



“E-mails zijn snel, flexibel en goedkoop.”



WAAROM E-MAILADRESSEN VERZAMELEN?

Een digitale nieuwsbrief is een uitstekend medium om te communiceren met je klanten. Het is snel, flexibel en goedkoop. Om effectief tot een stijging van omzet en klanten te komen moet er echter aan enkele voorwaarden voldaan worden. Het verzamelen en beheren van een adressenbestand is er één van.



WEL DOEN!

- Zorg voor een invulkaartje op de toonbank waarop de klant zijn gegevens kan achterlaten of verwijst naar het inschrijfformulier op je website.
- Ook via spaarkaarten kan je klantgegevens verzamelen.
- Promoot actief je website en je nieuwsbrief: hoe meer verkeer richting website, hoe meer kans op inschrijvingen op de nieuwsbrief.
- Communiceer de voordelen: wekelijkse of maandelijkse interessante informatie en promoties, receptjes...
- Orden en organiseer je gegevens en doe er iets mee. Organiseer bv. regelmatig een actie of promotie.
- Laat je klanten weten dat ze door het invullen van hun gegevens toestemming geven om nieuwsbrieven te ontvangen. En dat je hun gegevens niet aan derden zal doorspelen.



BETER NIET DOEN

- Het inschrijfformulier te lang maken: naam, adres, e-mailadres zijn voldoende.
- Ingevulde kaartjes en inschrijfformulieren niet verwerken of ordenen.
- Gegevens onzorgvuldig of foutief overnemen.
- Enkel azen op actieve verkoop doe je beter niet. Een receptje, een relevant weetje, een event kan ook voor klantenbinding zorgen.
- Klanten tot vervelens toe bestoken met berichten.
- Uitschrijfmogelijkheid bemoeilijken.



TIPS

Neem een “tell-a-friend” link op in je nieuwsbrief, die biedt aan je klant de mogelijkheid om met één klik de e-mail door te sturen naar iemand die er misschien in geïnteresseerd is. **Virtuele mond aan mond reclame dus.** Naast de tell-a-friend-knop kan je ook “share-to-social” gebruiken in je mail. Zo kunnen je klanten leuke weetjes of informatie uit je nieuwsbrief delen op Facebook en Twitter. • Sta je op een evenement of beurs? Deel dan zeker inschrijffkaartjes uit. Je kan nog extra aanmoedigen door bv. een prijs te verloten onder de mensen die hun kaartje ingevuld terugbezorgen. • Verkoop hoeft niet altijd het enige doel van uw boodschap te zijn, wanneer de berichten in je nieuwsbrief relevant zijn en door de klant naar waarde worden geschat, zal deze - bij wijze van spreken - zichzelf verspreiden, en op die manier extra inschrijvingen genereren. • Stop niet met het verzamelen van adressen.