E-mailreeksen

CRM · https://platformessentials.nl/doc/e-mailreeksen/

E-mailreeksen zijn een krachtig instrument om een groter, waardevol verhaal te vertellen aan je leads en klanten. Of het nu gaat om een lead die een PDF heeft gedownload of een nieuwe klant die aan een cursus begint, met een e-mailreeks kun je op het juiste moment de juiste informatie sturen. In dit artikel leer je hoe je een e-mailreeks voor leads opzet en deze automatisch stopt zodra de lead een klant wordt, allemaal met behulp van automatiseringen.

Embedded media: https://www.youtube.com/embed/DNouR6n1bqk?feature=oembed

Wat zijn e-mailreeksen?

Een e-mailreeks is een serie van vooraf geschreven e-mails die automatisch worden verzonden naar een contactpersoon. Deze e-mails worden verstuurd met een specifieke vertraging ertussen, bijvoorbeeld een paar uur of dagen. Het doel is om een contactpersoon stapsgewijs te informeren, te overtuigen of te begeleiden zonder dat je elke e-mail handmatig hoeft te sturen. Dit is ideaal voor het opwarmen van leads, het onboarden van nieuwe klanten of het delen van een uitgebreid verhaal.

Hoe gebruik je e-mailreeksen met automatiseringen?

Automatiseringen zijn de motor achter je e-mailreeksen. Ze geven je de volledige controle over wanneer een reeks start en, nog belangrijker, wanneer deze stopt.

- **Starten:** Een automatisering kan een e-mailreeks starten op basis van een trigger, zoals het invullen van een formulier of het downloaden van een bestand.
- **Stoppen:** Een andere automatisering kan dezelfde e-mailreeks stopzetten wanneer een contactpersoon een bepaalde actie onderneemt, zoals het doen van een aankoop.

Dit zorgt ervoor dat je communicatie altijd relevant blijft. Een lead die net klant is geworden, hoeft geen marketingmails meer te ontvangen die hem proberen te overtuigen om te kopen.

Stappenplan: Een e-mailreeks voor leads maken en automatisch stoppen

Volg deze stappen om een e-mailreeks te bouwen die leads informeert en automatisch stopt na een aankoop.

1. Maak een nieuwe e-mailreeks aan

1. Navigeer naar **CRM & E-mails** en kies voor **E-mailreeksen**.
2. Klik op de knop om een nieuwe reeks aan te maken.
3. Geef de reeks een duidelijke naam, bijvoorbeeld "E-mailreeks voor nieuwe leads (L1)".

2. Voeg de eerste e-mail toe

1. Creëer je eerste e-mail. Schrijf een pakkend **onderwerp** en een **preheader** (het korte tekstfragment dat in de inbox na het onderwerp zichtbaar is) om de ontvanger te verleiden de e-mail te openen.
2. Zet de **vertraging (delay)** op **nul**. Hierdoor wordt de e-mail direct verzonden zodra de automatisering de reeks start.
3. Gebruik een **template** om snel een professioneel en consistent design te hebben. Pas de inhoud aan met jouw tekst, afbeeldingen en knoppen.
4. Sla de e-mail op en ga terug naar het overzicht van de reeks.

3. Voeg vervolg-e-mails toe

1. Voeg een tweede e-mail toe aan de reeks.
2. Stel nu wel een **vertraging** in, bijvoorbeeld `1 dag`.
3. Bepaal een **tijdspanne** (bijv. tussen 10:00 en 16:00 uur) en specifieke **verzenddagen** (bijv. alleen op werkdagen). Het systeem wacht dan na de vertraging van 1 dag tot het juiste moment is aangebroken om de e-mail te versturen, wat de kans op opening verhoogt.
4. Pas de inhoud aan en sla de e-mail op. Herhaal dit voor alle e-mails die je aan de reeks wilt toevoegen.

4. Maak de automatisering om de reeks te stoppen

De sleutel tot dit proces is een automatisering die reageert op een aankoop.

1. Ga naar **Automatiseringen** en maak een nieuwe automatisering aan (of bewerk een bestaande voor nieuwe klanten).

2. Stel de **trigger** in. Dit is de actie die de automatisering start. Een goed voorbeeld is de **activatie van een abonnement** of een specifieke aankoop.
3. Voeg een **actie** toe aan de automatisering. Kies voor **"Annuleer de e-mailreeks"**.
4. Selecteer de e-mailreeks die je wilt stoppen (in dit voorbeeld: "E-mailreeks voor nieuwe leads (L1)").
5. Sla de actie op.

Nu zal, zodra een lead een aankoop doet, deze automatisering ervoor zorgen dat de marketing-e-mailreeks voor die specifieke persoon onmiddellijk stopt. Je kunt in dezelfde automatisering zelfs een nieuwe e-mailreeks starten die gericht is op het onboarden van nieuwe klanten. Zo zorg je voor een naadloze en relevante klantervaring.