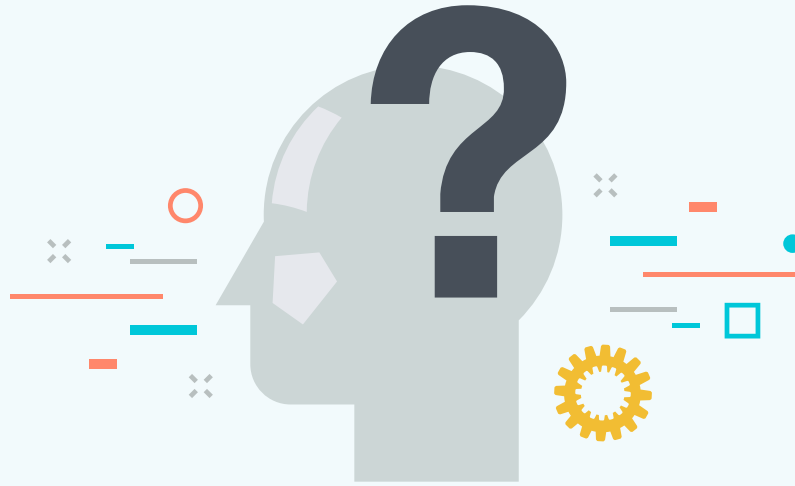




Whitepaper: **Vergroot** je database op eigen kracht



“Hoe **vergroot** ik mijn database?”

...is een vraag die vaak gesteld wordt. Er zijn verschillende manieren om e-mailadressen te verzamelen. In dit whitepaper geven wij 15 tips. Niet alleen tips om je database te laten groeien, maar ook om haar te behouden.



Whitepaper: **Vergroot** je database op eigen kracht

E-mail is hét kanaal dat zorgt voor de meest effectieve 1-op-1 communicatie met je database. Genoeg reden om voor een grote database te zorgen. Immers; hoe groter je database, hoe meer kliks en conversies je haalt uit dezelfde mailing. Nog belangrijker dan de grootte van je database is de kwaliteit van je database.

Onderzoek wat je abonnees gelukkig maakt en doe daar wat mee. Loyale, tevreden abonnees zullen namelijk meer spenderen. Qua kosten is dit vaak een stuk efficiënter dan je blind staren op nieuwe e-mailadressen. Dat wil overigens niet zeggen dat je de werving geheel links moet laten liggen. In tegendeel, het is goed om met enige regelmaat je database te vergroten. Maar hoe werf je nu kwalitatief goede e-mailadressen? Het antwoord is op **eigen kracht!** Engine geeft 15 tips om je database te vergroten.



15 tips om je database op eigen kracht te **vergroten**

1

Aandacht op de website

Laat de mogelijkheid om je in te schrijven voor de nieuwsbrief extra opvallen! Verstop de call to action niet, maar geef het een opvallende positie. Hoe langer men op zoek moet gaan, hoe sneller de interesse verloren gaat. Dit gaat om luttele seconden. Kies er bijvoorbeeld voor om de inschijfmogelijkheid zowel in de header als in de footer te plaatsen.

2

Pop-up

Wees voorzichtig met de pop-up. Vaak kunnen pop-ups irritatie opwekken. Toch kunnen pop-ups, met de juiste timing heel waardevol zijn. Wacht met het tonen tot een bezoeker enige tijd op de website zit - zo'n 20 seconden - en leg kort het voordeel van inschrijven uit. Zorg er ook voor dat de pop-up alleen bij nieuwe bezoekers wordt getoond.

3

Houd het simpel

Is de mogelijkheid tot inschrijven gemakkelijk? Hoe minder men hoeft in te vullen, des te eerder het e-mailadres achter gelaten wordt. Het is beter om op een later tijdstip wat meer te weten te komen over je abonnee. Als je er toch voor kiest om vragen te stellen, loop deze nog eens door. Is het duidelijk? Staan de opties in de correcte volgorde?

4

Keuzemogelijkheden

Laat abonnees zelf beslissen wat ze ontvangen. Geef ze de keuze uit categorie mails, frequentie, dag en/of dagdeel. Indien abonnees gericht aan kunnen geven waar hun interesse ligt en wat de wensen zijn, kun je abonnees gericht benaderen. Dit kan je ook vragen in de bevestigingsmail.

5

Beloning bij aanmelding

Een 'cadeautje' werkt altijd. Denk bij B2B aan het toesturen van waardevolle info (whitepaper, cases, eBooks) en bij B2C aan het geven van een korting. Het niveau van betrokkenheid is bij de start laag, maar kan door het aanbieden van een relevante en verrassende nieuwsbrief heel hoog worden.

6

Inschrijving bij aankoop

Niet iedere koper is ook een nieuwsbriefabonnee. Wanneer een websitebezoeker een aankoop doet, geef ze direct de mogelijkheid om zich in te schrijven voor je nieuwsbrief. Dit kan met een simpele checkbox of met de eerder gemelde pop-up (timing).

7

Gebruik je verpakking

Wanneer er regelmatig pakjes verstuurd worden, kan je een inschrijfformulier in het pakket doen. Een leuk kaartje, of een leuke krasactie waar men bijvoorbeeld een waardebon kan winnen. Uiteraard dient voor de actie het mailadres gevraagd te worden.

8

Zoekmachine optimalisatie

Optimaliseer je website voor zoekmachines. Hoe beter de website gevonden wordt door zoekmachines, des te meer verkeer. Meer verkeer betekent meer kans tot inschrijving voor de nieuwsbrief!

9

In de winkel

Vergeet je winkelbezoekers niet! Zorg voor een mooie display op de toonbank, laat ze een kaartje invullen en vraag altijd naar e-mailadressen bij winkelacties (stempelkaart, loyaliteitsprogramma, win je aankoopbedrag terug). Uiteraard dient er altijd om toestemming te worden gevraagd, middels een bevestigingsmail waarin naar het winkelbezoek wordt verwezen.

10

Gebruik Social Media

De inzet van social media kan effectief zijn. Hier zitten immers al mensen die jouw merk leuk vinden. LinkedIn, Twitter en Facebook kunnen ondersteunende kanalen zijn om e-mailadressen te vergaren. Verzin een leuke actie en motiveer je volgers om zich ook in te schrijven voor je nieuwsbrief.

11

Mail a friend

Laat je lezers met één klik en het ingeven van een e-mailadres, de e-mail doorsturen naar een vriend. Zo krijgt je nieuwsbrief meer bereik en vergroot je de kans op inschrijvingen.

12

Relevante & verrassende inhoud

Het aanbieden van een leuke, verrassende en relevante nieuwsbrief zorgt er niet alleen voor dat abonnees langer lid blijven, maar ook dat ze over jouw nieuwsbrief gaan praten. Mond-tot-mond reclame is de beste reclame!

13

Bij afmelden een andere optie aanbieden

Meld de abonnee zich af? Vraag of er interesse is voor een andere nieuwsbrief en/of frequentie. Zo blijft de abonnee misschien toch nog behouden!

14

Vraag om de reden van afmelden

De mening van jouw lezers is super belangrijk. Vraag daarom om feedback. Met deze feedback kun je processen en/of content aanpassen, waardoor je meer afmeldingen kunt voorkomen.

15

Zorg voor je reputatie

Tot slot, maar zeker niet minder belangrijk... zorg voor een goede reputatie. Met een goede reputatie zorg je er namelijk voor dat je nieuwsbrief niet in de spamfolder van de abonnee komt. Hiermee kun je in één keer je bereik verdubbelen.



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**

VERGROOT JE DATABASE OP EIGEN KRACHT - ENGINE

www.efuture.nl