

Tien nieuwsbrieven om top of mind te blijven

24-11-2014 00:00

Door Suzanne Geurts

Bron: EtailTrends 3

Alle details binnen e-mailmarketing moeten kloppen, vindt e-commerce manager Pieter-Jan Schutte van Suitable. Bovendien is het volgens hem dé manier om top of mind te blijven bij klanten. De herenmoderetailer haalt een kwart van zijn onlineomzet uit deze vorm van marketing. "Gebruik één boodschap per nieuwsbrief, dat werkt het beste," adviseert Schutte. Suitable geeft tien nieuwsbrieven met verschillende invalshoeken uit.

1. Orderupdates. Updates over de pakketverzending en Track & Trace-gegevens.
2. Reguliere nieuwsbrief. Met nieuws over bijvoorbeeld nieuwe collecties. Eventueel gesegmenteerd op merk- en productvoorkeuren, gebaseerd op het aankoopprofiel.
3. Verlaten winkelwagentje. Klanten, met eigen account, ontvangen een uur na het bezoek aan de webwinkel een herinneringsmail dat ze tijdens het bestelproces zijn gestopt. Met achttien procent conversie is deze e-mailniewsbrief koploper.
4. Dagaanbiedingen. Hiervoor kunnen klanten zich via de pagina Suitableshop.nl/dagaanbiedingen inschrijven.
5. Aankoopevaluatie. Veertien dagen na de onlinebestelling kunnen klanten een beoordeling geven (maximaal vijf sterren en een open veld voor eigen mening), die realtime wordt doorgeplaatst naar Suitableshop.nl.
6. Update over nieuwe artikelen. Gebaseerd op het aankoopprofiel, bijvoorbeeld op product- en merkvoorkeur. Zoals polo's of juist items van McGregor.
7. Uitverkochte maat. De klant kan zich inschrijven voor een e-mailnotificatie als zijn maat weer voorradig is.
8. Verjaardagsfelicitering. Een vrolijke felicitatiemail met een cadeautje: een korting van vijf euro.
9. Tijd voor vervanging. Met deze e-mail experimenteert Suitable op dit moment. Heeft een klant, bijvoorbeeld, een jaar geleden een basic T-shirt gekocht? Dan krijgt hij de suggestie of dit item aan vervanging toe is. Let op, wees niet opdringerig en houd de toon luchtig, adviseert Pieter-Jan Schutte. "Zo geven we grappige tips dat je een oud T-shirt ook prima als poetsdoek of vlag kunt gebruiken."
10. Tell-a-friend. Een nieuwe campagne, die later dit jaar gelanceerd wordt. Via een speciale tell-a-friend-mailactie kun je als vaste klant nieuwe klanten aandragen, met voordeel voor beide partijen. Een extra graadmeter voor de Net Promotor Score (NPS).