



“ Een snelle en goedkope manier om je verkoopcijfers positief te beïnvloeden ”



## WAAROM EEN NIEUWSBRIEF?

In een concurrentiële omgeving wordt het contact met je klanten steeds belangrijker. Een nieuwsbrief om je acties aan te kondigen, een product in de kijker te zetten of extra informatie over je zaak te geven, versterkt dit contact met je klant. Wordt hij goed ontworpen, zowel qua inhoud als vorm, kan een nieuwsbrief bovendien een snelle en goedkope manier zijn om je verkoopcijfers positief te beïnvloeden. Vandaag en morgen! Via een nieuwsbrief kan je nieuwe producten op een creatieve en persoonlijke manier voorstellen. Vrijwel iedereen neemt dagelijks even de tijd om zijn e-mails door te nemen. Een ideaal moment om met je klant te communiceren over je nieuwste producten, je opendeurdag, een actie,...



## WEL DOEN!

- Ideale tool om je klanten regelmatig op de hoogte te brengen van promoties, “vis van de maand”, recepten, serveertips, bewaartips, enz...
- Nieuwsgierigheid prikkelen door een sprekend beeld of een sterke openingszin bv. Pladijs, dé zomervis bij uitstek.
- Integreer een foto, illustratie of een toffe cartoon. Kies wel voor lage resolutie zodat je e-mail niet te zwaar wordt.
- Doe het overzichtelijk, bondig en informatief.



## BETER NIET DOEN

- Overladen met informatie.
- Te veel tekst of te lange artikels.
- Focus op pure verkoop.
- Promoties voeren zonder beschikbaarheid te checken.
- Te weinig aandacht besteden aan je database, waardoor je de verkeerde gegevens gebruikt. Lees hierover onze actiefiche "e-mailadressen verzamelen."



## TIPS

Verstuur op **regelmatige tijdstippen** een nieuwsbrief. Zo wennen je klanten aan je initiatief en kijken ze meer uit naar de volgende editie. • Voor het opmaken van de nieuwsbrief kan je gebruik maken van zowel een standaard tekstverwerker of speciale software, de kosten hiervoor zijn miniem. • **Overlaad je klanten niet met informatie.** Beperk het aantal onderwerpen per nieuwsbrief. • Sluit je nieuwsbrief af met een P.S. waarin je de kernboodschap nog eens samenvat. Vaak wordt die eerst gelezen voor de eigenlijke mail. • **Test je nieuwsbrief**, voor je ze verstuurt, bij een buitenstaander. Zo weet je meteen of je boodschap begrepen wordt.