

5 QUICK WINS

om met jouw mail op te vallen
in een drukke inbox

Dit jaar bestaat de e-mail alweer 50 jaar. De allereerste mail werd in 1971 verstuurd door Ray Tomlinson met de onleesbare tekst 'QWERTYUIOP'. Inmiddels is de e-mail niet meer uit onze marketing- en communicatiestrategie weg te denken. We mailen volop, zowel zakelijk als privé. Met een drukke inbox tot gevolg. Des te belangrijker om op te vallen dus. Daarom hebben wij een vijftal eenvoudig implementeerbare Quickwins voor je verzameld die jou daarbij gaan helpen. Zo zullen onderwijsprofessionals jouw mail niet snel over het hoofd zien.

1

Een persoonlijke e-mail valt op

We verwachten van bedrijven in de onderwijsbranche dat ze ons als klant kennen. En dat ze dus alleen informatie met ons delen die past bij onze individuele wensen en behoeften. Stel daarom je onderwerpregel zo samen dat een onderwijsprofessional zich direct persoonlijk aangesproken voelt. Denk bijvoorbeeld aan een onderwerpregel op basis van functie, zoals 'Dit lesmateriaal is interessant voor jou als wiskundedocent'. En beschik je over voor- en/of achternamen? Begin of eindig de onderwerpregel met deze gegevens, dat maakt zo'n informatieve mail een stuk persoonlijker. Dat valt gegarandeerd op in zo'n drukke inbox.

2

Een persoonlijke afzender spreekt meer aan

Naast een persoonlijke onderwerpregel kun je ook testen met het toevoegen van een persoonlijke afzender. Een e-mail verzonden door 'Anita van Lesmateriaal op maat' zal meer aanspreken en opvallen dan een e-mail verzonden door 'Lesmateriaal op maat'. En als Anita de mailing verstuurt, is het ook goed om de mail af te sluiten met haar naam en bijvoorbeeld haar foto. Zo weten onderwijsprofessionals wie Anita is die bij Lesmateriaal op maat werkt. Dit zorgt voor herkenning in volgende e-mails.

3

Stel een vraag

Een vragende onderwerpregel speelt in op de menselijke behoefte ergens bij te horen. Hierdoor geef je mensen namelijk het idee dat ze niet de enige zijn met een bepaalde vraag of specifiek probleem. Dit zal hen aan het denken zetten, wat maakt dat jouw mail opvalt. Zorg er wel voor dat je jouw vraag afstemt op de functie, taak, wensen of behoeften van de onderwijsprofessional. Zo houd je het onderwerp relevant en zal de mailing eerder het gewenste resultaat behalen.

4

De wet van schaarste

De urgentie om een product te kopen of een dienst af te sluiten neemt sterk toe wanneer iets tijdelijk of in beperkte oplage beschikbaar is. In sommige gevallen kan het zelfs als een overwinning voelen als het product of de dienst daadwerkelijk wordt aangeschaft. Voorbeelden van onderwerpregels die hierop inspelen zijn: 'Je hebt nog 5 dagen om je korting te verzilveren voor het lespakket' of 'Er zijn nog maar 2 plaatsen vrij voor de cursus Leidinggeven als schoolleider, meld je nu aan!'. Pas hierbij wel op dat dit niet een trucje wordt. Zo zorg je ervoor dat wat je aanbiedt geloofwaardig blijft.

5

Gebruik emoticons

Ze zijn krachtig, kleurrijk en springen gelijk in het oog als je ze in je onderwerpregel gebruikt: emoticons. Ze onderbreken vaak de lange lijst aan ongelezen mails op een vriendelijke manier en dat valt op. Maar pas op: gebruik er niet te veel, gebruik ze niet te vaak en alleen als het past bij jouw aanbieding, product, dienst of manier van communiceren.

Ontdek wat voor jou werkt

Bovenstaande tips kunnen je een goede stap op weg helpen om op te vallen in een volle mailbox met jouw onderwijsproduct of -dienst. Er is helaas geen gouden regel of formule die voor iedereen werkt, e-mailmarketing is geheel organisatie- en bedrijfsafhankelijk. Het hangt vaak af van verschillende factoren zoals doelgroep, timing en jouw product of dienst.

Begin met het toepassen van één tip en test een aantal keer hoe jouw ontvangers hierop reageren. Zie je geen verschil in de resultaten of vallen ze tegen? Pas dan een andere tip toe. Op deze manier kom je erachter wat voor jou echt werkt.

Vragen? Wij helpen je graag

Heb je na het lezen van deze Quickwins nog vragen of wil je advies over hoe je jouw e-mails kunt verbeteren voor een nog beter resultaat? Neem dan vrijblijvend contact op met onze online marketeer Elise de Jong. Zij helpt je graag verder.



Elise de Jong

✉ edejong@edg.nl