

# Tips voor meer clicks

Een goed gevulde database is nog geen garantie voor een succesvolle e-mailingactie. Want weet u zeker dat uw e-mail wel aankomt bij de geadresseerden en ontvangen zij de e-mail zoals u deze ontworpen hebt? En gaan ze uiteindelijk over tot actie na aanleiding van uw mail? Met de onderstaande tips haalt u meer rendement uit uw e-mailing.

- 1. Laat uw HTML-code programmeren door een specialist.** In een e-mailing moet gebruik worden gemaakt van een HTML-code die is opgebouwd volgens W3C-regels. Als dit niet het geval is, kan uw e-mailing in de spambox van de ontvanger terechtkomen.
- 2. Voorkom een te hoog bounce-percentage.** Als het percentage ongeldige e-mailadressen in uw lijst, 'het bounce-percentage', hoger is dan 2%, kunt u op de zwarte lijst komen van internetproviders, en dus geweerd worden. U loopt ook kans om op de zwarte lijst te komen als u spamtraps gebruikt. Dit zijn programma's die op internet zoeken naar e-mailadressen voor spamdoeleinden. Als u spamtraps gebruikt bij een e-mailing, kunt u ook in de spambox eindigen.
- 3. Houd uw database schoon.** Verwijder dus direct adressen die niet geldig zijn en zorg ervoor dat afmelders niet meer gemaïld worden.
- 4. Wees voorzichtig met spamgevoelige woorden,** zoals 'gratis'. Ook namen van bekende artiesten zijn spamgevoelig. Daarmee loopt uw mail kans dat hij blijft hangen in de spamfilter.
- 5. Houd rekening met de vertoning van uw e-mailing** in verschillende e-mailprogramma's. Wat in Hotmail goed oogt, kan er in Outlook heel anders uitzien. Zo is een achtergrond waarbij de kleur afloopt, in Outlook 2007 niet te zien. Hetzelfde geldt voor bewegende beelden.
- 6. Test altijd uw onderwerp.** Het onderwerp van het bericht is cruciaal om de openratio's (het percentage ontvangers dat uw mail opent) van uw e-mailing te optimaliseren. Op uw eigen database moet een openratio van 35% haalbaar zijn. Door met verschillende onderwerpen en verzendmomenten te testen op een klein deel, bijvoorbeeld 10%, van uw database kunt u eenvoudig de openratio's en klikratio's op uw e-mailing verhogen. U test en gebruikt vervolgens het optimale onderwerp en verzendmoment voor de overige 90% van de adressen in uw database. Dit kan wel 15% meer opens opleveren.
- 7. Kies het juiste verzendmoment.** Wat het beste verzendmoment is voor u, hangt sterk af van uw boodschap en doelgroep. Het verschil tussen het beste en het slechtste verzendmoment kan oplopen tot wel 15% winst in het openratio.  
  
*Een voorbeeld: een test van onderwerp en verzendmoment voor Endemol UK leverde een verschil op in openratio van meer dan 25%. En hoe meer lezers, des te meer clicks en uiteindelijk des te meer resultaat. In de afbeelding ziet u de resultaten van deze test. Daarbij is het verzendmoment afgezet tegen het onderwerp.*
- 8. Gebruik niet te veel tekst.** Mensen scannen e-mails, en lezen grote stukken digitale tekst niet. Gebruik daarom grote letters voor tekst waar u de nadruk op wilt leggen en zorg voor een korte, krachtige tekst met een duidelijk leespad.
- 9. Maak zo veel mogelijk items klikbaar.** Mensen die geïnteresseerd zijn in uw aanbod, willen overgaan tot actie. Maar zodra ze moeten zoeken naar een link, zullen ze snel afhaken.
- 10. Houd rekening met de 'vouw' in uw e-mailing.** In het leesscherf van uw e-mailprogramma is slechts een deel van de mailing leesbaar. Voor de rest van de e-mailing moet de lezer naar beneden scrollen. Het punt waar het scrollen begint, heet de 'vouw'. Zet belangrijke informatie boven de vouw, zodat de lezer uitgenodigd wordt om te scrollen. Of nog beter: zorg dat hij direct boven de vouw tot actie overgaat.
- 11. Gebruik geen bijlagen in uw e-mailing.** Dit maakt de mail verdachter, levert dus spampunten op en kan ertoe leiden dat uw e-mailing in de spambox komt.

- 12. Maak een nieuwsbrief niet te lang.** Het doel van een nieuwsbrief is verkeer genereren naar uw website of webshop. Gebruik daarom maximaal vier artikelen en niet meer dan 75 woorden per artikel.
- 13. Gebruik geen foto's of plaatjes als achtergrond, maar effen kleuren.** Sommige e-mail-programma's vertonen geen foto's. Het gevolg: de e-mail wordt lastig leesbaar.
- 14. Zorg voor commerciële bedank- of bevestigingsmails.** Dit zijn mails met een link naar uw website, waarbij u de lezer stimuleert tot herhalingsaankopen. Bijvoorbeeld met een kortingscode of een andere incentive.
- 15. Hanteer een goede aan- en afmeldprocedure.** Een aanmeldprocedure met bevestiging is sinds 1 oktober voor alle e-mailings wettelijk verplicht. In de top-twee van ergernissen over spam staat: 'E-mailings ontvangen waar ik me voor afgemeld heb.'
- 16. Houd rekening met de leesrichting.** Mensen lezen e-mails niet, maar scannen ze vanaf boven en kijken vervolgens links naar de koppen van de artikelen. Dit heeft een onderzoek naar eye tracking uitgewezen. In de afbeelding is rood het meest gelezen, vervolgens geel en daarna groen. U ziet dat alles onder de vouw niet gelezen wordt. Daarom is het verstandig om links bovenin een inhoudsopgave te plaatsen als u veel artikelen publiceert. Zo kunnen lezers klikken op het artikel dat ze aanspreekt.
- 17. Richt een weblandingspage in over het onderwerp van de e-mailing.** Zorg ervoor dat uw e-mailing doorlinkt naar een weblandingspage over het onderwerp, zodat de lezer direct tot actie kan overgaan. Als u linkt naar een algemene pagina, zoals uw homepage, is de kans groot dat bezoekers afhaken. Hier vinden ze immers niet direct wat ze zoeken.
- 18. Zorg dat de breedte van de nieuwsbrief maximaal 600 pixels is.** Als de nieuwsbrief meer pixels bevat, moeten veel lezers scrollen in de breedte. Het gevolg: veel lezers haken af.
- 19. Gebruik 'websafe' lettertypes in uw e-mailing,** zoals Arial, Verdana, Georgia en Times New Roman. Andere fonts worden niet altijd goed getoond.
- 20. Gebruik de statistieken van uw e-mailing voor een aanbieding op maat.** Uit de statistieken van uw e-mailings kunt u informatie halen over wie op welke link heeft geklikt. Dankzij deze informatie kunt u een gerichte vervolmail sturen. Als iemand een bepaald product heeft aangeklikt, kunt u hem een vervolmail sturen met een aanbieding van een vergelijkbaar product.
- 21. Zorg voor een mailcampagne met slimme vervolmails.** Dit is effectief voor bijvoorbeeld een uitnodigingstraject voor een evenement: stuur iedereen uit uw database een digitale uitnodiging. Mensen die de e-mail openen maar niks doen, krijgen een reminder met andere content. Mensen die de mail openen en zich registreren, krijgen automatisch een bevestigingsmail.
- 22. Meet het resultaat van uw e-mailing.** Plaats een scriptje op de pagina waar uw doelgroep tot actie overgaat. Zo ziet u in één oogopslag wat een nieuwsbrief of een e-mailing oplevert en kunt u de waarde van bepaalde artikelen direct meten.