

23 tips om meer e-mailadressen te verzamelen

+ 3 BONUS tips

THE MONEY IS IN THE LIST

Complete gids om je e-mailbestand te vergroten

Waarom investeren in meer adressen?

E-mailmarketing begint met een krachtige mailinglijst. Of je nu een webshop hebt of als non-profit organisatie informatieve nieuwsbrieven stuurt. De basis blijft een kwalitatief e-mailbestand. Maar omdat je e-mailbestand jaarlijks afneemt met 20-25%, is het essentieel dat je ook aandacht besteedt aan nieuwe abonnees. Aangezien klanten ons vaak vragen hoe zij aan meer e-mailadressen kunnen komen, hebben we in deze gids 25 tips opgenomen die je helpen met het verzamelen van nieuwe adressen. Meer adressen betekent immers meer kans op conversies en omzet. Met deze praktische gids vergroot je betrekkelijk eenvoudig je database zodat ook jij straks meer rendement behaalt uit dit fantastische, persoonlijke, meetbare marketingkanaal.

Succes!

Team MailCamp

Tip 1

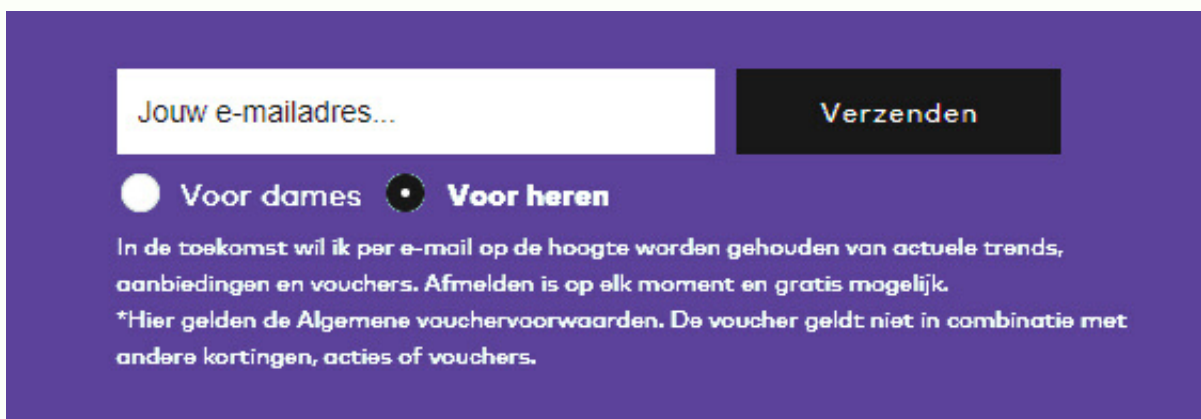
Zorg voor voldoende inschrijfmogelijkheden op je website

Jouw website is de plek bij uitstek om adressen te verzamelen! De bezoekers op jouw website tonen immers al interesse in jouw product of organisatie. Zorg ervoor dat op strategische posities op je website (in de header, footer, homepage of blogpagina) goed zichtbare inschrijfformulieren aanwezig zijn. Een inschrijfformulier dat goed zichtbaar is, zorgt voor meer kans op inschrijvingen. Vergeet uiteraard nooit duidelijk te communiceren wat de voordelen van inschrijven zijn voor de ontvanger.

Tip 2

Zorg voor een kort inschrijfformulier

Houd het inschrijfformulier zo kort mogelijk. Dit maakt het inschrijven laagdrempelig en je voorkomt dat bezoekers gedemotiveerd raken en vroegtijdig afhaken omdat ze van alles moeten invullen. Natuurlijk wil je zoveel mogelijk van je lezer weten, maar vraag dit dan later of op de bedankpagina.



Jouw e-mailadres...

Verzenden

Voor dames Voor heren

In de toekomst wil ik per e-mail op de hoogte worden gehouden van actuele trends, aanbiedingen en vouchers. Afmelden is op elk moment en gratis mogelijk.

*Hier gelden de Algemene vouchervoorwaarden. De voucher geldt niet in combinatie met andere kortingen, acties of vouchers.

Tip 3

Communiceer duidelijk de voordelen van inschrijven

Mensen schrijven zich alleen in als jouw nieuwsbrief waarde heeft. Schep een goede verwachting. Vertel daarom kort en bondig wat de voordelen zijn, hoe vaak zij de nieuwsbrief kunnen verwachten en waarom zij de nieuwsbrief niet mogen missen.

Wil je 10% korting* op je volgende bestelling?

Schrijf je in voor de Zalando-nieuwsbrief en krijg niet alleen 10% korting op je eerstvolgende bestelling, maar ontvang ook updates over sales, trends en outfitinspiratie.

Je e-mailadres

Damesmode Herenmode

Aanmelden

[Raadpleeg ons privacybeleid](#) voor meer informatie over hoe Zalando jouw gegevens verwerkt.

Voorwaarden kortingscode ▾

Tip 4

Geef een cadeautje weg

Voor wat, hoort wat. Een cadeautje in ruil voor een inschrijving is een mooie ruil. De betrokkenheid lijkt hiermee laag, maar kan door een waardevolle nieuwsbrief zeker toenemen. Als incentive kan je denken aan het weggeven van een white paper, eBook, kortingscode of gratis verzending.

Tip 5

Ga bloggen

Een goed blogartikel maakt hongerig naar meer informatie. Geef je lezers via de nieuwsbrief de mogelijkheid om nog meer waardevolle content te verkrijgen. Blogs worden bovendien goed op social media gedeeld, dus je vergroot tegelijk je bereik. Door in blogpagina een aanmeldformulier op te nemen, maak je optimaal gebruik van deze gratis media aandacht.

Tip 6

Plaats links in je blog

Iemand die jouw blog aandachtig leest, is geïnteresseerd in jouw content of organisatie. Door in de tekst een of meerdere klikbare links op te nemen naar het opt-in formulier, zorg je ervoor dat er extra conversies komen uit je blog.

Tip 7

Benut je e-mail handtekening

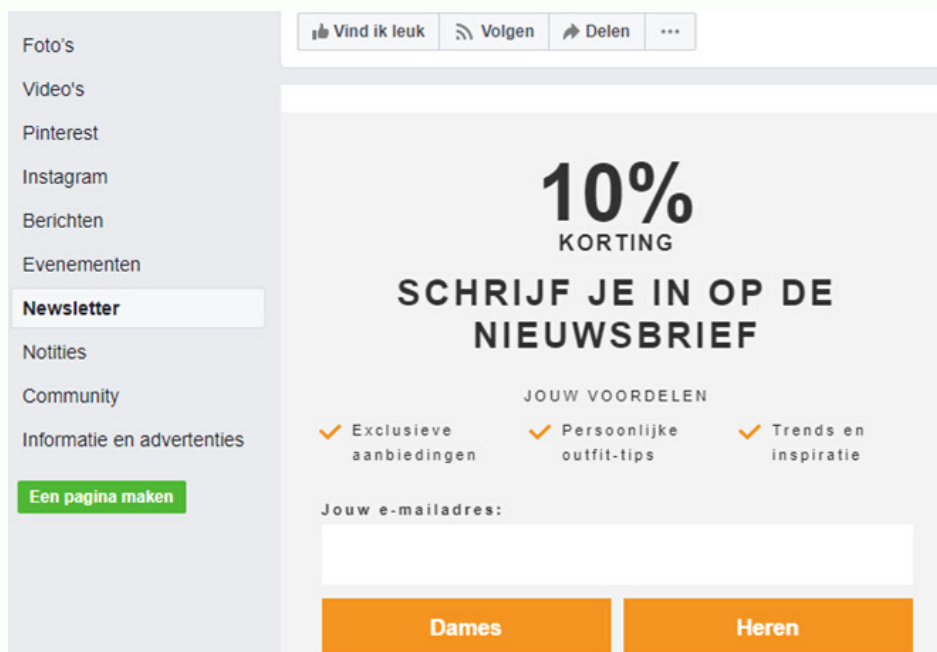
Weet je hoeveel e-mails een gemiddelde medewerker per dag verstuurt? Prima kans dus om in de dagelijkse e-mail communicatie de nieuwsbrief onder de aandacht te brengen. Als je alle medewerkers in hun e-mail handtekening een link laat opnemen naar het inschrijfformulier, dan zal dat gegarandeerd nieuwe aanmeldingen opleveren.

Tip 8

Zet Facebook in

Veel van jouw volgers op Facebook weten wellicht niet dat je ook een nieuwsbrief verstuurt. Door een aanmeldformulier te integreren, vergroot je de kans dat volgers zich ook aanmelden voor de nieuwsbrief. Op deze manier omcirkel je de klant en kan hij niet om je boodschap heen.

Uiteraard kun je er ook voor kiezen om via betaalde Facebook advertenties gericht doelgroepen te benaderen waarbij je hen uitnodigt de nieuwsbrief te volgen.



The image shows a Facebook post interface. On the left is a navigation menu with options: Foto's, Video's, Pinterest, Instagram, Berichten, Evenementen, Newsletter (highlighted), Notities, Community, and Informatie en advertenties. Below the menu is a green button labeled 'Een pagina maken'. The main content area shows a post with a grey background. At the top of the post are buttons for 'Vind ik leuk', 'Volgen', 'Delen', and a three-dot menu. The post content features a large '10% KORTING' headline, followed by 'SCHRIJF JE IN OP DE NIEUWSBRIEF'. Below this, it lists 'JOUW VOORDELEN' with three items: 'Exclusieve aanbiedingen', 'Persoonlijke outfit-tips', and 'Trends en inspiratie'. A text input field for 'Jouw e-mailadres:' is provided, with two orange buttons labeled 'Dames' and 'Heren' below it.

Tip 9

Gebruik het online winkelwagentje

De klant is immers nog in de 'winkel' en toont interesse in jouw bedrijf. Accepteer je online bestellingen, bied je klant dan tijdens het checkout proces aan om jouw bedrijf nog beter te leren kennen via de nieuwsbrief. Uiteraard kan je die keuze ook aanbieden tijdens het aanmaken van een klantaccount.

Je gegevens

Al een account bij Flinders? Klik [hier](#) om in te loggen en bestel nóg eenvoudiger.


Naam	<input type="radio"/> Dhr. <input type="radio"/> Mevr.
	<input type="text" value="Voornaam"/> <input type="text" value="Achternaam"/>
Contactgegevens	<input type="text" value="E-mailadres"/>
	<input type="text" value="Telefoon"/>
Adresgegevens	<input type="text" value="Postcode (1234 AB)"/> <input type="text" value="Huisnr."/> <input type="text" value="Toev."/>
	<input type="text" value="Nederland"/>
	+ Bedrijfsgegevens (optioneel)
Gratis Flinders Magazine	<input type="checkbox"/> Ja, ik wil het Flinders magazine en ontvang graag de nieuwsbrief (2x p/w)
Wijzig winkelwagen	<input type="button" value="Kies verzendwijze"/>

Tip 10

Geef de nieuwsbrief aandacht op de bedankpagina

Bedankpagina's worden goed gelezen en daarom is het slim je nieuwsbrief hier aandacht te geven. Een bezoeker toont immers al interesse in jouw organisatie en heeft een (contact)formulier ingevuld. De bedankpagina is vervolgens de pagina die hij niet kan missen.

BEDANKT VOOR JE AANKOOP



WANNEER HEB JE JE BESTELLING IN HUIS?
DINSDAG 2 FEBRUARI : 11:30 - 13:30

WAT GAAN WE NU VOOR JE DOEN?

- 1. JE KRIJGT EEN E-MAIL MET JE ORDERBEVESTIGING**
De e-mail komt zo binnen in je mailbox.
- 2. WE GAAN JE ARTIKEL EN OPZOEKEN EN INPAKKEN**
Zodra we je bestelling hebben ingepakt krijg je een mailtje met een track en trace code om je bestelling te volgen.
- 3. WE LEVEREN JE PAKKET AF OP**
dinsdag 2 februari via PostNL Pakket tussen 11:30 - 13:30 uur
Zonnebaan 45
3542 EB UTRECHT
Nederland

[AANMELDEN NIEUWSBRIEF](#) [AANMELDEN CLUB](#)

Tip 11

Overweeg het gebruik van pop-ups

Pop-ups kunnen als irritant worden ervaren, maar feit is wel dat dit een snelle en makkelijke manier is om je database flink te laten groeien. Onderzoek vooraf eerst hoe je doelgroep dit ervaart. Houd de pop-up kort en communiceer uiteraard duidelijk de voordelen van inschrijven. MailCamp zelf gebruikt de uitgebreide pop-up software van OptinMonster.



€5 korting

Wil je niks missen?

Schrijf je in voor de nieuwsbrief en profiteer direct van **€ 5,- korting** op je eerstvolgende bestelling

Vul je e-mailadres in

Schrijf mij nu in >

Ik ga hierbij akkoord met de voorwaarden

- ✓ Ontvang als eerste de laatste trends
- ✓ Krijg exclusief toegang tot kortingsacties
- ✓ Als eerste toegang tot SALE en nieuwe collecties

Tip 12

Bedenk prijsvragen op social media

Mensen zijn dol op spelletjes en willen graag iets winnen. Ze zijn bereid om daar een tegenprestatie voor te leveren, zoals een aanmelding voor een nieuwsbrief. Een prijsvraag kan redelijk snel georganiseerd worden en hoeft niet veel te kosten. Bovendien kan je in korte tijd veel mensen bereiken.

Tip 13

Archiveer nieuwsbrieven online

Het online archiveren van nieuwsbrieven heeft twee grote voordelen:

1. Iemand die zich wil abonneren op je nieuwsbrief krijgt een goede indruk van de kwaliteit van je nieuwsbrief.

2. Door je nieuwsbrief online te publiceren, kan deze geïndexeerd worden door zoekmachines zoals Google. Dit zorgt voor extra traffic naar je website. Hiermee vergroot je dus de kans dat nieuwe bezoekers zich ook voor de nieuwsbrief zullen aanmelden.

Tip 14

Optimaliseer je site voor zoekmachines

Hier geldt de wet van de grote getallen: hoe beter je website gevonden wordt in zoekmachines, des te meer kans dat nieuwe bezoekers zich zullen aanmelden. Je website beter vindbaar maken is sowieso altijd een goed idee.

Tip 15

Verzamel e-mailadressen met Google Ads (Adwords)

Weinig bedrijven gebruiken Google Ads om e-mailadressen te verzamelen. Feit blijft wel dat mensen via Google vaak op zoek zijn naar meer informatie. Via een Google Ads advertentie kan je op die informatie behoefte inspelen door eenvoudig een linkje naar de landingspagina met het inschrijfformulier toe te voegen.

Advertentie met betrekking tot **boek vandaag** ⓘ

boekvandaag.nl - Boek Vandaag

www.boekvandaag.nl/

★★★★★ 57 beoord. voor boekvandaag.nl

Top Accommodatie voor een Bodem Prijs. Elke Bestemming **boeken**. -50%

De aanbieding van vandaag - **Schrijf je in voor de Nieuwsbrief**

Tip 16

Adverteren op social media

Sociale media zijn een prima springplank naar meer bereik. Nadeel is echter wel dat je moet betalen voor dat bereik. Door gericht te adverteren onder specifieke doelgroepen (die het meest lijken op je beste klanten bijvoorbeeld), vergroot je de kans dat ook zij zich zullen inschrijven voor je nieuwsbrief.

Tip 17

Host een webinar

Webinars zijn een perfecte manier om je als expert op een bepaald gebied te profileren. De mensen die je aantrekt zijn nieuwsgierig en hebben al interesse! Om deel te nemen moeten zij zich natuurlijk wel eerst even aanmelden via een opt-in formulier. Hiermee heb je de ruimte om ze achteraf nog een e-mail te sturen.

Tip 18

Overweeg een joint promotion

Bekijk of je kan meeliften op het bereik van een partner (andersom is het voor die partner ook interessant om mee te liften op jouw bereik). Overweeg iets weg te geven (bijvoorbeeld een e-book) in ruil voor een e-mailadres. Zorg er in ieder geval voor dat jouw content waarde toevoegt voor de lezer.

Tip 19

Maak YouTube video's

Een van de tips die wij hoorden tijdens een lezing van Pim van der Feltz (CEO Google Nederland) tijdens de Webwinkel Vakdagen, is om in te zetten op video. Veel mensen gebruiken deze een na grootste zoekmachine om informatie te zoeken. Zorg dat ook jouw organisatie vertegenwoordig is op YouTube. Halverwege de video kan je een link plaatsen naar een e-book of andere give-away.

Tip 20

Promoot je nieuwsbrief via direct mailings of bestelingen

Maak je regelmatig gebruik van folders /flyers of andere print uitgaven, vergeet hierop dan niet aan te geven dat je ook een online nieuwsbrief hebt! De online nieuwsbrief is vele malen goedkoper en bovendien beter meetbaar dan een print campagne. Ook kan je overwegen een speciale flyer toe te voegen (bij een webshop bestelling bijvoorbeeld) en zo de voordelen van de digitale nieuwsbrief te communiceren. Vermeld hierop uiteraard wel duidelijk de url naar het inschrijfformulier. Door een fysiek inschrijfformulier mee te sturen met verstuurde producten, biedt je de klant nogmaals de gelegenheid zich aan te melden voor jouw nieuwsbrief. Een bijgesloten kortingscode zal zeker helpen.

Tip 21

Ieder contactmoment is een kans

Zorg ervoor dat iedere medewerker in jouw organisatie zich bewust is van het feit dat ieder contactmoment met prospects of klanten een e-mailadres kan opleveren. Haal dus het maximale uit een contactmoment.

Een medewerker die enthousiast de voordelen van de nieuwsbrief communiceert zal met gemak veel nieuwe aanmeldingen binnenhalen. NEE heb je, JA kan je krijgen :-)

Tip 22

Promoot je nieuwsbrief bij een presentatie of op een beurs

Of je nu als standhouder op een beurs staat en een tablet opengeklapt hebt om aanmeldingen te verzamelen of gewoon een ouderwetse stapel inschrijfformulieren klaar hebt liggen, evenementen zijn de plek om jouw doelgroep te ontmoeten. Een andere mogelijkheid is het verzamelen van visitekaartjes. Buiten het feit dat hier bijna altijd een persoonlijk e-mailadres op staat, is deze vaak voorzien van een aantal persoonsgegevens. Let wel: je mag deze mensen alleen mailen als zij jou een opt-in (toestemming) hebben gegeven! Ook de laatste slide van je presentatie is een goed moment om je nieuwsbrief nog even snel onder de aandacht te brengen.



Tip 23

De toonbank of kassa als inschrijfmachine

Smeed het ijzer als het heet is. De winkel is bij uitstek de plek om klanten die afrekenen te enthousiasmeren voor jouw nieuwsbrief. Aangezien zij net iets van je hebben gekocht en een positieve ervaring hebben, is de betrokkenheid bij je winkel groot. Je kunt voor aanmeldingen een tablet gebruiken of ouderwets kleine flyers naast je kassa leggen. Vervolgens kan je zelf (of jouw klanten) hun gegevens invullen.

BONUS: Tips voor het behouden van lezers

|

Tip 24

Bied relevante en waardevolle inhoud

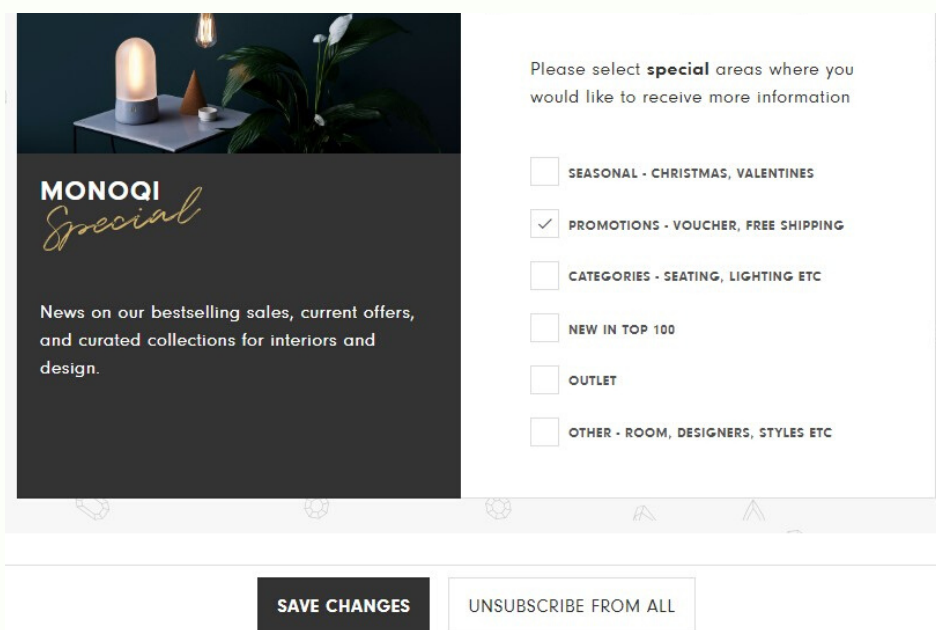
We kunnen het niet vaak genoeg herhalen: goede e-mail marketing begint met waardevolle inhoud.

Alleen dan zullen jouw lezers je nieuwsbrief willen blijven volgen. Houd de artikelen kort. Hierdoor kan de lezer makkelijk de e-mail 'screenen' en hoeft hij alleen de artikelen te lezen die hij interessant vindt. Door je mailinglijst op te splitsen in verschillende segmenten, kan je de inhoud personaliseren op basis van interesse. Omdat de content dan beter aansluit, zul je merken dat minder mensen zich zullen uitschrijven. Doen ze dat wel, biedt ze dan de mogelijkheid aan om de de nieuwsbrief minder vaak te ontvangen.

Tip 25

Laat lezers zelf hun voorkeuren beheren

Door onder in de footer van de nieuwsbrief de mogelijkheid te bieden om het profiel / voorkeuren te wijzigen, kunnen zij vervolgens zelf aanvinken welke nieuwsbrieven zij wel en niet willen ontvangen. Ook kan je in dit *preference center* de optie bieden om de frequentie aan te passen. Vaak schrijven mensen zich namelijk uit omdat ze te vaak je nieuwsbrief ontvangen. Geef lezers daarom meer keuze door de frequentie te verlagen. Grote kans dat zij bijvoorbeeld wel de maandelijkse nieuwsbrief willen ontvangen en niet meer de wekelijkse.



Please select **special** areas where you would like to receive more information

- SEASONAL - CHRISTMAS, VALENTINES
- PROMOTIONS - VOUCHER, FREE SHIPPING
- CATEGORIES - SEATING, LIGHTING ETC
- NEW IN TOP 100
- OUTLET
- OTHER - ROOM, DESIGNERS, STYLES ETC

SAVE CHANGES UNSUBSCRIBE FROM ALL

Tip 26

Koop geen adressen!

Het kopen van e-mailadressen lijkt een snelle manier om veel e-mailadressen te verzamelen. Toch raden wij je dit ten zeerste af. Ten eerste mag je in Nederland namelijk niet mailen als er geen opt-in (toestemming) is verleend. Ten tweede is het kopen van adressen een korte termijn visie die op termijn je verzendreputatie om zeep helpt. De kwaliteit van deze bestanden is vaak slecht, en de ontvangers zitten echt niet te wachten op verkoopmails van onbekenden. Het laatste dat je als e-mail marketeer wilt, is dat jouw e-mail aangemerkt worden als spam.

Bedankt

Heb je vragen of wil je meer weten over de prettige en betaalbare e-mailmarketing software van MailCamp, neem dan contact met ons op via info@mailcamp.nl of bezoek onze website www.mailcamp.nl. Hier delen we nog veel meer interessante content via ons blog.

Over MailCamp

MailCamp is de meest gebruiksvriendelijke en betaalbare e-mailmarketing software van Nederland. Naast prettige software in het Nederlands is MailCamp een lokale partner die jou met praktische ondersteuning en advies helpt jouw e-mailmarketing te verbeteren.