

White paper


# 25 praktische tips

om zelf e-mailadressen te verzamelen



**VAN IJZENDOORN**  
MARKETING ADVIES





Een nieuwsbrief is een fantastisch medium om te communiceren met (potentiële) klanten. Het is snel, flexibel, goedkoop en uitstekend meetbaar. Het zal leiden tot meer verkeer op uw website en een verhoging van omzet en klanten. Maar voordat een eerste e-mail de deur uit kan, moet er een bestand zijn met e-mailadressen die kunnen worden aangeschreven. Het verkrijgen van e-mailadressen als onderdeel van klantgegevens is de logische eerste stap. Maar dan?

Eén van de vragen die we regelmatig horen: “hoe kom ik aan meer e-mailadressen van (potentiële) klanten?” Het antwoord is simpel: op alle mogelijke manieren, altijd en overal. Er zijn talloze manieren om zelf e-mailadressen te verzamelen. Een aantal komen aan bod in deze praktische kennisbundel. Zo helpen wij u direct met het laten groeien van uw mailbestand.

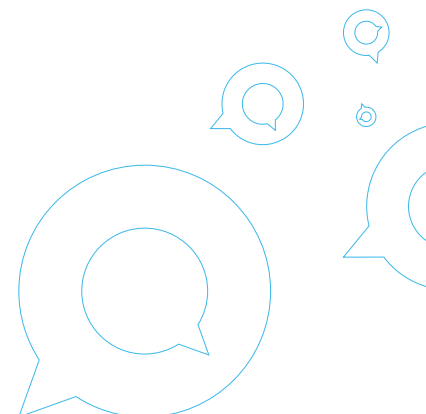
Wij willen daarbij graag benadrukken dat mailen op een ingekocht bestand verboden is. U mag van de wet niet mailen als er geen ‘opt-in’ (toestemming van de ontvanger) is voor uw nieuwsbrief. Voor meer informatie hierover verwijzen we u graag naar de [Dutch Dialogue Marketing Association](#).

Dit gezegd hebbende, wensen wij u veel succes met het toepassen van de tips!

Van Ijzendoorn Marketing Advies

Inhoud:

1. Tips vooraf
2. Online tips
3. Offline tips





# 1 Tips vooraf

## **Tip 1 - Zorg voor een goede reputatie**

Het is niet moeilijk om aan zeer veel e-mailadressen te komen. Maar zorg ervoor dat u permissie (opt-in) heeft van uw klanten en prospects. Een ongewenste nieuwsbrief de wereld in schieten kan uw bedrijf meer schade toebrengen dan dat het u oplevert. Het is namelijk verboden. Anders dan huis-aan-huis reclame, mag u (potentiële) klanten alleen benaderen als zij daar expliciet toestemming voor hebben gegeven. Daarom adviseren wij u de [DDMA Checklist Code E-mail](#) goed door te lezen en toe te passen voordat u per ongeluk in de fout gaat.

## **Tip 2 - Een leuk cadeautje werkt altijd**

Iedereen vindt het leuk om een presentje te krijgen. Het aloude 'voor wat, hoort wat' principe werkt ook goed voor het verzamelen van e-mailadressen. Of u dit nu off- of online doet als u een beloning geeft als men zich ergens voor inschrijft of iets aanvraagt dan verhoogt u daarmee uw resultaat. Denk hierbij aan het toezenden van een whitepaper, het geven van een korting, een gratis product of het verstrekken van een bepaald rapport met betrekking tot uw markt of branche.

## **Tip 3 - Zorg voor een kort inschrijfformulier**

Of u nu een online inschrijfformulier inzet of tijdens een event een papieren variant gebruikt, neem alleen de meest noodzakelijke velden op voor uw communicatie. Een veelgemaakte fout is een inschrijfformulier met heel veel vragen. Het is later altijd mogelijk om meer van uw (potentiële) klant te weten te komen. Op een later tijdstip zal een inschrijver ook minder moeite hebben om deze informatie aan u te verstrekken. U heeft dan al een relatie opgebouwd.

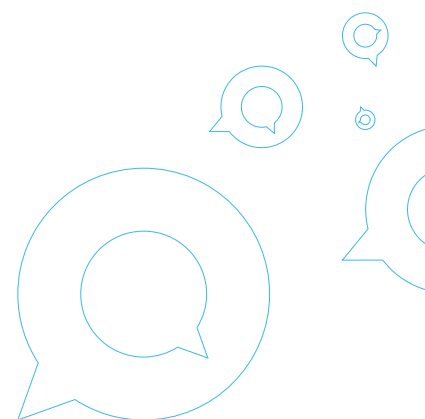
## **Tip 4 - Laat duidelijk de voordelen van het inschrijven zien**

Toon een link naar of een afbeelding van uw laatste nieuwsbrief bij het inschrijfformulier. Door sterke en pakkende content te schrijven, overtuigt u de inschrijver van het nut voor hem of haar. Laat bijvoorbeeld een lezer op uw site aan het woord over de voordelen van uw nieuwsbrief. Of benoem met korte krachtige bulletpoints wat een inschrijver iedere dag, week, maand van de nieuwsbrief mag verwachten en wat hij of zij gaat missen als hij zich niet inschrijft.



### **Tip 5 - Archiveer uw nieuwsbrief online**

Dit heeft twee voordelen. Met de archieflink van de verzonden nieuwsbrief kunt u de mailing online laten zien of ernaar verwijzen in offline communicatie. De gebruiker ziet gelijk of de inhoud van de nieuwsbrief voor hem interessant is. Dit maakt de kans op inschrijven groter. Het tweede voordeel is dat door het goed opstellen van de nieuwsbrief deze geïndexeerd kan worden door een zoekmachine. Dit zorgt weer voor extra verkeer naar uw site en meer potentiële inschrijvers.





## 2 Online tips

### 2.1 Zorg voor een goed e-mail template

#### **Tip 6 - E-mail handtekening is een uitstekend middel**

Geef elke medewerker in uw bedrijf een persoonlijke e-mail handtekening, vanuit bijvoorbeeld Outlook. Zorg ervoor dat er een triggerende tekst met een link wordt opgenomen richting het inschrijfformulier van uw nieuwsbrief op uw website of webshop.

#### **Tip 7 - Promoot de nieuwsbrief in bevestigingsmails**

Stuurt u bevestigingen van een aanvraag/order via e-mail? Neem dan een link op in de mail en probeer mensen zo naar de inschrijfpagina van uw nieuwsbrief te leiden.

### 2.2 Website

#### **Tip 8 - Aandacht voor uw nieuwsbrief op de website**


Op uw website (blog of webshop) staan ongetwijfeld zaken waarvan de bezoeker wel op de hoogte gehouden zou willen worden. De kans dat u de klant converteert tot nieuwsbriefabonnee is het hoogst als hij of zij direct de mogelijkheid krijgt zich in te schrijven. Verstop het inschrijfformulier daarom niet weg op een contactpagina. U hoeft uiteraard ook weer niet op elke pagina een formulier te hebben. Het kan ook een eenvoudige link of een aantrekkelijk plaatje, pop-up of banner zijn die uw bezoeker leidt naar het inschrijfformulier.

#### **Tip 9 - Neem een boodschap op in uw winkelwagentje**

Nee, niet het fysieke winkelwagentje, maar de virtuele variant. Zorg ervoor dat uw klant een aantal keer is geweest op de mogelijkheden van uw nieuwsbrief voordat hij uiteindelijk uw online shop verlaat. Trouwens, misschien is dat fysieke winkelwagentje ook zo'n gek idee nog niet. Een sticker is zo geplakt natuurlijk.

#### **Tip 10 - Voeg bij elke online aanvraag een optie tot inschrijving toe**

Of uw klant nu op uw website een document aanvraagt of zich inschrijft voor een seminar, geef hem in ieder geval de mogelijkheid om zich ook



in te schrijven voor uw nieuwsbrief. Dit doet u door een eenvoudige checkbox op uw formulier toe te voegen.

**Tip 11 – Gebruik uw bedankpagina’s**

Ook dan zijn er genoeg mogelijkheden! Verwijs bijvoorbeeld naar uw nieuwsbrief op uw bedankpagina die uw bezoekers te zien krijgen wanneer ze iets bij u hebben aangevraagd. Dit kan ook als u een online onderzoek heeft afgenomen. Een goed klanttevredenheidsonderzoek kan dan vervolgens leiden tot een groot aantal inschrijvingen op de nieuwsbrief. U kunt de nieuwsbrief op de bedankpagina promoten. Bijvoorbeeld: “Bedankt voor het invullen. Wilt u op de hoogte blijven? Schrijf u dan in op de nieuwsbrief en ontvang maandelijks het laatste nieuws.”

## 2.3 Social Media

**Tip 12 – Status-updates via uw social media kanalen**

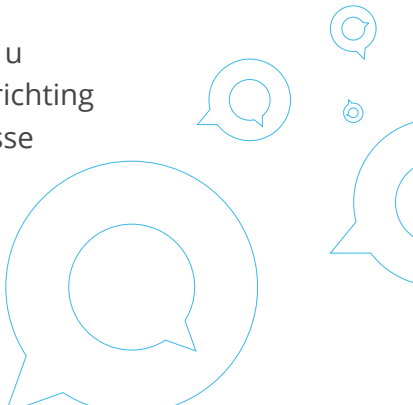
Promoot uw e-mail nieuwsbrief via social media met een duidelijke call-to-action naar de inschrijfpagina. Post regelmatig status updates op Facebook, Twitter en LinkedIn. Bijvoorbeeld een paar uur voor het versturen van uw nieuwsbrief waarin u aankondigt dat mensen zich nog kunnen inschrijven als ze in de nieuwsbrief kans willen maken op een mooie aanbieding. Op Pinterest kunt u de online versie van uw nieuwsbrief ‘pinnen’ op uw nieuwsbrief prikbord zodat u hem zichtbaar maakt voor uw volgers en mensen zich inschrijven op uw nieuwsbrief.


**Tip 13 – Extra inschrijfmogelijkheid op Facebook**

Maak op uw bedrijvenpagina op Facebook een extra tab aan met een inschrijfformulier voor uw nieuwsbrief en hang er eventueel nog een incentive aan. Verspreid dit onder uw Facebook Fans.

**Tip 14 – Adverteren op social media**

Alle social networks bieden ook mogelijkheden om betaald bereik in te kopen. U adverteert onder door uzelf zorgvuldig geselecteerde doelgroepen die op basis van een aantal kenmerken (sociaal-demografisch en interesses) overeen komen met de klanten die u bedient. De kans is natuurlijk groot dat deze mensen in gedrag richting uw merk of bedrijf overeenkomen en ze dus wellicht ook interesse





hebben in uw nieuwsbrief. Als u dit kanaal in zet, vergeet dan ook niet om de advertenties voor mobiel in te kopen en te optimaliseren. Social media worden met name ook via mobiele apparaten bezocht en gebruikt.

#### **Tip 15 – Van medewerkers naar medemerkers**

Een groot aandeel van uw medewerkers of uw collega's zijn waarschijnlijk actief op social media. Waarom zouden zij niet willen meewerken aan het verspreiden van uw boodschap, acties en aanbiedingen en call-to-actions naar de inschrijfpagina van uw nieuwsbrief. Heel veel mensen zijn trots op hun werk en wat ze doen, dus de kans dat ze uw tweet retweeten is toch al aanwezig. Maar als u het ze vrijblijvend vraagt te doen, dan weet u het zeker dat ze er in ieder geval aan denken. Bovendien geven ze uw bedrijf of merk een gezicht, wat vaak als betrouwbaar overkomt op social media.

### 2.4 Zoekmachine Marketing

#### **Tip 16 – Optimaliseer uw site voor zoekmachines**



Hoe beter uw website gevonden wordt door zoekmachines, des te meer verkeer u richting uw website krijgt. Hoe meer verkeer, hoe groter de kans dat hier mensen bij zijn die mogelijk interesse hebben in uw nieuwsbrief. We hebben het dan over zoekmachine optimalisatie (SEO).

#### **Tip 17 – Google Adwords**

Zorg er voor dat de landingspagina op uw site duidelijk promotie maakt voor uw nieuwsbrief. Schrijf twee tot drie advertenties die de nieuwsbrief promoten in uw Google Adwords campagne. U kunt de advertentie linken naar het inschrijfformulier (uw landingspagina). Betaalde zoekdiensten zijn weer een vak apart, maar bieden vele mogelijkheden.

### 2.5 Externe online kanalen

#### **Tip 18 – Publicatie van artikelen; blogs, interviews en persberichten**



Worden er binnen uw bedrijf regelmatig artikelen geschreven of interviews gegeven en gepubliceerd? Dit zijn goede mogelijkheden om uw nieuwsbrief te promoten. Vertel de klant dat hij of zij meer artikelen kan lezen in uw nieuwsbrief. Laat hem weten dat u hem op de hoogte houdt van publicaties in bepaalde bladen via uw nieuwsbrief.

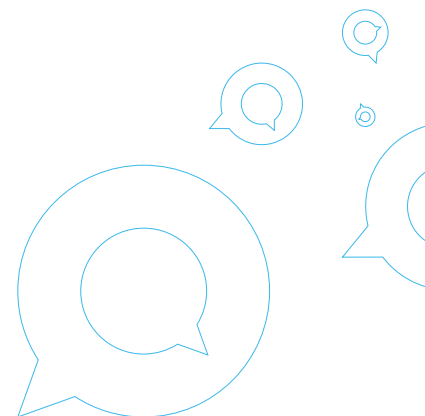


### **Tip 19 – Kijk of samenwerkingsverbanden een optie zijn**

Is er een bedrijf waarmee u samenwerkt en hebben zij al een nieuwsbrief? Wellicht kunt u dan een “joint promotion” aangaan. Een link vanuit hun nieuwsbrief naar uw inschrijfformulier. Of neem een kort artikel op over het feit waarom u deze nieuwsbrief graag leest. Wellicht wilt uw partner hetzelfde doen en zo ontstaat een mooi stukje kruisbestuiving.

### **Tip 20 – Advertentieruimte inkopen en inzetten**

Omdat online alles klikbaar en meetbaar is kunt u, net zoals via social media en Google Adwords, ook advertentieruimte inkopen via relevante websites, nieuwsbrieven en blogs om uw nieuwsbrief te promoten en inschrijvingen te genereren.







## 3

# Offline tips

### **Tip 21 – Elk contactmoment kan een e-mailadres opleveren**

Zorg ervoor dat uw verkopers, servicedesk medewerkers, technische dienst (of welke afdeling dan ook) vragen naar het e-mailadres van de prospect of klant. Ook hier is het vragen van permissie om iemand toe te voegen aan uw e-mail bestand natuurlijk van groot belang. Stel, u (of één van uw collega's) heeft tijdens een workshop of seminar met verschillende mensen gesproken en u heeft een goed beeld van wat zij doen en omgekeerd. Waarom zou u ze niet vragen, via een persoonlijke e-mail wellicht, of er interesse is om uw nieuwsbrief te ontvangen? Al was het alleen maar om elkaar niet uit het oog te verliezen.

### **Tip 22 – Doe een direct mail actie**

Een goedkope oplossing is het versturen van briefkaarten. Stuur uw klanten een kaartje met de vraag of ze interesse hebben in uw nieuwsbrief. Voorzie de kaart van het adres van uw website en de locatie van het inschrijfformulier. Let er op dat u een verkorte URL aanmaakt en gebruikt, bijvoorbeeld: [www.mailplus.nl/nieuwsbrief](http://www.mailplus.nl/nieuwsbrief).

### **Tip 23 – Garantiebewijzen, registratiekaarten en verpakkingen**

Zorg dat een inschrijfboodschap opgenomen is in deze communicatie. Dit is een goed moment om de klant te herinneren dat service een belangrijk element is en dat e-mail daar een integraal onderdeel van uitmaakt.

Verpak een inschrijfformulier mee bij producten die u fysiek verstuurt. Zo heeft de ontvanger het formulier direct in handen. Let er hier ook op dat u een verkorte URL aanmaakt en gebruikt.

### **Tip 24 – Op de toonbank in uw winkel(keten)**

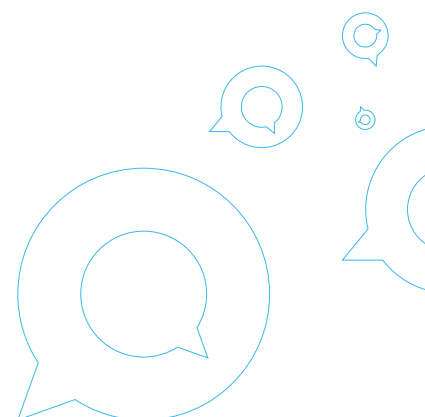
Zorg voor een kaartje op de toonbank waar de klant zijn gegevens kan invullen, of waarop een webadres te vinden is waar de klant zich kan inschrijven. Een mooie, in het oog springende, display is uiteraard nog beter. En nóg beter is een tablet met een app of landingspagina die het mogelijk maakt voor klanten om direct in te schrijven op de nieuwsbrief.



### **Tip 25 – Gebruik seminars, beurzen, congressen en uw bedrijfspresentatie**

Deel inschrijfformulieren uit op seminars, beurzen, congressen of andere evenementen. Of vraag of men een visitekaartje wil achterlaten en niet dit vast aan een inschrijfformulier. Een seminar is een uitstekend contactmoment. Over het algemeen heeft men de tijd en is er interesse. De drempel is dan lager om een e-mailadres te geven.

Verzorgt u tijdens een seminar of een congres een presentatie? Zorg ervoor dat op de laatste slide uw contactgegevens staan en neem uw webadres met informatie over uw inschrijfformulier hierin op. Vaak is uw laatste slide lang zichtbaar, terwijl u vragen beantwoordt. Een prima moment om uw nieuwsbrief te promoten. Bovendien willen bezoekers van uw sessie vaak uw presentatie ontvangen. U kunt hiervoor een inschrijving op uw nieuwsbrief voor terugvragen. U kunt ook de presentatie 'gratis' verstrekken en in de campagne daaromheen uw nieuwsbrief promoten.





# White paper '25 praktische tips om zelf e-mailadressen te verzamelen'

Heeft u vragen naar aanleiding van dit 'white paper'? Of wilt u meer weten over wat e-mail marketing voor uw bedrijf kan betekenen?

Kijk op [www.vanijzendoorn.nl](http://www.vanijzendoorn.nl)

Of schrijf u in voor onze e-mail nieuwsbrief via onze website.  
U ontvangt dan elke maand tips over e-mail marketing en het laatste Marketingnieuws.

Van IJzendoorn Marketing Advies  
Jacob Ruisdaelstraat 8  
4003 KH Tiel

T: 0344 - 62 78 75  
E: [info@vanijzendoorn.nl](mailto:info@vanijzendoorn.nl)  
W: [www.vanijzendoorn.nl](http://www.vanijzendoorn.nl)



**VAN IJZENDOORN**  
MARKETING ADVIES

