

Copernica Summit

10-09-2015 08:32

Het programma van het Copernica Summit is compleet. Met meer cases en kwalitatief hoogstaande sprekers is het voor de Summit-bezoekers een nog lastigere opgave om een keuze te maken uit het beschikbare aanbod dan bij voorgaande edities. Onder andere Jordie van Rijn en Paul Midgen (oud-verantwoordelijke Hotmail.com) verzorgen dit jaar een keynote op het Summit. Ronnie Overgoor is dagvoorzitter.

Waar voorgaande jaren voornamelijk het marketingbureau een spreek sessie verzorgde, zijn het in veel gevallen de gebruikers zelf die aan het woord zijn. Neckermann-CEO Bob Nijk vertelt hoe zij lead marketing inzetten om het gedrag van klanten te analyseren en te waarderen. Op basis van deze gegevens zet zij klantgerichte acties op. Pim van Wetten, digital marketing bij OMRON, gaat in op hoe zij voor verschillende persona's een customer journey hebben ingericht en de (toekomstige) klant daarin begeleidt. David Hellendoorn, online marketing bij ANWB Golf, legt uit hoe ze succesvol geo-targeting inzetten om de e-mailcommunicatie nog relevanter te maken voor de ontvanger.

E-maildeliverability vaak onderschat

Grote publiekstrekker van het jaarlijkse e-mailmarketingevent is wellicht de keynote van Paul Midgen. Hij was verantwoordelijk voor de verwerking van alle inkomende mail bij Hotmail.com en gaat in op hoe ISP's dagelijks 204 miljard e-mails classificeren als relevant of als spam. Zijn sessie maakt deel uit van een speciale thema ochtend dat ingaat op e-maildeliverability.

E-maildeliverability, oftewel het succesvol afleveren van de e-mail bij de ontvanger, wordt door de e-mailmarketeer vaak onderschat of heeft niet de juiste kennis om dit succesvol in te richten. Zij zijn veelal gefocust op het verzenden van e-mails naar een zo groot mogelijke database en het behalen van zoveel mogelijk opens en kliks. Dat terwijl het niet blijvend optimaliseren van de deliverability negatieve gevolgen kan hebben: e-mails komen in de spambox terecht of komen in zijn geheel niet aan. Daarmee heeft het optimaliseren van de deliverability direct invloed op e-mailmarketingresultaten én de behaalde omzet uit het e-mailkanaal.

Zwerver succesvoller dan de e-mailmarketeer

Nederland's bekendste e-mailmarketingexpert Jordie van Rijn is een van de keynotesprekers van het middagprogramma. Hij laat zien dat de New Yorkse zwerver Cliff beter begrijpt hoe je je boodschap test dan de gemiddelde e-mailmarketeer. Hij frist de manieren van succesvol testen op en laat zien hoe je meer conversie behaalt uit e-mailmarketing.

Zakaria Amlal van Gracious Studios, genomineerd Copernica-Partner van het jaar, verzorgt een inspirerende keynote. Aan de hand van krachtige voorbeelden als Wijnvoordeel en Body & Fit licht hij toe hoe organisaties met iedere klant automatisch een-op-een relaties kunnen onderhouden. Thema's als marketing automation, big data en het verrijken van klantgegevens blijven niet ongemoeid.

Willem van der Steen van PI Marketing, genomineerd beste nieuwkomer van het jaar, sluit het Copernica Summit af en toont in sneltreinvaart krachtige voorbeelden van prestatiegericht e-mailmarketingcampagnes. Tijdens zijn sessie laat hij ook enkele gastsprekers aan het woord.

Met vijf tracks voor ieder wat wils

Het Summit-programma is zo samengesteld dat er vijf tracks zijn ontstaan van sessies die perfect op elkaar aansluiten. Kan je geen keuze maken uit een van de 15 sessies, laat je dan inspireren door een van deze tracks. De genoemde sessies zijn achter elkaar gepland:

- **Cases:** Omron, Neckermann, ANWB-golf
- **Marketing Automation:** 10 tips voor Marketing Automation, Optimaliseer je conversie met data-driven lead nurturing, Masterclass Marketing Automation in vijf stappen
- **Webwinkels:** Onvergetelijke shopervaringen met storytelling, Verdubbel je conversie door onbewuste beïnvloeding in de customer journey, e-mailmarketing voor producten in het hogere prijssegment
- **Geavanceerde e-mailmarketingtoepassingen:** Hoe valt jouw e-mail op tussen alle andere e-mails?, Bijzonder creatieve en ongebruikelijke Copernica-cases, klantbetrokkenheid vergroten met e-mailmarketing
- **Copernica-integraties:** Storymail, 250ok, Geo-targeting bij ANWB-golf

Het Copernica Summit wordt op 15 september voor de vijfde maal gehouden in het Media Plaza. Onder andere Gracious Studios, 250ok en PI Marketing maken het e-mailmarketingevent mogelijk. [Klik hier voor meer informatie en aanmelding.](#)