

Werkblad

E-mailmarketing



Zo werkt e-mailmarketing!

Relatie opbouwen met je doelgroep. Hoe zou jij dat kunnen doen?

Wat wij doen is het volgende:

We zijn persoonlijk in onze e-mails. We voegen altijd waarde toe. We vragen of we kunnen helpen of we sturen de lezer naar een waardevol artikel. In de huidige marketing campagne geven we de videocursus + een e-book en werkbladen cadeau. De principes van zaaien.

Je zou kunnen beginnen met 4 á 5 keer waardevol te zijn. Vervolgens kun je nog een webinar verzorgen of een seminar. Doe dit kosteloos of tegen een kleine vergoeding om de kosten te dekken en zorg dat het echt waardevol is. Help je doelgroep echt!

Aan het einde van het seminar of het webinar kun je jouw product of dienst aanbieden. Klanten die je waardevol vinden gaan dan graag met jou samenwerken.

Om te beginnen met e-mailmarketing heb je een autoresponder nodig. Met een autoresponder schrijf je eenmalig een reeks e-mails die je dan geautomatiseerd om de zoveel tijd verstuurd naar personen die op je lijst staan.

Wij sturen al onze klanten richting Mailchimp. Mailchimp is een gratis oplossing voor het begin. Door de uitgebreide handleidingen die online te vinden zijn kan iedere ondernemer hier zelf mee aan de slag. Ideaal! Kijk eens op: <http://www.mailchimp.com>.

Wil je direct van start met Mailchimp? [Lees dan ons artikel over MailChimp](#) en ga aan de slag met de stappen.

Het is belangrijk dat je goede teksten gaat schrijven voor de follow up e-mails. Hou er altijd rekening mee dat je de aandacht direct moet pakken. Benoem de pijn, doe een belofte, geef de oplossing en durf om acties te vragen.

Je kunt pas aan de slag met e-mailmarketing als je inschrijvingen hebt in je lijst. Hoe vul je die lijst?

Dit kan op verschillende manieren. Onze klanten hebben standaard een opt-in (inschrijfveld) naast ieder blog artikel en op de blog pagina zelf.

Ook hebben ze de mogelijkheid om landingspagina's te maken. Op die pagina's heb je alleen ruimte om tekst en afbeeldingen in de linkerkolom te plaatsen. In de rechterkolom staat een opt-in formulier.

Bezoekers kunnen op deze pagina alleen maar hun gegevens achterlaten, verder niets. Er is geen afleiding. Geen menu, geen footer met linkjes, niks! Uit onderzoek blijkt dat je daardoor de beste conversie krijgt.

Actie!

- Ga aan de slag met e-mailmarketing!