Automatiseringen

CRM · https://platformessentials.nl/doc/automatiseringen/

In dit artikel ontdek je hoe je automatiseringen kunt inrichten binnen jouw platform. Automatiseringen zijn een krachtig hulpmiddel om jouw platform in beweging te zetten, of het nu gaat om het beheren van nieuwe leads of het verwelkomen van klanten. De mogelijkheden zijn enorm, en het is belangrijk om vooraf goed na te denken over de structuur van jouw automatiseringen. Hoe kun je ze het beste vormgeven om jouw doelen te bereiken? Dit artikel biedt een duidelijke handleiding voor het opzetten van een eenvoudige lead-automatisering en een klant-automatisering, zodat je direct aan de slag kunt.

Embedded media: https://www.youtube.com/embed/8flu_wjWSgI?feature=oembed

De basis van automatiseringen

Automatiseringen helpen je om repetitieve taken te vereenvoudigen en processen efficiënter te maken. Of je nu leads wilt opvolgen of nieuwe klanten wilt onboarden, een goed ingerichte automatisering bespaart tijd en zorgt voor consistentie. In dit artikel leer je de basis om een automatisering op te zetten. We raden je aan om eerst een plan te maken: hoe wil je dat jouw klantreis eruitziet, en welke automatiseringen ondersteunen dat het beste? Door hierover na te denken, voorkom je een wirwar van processen en creëer je een logische structuur die past bij jouw platform.

Hieronder leggen we stap voor stap uit hoe je twee eenvoudige automatiseringen kunt opzetten: één voor nieuwe leads en één voor nieuwe klanten. Volg deze instructies om zelf aan de slag te gaan en jouw platform te optimaliseren.

Stappenplan: Een eenvoudige lead-automatisering opzetten

Een lead-automatisering helpt je om nieuwe contacten direct op te volgen en ze te introduceren bij jouw aanbod. Hieronder vind je de stappen om een automatisering te maken voor leads die een formulier invullen, bijvoorbeeld om een PDF te downloaden.

1. Log in op jouw platform, ga naar **CRM en e-mails** en selecteer **Automatiseringen**. Klik op **Nieuwe automatisering** om te beginnen.
2. Selecteer **Create from scratch** in plaats van een standaardtemplate, zodat je volledige controle hebt over de opzet.
3. **Stel de trigger in**: Kies als trigger **Formulierinzending** onder de categorie CRM. Dit betekent dat de automatisering start zodra iemand een formulier invult, bijvoorbeeld voor het downloaden van een PDF.
4. **Geef de automatisering een naam en beschrijving**: Geef een herkenbare naam, zoals "Leadformulier PDF", en voeg een duidelijke beschrijving toe, bijvoorbeeld "Automatisering voor nieuwe leads via PDF-formulier". Dit helpt je later om de automatisering terug te vinden.
5. Selecteer het specifieke formulier (bijvoorbeeld "Leadformulier PDF") en map velden zoals het e-mailadres, zodat het CRM de ingevulde gegevens correct interpreteert.
6. **Sta herhaalde deelname toe (optioneel)**: Schakel de optie uit die voorkomt dat mensen meerdere keren in de automatisering terechtkomen, als je wilt dat bestaande leads opnieuw kunnen deelnemen (bijvoorbeeld om de PDF nogmaals te downloaden).
7. Klik op het **plusje** en kies **Conditional Action**. Stel een voorwaarde in met de vraag "Is de lead al bekend?" en controleer of de persoon al in de leadslijst van het CRM staat.
8. **Richt paden in voor bekende en nieuwe leads**:
    - Voor **bekende leads**: Stuur een eenvoudige e-mail met als onderwerp "Hier nogmaals de PDF" en beëindig de funnel daarna.
    - Voor **nieuwe leads**: Stuur een e-mail met de PDF, voeg een vertraging van bijvoorbeeld **4 uur** toe (via **Wacht X aantal uren**), en start daarna een e-mailreeks om de lead kennis te laten maken met jouw producten of diensten.
9. **Publiceer de automatisering**: Als je tevreden bent, zet de status van **Draft** naar **Live** om de automatisering te activeren. Vink **Stats** aan om statistieken te bekijken over hoeveel mensen door de automatisering gaan.

Met deze stappen heb je een basisautomatisering voor leads opgezet. Nieuwe leads ontvangen je marketingboodschappen, terwijl bestaande leads niet onnodig opnieuw door een marketingreeks gaan. Dit zorgt voor een efficiënte opvolging.

Stappenplan: Een eenvoudige klant-automatisering opzetten

Een klant-automatisering is ideaal om nieuwe klanten te verwelkomen en ze te introduceren bij jouw aanbod of abonnement. Hieronder leggen we uit hoe je een automatisering opzet voor klanten die een abonnement activeren.

1. **Navigeer naar automatiseringen**: Ga opnieuw naar **CRM en e-mails** en selecteer **Automatiseringen**. Klik op **Nieuwe automatisering** om te starten.
2. **Kies voor een nieuwe opzet**: Selecteer **Create from scratch** om een op maat gemaakte automatisering te maken.
3. **Stel de trigger in**: Kies onder **WooCommerce** de trigger **Activatie van een abonnement**. Dit start de automatisering zodra iemand een abonnement activeert.
4. **Geef de automatisering een naam en beschrijving**: Geef een duidelijke naam, zoals "Nieuwe klant Bobclub", en een beschrijving, bijvoorbeeld "Automatisering voor nieuwe abonnees van de Bobclub". Voeg in de beschrijving hoofdlijnen toe over wat de automatisering doet, zodat je dit later snel terugvindt.
5. **Selecteer het specifieke abonnement**: Kies het abonnement dat je hebt ingericht, bijvoorbeeld "Bobclub". Schakel de optie uit die herhaalde deelname toestaat, zodat de automatisering niet opnieuw start als iemand het abonnement meerdere keren afsluit.
6. **Voeg acties toe**: Klik op het **plusje** om acties toe te voegen. Stel een wachttijd in van bijvoorbeeld **1 dag** (via **Wacht X aantal dagen**), zodat de klant even de tijd heeft na de activatie.
7. **Start een e-mailreeks**: Voeg een actie toe voor het instellen van een e-mailreeks (bijvoorbeeld 5 of 6 e-mails) om de klant te introduceren aan het abonnement, zoals de voordelen van de Bobclub.
8. **Beëindig de funnel**: Sluit de automatisering af na de e-mailreeks, zodat er geen verdere acties volgen.
9. **Publiceer de automatisering**: Zet de status van **Draft** naar **Live** om de automatisering actief te maken. Vink **Stats** aan om inzicht te krijgen in de resultaten.

Met deze klant-automatisering verwelkom je nieuwe abonnees op een gestructureerde manier. Een korte wachttijd en een gerichte e-mailreeks zorgen ervoor dat ze zich verbonden voelen met jouw aanbod zonder overweldigd te raken.

Samenvatting en tips

Automatiseringen zijn een essentieel onderdeel van een efficiënt platform. Met een **lead-automatisering** kun je nieuwe contacten direct opvolgen en bestaande leads gericht benaderen, terwijl een **klant-automatisering** helpt om abonnees te onboarden met een persoonlijke e-mailreeks. Denk goed na over de structuur van jouw automatiseringen en hoe ze passen in de bredere klantreis. Maak gebruik van duidelijke namen en beschrijvingen om overzicht te houden, en publiceer pas als je zeker weet dat de flow klopt. Heb je hulp nodig bij het opzetten van complexere automatiseringen? Neem dan contact op via de supportportal van jouw platform. Succes met het inrichten van jouw automatiseringen!