

Bewezen effectief

E-mail als marketingwapen



Dirkjan van Ittersum heeft dankzij zijn ervaring als webondernemer de nodige ervaring opgedaan met e-mailmarketing. Ervaring die hij als journalist graag deelt. Mail Dirkjan op redactie@winmagpro.nl

In deze tijd van Twitter en Facebook zou je bijna vergeten dat de 'goede oude' nieuwsbrief een uiterst effectief middel is om in contact te komen met klanten. Het biedt directe communicatie met de klant en leidt bij veel bedrijven tot extra omzet.

Nieuwsbrieven zijn een uitstekend middel om regelmatig in contact te treden met klanten. Het vormt een laagdrempelige methode om nieuws rondom uw bedrijf te melden. Dat kunnen speciale aanbiedingen zijn, maar ook lopende projecten. De inhoud hangt uiteraard geheel af van het type bedrijf. Overweeg bijvoorbeeld om de nieuwsbrief te vullen met tips en trucs. De winterschilder kan prima een nieuwsbrief versturen met advies over het onderhoud van schilderwerk. Voor sommige bedrijven levert een nieuwsbrief heel concreet een omzetwinst op. Dat geldt met name voor webwinkels. Er zijn legio voorbeelden van webshops die hun omzet telkens zien stijgen als ze een nieuwsbrief versturen. Maar ook andere organisaties hebben baat bij een nieuwsbrief. Denk aan verenigingen, reis- en uitzendbureaus, horeca en beurzen.

SPAMWETGEVING

Wanneer je besluit nieuwsbrieven te gaan versturen, dien je een aantal zaken te regelen. Allereerst heb je e-mailadressen nodig. Deze kun je op verschillende wijzen verzamelen. Let op: koop nooit een bestand met e-mailadressen aan. Het is belangrijk om ze zelf te vergaren, zodat je een kwalitatief goed bestand hebt. Dat is extra belangrijk sinds in 2009 nieuwe spamwetgeving in werking trad. Daarin staat dat abonnees een bevestiging moeten ontvangen per e-mail met daarin een linkje om het abonnement te activeren (double opt-in). Een grijs gebied is het verzenden van nieuwsbrieven aan bestaande klanten. Iemand die al eens iets bij je heeft gekocht, mag je in principe ongevraagd een nieuwsbrief toesturen. De inhoud van deze nieuwsbrief moet dan wel aansluiten bij het product dat eerder is afgenomen. Om er zeker van te zijn dat je voldoet aan de spamwetgeving is het wellicht beter om toch eerst een bevestiging te vragen. Overigens heeft de OPTA - die de spamregels handhaaft - gezegd vooral op te zullen treden tegen notoire spammers. 'Eén klacht is geen klacht', luidde de toelichting van de telecomwaakhond. Maar mocht je de OPTA tegen je krijgen, reken dan wel op hoge boetes. ➤



Zonder software toch e-mailings versturen?

E-mailmarketing Services

Wil je niet investeren in software en kennis? Gebruik dan de e-mailmarketing Services van Sellvation. Zij regelen voor je de opmaak en verzending van je e-mailings. Alles goed en professioneel geregeld.

DE BELANGRIJKSTE KENMERKEN OP EEN RIJ:

- ✓ Geen software nodig
- ✓ Compleet alles in 1-pakket: ontwerp, opmaak en verzending
- ✓ Statistieken van openings- en clickgedrag
- ✓ Automatische bounced en afmeldverwerking
- ✓ Geen kennis van design en software nodig
- ✓ Gegarandeerd een professionele uitstraling

E-mailmarketing Services zijn verkrijgbaar bij Sellvation marketing via: www.sellvation.nl/services



Tips en Trucs

Hoe stel je succesvolle nieuwsbrieven op? Enkele tips:

1. Spreek de lezer persoonlijk aan. De meeste software biedt de mogelijkheid om de naam van de ontvanger in de mail te verwerken.
2. Zorg voor een dubbele opt-in en zet duidelijk in de nieuwsbrief een uitschrijflink. Zo voorkom je dat je met spam geassocieerd wordt.
3. Gebruik geen woorden waarop spamfilters reageren. Sommige woorden liggen voor de hand, maar wist je dat sommige spamfilters de woorden 'gallery' en 'iPod' verdacht vinden?



MailCamp geeft inzicht in de resultaten van de nieuwsbrief.



De open source software PHList voor het versturen van nieuwsbrieven kent een steile leercurve.

SHOPPEN

Wanneer je e-mailadressen hebt verzameld, dan volgt het daadwerkelijk versturen van de nieuwsbrieven. De systemen om dat mee te doen zijn op te delen in vier categorieën.

1. Gratis scripts voor een webserver

Dit zijn veelal open source scripts die je op een webserver installeert. Bijvoorbeeld PHList.

2. Betaalde scripts voor een webserver

Dit is software die op een webserver wordt geïnstalleerd waarmee je zelf de nieuwsbrieven verstuurt. Bijvoorbeeld MailCamp.

3. Software voor de kantoor-PC

Deze software installeer je op de eigen computer. Hiermee maak en verstuur je de nieuwsbrief. Bijvoorbeeld SendBlaster.

4. Webbased aanbieders

Het gaat hier om software die je benadert via een webbrowser. Je hoeft zelfs niets te installeren. Bijvoorbeeld Mailchimp.

De keuze van aanbieders is groot. De prijzen die commerciële nieuwsbrievenverzenders in rekening brengen verschillen sterk van elkaar. Shoppen loont hier zeker!

OPEN SOURCE

De voordeligste optie is zonder twijfel het gebruik van een gratis open source script. Het bekendste voorbeeld is hier PHList. Dit script kun je gratis op een server met PHP en MySQL installeren, en vervolgens onbeperkt gebruiken om nieuwsbrieven mee te versturen. Daar is wel technische kennis voor nodig. Het script is goed bruikbaar voor de doorgewinterde systeembeheerder, maar iemand zonder al te diepgaande technische kennis komt snel onduidelijkheden tegen. Enig soulaas biedt het forum op de site van PHList. Daar kun je terecht voor hulp. Er zijn een aantal alternatieve open source pakketten voor het versturen van nieuwsbrieven, waaronder OpenEMM en OpenNewsletter. Wie liever niet zelf aan de slag gaat met codes kan software aanschaffen om nieuwsbrieven mee te versturen. Er zijn enkele

pakketten die je op een desktop-pc installeert. Een voorbeeld is SendBlaster. Met dit programma is het eenvoudig om een nieuwsbrief op te stellen en te verzenden. De software gebruikt de mailserver van je provider. Het is wel aan te raden om uit te zoeken hoeveel e-mails je daarmee mag verzenden. Bij enkele honderden zal dat geen probleem zijn, maar wanneer je vele duizenden berichten gaat versturen is de kans op een kattebelletje van je provider niet denkbeeldig. Als alternatief raadt SendBlaster SMTP.com aan, waarmee je een royaler aantal adressen kunt voorzien van nieuwsbrieven. Handig van de SendBlaster software is een automatische check of je e-mail door spamfilters aangemerkt zal worden als spam (bijvoorbeeld omdat je woorden gebruikt waardoor zo'n filter alarm slaat).

VAKANTIEADRES

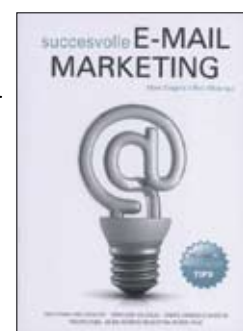
SendBlaster is vooral geschikt voor relatief kleine mailingslijsten. Wil je het serieuzer aanpakken, dan zijn er betere aanbieders. Daarbij zul je veelal uitkomen bij software die op een webserver werkt. Dat biedt een aantal voordelen. Ten eerste verloopt het invoeren van nieuwe abonnees automatisch via een formulier op de website. Ten tweede heb je toegang tot de software vanaf iedere computer met een internetverbinding. Dat maakt het versturen van een nieuwsbrief in de avondurtjes vanuit huis mogelijk (of zelfs vanaf je vakantieadres). Een aanbieder in deze categorie is MailCamp. Dit bedrijf levert voor 950 euro de software om nieuwsbrieven te versturen. Voor die prijs installeert MailCamp de software op de server en maakt er zelfs

Clang

Met e-mailmarketing platform Clang van E-Village zijn e-mail berichten af te stemmen op de behoeften van je individuele klant. Clang zorgt ervoor dat de juiste inhoud naar de juiste persoon op het juiste tijdstip verstuurd wordt. Kijk voor meer informatie op www.e-village.nl.

**E-mail Marketing
Marc Borgers**

In dit boek, dat vorig jaar verscheen, beschrijft Marc Borgers alle ins en outs van e-mail marketing. Met diverse praktijkcases en do's en dont's.





MailChimp is een populaire webbased aanbieder voor het verzenden van nieuwsbrieven.

nog een sjabloon voor je nieuwsbrief bij, in lijn met de huisstijl. Ook krijg je een training van twee uur, zodat je de fijne kneepjes van het pakket leert kennen. Het grote voordeel van MailCamp is dat het versturen van nieuwsbrieven gratis is. Je hoeft dus geen bedrag te betalen voor iedere verstuurd nieuwsbrief. Dat geldt wanneer je de software op een eigen server laat installeren. MailCamp kan de software ook op een gehoste server zetten, zodat je geen omkijken hebt naar het beheer van de server en software. Dat kost ongeveer een tientje per maand, zonder extra kosten voor het versturen van mail (binnen bepaalde (royale) grenzen). Ook daarmee is het nog steeds een voordelige aanbieder.

SMS-MARKETING

Het opstellen van een nieuwsbrief in MailCamp is eenvoudig dankzij een wysiwyg-editor. Handig is de check of de nieuwsbrief goed zal worden weergegeven in Outlook, Gmail en Hotmail. Ieder programma of maildienst geeft de html-code net weer wat anders weer, dus zo'n check is een welkom hulpmiddel. Net als SendBlaster heeft ook MailCamp een controle of je mail als spam zal worden gekenmerkt. Een vergelijkbare aanbieder op de Nederlandse markt is Blinker. Deze aanbieder biedt alleen een webbased gehoste versie aan en is duurder dan MailCamp. Zo betaal je



MailCamp

MailCamp biedt een volledige nieuwsbrieventool voor je onderneming. Zij installeren de software op je eigen server en maken een nieuwsbrieffjabloon in je eigen huisstijl. Daarbij geven zij ook een training om de fijne kneepjes van het pakket bij te brengen. Het grote voordeel: MailCamp is een life-time email-programma voor een eenmalige prijs en je betaalt niet per verzonden e-mail. Kijk voor meer informatie op www.mailcamp.nl

een bedrag per duizend verstuurd mailtjes - en dat kan zeker bij grotere bedrijven flink aantikken. Wel handig is dat je via dezelfde dienst ook direct een sms-marketingcampagne kunt regelen.

Wil je uitgebreidere mogelijkheden om klanten persoonlijk te benaderen, dan is Clang het overwegen waard. Deze aanbieder, onderdeel van het Nederlandse E-Village, legt zich volledig toe op het in kaart brengen van de voorkeuren en interesses van klanten en het aanpassen van de nieuwsbrieven hierop. Het gaat er vanuit dat je een goed beeld hebt van de interesses van je klanten. Vervolgens voer je in Clang deze interesses in, en schrijf je nieuwsbrieven hiervoor op maat. Dit levert een hogere conversie op.

WEBBASED

Daarnaast zijn er nog de Amerikaanse specialisten, allemaal webbased diensten. Een bekend voorbeeld is MailChimp. Dit bedrijf heeft een bijzonder gebruiksvriendelijke site ontwikkeld waarmee het versturen van geavanceerde nieuwsbrieven een peulenschil is. Bij kleinere aantallen is deze site goed te betalen (tot 500 abonnees is de dienst zelfs gratis), maar wanneer het aantal abonnees groeit wordt de dienst snel duurder. Concurrenten van MailChimp zijn de bedrijven Icontact.com en ConstantContact.com.

Case

De webshop ShirtyHand stuurt enkele keren per jaar een nieuwsbrief. Welke keuzes maakt deze webshop? Wouter Alferink van het bedrijf geeft uitleg:

"Wij versturen vier à vijf keer per jaar een mailing. Niet te vaak, omdat we klanten graag van iets nieuws op de hoogte brengen en we willen waken voor overkill voor wat betreft nieuwsbrieven. In de nieuwsbrieven melden we nieuwe ontwikkelingen binnen het bedrijf. Een nieuwsbrief genereert meer omzet, aangezien een aantal klanten weer wordt getriggert om te bestellen. Ons product is weer onder de aandacht."

COLUMN Persoonlijke boodschap



Conrad Hagemans,
Managing Director
Tripolis Solutions

Steeds meer marketeers maken gebruik van e-mail in de communicatie met hun doelgroep. En dat is niet voor niets. E-mail is het meest meetbare kanaal dat de marketeer tot zijn beschikking heeft. Je bepaalt precies wanneer je een boodschap wilt versturen. Je weet het tijdstip waarop de e-mail wordt gelezen en waarop wordt geclicked. Maar ook welke e-mail client wordt gebruikt. Bijvoorbeeld Microsoft Outlook, Gmail, Hotmail of een iPhone. Voor veel ondernemers is e-mail hét middel om traffic naar de website te krijgen. Met het verkregen clickgedrag kun je het profiel van de lezer verrijken. Met deze informatie ben je in staat om de volgende e-mail beter af te stemmen op de wensen van de lezer. Lezers van e-mail worden steeds kritischer en kiezen wat ze wel en niet lezen. Daarom is het belangrijk dat de boodschap relevant en herkenbaar is voor de lezer. Met andere woorden: maak de e-mail persoonlijk. Zowel qua opmaak als inhoud. Ook het kiezen van de juiste onderwerpregel is van belang. Uit ervaring is gebleken dat het belangrijk is dezelfde afzender te gebruiken.

Maar dat alleen is niet voldoende om er voor te zorgen dat e-mail ook aankomt in de inbox. Door de enorme hoeveelheden mails die wereldwijd worden verstuurd wordt e-mail steeds vaker geblokkeerd door de internet service provider of andere filters. Het is daarom van belang een e-mail service provider (ESP) in de arm te nemen zodat uw deliverability gegarandeerd is.



Tripolis Solutions

We deliver