



E-MAIL ADRESSEN WERVING

‘Voorkom het moeilijke, door het gemakkelijke goed te doen’.

Lao Tse



WAAROM DIT DOCUMENT

Klantenbinder gebruikers en e-mail adressen werving, twee handen op één buik.
Maar haalt u wel het onderste uit de kan?

Voor u ligt een document met 35 van de beste tips betreffende e-mail adressen werving samengesteld door het team van klantenbinder.nl, zodat u net dat laatste beetje uit de onderkant van de kan kunt schrapen.



35 TIPS VOOR E-MAIL WERVING

TIP 1 – Aanmeldformulier op uw website

Stel de bezoeker van uw site, die geïnteresseerd is in hetgeen u te vertellen heeft, in de gelegenheid om zich aan te melden voor uw nieuwsbrief. U doet er verstandig aan om het aanmeldformulier niet te ver weg te plaatsen. Dit om het aantal aanmeldingen te stimuleren. Hoe minder handelingen de bezoeker hoeft te nemen voor het aanmelden des te groter het aantal inschrijvingen. Plaats om die reden dan ook het formulier op de homepage. Is dit niet mogelijk dan doet u er verstandig aan om een duidelijke button te maken die naar de juiste plek leidt.

TIP 2 – Voor wat hoort wat

Geef duidelijk aan wat men kan verwachten nadat ze zich inschrijven. U kunt een voorbeeld nieuwsbrief tonen of laat bestaande gebruikers aan het woord, waardoor de potentiële klanten een goede indruk kunnen krijgen van wat hen te wachten staat.

Geef door wat hun privileges zijn; bv uitnodiging voor de monster verkoop, kortingsbon op hun verjaardag, altijd op de hoogte van belangrijke branche informatie, etc. Het moet voor de bezoeker nuttig zijn om zich in te schrijven.

TIP 3 – De word geen Junkie-tactiek

Hoort u ooit nog wel iets over Wham! Waarschijnlijk niet, uit het oog > uit het hart!

Dit geldt ook voor E-mail Marketing. Het regelmatig onderhouden van contacten met uw klanten en prospects door middel van een nieuwsbrief zorgt ervoor dat u niet tot “die ene band van 25 jaar geleden” behoort.

Als u onregelmatig nieuwsbrieven stuurt, raakt u namelijk in vergetelheid en heeft uw nieuwsbrief veel meer kans om als junkmail te worden afgeschreven.

Het consequent versturen van nieuwsbrieven zorgt daarentegen voor een essentiële periodieke verwachting, dit houdt niet alleen de aandacht vast van de klant, maar dit zorgt er ook voor dat uw bedrijf ook van buitenaf lijkt up-two-toes te zijn.

TIP 4 – Gebruik de persoonlijke direct mail

Hoe persoonlijker een mail is, hoe meer respons u krijgt.

Via direct-mail kunt u ook weer veel klanten strikken naar uw nieuwsbrief.

Door kenmerken van de klanten te weten kunt u daar namelijk met uw nieuwsbrief op inspelen. Geef in de direct mail ook altijd aan wat uw nieuwsbrief inhoudt en hoe men zich daarvoor kan inschrijven.



TIP 5 – Doe een nog directere mail actie

Ook een leuke, goedkope en inventieve oplossing is het sturen van een virtuele postcard. Met een leuke catch-phrase kunt u mensen vragen of ze interesse hebben voor uw nieuwsbrief. Aan de rechterkant waar normaal het verstuurdadres moet staan kunt u nu uw bedrijf als afzender wegzetten met natuurlijk ook weer een link naar de aanmeldingsite van de nieuwsbrief.

Nogmaals; het is belangrijk dat de link rechtstreeks naar de aanmeldingsite gaat, hoe meer stappen hier tussen zitten, hoe sneller de potentiële klant afhaakt.

TIP 6 – ‘Verborgen’ promotie

Tijdens bedrijfspresentaties kunt u ook weer ongekend veel leden werven, de laatste slide van een presentatie blijft meestal gedurende de vragenronde in beeld staan, tijd genoeg voor de aanwezigen om eventuele informatie over te nemen op papier.

Zorg dus altijd dat op deze laatste slide, de contact gegevens plus een link met informatie over het inschrijfformulier goed leesbaar staan aangegeven.

Wederom weer gratis promotie!

TIP 7 – Publicatie van artikelen

Als uw bedrijf ook regelmatig artikels schrijft kunt u ook hier weerin een link leggen naar uw nieuwsbrief, een soort van ‘you like what you see, voor meer artikels ga naar etc.’

Ook in uw nieuwsbrief kunt u de klant weer inlichten over nieuw geplubliceerde artikels.

TIP 8 – Klantenwinning op de beurs

Als u contact formulieren gebruikt op uw beursstand, zorg dan ook weer voor een blokje dat kan aangevinkt worden om de klant de nieuwsbrief te laten ontvangen.

TIP 9 –Trends

Op dit moment zijn er verschillende trends als Hyves, Facebook en Twitter.

Miljoenen mensen hebben een pagina op Hyves, nu is de vraag heeft uw bedrijf er ook één. Ook dit is weer een gigantische deur naar uw bedrijf, probeer al deze trends bij te houden, waar gaan de meeste mensen naartoe als ze zich op het net bevinden.

TIP 10 – Maak het makkelijk voor zoekmachines

Bezoekers op het internet storten zich vaak gelijk op zoekmachines, het proces om gevonden te worden door deze sites noemen we Search Engine Optimalisatie, de magneet meer aantrekkingskracht geven zogezegd.

Meer verkeer zorgt uiteraard voor meer aanmeldingen en zo blijft het balletje rollen.

Over dit onderwerp, of enig ander, zijn we altijd bereid verdere toelichting te geven.



TIP 11 – Wees helder

Mensen die wantrouwend zijn of de manier waarop u met hun gegevens omgaat kunnen gemakkelijk gerust gesteld worden. Informeer hen hoe u met hun gegevens omgaat, voor welke doeleinden ze gebruikt gaan worden, hoe vaak men een nieuwsbrief kan verwachten, de manier waarop men er vanaf kan indien zij niet langer een nieuwsbrief wensen te ontvangen. Mensen zoeken in aanmeldingen voor wat dan ook altijd een addertje onder het gras. Een open en heldere communicatie zorgt ervoor dat men sneller geneigd is de stap tot inschrijving te nemen.

TIP 12 – Google Adwords

Als u zelf in bijvoorbeeld google zou rondkijken, zou u zien dat aan de rechterkant van de pagina, na een zoekactie, verschillende websites komen te staan.

Deze websites betalen voor een plekje in de google-database, dit zorgt voor nog meer verkeer doordat deze websites er zeker van zijn altijd op de hoofdpagina van google te zitten, als er een relevante zoekactie wordt geplaatst.

Zorg er wel altijd voor dat je standaard doorklickpagina uitkomt bij de inschrijvingspagina voor de nieuwsbrief.

Voor meer informatie: <http://www.google.nl/intl/nl/ads/>

TIP 13 – Resources van buitenaf

Als er een brancheorganisatie voor uw vakgebied is, probeer dan een lijst van e-mail adressen te verkrijgen. Via een direct email actie kunt u vervolgens uw nieuwsbrief onder aandacht brengen van de eigenaars van de desbetreffende email-adressen.

Deze effectieve strik-campagne heeft natuurlijk wel toestemming nodig.

TIP 14 – Stuur een paard van Troje

Stop bij eventuele brieven die meegezonden worden bij aankopen van klanten ook een bijlage met een inschrijfformulier of informatie over de nieuwsbrief.

TIP 15 – Content

Een klantentevredenheidsonderzoek zal ook geheid een succes opleveren voor de grote van de inschrijvingen. Dit wil zeggen als de klanten daadwerkelijk tevreden zijn.

Als mensen online lezen hoe geweldig uw bedrijf is, willen ze weten waarom en hoe ze stuk van de taart kunnen proeven.

In het onderzoek ook weer een linkje naar het inschrijfformulier en voila weer een paar klanten meer!

TIP 16 – Shoppinglist

Zorg dat bij het online boodschappenkarretje op uw site genoeg informatie staat over de nieuwsbrief en zet (ver) onder elke nieuwe aankoop ook weer een link naar het inschrijfformulier.



TIP 17 – Verzamel, verzamelen, verzameld!

Maak reclame voor eventuele lezingen of andere evenementen, zo krijgt u geïnteresseerden klanten bijeen, die u vervolgens onder de voeten kietelt met informatie. Vraag om e-mail adressen of laat ze kaartjes invullen met eventueel commentaar. Zo heeft u tegelijkertijd feedback van de klant, plus weer een paar 100 e-mail adressen.

TIP 18 – Visitekaartje in de vissenkomp truuk

Daar waar veel zakelijke contacten bijeenkomen, bijvoorbeeld in horecagelegenheden kunt u ook het 'visitekaartje in de vissenkomp truuk' toepassen.

Laat mensen hun gegevens invullen op het kaartje om op de hoogte gesteld te worden van de nieuwsbrief.

Geef natuurlijk hier ook weer veel relevante informatie voor juist dit publiek.

Tip 19 – Houd die aandacht vast

Zorg dat de nieuwsbrief een lust voor het oog is, maar tegelijkertijd rust uitstraalt.

TIP 20 – Maak het inschrijfformulier niet te lang.

Des te meer de bezoeker dient in te vullen, des te hoger de drempel komt te liggen. Vraag om die reden enkel om de meest noodzakelijke velden op voor uw communicatie.

TIP 21 – Archiveer uw nieuwsbrief online

Drie voordelen:

- Potentiele nieuwe inschrijvingen zien direct wat ze kunnen verwachten;
- Nieuwsbrieven die op de site worden getoond zorgen voor extra verkeer naar uw site doordat zoekmachines deze indexeren.
- Zorg voor veranderende content op uw site waardoor de bezoekersfrequentie vergroot wordt.

TIP 22 – Strik uw klant

Wat uw mogelijke klant ook op uw website doet; informatie aanvragen, een bestelling plaatsen of iets anders.

Geef hem/haar altijd de mogelijkheid zich te laten aanmelden voor de nieuwsbrief.

De meest succesvolle manier is door middel van een eenvoudige checkbox onderaan het formulier te plaatsen. Wat ook verstandig is om de box standaard aan te vinken.

Hierdoor hoeft de klant niks extra's te doen, tenzij hij dit echt niet mocht willen.



TIP 23 – E-mail Signatures

Elke medewerker in een bedrijf moet een eigen signature hebben wat automatisch onder een e-mail verschijnt, ook dit maakt een e-mail nog persoonlijker omdat het lijkt alsof je een bericht krijgt van iemand van vlees en bloed, in plaats van een geautomiseerde koude computer.

Als u zorgt dat er ook weer een link onder deze signature staat, die de klant naar het inschrijfformulier leidt, heeft u nog een manier om de klanten te lokken.

Wat u vooral moet onthouden; hoe meer mogelijkheden er zijn om u te kunnen inschrijven, hoe groter het aantal mensen dat zich daadwerkelijk inschrijft.

TIP 24 – Samen staan we sterk(er)

Misschien werkt u samen met verschillende bedrijven, van deze samenwerkingsverbanden kunt u gebruik maken in uw nieuwsbrief en in ruil daarvoor kunnen zij weer gebruikmaken van uw nieuwsbrief. Dit kan door middel van links naar inschrijfformulieren of/en een artikel met positieve argumenten over elkaars nieuwsbrieven.

Zo kunnen partners elkaars rug krabben en als gevolg heeft iedereen wat minder jeuk.

TIP 25 – Visitekaartjes

Zorg voor visitekaartjes met webadres binnen handbereik op bijvoorbeeld de toonbank van de receptie, of kaartjes waar de klant zijn gegevens kan invullen.

TIP 26 – Interesse opwekken

Als er eventuele interviews worden afgenomen met directeurs of werknemers van uw bedrijf, zorg dan dat er genoeg interesse wordt opgewekt voor de nieuwsbrief.

Tenslotte is elke publicatie is een communicatie van uw bedrijf.

TIP 27 – Feiten

Zorg dat al uw nieuwsbrieven legaal zijn, permissie heeft en vooral geen incorrecte informatie verschaft. Een niet op feiten gebaseerde nieuwsbrief kan veel schade aanrichten.

TIP 28 – Touch Screen oplossing

Maak een uitnodigend presentatie filmpje dat continu zichtbaar zal zijn. Op het moment dat iemand het touchscreen aanraakt verschijnt het toetsenbord, zodat mensen hun gegevens kunnen invoeren. Dit is vooral bedoeld voor horecagelegenheden en retailhandel.

Hier is over het algemeen niet zo heel veel apparatuur voor nodig, voor meer informatie over deze promotiemaniër kunt u altijd even contact met ons opzoeken.



TIP 29 – Verjaardag kortingsbon

Geef mensen die lid zijn van de nieuwsbrief (bijvoorbeeld) een kortingsbon voor hun verjaardag.

Lezers moeten het gevoel hebben voorgetrokken te worden met voordelen die het lezen van de nieuwsbrief hen oplevert.

Dit kan uiteraard ook met “verborgen” kortingen in uw nieuwsbrief, zodat de nieuwsbrief echt gelezen moet worden om er niet alleen wijzer van te worden, maar er ook nog eens profijt uit te kunnen slaan. Dit houdt de aandacht vast.

TIP 30 – Maak gebruik van de salami-tactiek

Een te lang inschrijfformulier schrikt de bezoeker van de site af. U doet er beter aan om niet in één keer de volledige salami naar binnen te duwen, plakje voor plakje gaat het beter. U kunt, nadat u het vertrouwen heeft gewonnen, de mensen om aanvullende informatie vragen. Met behulp van de profiel wijzig module kunt u namelijk heel eenvoudig uw database verrijken.

TIP 31 – Netwerken

U ontmoet dagelijks mensen. Op een beurs, in een kroeg, de Albert Heijn of musea. Door deze mensen te benaderen met de vraag of zij interesse hebben in uw nieuwsbrief kunt u nieuwe leden creëren. Het is tevens een goede manier om de relatie warm te houden ook al kunnen jullie in eerste instantie niet direct iets voor elkaar betekenen.

TIP 32 – Virtuele mond op mond reclame

The word of mouse, de virtuele versie van mond op mond reclame, is nog altijd de beste, goedkoopste en makkelijkste reclame in zijn soort.

Door middel van een button in uw nieuwsbrief met de tekst ‘Mail-a-Friend’ kunnen klanten met één klik, een emailadres en naam invoeren van een kennis of zakelijke relatie.

Deze methode wordt ook vaak gebruikt voor wedstrijden in campagnesites, pas als de eigenaar van het opgegeven emailadres ook het spel heeft gespeeld, kan de eerste persoon het spel nog een keer spelen om meer kans te maken op de prijs.

TIP 33 – Gebruik maken van de situatie

Als mensen terloops hun hulp nodig hebben van verkopers, technische diensten, servicemedewerkers of hulpdiensten uit uw bedrijf, zorg dan dat ze altijd hun e-mail adres achterlaten, niet iedereen zal het doen en het vragen van permissie is ook hier weer een vereiste. Maar niet geschoten is nooit mis, elk e-mail adres is een potentiële klant.

TIP 34 – Orderbevestigingen

Het is altijd fijn voor uw klanten om een orderbevestiging te krijgen.

Ook in dit mailtje kunt u weer gebruik maken van een link naar uw nieuwsbrief-inschrijfformulier.



TIP 35 – Als een lopend vuurtje

Als uw nieuwsbrief van waarde is voor uw klanten en relaties zal deze zich als een lopend vuurtje verspreiden. Het internet is namelijk een van de snelste manieren om informatie te verkrijgen. De artikelen moeten uiteraard wel relevant zijn.

Ook al is de nieuwsbrief een uitstekend middel om uw verkoopcijfers op te krikken, probeer hier niet alle aandacht op vast te pinnen, ook met andere dingen kunt u gebruikmaken van uw nieuwsbrief. Door bijvoorbeeld in de nieuwsbrief ook aandacht te besteden aan verduidelijking van problemen of ondernemingen kunt u uw service desk wat meer adempauzes geven, of misschien zelfs minder telefonistes in dienst te hoeven hebben.

Misschien is het ook handig om uw personeel aan te moedigen om artikels aan te leveren voor de nieuwsbrief, niet iedereen moet zich natuurlijk met de nieuwsbrief gaan bemoeien, maar bijvoorbeeld de verkopers weten vaak heel goed wat de klanten willen.

En ook van de klanten kunt u ook heel wat informatie winnen door middel van vragenformulieren etc.

De vraag blijft natuurlijk altijd: Wat leeft er onder klanten?

Als u die vraag kan omzetten in een antwoord, is uw pensioen veilig gesteld!



CONCLUSIE

We hopen hiermede voldoende tips te hebben gegeven, waar u verder mee kunt komen.

Misschien nog één laatste dan!

TIP 36 – verwerk deze informatie in uw site, bedrijf en nieuwsbrief en de e-mail adressen zullen aan de lopende band uw bedrijf binnen blijven rollen.

OVER KLANTENBINDER

Wenst u meer informatie over ons Email en SMS marketing producten dan verzoeken wij u vriendelijk om contact met ons op te nemen.

Klantenbinder

Spaarne 2
2011 CH HAARLEM

Verkoop

Tel 023 – 5322608
Fax 023 – 8901962
sales@klantenbinder.nl

Helpdesk

Tel 023 – 5322608
support@klantenbinder.nl

Email

info@klantenbinder.nl