

WHITEPAPER

KLANTEN- BINDING

7x klantenbinding door e-mailmarketing

AUTEUR

MARIT VERVAART



**COMPETENCE
FACTORY**



INTRODUCTIE

INTRODUCTIE

"KLANTEN BLIJVEN LANGER BIJ JE ALS ZE ZICH VERBONDEN VOELEN MET JOUW BEDRIJF."

Klanten blijven langer bij je als ze zich verbonden voelen met jouw bedrijf. Een hele fijne manier om de band met jouw klanten te versterken is het inzetten van e-mailmarketing. Je kunt e-mails gemakkelijk automatiseren, zodat ze op de achtergrond werk voor je uit handen nemen. Bovendien kunnen ze authentiek en persoonlijk overkomen, zeker als je ze personaliseert. In deze whitepaper laten we 7 manieren zien waarop jij de band met je klant door middel van e-mails kunt versterken.

1. VIER DE BIJZONDERE MOMENTEN

Het is leuk als iemand aan je denkt, zelfs als dat geautomatiseerd gebeurt. Hebben je klanten een mijlpaal behaald of gebeurt er iets speciaals in hun leven? Laat wat van je horen in de vorm van een mail. Een mooie manier om te laten zien dat je de klant belangrijk vindt en met hem/haar meeleeft.

Je kunt bijvoorbeeld een mail sturen als iemand jarig is. Of sta stil bij je trouwe klanten door iets te sturen als ze 1 jaar klant zijn of als ze 3 aankopen hebben gedaan. Ook levensgebeurtenissen, zoals het behalen van een rijbewijs, samenwonen, een huwelijk of de geboorte van een kind zijn een mooie aanleiding voor een mail.

Het is al leuk als je gewoon even bij deze gebeurtenissen stilstaat, maar je kunt deze momenten ook aangrijpen om iets extra's te geven. Denk aan een exclusieve kortingsactie of een cadeautje. Omdat deze acties zo persoonlijk en exclusief aanvoelen werken ze vaak heel goed.



Met 25% korting naar de Efteling!



Volgende maand ben je jarig! Alvast gefeliciteerd! Kom je jouw verjaardag in de Efteling vieren? Met je persoonlijke actiecode **VJANDPUP2AXP** krijg je eenmalig **25% verjaardagskorting** op minimaal 2 en maximaal 6 Efteling-tickets, die geldig zijn van 1 augustus tot en met 15 september.

[Bestel tickets met korting >](#)

[Actiecode: VJANDPUP2AXP](#)

2. MAAK GEBRUIK VAN VIDEO

Video? Je kunt toch helemaal geen video's laten zien in je mails? Klopt, maar je kunt er wel naar linken. Wat dacht je van een how-to video over het product dat iemand net heeft aangeschaft? Of een gratis videocursus, waarbij iemand een week lang dagelijks een video in de mail krijgt? Mensen maken makkelijker verbinding met een ander mens dan met een bedrijf. Het helpt dus als je het gezicht of de gezichten achter een bedrijf laat zien. Dat kan met een foto, maar een video is nog een stuk persoonlijker.

Ook Peter Post (een copywriter) gebruikt video's in zijn mails. Hij geeft bijvoorbeeld af en toe een gratis videocursus over copywriting. Dit is een voorproefje van zijn grotere, betaalde online cursus. Mensen kunnen zo al kennismaken met zijn manier van lesgeven en ontdekken wat hij te bieden heeft. Slim!

Dit is een mail uit zijn challenge:



wo 16-5-2018 10:19

Peter Post - copywriter <challenge@peterpost.com>

[Challenge] Dag 1 - We beginnen met het einde

Aan Marit

i Als er problemen zijn met de weergave van dit bericht, klikt u hier om het in een webbrowser te bekijken.
Klik hier om afbeeldingen te downloaden. Om uw privacy te beschermen, zijn enkele afbeeldingen in dit bericht niet automatisch gedownload.

Plechtig moment Marit: vandaag begin je met de
Challenge 'Klanten verleiden met je teksten'.

We starten met het einde. Wat je op [Dag 1 van de
Challenge](#) ontdekt, kun je voor al je teksten toepassen.

Het helpt je om gericht te schrijven.

Vervolgens kom je op deze pagina terecht:

Bepaal je actie



3. SERVICEMAILS

E-mails worden vaak gezien als irritant, maar ze kunnen juist heel nuttig en behulpzaam zijn. Je hebt het zelf vast wel eens meegemaakt als je online een product bestelde. Bij de ene webshop ontvang je bij elke stap in het proces een e-mail. Wanneer je bestelling in goede orde is ontvangen, als hij is verzonden en als de chauffeur vlakbij is bijvoorbeeld. Zo weet je precies waar je aan toe bent. Doet een webshop dit niet? Dan kan er onzekerheid ontstaan. Komt mijn bestelling wel op tijd? Kan ik even om boodschappen of mis ik de chauffeur dan? Is alles wel goed gegaan?

Mails kunnen de klantervaring dus enorm verbeteren en dat zorgt ervoor dat klanten vaker bij je terugkomen.

Servicemails kunnen ook op andere manieren ingezet worden. Verkoop je een product dat onderhoud nodig heeft? Geef dan via de mail een seintje als het weer bijna tijd is voor een onderhoudsbeurt. Ook kun je een mail sturen op het moment dat een product bijna op is of moet worden vervangen.

4. DEEL PERSOONLIJKE VERHALEN

Een andere manier om de verbinding te zoeken met je klanten is het delen van persoonlijke verhalen. Dat kan bijvoorbeeld gaan over een gebeurtenis die jouw kijk ergens op veranderd heeft. Of misschien heb je ooit een hele stomme fout gemaakt waar je enorm veel van hebt geleerd? Vertel niet zomaar een verhaal, maar zorg ervoor dat het jouw klant iets oplevert. Een nieuw inzicht of een fout die hij/zij dus vooral niét moet maken. Door persoonlijke, en vooral herkenbare, verhalen voelt jouw klant zich meer met je verbonden. Vooral als je niet alleen je succesverhalen deelt, maar juist ook de wat meer kwetsbare verhalen.

Die persoonlijke verhalen hoeven trouwens niet perse over jou te gaan. Ze kunnen ook gaan over jouw klanten of over iemand die jij ooit hebt gesproken. Zorg er wel voor dat ze authentiek zijn en maak geen commercieel verhaal met een persoonlijk sausje eroverheen. Daar prikken je lezers zo doorheen.

Alles is mogelijk » Inbox x**Valerie Willemse** info@valeriecommuniceert.nl [via](#) s4.asa1.acemsb2.com

Wed, 15 Aug, 18:19

to me ▾

 Dutch ▾ > English ▾ [Translate message](#)[Turn c](#)

He Marit,

Ik weet nog dat ik ooit een rechtenstudie begon. Omdat mijn moeder dat graag wilde.

Ik weet nog dat docenten mij afraadden mijn scriptie te schrijven over Storytelling. Omdat het een hype zou zijn.

Ik weet nog dat mensen zeiden: 'Een eigen bedrijf beginnen? In deze tijd? Zou je dat nou wel doen?' Omdat het anders was.

En toen ik stopte met alle grote opdrachten als freelancer, om mij volledig te focussen op Storytelling, zei iedereen dat ik gek was. Omdat het toch nooit zou werken.

Ik heb er allemaal niet naar geluisterd. Omdat ik geloof dat het wél anders kon.

Die "norm" van *doe maar normaal dan doe je al gek genoeg*, die heeft nooit heel erg bij mij gepast. Ik geloof dat het anders kan en dat ik daarmee een impact kan maken die raakt. Een impact voor mezelf maar juist ook voor anderen. Door die ander te helpen zijn of haar impact te maken

5. GEEF IETS EXCLUSIEFS

Iedereen voelt zich graag speciaal. Via de mail kun je jouw klanten gemakkelijk iets extra's bieden. Geef bijvoorbeeld toegang tot een speciale actie, een preview op een product, een exclusief event of een presale.

6. PERSOONLIJKE TIPS

Mails zijn een mooie manier om jouw kennis te delen. Helemaal fijn wordt het als je precies die kennis deelt waar je klant naar op zoek is. Speel dus in op de interesses van de klant en stem je mails af op de acties die je klant onderneemt. Coolblue doet dit heel slim. Als je iets bij ze bestelt sturen ze je een mail met tips over je aankoop.



di 30-10-2018 08:34

Coolblue <info@mail.coolblue.eu>

Tips voor je Marshall hoofdtelefoon

Aan Marit Vervaart

 Als er problemen zijn met de weergave van dit bericht, klikt u hier om het in een webbrowser te bekijken.

Hoi Marit,

Bedankt voor je aankoop. Je kunt vast niet wachten tot je de Marshall Major 3 Bluetooth Zwart in huis hebt. In de tussentijd legt onze productspecialist alvast uit hoe je jouw bluetooth hoofdtelefoon of oordopjes aan je smartphone koppelt.

[▶ Bekijk onze tips](#)

Heb je nog vragen? Onze [klantenservice](#) staat voor je klaar.

Met glimlach,
Coolblue



7. MAAK ER EEN SERIE VAN

Het is een trend onder de online ondernemers: het aanbieden van een e-mailserie. Bijvoorbeeld in de vorm van een cursus, challenge of tip van de dag. Het fijne aan deze manier van mailen is dat je tijdens de serie vrij intensief contact met je klant hebt. Elke dag verschijnt jij in zijn/haar inbox. Zo kun je de band met je klant in korte tijd versterken. Hieronder zie je een mail uit een 7-daagse serie met dagtips. Simpel, maar effectief!




di 22-5-2018 13:49

jeanewolf.activehosted.com@s2.acemsrve.com namens John & Jeanet | Kickassbusiness <info@kick

[Dagtips 7 daagse] timemanagement - tijdblokken

Aan Marit

 Als er problemen zijn met de weergave van dit bericht, klikt u hier om het in een webbrowser te bekijken.

Klik hier om afbeeldingen te downloaden. Om uw privacy te beschermen, zijn enkele afbeeldingen in dit bericht niet automatisch gedownload.

Hoi Marit

De tip van vandaag gaat over timemanagement.

Wat je doel ook is, er moet tijd voor gevonden worden om de stappen te zetten die je moet zetten. Dat kan lastig zijn, zeker als je een drukke baan hebt, veel verplichtingen en een druk sociaal leven.

Zelfs al ben je iedere dag 10 uur van huis voor je werk en heb je het écht ontzettend druk, zelfs dan – juist dan – is dit onderwerp zeer geschikt voor jou.

Uiteindelijk komt het aan op alle keuzes die jij maakt. Waar besteed jij je tijd wel en niet aan? Welke dingen krijgen jouw prioriteit? Hoe voorkom je dat je jezelf overwerkt? Hoe plan je ruim voldoende tijd voor je gezin, vrienden en familie in terwijl je toch ook iedere dag een stapje dichterbij je doel komt?

"In [de 13 weken dagtips](#) ontvang je elke week een timemanagement tip om te zorgen dat tijd geen issue meer is in je business maar ook in je persoonlijke leven"

MEER LEREN?

AAN DE SLAG MET E-MAILMARKETING?

E-mail is nog altijd een effectief marketingmiddel. Volgens onderzoekers Visser en Sikkenga geeft e-mailmarketing zelfs een betere ROI dan SEO, SEA, social media en display ads. Reden te meer dus om e-mail serieus te nemen. Tijdens de training E-mailmarketing ontdek je hoe je e-mail kunt inzetten om herhaalaankopen te stimuleren, loyaliteit te verhogen, klanttevredenheid te meten en customer support te bieden. Ook leer je de belangrijkste do's en don'ts, en zet je een goed converterende e-mail in elkaar.

Meld je aan voor een van onze **trainingen over e-mailmarketing**.

*Leer hoe hoe e-mailmarketing
jouw bedrijf kan
helpen*

OVER ONS

ONLINE MARKETING EN DIGITAL ART: EEN STERKE COMBINATIE

Competence Factory is een trainingsinstituut met locaties in Amsterdam, Utrecht en Rotterdam. We geven meer dan 100 verschillende trainingen op het gebied van online marketing, contentcreatie en (web)design. We zijn er trots op dat cursisten onze trainingen beoordelen met gemiddeld een 8,5— één van de hoogste scores uit de branche.

We geloven dat iedereen creatief is, en dat bedrijven succesvoller zijn wanneer creativiteit serieus genomen wordt.

Daarom dagen we online marketeers, ZZP'ers, ondernemers en andere professionals uit om content en campagnes te ontwikkelen vanuit een creatief concept.

Iedereen is creatief, maar niet iedereen weet dat van zichzelf.

We geloven ook dat er voor creatieven een grotere rol is weggelegd in het werkveld. Daarom leren we ze websites en apps te bouwen, maar ook hoe je ideeën kunt presenteren.

We geloven tenslotte in gewoon doen; in leren door te creëren. Daarmee kom je tot betere resultaten, en bovendien geeft maken meer voldoening dan vergaderen ;)

TRAINING
VOLGEN?

ONTWIKKEL JE VERBORGEN TALENTEN.

Door de jaren heen hebben we geleerd waar we cursisten blij mee maken. Dat is onder andere met:

- kleine groepen
- trainers met veel praktijkervaring
- geen verborgen kosten
- persoonlijk advies

Onze garantie is dan ook dat je bij ons altijd de juiste training vindt tegen de laagst mogelijke prijs. Op onze [site](#) vind je ons volledige aanbod. Ook kun je zien wanneer jouw favoriete training het gunstigst geprijsd is.

*Een training levert
niet alleen kennis
op. Het geeft ook
zelfvertrouwen —
“I got this!”*

Onze opleidingsadviseurs helpen je bij het vinden van de perfecte training. Vrijblijvend opleidingsadvies? Bel opleidingsadviseur Juliette: 020-522 5227.

www.competencefactory.nl



AUTHORISED
Training Center

