat is een nieuwsbrief?

Een nieuwsbrief is een communicatietool waarmee je via e-mail informatie kunt versturen naar een lijst geadresseerden. Veel bedrijven gebruiken nieuwsbrieven om te communiceren met hun (potentiële) klanten. Het zijn dus zeer populaire marketinginstrumenten. Het voordeel van deze communicatietools is dat ze onmiddellijk naar een groot aantal geadresseerden tegelijk kunnen worden opgestuurd. Nieuwsbrieven moeten op regelmatige basis worden uitgestuurd: driemaandelijks, maandelijks, wekelijks of zelf dagelijks.

Zo kun je internetgebruikers aanspreken die al eens eerder door je producten werden verleid, en kun je ze overhalen om opnieuw op je diensten een beroep te doen.

## Verschiede soorten nieuwsbrieven en marketingmails

### - Nieuwsbrieven

Bijvoorbeeld de nieuwsbrief van het toerismebureau.

### - Prospectiemails

Bijvoorbeeld de promotie van een product of een dienst.

### - Marketingmails of catalogi

Het betreft hier meestal automatische e-mails om specifieke producten te promoten (Amazon, Cdiscount, Oxybul...).

### - Transactionele e-mails

Bijvoorbeeld de bevestiging van een order.

### - Vervolgmails

Bijvoorbeeld achtergelaten winkelkarretjes en herinneringsmails.

## Doel: je bezoekers zo veel mogelijk doen klikken



### Hello pizza friend,

Vrijdagavond is New York Pizza-avond! 🍕

Helaas kan je op dit moment niet makkelijk naar Italië, daarom brengen wij Italië vanavond naar jou met onze heerlijke Italian actiepizza's! 🍕 Ga vanavond nog voor de **Quattro Stagioni XXL (40CM)** en start jouw weekend goed! 🟢🟠🔴

Wij hebben nog meer heerlijke nieuwe en verse Italian actiepizza's! Voor welke ga jij vanavond?


- 🍕 Caprese pizza
- 🍕 Sicilian Meatlovers
- 🍕 Truffel pizza

Fijn weekend! ❤️

[Bestel hier!](#)

Bekijk [hier](#) alle actievoorwaarden voor de actie van de vestiging in jouw omgeving. De coupons in deze mail zijn niet in combinatie mogelijk.

## Contactendatabank en wetgeving

Volgens de GDPR moet je verplicht over de toestemming beschikken van alle contactpersonen in je lijst. Deze toestemming moet worden gegeven door middel van een actieve handeling gelinkt aan een duidelijke tekst. Bijvoorbeeld: door dit vakje aan te vinken, ga ik ermee akkoord nieuwsbrieven te ontvangen van \*\*\*  Cf. fiche "GDPR"

Zwijgen is niet toestemmen. Als je de vraag stelt, maar de persoon in kwestie antwoordt niet, dan is er geen toestemming verleend. Een uitzondering zijn algemene e-mailadressen zoals reservatie@, info@ of contact@, waarvoor geen toestemming vereist is.

## Leverbaarheid

Leverbaarheid is een e-marketingconcept. Een verstuurd e-mail is geleverd wanneer de geadresseerde die in zijn mailbox heeft ontvangen. Er zijn verschillende factoren die ervoor kunnen zorgen dat de e-mails niet bij de geadresseerden aankomen. De leverbaarheid van je e-mails hangt af van twee soorten factoren:

- Technische factoren (verkeerd adres, authenticatieprotocol...)
- Gedragsgebonden factoren (niet-actieve e-mailadressen, adressen die weinig worden gebruikt...)

Het is onmogelijk om alle voorzorgsmaatregelen om de leverbaarheid van je e-mails te garanderen, in een paar zinnen op te sommen. Onthoud gewoon dat deze maildiensten de interesse van de lezers voor jouw e-mails meten (aantal keer dat je e-mail wordt geopend, aantal keer dat wordt geklikt, uitschrijvingen, aangegeven als niet gewenst...). Op basis hiervan heb je meer of minder risico om in de SPAM-box terecht te komen.

## Tips voor succesvolle e-mailmarketing

### Enkele nuttige tools bij e-mailmarketing



Deze oplossing is gekend over de hele wereld en is erg populair dankzij het gratis aanbod dat je toelaat 12.000 e-mails gratis te verzenden / vanaf een contactendatabank van 2.000 personen. De interface bestaat enkel in het Engels, wat voor sommigen een nadeel vormt.



Send In Blue beschikt over een Franstalige interface en een zeer gebruiksvriendelijke ontwerptool, en richt zich vooral op kleine en middelgrote ondernemingen. Wat het tarief betreft, kun je voor ongeveer 30 euro 60.000 e-mails/maand versturen en heb je toegang tot geavanceerde features.

> Je kunt tot 300 e-mails per dag gratis versturen.

### Je e-mail opstellen en je doelstelling behalen

- 1 - Neem de tijd om de juiste formule te vinden.
- 2 - Doe meerdere tests, vraag de mening van je omgeving. Kijk hoe je e-mail eruit ziet op je mobiele telefoon, in Gmail, Outlook
- 3 - Wat de opstelling van je e-mail betreft, raden we je aan de belangrijke woorden in het begin van je tekst te gebruiken.
- 4 - Personaliseer het onderwerp. Bijvoorbeeld: "Marie, we hebben een verrassing voor je"
- 5 - Vind je je onderwerp een beetje "saai"? Formuleer het als een vraag!
- 6 - Vergeet titels als "nieuwsbrief nr. 125" of "nieuwsbrief mei 2020".
- 7 - Ga in dialoog met je lezer en wek zijn interesse op. "Het is nu of nooit", "wie eerst komt, eerst maakt", "laatste dag om..." enz.
- 8 - Vermijd de zogenaamde "SPAM WORDS". Deze zijn moeilijk op te lijsten, maar over het algemeen houden ze verband met geld winnen, seks, medicijnen, drugs, gratis producten...
- 9 - Beperk leestekens tot een minimum of gebruik er helemaal geen, gebruik desnoods een uitroepteken maar niet meer.
- 10 - Gebruik emoji's. Ze worden getolereerd in het kader van e-mailmarketing maar hun gebruik is riskant: you love it or you hate it. Ze zullen er in elk geval voor zorgen dat jouw e-mail er bovenuit springt.