

A



B

Whitepaper: **A/B** testen

Start vandaag en haal meer uit e-mailmarketing!




Whitepaper: **A/B** testen

A/B testen, split running, multivariate testen; het zijn allemaal veelgebruikte termen in e-mailmarketing. Het doel? De beste variant van een mailing kiezen. In dit whitepaper laten we zien wat een simpele A/B test kan betekenen en geven we input om zelf aan de slag te gaan met A/B testen. Is het ingewikkeld om uit te voeren? Zeker niet! Lees snel verder en start vandaag nog om meer uit e-mailmarketing te halen.

AB-testing is de meest kostenefficiënte manier om de resultaten van een mailtemplate stapsgewijs te optimaliseren. Niet alleen grote, maar ook minimale aanpassingen kunnen verschil maken. Het is bovendien verrassend. Een aanpassing waarvan je veel verwachtte blijkt geen succes te hebben, terwijl sommige minimale aanpassingen een positieve uitkomst hebben.

Testen kan enorm verrassen! **Kijk zelf maar:**


wikimia Aanbiedingen van 24 januari 2016



Stedentrip Milaan

- ✓ 3 dagen verblijf in Milaan
- ✓ ***hotel incl. ontbijtbuffet
- ✓ Inclusief vervoer!


249,- Nu **179,-** [Bekijk >](#)



Wijnproeverij bij jou thuis

- ✓ Proef 12 heerlijke wijnen
- ✓ 2 rosé, 5 witte en 5 rode wijnen
- ✓ Je eigen wijnproeverij thuis!


47,60- Nu **4,50** [Bekijk >](#)



Sauna & Beauty De Veluwe

- ✓ Dagentree met 64% korting
- ✓ Sauna's, baden en meer
- ✓ Nr. 4 populairste wellnessresort

27,60- Nu **9,95** [Bekijk >](#)




Leer fantastisch gitaarspelen

- ✓ Speel zoals Simon & Garfunkel
- ✓ 20 gitaarlessen incl. lesmateriaal
- ✓ Leer leuk, makkelijk & snel

60,95- Nu **9,95** [Bekijk >](#)


wikimia Aanbiedingen van 24 januari 2016



Stedentrip Milaan

Alles ontdekken wat Milaan te bieden heeft: van mode, design tot kunst


249,- Nu **179,-** [Bekijk >](#)



Wijnproeverij bij jou thuis

Samen met je vrienden culinair genieten tijdens je eigen wijnproeverij


17,60- Nu **4,50** [Bekijk >](#)



Sauna & Beauty De Veluwe

Ga een dag heerlijk ontspannen en geniet van alle sauna's, baden en meer

27,60- Nu **9,95** [Bekijk >](#)



Leer gitaarspelen zoals Simon & Garfunkel

Grijp nu je kans! Leer snel & leuk

60,95- Nu **9,95** [Bekijk >](#)



Welke nieuwsbrief **scoorde** beter denk je?

Nieuwsbrief B scoorde beter. Hierin werd de deal omschreven, zonder de hoogtepunten stapsgewijs te benoemen. De CTR score bleek na diverse testen ruim 4% te zijn gestegen.



Spread je *kansen*

Wat is A/B testen precies?

Bij een A/B test maak je twee of meerdere varianten van een e-mail. Deze varianten worden random naar een deel van je nieuwsbriefabonnees gestuurd. Deze abonnees noemen we ook wel de testgroep. Deze testgroep wordt gemonitord en na een bepaalde periode wordt er vastgesteld welke variant het best heeft gescoord. Deze 'winnaarsmail' wordt verstuurd naar de rest van je abonnees.

Waarom zou je A/B testen?

Door regelmatig A/B testen uit te voeren leer je je nieuwsbriefabonnees beter kennen. En hoe beter je ze kent, hoe beter de mail kan worden afgestemd. Met de kleinste aanpassingen kan de grootste winst behaald worden. Misschien klikken jouw lezers liever op groen, of worden ze getriggerd tot boeken door een simpele urgentie toe te voegen. Je weet het niet voordat je het test. En daarom is A/B testen een must-do in e-mailmarketing!

De voordelen op een rij:

- ✓ Inzicht in je doelgroep (zonder dat ze weten dat ze aan een test meedoen)
- ✓ Gemakkelijk op te zetten
- ✓ Vele variatie-mailings mogelijk
- ✓ Snelle resultaten
- ✓ De enige investering is tijd!

Hoe begin je een goede A/B test?

Wanneer je gaat A/B testen is het goed om voorafgaand duidelijke doelstellingen te formuleren. Wat wil je met de test bereiken? Wat denk je dat de test zal uitwijzen? Dit kan bijvoorbeeld zijn een verhoging van opens, klik en/of conversie. Stel hierna een hypothese op, bijvoorbeeld: *“Een groene button levert meer kliks op dan een rode button”*. Maak daarna de mailings op en plan deze in.

Tips

- Test over een langere periode. 1 mailing maakt niet het verschil en biedt geen betrouwbare resultaten.
- Test altijd maar 1 variabele per keer. Anders kun je niet duidelijk verklaren wat precies het verschil maakt.
- Ontwikkel een roadmap en houd de resultaten goed bij.

Mogelijkheden om A/B te testen:

Onderwerp

Wel of geen personalisatie, het gebruik van icoontjes, call-to-action, korting in bedrag of percentages. De volgorde van de aanbiedingen, de lengte, gebruik maken van urgentie.

Preheader of snippet

Het eerste stukje tekst binnen de body van een e-mail en wordt weergegeven na/onder het onderwerp. Wat werkt beter? Meteen vertellen wat men kan verwachten of toch iets mysterieuzer blijven?

Tijdstip van verzending

Verstuur 's ochtends of 's avonds. Of kies voor een andere dag dan dat je normaal verstuurt.

Personalisatie

Test de invloed van personalisatie! Vinden mensen het fijn dat je veel van hun weet (voornaam, achternaam, woonplaats) of schrikt het af?

Afzendernaam en afzenderadres

Een naam van een medewerker van het bedrijf kan een mail persoonlijker laten overkomen. 'Jenny van Engine' i.p.v. 'Engine' kan al een verschil maken. Wat doet het beter een vrouwen- of een mannen naam? Het afzenderadres: noreply@ mag niet meer. Test met: nieuwsbrief/ info / klantenservice etc.

Afbeeldingen

Denk hierbij aan de grootte van de afbeelding, het wel of niet gebruik maken van een whitespace. Test verschillende sfeerbeelden of plaats wel of geen personen in de afbeelding. Gebruik een keer een animated gif versus een vaste visual.

Video

Wat voor invloed heeft de plaatsing van een video in de e-mail? Wordt er hierdoor vaker geklikt of ervaren abonnees dit niet als relevante toevoeging?

Button versus tekstlink

Kan de toevoeging van een button het verschil maken? Of klikt de abonnee toch liever op een link?

Button

Test op meerdere elementen: kleur, plaatsing, grootte en de tekst die in de button staat.

Content – Tekst

Aanspreekvorm: u of je, langere en korte teksten, gebruik van alinea's, lettertype, lettergrootte. Wat werkt het best voor jouw nieuwsbrief? Biedt je deals aan? Kijk naar de USP's: werkt hierbij een korte of een uitgebreide omschrijving?

Prijsstelling

Denk ook aan hoe je de prijs weergeeft. Is dit in valuta of korting? Welke kleuren pas je voor deze prijzen/kortingen toe?

Urgentie

De een is er wel gevoelig voor, de andere niet... schaarste! Test door middel van urgentietoevoegingen als: nog 6 beschikbaar of nog 3 uur online.

Design

Een ander design met andere kleuren, een andere indeling en uitstraling kan een groot verschil maken. Wil je een nieuw design? Test dit eerst altijd goed en kijk wat aanslaat, voordat je dit definitief uitrolt. Niet elk nieuw design wordt altijd even goed gewaardeerd.

Aanbiedingen

Biedt je meerdere aanbiedingen aan? Test met het aantal, maar wellicht ook de volgorde van de deals. Denk hierbij aan ordening aan de hand van interesse, prijs, visuals etc. Een special, waarbij je deals van dezelfde categorie (beauty, producten, uitjes) bijeenbrengt in één e-mail kan ook een goede test zijn.

Kortom, er zijn genoeg mogelijkheden om jouw nieuwsbrief te optimaliseren middels verschillende A/B testen. Start vandaag nog!



Ook het beste uit je e-mailmarketing halen?

Engine is de e-mailmarketing specialist die, met proactieve en persoonlijke begeleiding, bedrijven helpt hun e-mailmarketing strategie op te zetten en effectief ten uitvoer brengen. Met ons in huis ontwikkelde e-mail software platform versturen wij dagelijks miljoenen e-mails en monitoren wij elke e-mail met als doel de ROI te optimaliseren.

Neem contact met ons op via **info@efuture.nl** of **+31 (0)35 624 7343**

A / B TESTEN - ENGINE

www.efuture.nl