

MAAK CONTACT, SCHEP EEN BAND!

Tips voor het opstellen van e-nieuwsbrieven

De inbox van uw klant wordt vrijwel dagelijks overstelpt met elektronische nieuwsbrieven. Het is daarom zinvol om te onderzoeken of die van u wel goed door uw klanten wordt ontvangen. ICEmail eronderzocht de eigen mailbox in februari. De Postbank en Conrad Electronics presteerden op het gebruikelijke, hoge niveau - deze e-mailcases zijn beschreven op www.icemailer.nl/nl/case.html. Maar er zat ook kaf tussen het koren, bijvoorbeeld de e-mailniewsbrief van Ofix. Wat ging daar mis?

ICemailer beoordeelt e-nieuwsbrieven op inhoudelijke aspecten: is de nieuwsbrief aantrekkelijk, is de nieuwsbrief voor mij informatief en is de nieuwsbrief voldoende persoonlijk. Die van Ofix scoort als volgt.

Aantrekkelijk?

Een lage score; er is als afzender minimale aandacht besteed aan de lay-out. Zelfs iets eenvoudigs als het logo ontbreekt. Kortom, in een overvolle inbox valt deze nieuwsbrief niet goed.

Tip! Zorg dat uw nieuwsbrief wél opvalt. Met een korte en pakkende onderwerpregel wordt u opgemerkt. Herhaal de onderwerpregel in de nieuwsbrief en geef de nieuwsbrief een duidelijk eigen gezicht.

Persoonlijk?

Nee, de afzender is noreply@ofix.nl. Geen naam, geen persoon, geen ondertekening... als ontvanger weet je niet wie jou deze nieuwsbrief stuurt. En reageren wordt blijkbaar niet op prijs gesteld: no-reply! Het is ook niet duidelijk wie deze

winkelier is. Waar zijn ze gevestigd? Wat is hun business? Behalve dat dergelijke anonimiteit geen band schept met de klant, levert het ook nog een hoge spam-score op (verderop meer daarover).

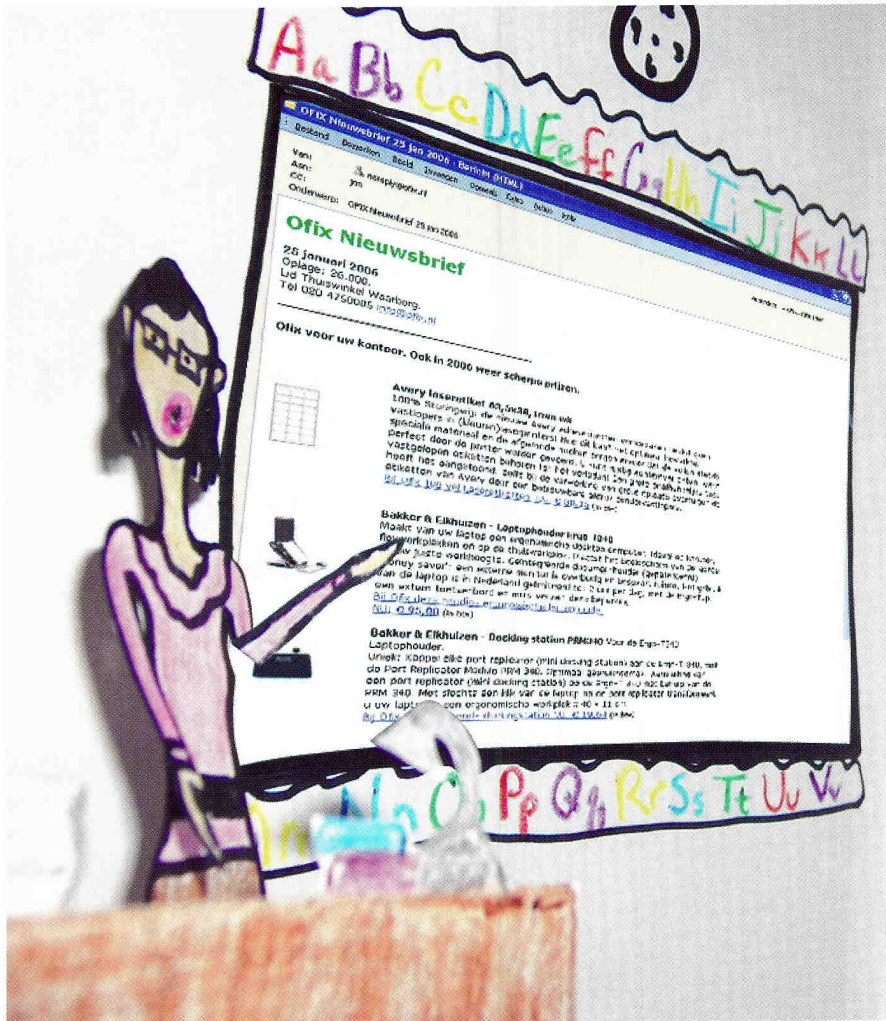
Tip! Open uw nieuwsbrief met een persoonlijk woord. Vermeld uw naam als afzender en laat de klant weten waarom juist hij deze nieuwsbrief ontvangt. Kortom, maak contact, schep een band!

Informatief?

Hier wordt de lat hoog gelegd: als ontvanger wil ik aanbiedingen ontvangen die voor mij interessant zijn. En toevallig heb ik geen belangstelling voor Laseretiketten nummer 63. Ofix zal toch voldoende klant- en orderinformatie hebben om me een gerichte aanbieding te kunnen doen?

Lessen

Door een goede databaseselectie kunt u uw doelgroep effectiever bereiken. Stuur bijvoorbeeld een mailing naar alle klanten die vorig jaar voor meer dan 100.000 euro hebben omgezet:



'Dagje zeilen?' Of aan iedereen die de afgelopen maand een laserprinter heeft gekocht: 'Uw HP Toner op? Wij hebben nog genoeg...'. Of aan klanten in postcodegebied 3500: 'Om de hoek zakendoen? Wij zijn uw nieuwe bureu.'

Trekt de Ofix-nieuwsbrief wel voldoende bezoekers naar de site? Hoogstwaarschijnlijk niet; alleen als de ontvanger belangstelling heeft voor één van de getoonde producten zal hij doorklikken. Maar er zijn waarschijnlijk veel meer redenen om die site te bezoeken. Gebruik die dan ook in de nieuwsbrief!

Maar er is nog iets anders met de Ofix-nieuwsbrief aan de hand. De provider van ICEmail (XS4ALL) filtert alle binnenkomende mail via een spam-filter. Dat filter onderzoekt de binnenkomende mail op een aantal mogelijke spam-kenmerken. Sommige kenmerken ('Viagra', 'Sex', 'Free Drugs') leveren een hoge score op, andere een lage. En als de som van deze scores boven een drempelwaarde komt, wordt het mailtje als 'spam' gekenmerkt. Bijzonder is dat ook volledig onschuldige kenmerken kunnen bijdragen aan een hogere spam-score. Bijvoorbeeld als het mailtje een hyperlink bevat die naar een

Clicks:
<http://systems.cs.uoregon.edu/Solaris/spamassassin.php>
<http://www.icemailer.nl/case.html>

.biz-domein linkt. Of als het mailtje een unsubscribe-tekst bevat. (Een overzicht van spam-kenmerken is te vinden op: <http://systems.cs.uoregon.edu/Solaris/spamassassin.php>.)

Bij het Ofix-mailtje blijkt de spam-score behoorlijk hoog: 3.846. ICEmail testte de Ofix-nieuwsbrief vervolgens zelf, filterde de e-mailing en verstuurde die met het eigen mailsysteem. Dat leverde een veel lagere spam-score op: 0.487. Ter verduidelijking: bij een score vanaf 5 verzenden providers de mail niet. Er zijn partijen die dat al vanaf 3 hanteren (maar in Nederland wordt 5 gebruikt).

Waar wordt de hoge spam-score door veroorzaakt?

- De afzender ontbreekt! Het gebruik van no-reply is niet alleen onpersoonlijk, maar het geeft ook een hoge spam-score. Het spam-filter van XS4ALL meldt: 'NO_REAL_NAME'.
- Het mailtje bevat een koppeling naar een .biz-domein. Op zich onschuldig, maar voor XS4ALL toch reden om een tikkeltje wantrouwend te worden. Melding: 'BIZ_TLD'.
- Het mailtje bevat kenmerken die door Microsoft Word of Frontpage zijn ingevoegd. Blijkbaar maken spammers meer dan gemiddeld gebruik van Microsoft-gereedschap. In de Ofix-mail staat de html-code 'TBODY'; die is inderdaad van Microsoft afkomstig.

Conclusie

Spam-filters van providers kunnen de resultaten van uw mailing behoorlijk frustreren. Daarom is het zinvol om te onderzoeken of uw mailing goed wordt ontvangen. Let wel: sommige providers zijn kritischer dan andere. Laat u uw mailings door een extern bureau verzorgen? Of gebruikt u een ASP-dienst om uw mailings te versturen? Controleer dan regelmatig de ontvangst en de spam-score. Is de openratio (het aantal ontvangers dat uw mailing opent) laag, dan sneuvelt een groot deel van de mailing mogelijk in een spam-filter. Van uw ASP mag u natuurlijk verwachten dat zij dit actief bewaken.

Tip! Neem een goedkoop e-mailabonnement bij een paar grote providers en voeg deze adressen toe aan uw mailinglijst. Dan kunt u zelf controleren of uw mailing wel door de meest gangbare spam-filters heen komt. ICEmail test bijvoorbeeld met Tiscali (BrightMail) en XS4ALL (SpamAssassin). Kosten? Slechts een paar tientjes per jaar.

Jon Petersen is directeur van e-mailmarketingprovider ICEmail