

E-mailmarketing

Je maakt inmiddels herrie via social media. Je zichtbaarheid groeit en je doelgroep weet je al aardig te vinden. Toch is er nog een heel ander krachtig medium wat je omzet kan verhogen; e-mailmarketing. Ze zeggen niets voor niets 'Money is in the list'.

E-mailmarketing is een krachtig middel om een persoonlijke band met je doelgroep op te bouwen. Je kunt op een relatief goedkope manier je mailinglijst kennis laten maken met je producten en diensten. Je bouwt een band op met de lezer en ze zullen je meer gaan vertrouwen.

Ik hoor veel van mijn klanten zeggen dat e-mailmarketing zijn tijd heeft gehad. Veelgehoorde argumenten zijn; 'iedereen krijgt al zoveel troep in zijn mailbox. Daar past die van mij echt niet tussen' of 'mensen zitten niet te wachten op mijn nieuwsbrief'. Deels waar maar men heeft zelf bepaald dat ze op jouw mailinglijst willen staan. Ze hebben interesse in jouw informatie. Ze hebben een probleem waar jij ze mee kunt helpen. En als ze niet meer geïnteresseerd zijn melden ze zich wel af.

Voordelen e-mailmarketing

- De lijst met mailadressen is van jou en hoeft je niet te delen. Google of andere kanalen hebben geen invloed op de ontvangers
- Je komt rechtstreeks terecht in de mailbox van de ontvanger. Het is geen vluchtige update die snel weer verdwijnt.
- Alles is meetbaar. Je weet precies wie wat doet met je mailings.
- Mailadressen zijn in groepen te verdelen zodat je mailings erg persoonlijk worden. Ben je bijvoorbeeld diëtiste dan kun je klanten hebben met overgewicht of zwangeren die hulp nodig hebben bij een gezonde levensstijl. Beide groepen zijn op zoek naar verschillende informatie. Jij kunt de informatie sturen naar de groep waarvoor het relevant is.
- Een e-mail of nieuwsbrief zorgt voor terugkerende bezoekers op je website. Als je het goed aanpakt klikken mensen door, reageren er op en kan het gedeeld worden via sociale media.
- Tijdbesparend. In een korte tijd heb je veel mensen informatie gegeven.

Stuur regelmatig waardevolle informatie. Een potentiële klant heeft tijd in je gestoken door hun contactgegevens achter te laten en verwacht daar iets voor terug. Maak de mails persoonlijk. Personaliseer de mails zodat de ontvanger zich aangesproken voelt.

Verzamel contactgegevens via je website en social media kanalen. Noem je nieuwsbrief geen nieuwsbrief maar geef het meer waarde. 'Nieuwsbrief' klinkt niet aantrekkelijk en zien mensen vaak niet als toegevoegde waarde.

Contactgegevens verzamelen

Mensen zijn gesteld op hun privacy en geven niet zomaar hun contactgegevens. Focus je ook niet op het aantal inschrijving voor je e-maillijst maar maak iets wat een bezoeker graag wil hebben. Dit boek heb je van me gekregen in ruil voor je mailadres. Ik help jou aan gratis tips

om je Online Zichtbaarheid te vergroten en jij helpt mij om mijn e-maillijst te laten groeien. Een win-win situatie dus.

Een gratis weggever helpt je om je e-maillijst explosief te laten groeien. Er worden al zoveel gratis nieuwsbrieven weggegeven, daar schrijft men zich niet snel meer voor in. Maak daarom iets wat je doelgroep interesseert en kan downloaden via je website. Deze gratis weggever kan gekoppeld worden aan je nieuwsbrieffsysteem zodat de persoon die de gratis weggever download gelijk in je mailingsysteem zit.

Gebruik al je social media kanalen om aan te geven dat je een gratis weggever hebt. Maak er bijvoorbeeld een advertentie voor op Facebook en/of Instagram. Je kunt hier heel gericht adverteren waardoor je weggever ook alleen onder de ogen komt bij mensen die in jouw onderwerp geïnteresseerd zijn.

Landingspagina op je website

Maak op je website een landingspagina waar je mailadressen verzamelt. Dit is een pagina die je alleen gebruikt voor je gratis weggever / actie en het verzamelen van mailadressen. Alle afleiding is verdwenen, zorg voor volledige focus op het afgeven van het mailadres.

Een goede opt-in formulier is belangrijk. Besteed er aandacht aan om het uiterste eruit te halen. Een goede opt-in pagina zorgt voor een boost van je onderneming. Er zijn een aantal technieken die je kunt toepassen voor een opt-in formulier die voor je gaat werken.

- Zorg voor een goede en aantrekkelijke titel (headline) zodat je de aandacht van de bezoeker hebt. Het woord 'gratis' werkt zeer goed.
- Geef de bezoeker een reden om gegevens achter te laten, de gratis weggever.
- Noem wat de bezoeker gaat bereiken met het afgeven van zijn gegevens. Wat is het doel dat behaald gaat worden met de gratis weggever.
- Geef in opsommingstekens aan wat men aantreft in de gratis weggever.
- Laat zien dat anderen hun voorgingen in het downloaden van je gratis weggever. Bezoekers willen hierbij horen.
- Vermeld een recensie van anderen, social proof. Dit wekt vertrouwen op.
- Verplaats je in de bezoeker en gebruik positieve zinnen bij je call-to-action knop. Maak de knop actiematig. Het woord JA! Zorgt voor positiviteit.
- Gebruik afbeeldingen van mensen. Mensen kijken graag naar mensen en de aandacht wordt getrokken. Het wekt vertrouwen.

Mailfunnel

Een super effectieve manier om te verkopen is de mailfunnel. Het is een serie mails die na elkaar worden verstuurd zodra de bezoeker je gratis weggever downloadt. Deze funnel zorgt ervoor dat bezoekers vertrouwen in je krijgen. Ze krijgen opeenvolgende mails van je met waarde.

Deze mails gebruik je als aanloop naar een product wat je wilt verkopen.

Twijfel je nog over e-mailmarketing? Gebruik je het al wel maar levert het je niets op? Weet je niet waar je over moet schrijven? Vind je het lastig om een verkoopfunnel op te zetten? Ik sta te popelen om met je mee te kijken en een succes te maken van jouw e-mailmarketing. Vraag hiervoor een [live-advies](#) aan.