

E-mailmarketing checklist



Ron Scheerder

E-MAILMARKETING CHECKLIST

Vink elk van deze af, en je kunt met een gerust hart op 'verzenden' klikken

SECTIE 1 - KEN JE DOELGROEP

- Bepaal wat het doel is van je e-mail. Wat wil je dat de lezers weten of doen?
- Identificeer welke doelgroep voordeel haalt uit jouw boodschap, en belangrijker, wie niet.
- Als je voorheen een ander e-mailprogramma gebruikte, zorg ervoor dat je de opt-out als zodanig hebt gemarkeerd.
- Segmenteer je lijst, indien nodig. Segmentatie zorgt voor betere conversie.

SECTIE 2 - E-MAIL CONTENT EN DESIGN

- Gebruik een eenvoudige layout, met 1 kolom, veel witruimte en net voldoende informatie om je boodschap over te brengen.
- Check of de content van je mailing relevant is voor jouw doelgroep. Als je denkt dat ze er niets om geven, verstuur het dan niet.
- Zorg dat de mail op mobiel goed leesbaar is. De meeste mails worden geopend op een mobiel apparaat. Fontgrootte dus 16+.
- Grote klikbare knoppen werken beter dan tekst links. Gebruik dus knoppen voor je Call to Action. Gebruik de mogelijkheid om de e-mail persoonlijk te maken, d.m.v. personalisatie tags

SECTIE 3 - INBOX SCHERM CHECK

- Is jouw afzender naam en e-mailadres duidelijk voor de ontvanger.
- Zorg dat je een geldig reply e-mailadres gebruikt waarop je replies wilt en kunt ontvangen
- Houdt titel van de e-mail kort (40-50 karakters). Mobiel toont vaak een beperkt aantal karakters.
- Pas de pre-header tekst aan. Zorg dat deze tekst waardevol is voor de lezer.

SECTIE 4 - LAATSTE CHECK

- Voordat je gaat versturen, stuur een testmail naar jezelf om te checken of alles er goed uitziet. Check ook op mobiel
- Check grammatica en spelling en vraag iemand anders ook om te checken
- Test elke link om zeker te zijn dat alles goed werkt
- Check of afbeeldingen met links goed werken.