

HOE VERDIEN JE MEER MET JE WEBSHOP?

Meer omzet met e-mail marketing automation



INTRODUCTIE

Webshops hebben één belangrijk doel: omzet. Om die omzet te genereren, is traffic naar je webshop noodzakelijk. Hiervoor kun je je richten op veel verschillende online kanalen: direct verkeer, paid search, organische zoekresultaten en e-mail. En over die laatste gaat dit white paper.

Elke webshopeigenaar ziet zijn omzet stijgen als hij zijn e-mail marketing op orde heeft. Op de vraag hoe je dat doet, geeft dit white paper een antwoord.

Zo is het belangrijk dat je de juiste integraties op orde hebt, dat je automatische e-mailcampagnes zijn ingericht, dat je transactionele e-mails geen 'moetjes' zijn en dat je nadenkt over e-mail als onderdeel van uitgebreidere multichannelcampagnes. Om het op te sommen:

1. Zorg voor een store sync met e-mail
2. Vergeet je transactionele e-mails niet
3. Bouw een band op met je webshopklanten
4. Denk na over een Customer Data Platform

Veel leesplezier!
Spotler

Spotler Group: de online specialist voor webshops

De Spotler Group is sterk vertegenwoordigd in de e-commerce.

Software

Spotler, Flowmailer en Squeezely zijn als zelfstandige bedrijven onderdeel van de Spotler Group. De nauwe band tussen Spotler en onze zusterbedrijven, maakt dat wij nagenoeg op al je online marketingvragen een antwoord hebben.

Al je e-mail marketing automation regel je met Spotler, je transactionele e-mails worden foutloos en op tijd afgeleverd door Flowmailer. En met Squeezely kun je alle kanalen combineren op één Customer Data Platform.

Onderzoek

Maar wij leveren niet alleen software. Spotler is ook direct betrokken bij de belangrijkste onderzoeken binnen de e-commerce. Zo zitten wij jaarlijks een expertgroep voor van ShoppingTomorrow.

E-learning

En via Thuiswinkel.org - de branchevereniging voor de e-com - kun je je bekwamen in de e-mail marketing speciaal voor webshops. En je doet dat met een e-learning die Spotler heeft ontwikkeld.

1

ZORG VOOR EEN STORE SYNC MET E-MAIL

Spotler heeft voor webshopeigenaren een speciaal voor hen ontwikkelde e-mail marketingtool: Spotler eCommerce. Deze tool is alleen te gebruiken als je een koppeling realiseert met je webshop. En dat is niet voor niets. E-mail marketing en e-commerce horen nu eenmaal bij elkaar. Of anders: wil je meer conversie uit je webshop halen, zorg dan voor een store sync met e-mail.

Een koppeling tussen je webshopsysteem en e-mail levert veel op. De belangrijkste voordelen:

- Synchronisatie van contactgegevens
- Synchronisatie van producten en orders
- Triggeren van campagnes
- Ophalen van rapportages

Synchronisatie van gegevens, producten en orders

Hoe mooi is het als je contactgegevens uit je webshop kunt opnemen in je mailings? Doordat persoonlijke gegevens vanuit je webshop worden gesynchroniseerd met je e-mail marketingsoftware kun je die gegevens gebruiken in je mailings. Denk niet alleen aan personalia, maar ook aan informatie over de orderhistorie en het koopgedrag van je contacten. En dat is ook precies wat je van zo'n koppeling verwacht. Je wilt immers producten uit je webshop kunnen toevoegen aan je mailings en dat deze producten direct goed in je mailings getoond worden.

Waarom is een store sync goed voor je omzet?

Een koppeling geeft meer inzicht in het gedrag van je contactdatabase. Stuur je hierop dan leidt dat tot betere e-mailratio's, meer conversie en meer betrokken klanten.

Bewijs daarvoor wordt geleverd door de hoge ROI van e-mail. Het bekende Litmus doet hier veel onderzoek naar. De ROI van e-mail schommelt rond de 1 op 35. Dat betekent dat voor elke euro die je investeert een rendement mogelijk is van 35 euro. Voorwaarde is wel dat je je e-mail marketing automation goed inricht.

Ook consumenten geven aan dat ze graag mailings ontvangen van webshops. In het Nationaal E-mail Onderzoek 2021 geeft gemiddeld 53% van de Nederlanders aan dat e-mail zelfs het voorkeurskanaal is voor de ontvangst van reclameboodschappen.

Kortom:

Profiteer van de kracht van e-mail en realiseer een koppeling met je webshop.

En gebruik je Spotler dan zorgt een koppeling ervoor dat automatisch de productlink, de productafbeeldingen, de productteksten en de prijs in de juiste opmaak worden meegenomen in het template van je mailings. Je hebt er geen omkijken meer naar.

Triggeren van campagnes

Wat een koppeling verder mogelijk maakt, is het triggeren van campagnes. Ook dit hebben webshopeigenaren op hun wensenlijstje staan. Een store sync maakt het mogelijk om automatisch verlaten-winkelwagencampagnes, win-backcampagnes, verjaardagscampagnes en welkomstcampagnes te triggeren. Daarnaast worden – zeker als je Spotler gebruikt – de geplaatste orders gesynchroniseerd. Je kunt zo duidelijke doelgroepselecties maken op basis van de orderhistorie van klanten. Dit maakt de weg vrij om zeer krachtige gesegmenteerde mailings te versturen.

Ophalen van rapportages

En je wilt natuurlijk de respons op uitgestuurde formulieren terugzien, de mailhistorie van contacten of de algemene mailingstatistieken. Ook dit is allemaal mogelijk met een koppeling.

Verlaten winkelwagen van Cavallaro Napoli: met een store sync tussen je webshop en je e-mail marketing, kun je klanten op de hoogte brengen van achtergelaten producten in hun online winkelwagen. Volgens een onderzoek van [SaleCycle](#) rondt 28,04% van de klanten alsnog de bestelling af vanuit een verlaten-winkelwagenmail. Zelfs als dat voor jouw business uitkomt op een lager percentage, dan blijft zo'n mail bijzonder goed renderen.

CAVALLARO
NAPOLI

MENWOMEN



Dear Philip,

Thank you for your visit to Cavallaro a few days ago. We would like to notify you have still some item(s) in your shopping cart. We've saved the products so you can finish your order at any moment. But don't wait too long, our stock is limited!

FINISH YOUR ORDER →



BALIANI LONG SLEEVE ROLL NECK DARK BLUE M

€ 59,95 € 39,95

FINISH YOUR ORDER →



Ordered before 21:30,
shipped same day



Free returns within
60 days



Free shipping for
logged-in members



Pay later with
Afterpay or Klarna

USEFUL LINKS

My account

Contact

Brandstores



Customize preferences | Unsubscribe

Hoe helpt Spotler met de store sync?

Spotler biedt standaardkoppelingen met alle bekende webshopssystemen: Magento, Lightspeed, PrestaShop, Shopify, Shopware, WooCommerce en nog vele andere. Daarnaast zijn koppelingen mogelijk met bijvoorbeeld Flowbox. Zo kun je User Generated Content toevoegen aan je mailings. Maar ook als je Lead Gen-formulieren wilt koppelen, dan zit je bij Spotler goed.

Een koppeling via Zapier

Met Zapier kun je eenvoudig data doorzetten van de ene partij naar de andere. Zapier ondersteunt veel verschillende databronnen. Denk aan: Facebook Lead Ads, LinkedIn Lead Gen Forms, TikTok Lead Generation, WPForms, Leadpages en Google Lead Forms. Behalve social media kun je via Zapier ook vele andere applicaties integreren. In feite staan er in de 'appstore' van Zapier 4000+ apps voor je klaar. Ook met Zapier heeft Spotler een koppeling gereed.

Staat je koppeling er niet bij?

Wil je koppelen met Spotler maar staat jouw koppeling er niet tussen? Laat het ons dan weten. We denken graag met je mee over een oplossing. Bel ons op +31 (0)88 – 103 09 00.



2

VERGEET JE TRANSACTIONELE E-MAILS NIET

Als je store sync met Spotler up & running is, ben je dan klaar? Voor het versturen van mooie marketingmails en het inrichten van geautomatiseerde e-mail marketingcampagnes zeker. Maar zoals elke webshopeigenaar weet, verstuur je ook veel transactionele mails. Denk aan orderbevestigingen, factuurmails, track-and-trace en afgeleverd-bij-de-buren. Voor een consistente merkbeleving is het belangrijk dat ook deze mails er goed uitzien.

Marketingmails zijn niet hetzelfde als transactionele mails. Zoals velen weten, heb je voor het versturen van marketingmails een opt-in nodig. Voor transactionele e-mails geldt dat niet.

Onder marketeers roept dit vaak de vraag op wat er qua marketing mogelijk is met transactionele e-mails. Zolang je definitie van marketing niet hetzelfde is als die van commercie, dan is er best veel mogelijk. Om het op te sommen:

- Voer je eigen huisstijl door
- Zoek naar mogelijkheden om de dialoog gaande te houden
- Weet dat beperkte cross-sell mogelijk is
- Zorg voor personalisatie

Waarom is aandacht voor je transactionele e-mails belangrijk?

Een transactionele e-mail moet de inbox bereiken van de ontvanger. Een voorbeeld: als online bestelde tickets niet in de inbox terechtkomen, dan ontstaan er bedrijfsproblemen die je echt wilt voorkomen. Denk aan: boze klanten, gefrustreerde helpdeskmedewerkers, slechte reputatie etc.

De software waarmee je transactionele e-mails verzendt, moet van een leverancier zijn met een uitmuntende e-mailreputatie. Zo komen je transactionele e-mails niet in de spambox terecht. Daarnaast moeten alle beveiligingstechnieken rondom e-mail op orde zijn.

Belangrijk voor je marketing

Als je transactionele e-mails niet op orde zijn, dan compenseer je dat niet met je marketing. Stel dat je als klant nog wacht op een orderbevestiging, dan valt een marketingmail met een mooie instructievideo 'van hoe het product te gebruiken' volledig in het water. Je wilt immers eerst weten of je bestelling goed verwerkt is en wat de vervolgstappen zijn in het bestelproces.

Voer je eigen huisstijl door

Het onderscheid tussen transactionele e-mails en marketingmails is voor organisaties belangrijk om in de gaten te houden, maar voor veel consumenten is een e-mail – in welke vorm dan ook – een elektronische bericht. Voor een consistente merkbeleving is het mooi als ook een factuurmail is opgemaakt met het logo, de huisstijlkleuren en het lettertype van je organisatie. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van je transactionele e-mails.

Zoek naar mogelijkheden om de dialoog gaande te houden

In een orderbevestiging kun je een link opnemen naar een online omgeving waarin de klant zijn bestelde producten kan nalezen, wijzigen e.d. Vaak wordt gedacht dat zo'n link de enige link is die is toegestaan in een transactionele e-mail. Dat is niet het geval. Je kunt in een transactionele e-mail prima een footer opnemen met links naar je website, je openingstijden en je adresgegevens.

En het is prima als je bij een bevestiging van bijvoorbeeld gekochte herenschoenen een link opneemt naar 'meer mannenmode'. Zolang je van je orderbevestiging geen online reclamefolder maakt, dan mag je de dialoog gaande houden met klanten door ze te wijzen op andere onderdelen van je productenaanbod.

Weet dat beperkte cross-sell mogelijk is

Een transactionele e-mail hoeft dus niet uitsluitend informatief te zijn. Enige commercie is toegestaan. Spotler is als zelfstandige E-mail Service Provider (ESP) onderdeel van de Spotler Group. Via Spotler kun je geen transactionele e-mails verzenden, maar via onze zusterbedrijf Flowmailer – ook onderdeel van de Spotler Group – wel.

En Flowmailer hanteert de 80/20-regel. Dit betekent dat 80% van je transactionele e-mail moet passen bij de transactie en dat je 20% van je transactionele e-mail mag inzetten voor commerciële uitingen. Een kleine rubriek met 'Misschien ook interessant' of 'Anderen kochten ook' is toegestaan.

Zorg voor personalisatie

Natuurlijk hoef je niet op te schrijven *Beste klant* als je weet dat het Beste mevrouw Van Hulten is. Voor het toepassen van personalisatietechnieken geldt de 80/20-regel niet. En gelukkig maar. Personalisatie is immers kenmerkend voor een goede transactionele e-mail. Bij een orderbevestiging wil je immers een overzicht van de door *jou* gekochte artikelen, met *jouw* afleveradres en *jouw* betaalstatus.

Transactionele e-mail van vervoerder DPD: gepersonaliseerd, voldoende doorkliks om de dialoog gaande te houden, volledig opgemaakt in de eigen huisstijl inclusief een contentblok met 'Geef je beoordeling' met de kans op een VVV Cadeaubon. Zo'n vorm van commercie is prima in een transactionele e-mail.



Je pakket is bezorgd.

Beste heer/mevrouw Tom Blijleven,

Goed nieuws! Je pakket van Dealtraders BV is zojuist [bezorgd](#).

We zijn erg benieuwd naar je ervaring met onze service, zodat we deze verder kunnen verbeteren.

Met jouw beoordeling:

- help je andere ontvangers aan een betere beleving.
- Maak je kans op een VVV cadeaubon t.w.v. €25,- *

In slechts 30 seconden laat je al weten wat je van ons vindt. Alvast bedankt en tot snel!



Geef je beoordeling >

Met vriendelijke groet,
Jouw DPD Team

* Elke maand verloten we een VVV bon onder degenen die een beoordeling hebben gegeven.

Hoe helpt Spotler met de inrichting van transactionele mails?

Bij Spotler verwijzen je graag naar Flowmailer: een zusterorganisatie binnen de Spotler Group. Flowmailer is net als Spotler een volledig Nederlands bedrijf.

Verstuur je transactionele mails met Flowmailer

Flowmailer is de specialist in transactionele e-mails. Factuurmails, orderbevestigingen, wachtwoord-vergeten-mails en alle andere transactionele mails worden foutloos, op tijd en aan de juiste persoon afgeleverd. Flowmailer integreer je eenvoudig aan je bestaande CRM-, ERP- of e-commerce platform.

Wil je meer informatie over Flowmailer?

Ga naar www.flowmailer.com of bel (+31) 010 – 307 4558.



3

BOUW EEN KLANT OP MET JE WEBSHOPKLANTEN

Elke marketeer weet dat klantloyaliteit een uitdaging is. En als je in de e-commerce werkt, dan geldt dat helemaal. Het op- en uitbouwen van klantloyaliteit is in het vaak vluchtige webshopcontact niet eenvoudig. Gelukkig dat de persoonlijke inbox daarin heel behulpzaam kan zijn. Via e-mail kun je heel goed klanten volgen, bedienen en binden na hun eerste aankoop.

Als je store sync met e-mail goed werkt en je transactionele e-mails zien er top uit, dan heb je alle instrumenten in handen om een loyale klantenbase op te bouwen. Je zult alleen tijd en moeite moeten stoppen in mooie campagnes.

En je kunt heel veel relevante en converterende e-mailcommunicatie opzetten: mail met hulp bij een bestelling, mail met instructies voor het gebruik van het aangeschafte product, een welkom bij je webshop, een reviewmail ter beoordeling van je product of dienst, een overzicht met spaarpunten voor je loyaliteitsprogramma, een mail met een topaanbieding et cetera. Om er slechts vier toe te lichten:

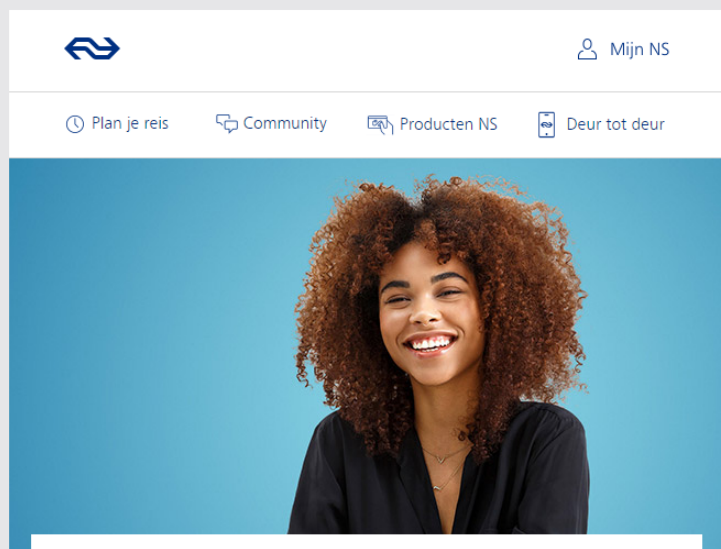
- Welkomstcampagne
- Reviewcampagne
- Servicemail
- Verjaardagscampagne

Waarom zijn loyale klanten goed voor je omzet?

Dit is een vraag waarop je ongetwijfeld zelf het antwoord kunt formuleren. Om je te helpen: in 1996 toonde Frederick Reichheld in zijn bestseller *The Loyalty Effect* aan dat het behouden van bestaande klanten minder kost dan het werven van nieuwe. En dat is nog steeds zo. Het loont om je webshop niet alleen aantrekkelijk in te richten voor aspirant-kopers, maar ook om na te denken hoe je je bestaande klantbase vast kan houden.

Download ons white paper *Klantloyaliteit in de B2C*

Als je de customer journey in de e-commerce op een rij zet, dan kun je al snel twintig verschillende touch points op een rij zetten. Allemaal momenten waarop je als webshop kunt scoren bij je bestaande klanten. Wij hebben daar – speciaal voor de B2C – een mooi white paper over geschreven. Er zitten in het white paper meer dan 25 inspirerende e-mailvoorbeelden in op allerlei verschillende en belangrijke touch points. Benieuwd? [Download nu het white paper.](#)



Welkomstcampagne

Nu kun je alleen een welkomstcampagne sturen als je nieuwe inschrijvers op je nieuwsbrief welkom wilt heten, maar je kunt nieuwe klanten ook welkom heten in 'de wereld van'. En dat voorbeeld zie je hier van de NS: een warm welkom bij NS Flex Basis. Het is een mail die je ontvangt zodra je bijvoorbeeld vanuit de webshop van de NS zo'n abonnementsvorm afsluit.

En is deze mail goed voor klantloyaliteit? Zeker! Je kunt in zo'n mail veel vertellen over je organisatie, over andere producten en diensten, je kunt aan profielverrijking doen en je kunt veel vertellen over het aangeschafte product. En wat zo mooi is: je kunt al deze boodschappen verdelen over verschillende mailmomenten. Met zo'n campagne verhoog je de informatiewaarde van je boodschap en dat waarderen klanten.



De voordelen van uw NS Flex op een rijtje

- **Op rekening reizen** met bus, tram, metro, OV-fiets en trein
- In [Mijn NS](#) gemakkelijk een **NS Flex-abonnement aanzetten**
- Mogelijkheid van het huren van **OV-fiets**
- Uw **fiets stallen** in de fietsenstalling via [Stallen op rekening](#)
- **Inzicht** in gemaakte reiskosten via [Mijn NS](#) of [NS-app](#)

[Lees hier meer over NS Flex](#)



De NS-app als slimme reisgenoot

- Plan uw reizen met de trein, bus, tram en metro
- Check of er voldoende OV-fietsen beschikbaar zijn
- Meld uw reis aan met [de Treinwijzer](#) en check de verwachte drukte per trein
- Bekijk welke voorzieningen er op uw station zijn
- [Log in op Mijn NS](#) en zet onderweg uw Samenreiskorting aan, zie uw facturen in en meer

Ontdek zelf alle mogelijkheden van de NS-app!

[Lees meer en download gratis](#)

Reviewcampagne

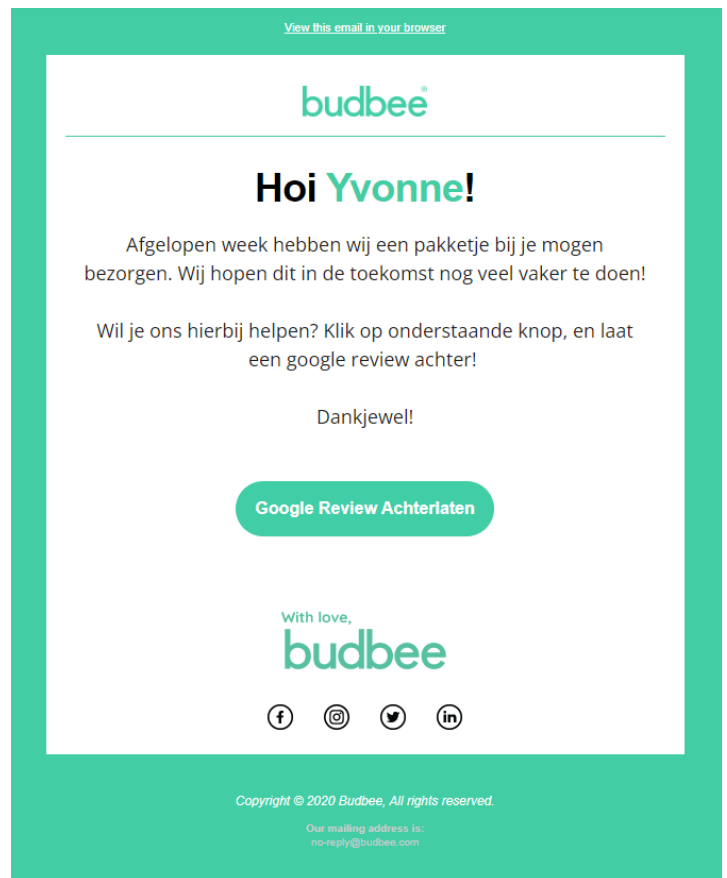
Werk je in de e-commerce dan moet je iets doen met reviews. Loyale klanten hebben namelijk vertrouwen in je organisatie en het is goed om dat vertrouwen ook zichtbaar te maken. Zo kunnen potentiële klanten nagaan of jij als organisatie wel in staat bent om een loyaal klantenbestand op te bouwen. Vandaar dat we allemaal gevoelig zijn voor reviews en ze ook daadwerkelijk raadplegen. Uit onderzoek van bijvoorbeeld [So Connect](#) komt naar voren dat 91% van de consumenten reviews raadpleegt.

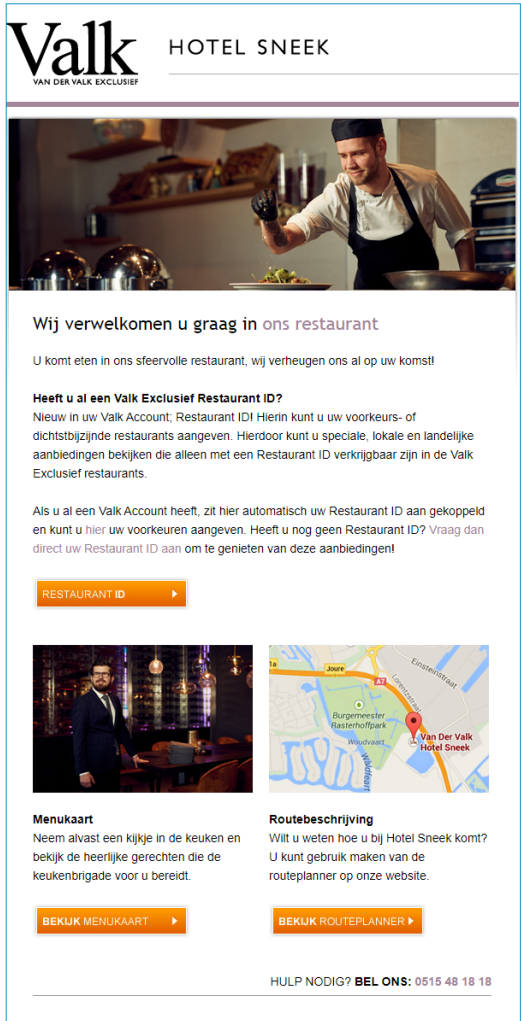
eBook over reviewmarketing

Spotler schreef samen met de Feedback Company een eBook over reviewmarketing. Over de kracht ervan, hoe je ze inzet, welke rol e-mail speelt in het verzamelen van reviews, het type vragen dat je kunt stellen etc.

Benieuwd?

[Download het white paper](#) 'De kracht van reviews en e-mail marketing'.





Valk HOTEL SNEEK
VAN DER VALK EXCLUSIEF

Wij verwelkomen u graag in ons restaurant

U komt eten in ons sfeervolle restaurant, wij verheugen ons al op uw komst!

Heeft u al een Valk Exclusief Restaurant ID?
Nieuw in uw Valk Account; Restaurant ID! Hierin kunt u uw voorkeurs- of dichtstbijzijnde restaurants aangeven. Hierdoor kunt u speciale, lokale en landelijke aanbiedingen bekijken die alleen met een Restaurant ID verkrijgbaar zijn in de Valk Exclusief restaurants.

Als u al een Valk Account heeft, zit hier automatisch uw Restaurant ID aan gekoppeld en kunt u hier uw voorkeuren aangeven. Heeft u nog geen Restaurant ID? Vraag dan direct uw Restaurant ID aan om te genieten van deze aanbiedingen!

RESTAURANT ID

Menukaart
Neem alvast een kijkje in de keuren en bekijk de heerlijke gerechten die de keukenbrigade voor u bereidt.

Routebeschrijving
Wilt u weten hoe u bij Hotel Sneek komt? U kunt gebruik maken van de routeplanner op onze website.

BEKIJK MENUKAART

BEKIJK ROUTEPLANNER

HULP NODIG? BEL ONS: 0515 48 18 18

Serviceemail

Van der Valk stuurt klanten voor het bezoek aan het restaurant alvast de menukaart, een routebeschrijving en de mogelijkheid om restaurantvoorkeuren door te geven. Het is een voorbeeld van een marketingmail die goed aansluit op je transactionele e-mails.

Deze mails zijn voorbeelden van een proactieve benadering van klanten. Het zijn mails die je niet hoeft te versturen, maar die voor klanten wel heel behulpzaam zijn. En het laat zien dat je trots bent op je eigen bedrijf en dat je het enthousiasme voor je eigen product of dienst graag deelt met je klanten. Een servicemail is bijzonder goede manier om klantloyaliteit te bevorderen.

De verjaardagscampagne

De verjaardagscampagne is populair omdat de mails in deze campagne goed scoren. En ze zijn eenvoudig in te richten. Ze zijn gebaseerd op een kenmerk in je database die je op veel momenten in de customer journey kunt uitvragen. Je kunt er eenvoudig naar vragen tijdens je de welkomstflow of in een specifieke profielverrijkingcampagne. En als je een knipoog wilt toepassen, dan kun je zelfs een verjaardagsmail sturen aan iedereen in je database waar je nog geen verjaardagsdatum van hebt. Stel dan een leuk cadeau in het vooruitzicht in ruil voor de 'echte' verjaardagsdatum. Er staat je echt niets in de weg om deze campagne in te richten.

Het binden van klanten aan je webshop is met e-mail marketing automation prima mogelijk. Stop enige moeite en tijd in het inrichten van een aantal mooie campagnes en zorg ervoor dat je databasevelden goed gevuld worden. Zo heb je een goede basis neergelegd voor het opbouwen van klantloyaliteit.

Hoe bouw je met Spotler een band op met je webshopklanten?

Als je gebruikmaakt van Spotler eCommerce dan heb je vijf verschillende loyaliteitscampagnes standaard in je e-mail marketingsoftware:

- Win-back campagne
- Welkomstcampagne
- Verjaardagscampagne
- Product-reviewcampagne
- Verlaten-winkelwagencampagne

Alle automatische campagnes in Spotler zijn overzichtelijk in te richten. De campagnetriggers en de mailings die je eraan koppelt, worden allemaal in overzichtelijke flows getoond. En heb je eenmaal de moeite genomen om de campagne in te richten, dan heb je er geen omkijken meer naar. En om je te helpen hebben we van bovenstaande vijf belangrijke e-commerce campagnes al een standaard klaargezet die je eenvoudig en snel zelf kunt bewerken en live kunt zetten.

Speciale aandacht voor de verlaten-winkelwagencampagne

Als er één e-mailcampagne is die direct omzet oplevert, dan is het de verlaten-winkelwagencampagne. Ook al scoren slechts zeven van de vijftig – of van de honderd – uitgestuurde mails, dan nog is het zinvol om zo'n campagne live te zetten. Als je zo'n campagne niet inricht, dan laat je simpelweg omzet liggen.

Benieuwd naar de best practices van een verlaten-winkelwagencampagne, [**download dan het white paper**](#) 'De do's en don'ts van een verlaten winkelwagencampagne'.

4

DENK NA OVER EEN CUSTOMER DATA PLATFORM

Voor je het weet, gebruik je voor je e-mail marketing automation Spotler, voor je transactionele e-mails Flowmailer, zet je de Feedback Company in voor het ophalen van reviews, heb je je webshop ingericht in Magento en denk je na over een mooie opvolging van je Facebook Lead Ads. Herkenbaar? Dan heb je ongetwijfeld nagedacht over een Customer Data Platform (CDP). Zo niet, dan wordt het tijd om dat te doen.

De moderne consument in beeld: je krijgt via Instagram een advertentie van je favoriete kledingmerk te zien, je klikt door naar de website, plaatst een kledingstuk in de winkelwagen, maar op dat moment krijg je een appje van je sportvereniging. Je aandacht voor dat mooie blauwe overhemd is volledig weg. Als webshop heb je nu veel verschillende datapunten:

- Een klik op een Instagram Lead Ad
- Kliks vanuit de Lead Ad in je webshop
- Een achtergelaten en niet betaalde winkelwagen

Voor klanten is je webshop gewoon zichtbaar geweest op één smartphone, maar de kans is groot dat alle belangstelling van deze klant op verschillende systemen wordt geregistreerd.

Waarom is een Customer Data Platform goed voor je omzet?

In een CDP sla je klantdata op. Het is goed om je te realiseren dat de opgeslagen data in een CDP uit andere bronnen wordt samengebracht. Klanten bezoeken je website, zien je terug op social media, bellen met je klantenservice, plaatsen een bestelling in je webshop, vragen een brochure aan via een mailing et cetera.

Alle handelingen die hieruit voortkomen, slaan organisaties vaak op in verschillende systemen. Een CDP brengt al deze data samen in heldere overzichten.

Een beter overzicht van klantdata is goed voor je omzet

Zodra je een CDP inzet, kun je mooie gepersonaliseerde boodschappen versturen. Je kunt al je marketingboodschappen afstemmen op specifieke gegevens van je klant. Marketeers zetten CDP's vaak in om websitegedrag te koppelen aan gegevens in het CRM-systeem om daar vervolgens mooie mailcampagnes aan te koppelen. En ja, marketeers worden daar blij van. En dat niet alleen: ook je klanten vinden gepersonaliseerde berichten fijn.

Weet je als marketeer deze handelingen inzichtelijk te krijgen op één overzichtelijk dashboard, dan kun je je marketing effectief inrichten. En dat is precies wat een Customer Data Platform (CDP) voor je doet. Om drie belangrijke voordelen van een CDP te noemen:

- Klantgegevens zijn toegankelijk in één systeem
- Werken met klantgegevens wordt efficiënter
- De retentiewaarde wordt beter

Klantgegevens zijn toegankelijk in één systeem

Een CDP geeft overzicht en biedt duidelijke profielen vanuit één platform en dashboard. En als je alle systemen waarin je klantgegevens opslaat en muteert op de juiste wijze koppelt aan je CDP, dan werk je vanuit zo'n CDP altijd met een up-to-date klantenbestand. En je kunt opgeslagen gegevens weer inzetten als triggers voor marketing- en communicatieacties vanuit diezelfde gekoppelde systemen.

Werken met klantgegevens wordt efficiënter

In het bedrijfsleven wordt de term 'silo' gebruikt om aan te geven dat afdelingen eigen eilandjes zijn binnen bedrijven. Afdelingen werken los van elkaar met eigen managers en eigen specifieke doelstellingen. Het vraagt niet veel fantasie om te bedenken dat zoiets voor een geïntegreerde bedrijfsaanpak niet handig is. Deze term wordt ook wel gebruikt voor data: datasilo's. Een CDP kan datasilo's tegengaan.

De retentiewaarde wordt beter

Allerlei campagnes zoals verjaardagscampagnes, loyaliteitscampagnes, opvolgcampagnes en dergelijke worden mogelijk als je data op de juiste plek opslaat en inzet en deze campagnes worden ook beter. Als je niet alleen een geboortedatum in je marketingsysteem tot je beschikking hebt, maar bijvoorbeeld ook de laatste productinteresses dan kun je beide gegevens bundelen en een op-maat-gemaakte verjaardagscampagne inrichten.

De juiste boodschap aan de juiste persoon met de juiste gegevens wordt met een CDP echt mogelijk. Je klanten worden zo actiever betrokken bij je organisatie en dat verhoogt de retentiewaarde aanzienlijk.

Een voorbeeld in beeld: Micazu scoort met Squeezely en Spotler

Een organisatie die goede ervaringen heeft met het laden van data vanuit een CDP in e-mailcampagnes is Micazu. Micazu is een online platform voor particuliere vakantiehuizen van Nederlandstalige eigenaren. Micazu brengt verhuurders in contact met de huurders. Natuurlijk heeft Micazu een mooie website waarmee Micazu belangstellenden zinvol probeert op te volgen. Micazu doet dat onder andere met gepersonaliseerde pop-ups.

Wanneer een websitebezoeker naar huizen in een bepaald land zoekt, verschijnt zo'n specifieke pop-up. De bezoeker kan zich via de pop-up aanmelden voor de mailings van Micazu om op de hoogte te blijven van het aanbod. De bezoeker ontvangt na aanmelden direct een welkomstmail met drie aanbevelingen op basis van zijn of haar interesses.

Resultaat: in één maand is de pop-up 194 keer getriggerd. De welkomstmail wordt door 74,9% geopend en 28,6% klikt door. Via deze campagne gaat 13% over tot het maken van een boeking.

Wil je meer weten over Micazu en de campagnes die Micazu heeft ingericht met de koppeling tussen Spotler en hun CDP Squeezely, [download dan de case](#) 'Scoren met Spotler en dataplatform Squeezely'.



Buenos días

We weten dat je aan het rondkijken bent, maar mocht je de nieuwste huizen in Spanje niet willen missen.... Dan houden wij je graag op de hoogte.

Je e-mailadres

☒ Meld mij aan

Houd mij op de hoogte

Een welkomstcampagne is een goede en belangrijke automatische campagne. Je kunt zo'n campagne sturen aan iedere nieuwe klant om hem of haar welkom te heten bij jouw organisatie, maar zo'n campagne is ook heel effectief voor nieuwe nieuwsbriefinschrijvers. Zeker als je het zoekgedrag op je site kunt koppelen aan de inhoud van de welkomstmail.



Hi vakantieganger,

Ik ben Jens, oprichter van Micazu, en ik heet je van harte welkom bij onze community! Wat leuk dat wij je op de hoogte mogen houden over de meest inspirerende huizen en vooral de verhalen achter deze huizen van de huiseigenaren zelf.

Hier heb ik een paar tips zodat je het meeste uit Micazu haalt:

- Elke verhuurder heeft zelf zijn eigen advertentie opgesteld met leuke informatie over het huis en de omgeving. Want wie weet er nou meer over het huis dan de eigenaar zelf?
- Leuk huis gevonden? Vul je aankomst- en vertrekdatum in, vul het boekingsformulier in en boek direct bij de eigenaar.
- Maak een gratis [Mijn Micazu account](#) aan waar je al je favoriete huizen kunt opslaan en bekijken. Ook je berichten aan verhuurders, de status van je boekingen en reviews vind je hierin terug.
- Als je ons op [Facebook](#) of [Instagram](#) volgt, ontvang je wekelijks leuke huizen op je timeline.

Heb je nog vragen over ons unieke concept, bekijk dan onze [veelgestelde vragen \(FAQ\)](#). Nogmaals bedankt voor je inschrijving en wij zullen je inspireren!

Groet,

Jens van den Broek
Algemeen directeur
Micazu B.V.

Mijn Micazu

Gemiddeld cijfer:



Altea Puerto

Rustiek en leuk vakantiehuis in Altea, Costa Blanca, Spanje met privé zwembad voor 8 personen. De vakantiewoning ligt in een residentiële omgeving,

Vanaf € 1320 per week.

Boek nu

Vakantiehuis 1 - 8 personen

Gemiddeld cijfer:



Vakantie-Costa-Brava Pirineus 7C

Wij zijn Vakantie Costa Brava en verhuren dit luxe appartement, inclusief airco en verwarmd zwembad in het voor en na seizoen. Uitzicht over geheel L' Esta

Vanaf € 385 per week.

Boek nu

Appartement 1 - 4 personen

Gemiddeld cijfer:

Casa Kollies

Hoe helpt Spotler je met een Customer Data Platform?

Bij Spotler verwijzen je graag naar Squeezely: een zusterorganisatie binnen de Spotler Group.

Het Customer Data Platform van Squeezely

Met Squeezely creëer je synergie tussen verschillende online kanalen. Je bouwt daarmee een 360 graden klantbeeld op. Data vanuit verschillende kanalen zoals Google Analytics, Facebook, LinkedIn, Instagram, je website en je CRM worden samengebracht op één overzichtelijk dashboard.

Hierdoor ben je in staat om je klant op het juiste moment en gepersonaliseerd te benaderen.

Meer informatie?

Wil je meer informatie over Squeezely? Ga naar www.squeezely.tech of bel (+31) 070 – 406 2222.

 **Squeezely**



CONCLUSIE

Op de vraag hoe je als webshop meer omzet kunt genereren, geeft dit white paper een aantal belangrijke antwoorden:

1. Als je een webshop hebt of je hebt net een webshop live gezet, dan is het verstandig om je webshopsoftware te koppelen aan een professioneel pakket voor e-mail marketing automation. Je kunt hiermee je contactgegevens, je producten en je orders synchroniseren met e-mail. Daarnaast kun je met een store sync tussen je webshop en je e-mailsoftware campagnes triggeren die kunnen bijdragen aan meer omzet. Denk bijvoorbeeld aan een verlaten-winkelwagencampagne of aan een mooie welkomstcampagne.
2. Een stap extra die je veel kan opleveren, is het professionaliseren van je transactionele e-mails. Het is jammer als je weinig aandacht besteedt aan deze e-mails of als ze via je webshopsoftware als 'moetjes' de deur uitgaan omdat nu eenmaal de regels rondom Koop op Afstand een informatieplicht voorschrijven. Maak ook deze e-mails op in je eigen huisstijl, zorg ervoor dat klanten via deze e-mails contact met je kunnen onderhouden en weet dat je best enige cross-sell mag toepassen in transactionele e-mails.
3. Het is altijd goed om je te realiseren dat loyale klanten ook goed zijn voor je omzet en dat je niet alleen bezig moet zijn met het werven van nieuwe klanten. Klantbehoud levert veel op. En e-mail is bij uitstek geschikt voor het onderhouden en het verder uitbouwen van bestaande klantrelaties.
4. Ben je niet meer een beginnende webshop en ben je toe aan een verdere professionalisering van je marketing, denk dan eens aan een koppeling met een Customer Data Platform. Je kunt zo je websitebezoek, de lead generatie via je social kanalen en al je andere marketingacties opvolgen met gerichte e-mailcampagnes. Dit is een bewezen strategie voor meer conversie.

Op al deze manieren, zul je ontdekken dat e-mail marketing automation meer omzet oplevert en meer betrokken klanten. Heel veel succes met je webshop!



White paper:

Hoe verdien je meer met je webshop?

Heb je vragen naar aanleiding van dit white paper?

Of wil je meer weten over wat e-mail marketing automation voor jouw organisatie kan betekenen?

Kijk op spotler.nl of bezoek ons blog met nog meer praktische informatie over diverse onderwerpen met betrekking tot nieuwsbrieven en e-mail marketing (automation): spotler.nl/blog

Of schrijf je in voor onze e-mail nieuwsbrief via spotler.nl/nieuwsbrief

Je ontvangt dan elke maand kennis over e-mail marketing en het laatste nieuws van Spotler.

Spotler

Boris Pasternaklaan 16
2719 DA Zoetermeer

+31 (0)88 - 103 09 00

contact@spotler.nl