

GRATIS

GEDOWNLOAD UIT DE
E-mark Kennisbank:
www.e-mark.nl/kennisbank

Een goede voorbereiding, optimale conversie

OPTIMALISEER PROCESSEN EN BEHAAL EEN HOGERE CONVERSIE

e-mark mail
100% e-mail marketing

Een goede voorbereiding, optimale conversie

Geld vrijmaken voor e-mailmarketing is één; zorgen dat u uw investering weer terugverdient is stap 2. Een gelezen e-mail leidt lang niet altijd direct tot conversie. Daarom presenteren we u een viertal punten waarmee u uw online rendement verhoogt met behulp van een E-mark Mail campagne.

1. Bepaal uw doelconversie

Elke e-mail campagne begint met het bepalen van uw beoogde conversie. De conversie kunt u op verschillende wijzen definiëren. U kunt het formuleren als directe omzet via online verkopen, maar ook als offerte- of informatieaanvragen. Op het moment dat u de ratio's kent van offerteaanvraag naar verkoop kunt u een bedrag aan de conversiedoelstelling koppelen. Door conversie direct terug te rapporteren van de site/landingspagina naar de E-mark Mail krijgt u inzicht in de (geprognostiseerde) opbrengsten van uw nieuwsbrief of commerciële e-mailing.

2. Verhoog uw open ratio en daarmee uw conversie

Bepalend voor de conversie is het gedrag van de ontvanger na de verzending. De ene ontvanger zal de e-mail openen, terwijl een ander hem meteen naar de prullenbak of zelfs de ongewenste e-mail map verplaatst. Om ervoor te zorgen dat zoveel mogelijk ontvangers uw e-mailing daadwerkelijk lezen, moet u rekening houden met twee factoren:

Het onderwerp van de e-mailing

Het onderwerp van de e-mail is het eerste dat de ontvanger ziet, en is bepalend om de e-mail wel of niet te openen. Wilt u er zeker van zijn dat uw openingszin zijn vruchten afwerpt? Test dan verschillende onderwerpregels via E-mark Mail. Het overige deel van uw database wordt direct gemaïld met het best scorende onderwerp. Dit kan u wel 20% extra lezers opleveren.

Bezoekadres
Wilhelminastraat 9
2011 VH Haarlem

Postadres
Postbus 5048
2000 GA Haarlem

Algemeen
023 551 88 99
info@e-mark.nl

Support
0900 36 27 573
support@e-mark.nl

Een sterke onderwerpregel moet aan de volgende zaken voldoen:

- Nieuwsgierig maken. Bijvoorbeeld via een vraag, of door de mogelijkheid te bieden om iets te winnen of kennis op te doen. (Nooit meer bril of lenzen?)
- Maximaal 45 tekens. Het kan ook werken om delen van de onderwerpregel te personaliseren, zoals: 'Ook mobiel internet op uw laptop, mevrouw Jansen?'

Het moment van verzending

Ook het moment van verzending wordt bepaald aan de hand van de open ratio van uw nieuwsbrief of e-mailing. Het beste verzendmoment bepaalt u door te testen met verschillende tijdstippen.

E-mark Mail houdt het ideale verzendtijdstip automatisch bij door te registreren wanneer iedere ontvanger zijn e-mail heeft geopend. De applicatie verzendt vervolgens automatisch op het beste verzendtijdstip per individuele ontvanger de eerstvolgende e-mailing.

3. Van lezen naar klikken; behavioral targeting

Een groot lezerspubliek is natuurlijk prettig, maar staat niet garant voor een hoge conversie. Daarom is een e-mailing met voldoende links aan te raden. Hoe meer zaken klikbaar zijn hoe beter. Zo kunt u de interesses van uw lezers bepalen en de inhoud van uw e-mailing hierop afstemmen. Door ook het klik- en surfgedrag van de individuele bezoeker op de site mee te nemen in de afstemming kan de content van uw volgende e-mailing optimaal worden gepersonaliseerd.

4. Meet uw conversie

Na verzending kunt u direct het resultaat van uw e-mailing inzien. De conversietracker van uw E-mark Mail geeft u hierin het gewenste inzicht. Hierbij stelt u één of meerdere doelen voor uw e-mailing in, zoals de directe verkoop van een product. E-mark Mail houdt direct bij hoe vaak dit doel wordt behaald en wat voor omzet u hiermee heeft gegenereerd.

Verkade Valentijns e-mailing: conversie van ruim 13%

Ter gelegenheid van Valentijnsdag 2010 startte Verkade een e-mailcampagne via E-mark Mail. Nieuwsbriefabonnees van Verkade kregen een e-mail met een verwijzing naar een actiesite. Hier konden abonnees een hartvormige doos Fair Trade-chocolade laten

Bezoekadres
Wilhelminastraat 9
2011 VH Haarlem

Postadres
Postbus 5048
2000 GA Haarlem

Algemeen
023 551 88 99
info@e-mark.nl

Support
0900 36 27 573
support@e-mark.nl

verzenden naar hun valentijn. Ook konden zij een digitale hint versturen. De (geheime) liefde kreeg vervolgens ook een Verkade Valentijnsverpakking in beeld als cadeausuggestie. Een kleine week na de eerste e-mail werd een reminder verstuurd naar iedereen die de e-mail niet had geopend of niet op één van de links in de e-mail had geklikt

De actie was een groot succes: zo'n 40% van de nieuwsbriefabonnees heeft de e-mailing gelezen en de helft van hen heeft op één van de links in de e-mail geklikt. Zo'n 13% van hen heeft een doos Verkade Fair Trade-Chocolade verstuurd.

Het belang van de E-mark Mail Campagnes

De return on investment op deze actie was meer dan 300%. Dit bewijst dat een E-mark Mail zijn geld meer dan waard is. Het succes was mede te danken aan de hoge deliverability en de meetbare open- en klikratio's van E-mark Mail. E-mark Mail checkt e-mailings namelijk vooraf op spamgevoelige content en op niet-werkende links. Ook zorgt E-mark Mail voor spam-proof HTML-codes. Het team van E-mark controleert of de te versturen nieuwsbrief juist wordt getoond in verschillende e-mail programma's, zoals Hotmail, Gmail en Outlook 2007.

Chellomedia verrijkt bijna 20% van haar e-mail bestand

Chellomedia beschikte over veel e-mailadressen waarvan veel persoonsgegevens ontbraken. Om e-mailmarketing zo effectief mogelijk in te zetten, is kennis van de personen echter van groot belang. Daarom zette Chellomedia een e-mailcampagne op, waarbij nieuwsbriefabonnees werden uitgenodigd om hun gegevens te controleren en aan te vullen. Deelnemers maakten kans op een plasma televisie.

De e-mailing van Chellomedia bevatte een link naar een landingspagina. Hier stonden een aantal formulieren die automatisch waren gevuld met de beschikbare persoonsgegevens uit de database. De ontvanger kon deze gegevens controleren en, waar nodig, aanvullen. Vervolgens werden op een tweede pagina de verschillende nieuwsbrieven van Chellomedia getoond. De abonnees konden aangeven welke zij in de toekomst wilden ontvangen. De resultaten waren uitzonderlijk hoog: 41,5% las de e-mail, waarvan bijna 24% het verrijkingstraject startte. Daarvan doorliep 80% het volledige traject.

Bepalen welke e-mailing het beste werkt

Om de respons van de campagne te optimaliseren, doorliepen E-mark en Chellomedia eerst een testfase. Vier verschillende e-mail varianten werden verstuurd naar een kleine 5% van de abonnees. De testfase was een groot succes: het verschafte een duidelijk beeld over de

Bezoekadres
Wilhelminastraat 9
2011 VH Haarlem

Postadres
Postbus 5048
2000 GA Haarlem

Algemeen
023 551 88 99
info@e-mark.nl

Support
0900 36 27 573
support@e-mark.nl

beste e-mail. Deze e-mail behaalde een zeer hoog leesratio van bijna 45%, en verzorgde verreweg de meeste clicks. Bovendien startte in totaal bijna 20% van de ontvangers het verrijkingstraject, waarvan zo'n 85% dit daadwerkelijk afrondde. Na de testfase werd het resterende deel van de database benaderd. Ook hier waren de resultaten uitzonderlijk hoog: 41,5% unieke lezers, waarvan bijna 24% het verrijkingstraject startte. Daarvan doorliep 80% het volledige traject.

Gericht e-mailen op rijke database

Het succes van deze e-mailcampagne heeft er toe geleid dat Chellomedia weer een up-to-date database heeft. Bovendien heeft het nu meer inzicht in de kenmerken en interesses van de nieuwsbriefabonnees, zodat het de inhoud van de verschillende e-mailings kan optimaliseren.

[Meer weten over e-mail marketing?](#) Neem contact op met E-mark [voor een goed gesprek en een vrijblijvend kopje koffie!](#)

Bezoekadres
Wilhelminastraat 9
2011 VH Haarlem

Postadres
Postbus 5048
2000 GA Haarlem

Algemeen
023 551 88 99
info@e-mark.nl

Support
0900 36 27 573
support@e-mark.nl