



IN 5 STAPPEN NAAR EEN INSPIRERENDE NIEUWSBRIEF DIE WÉRKT



Een nieuwsbrief maken hoeft niet complex te zijn. Met het juiste platform en enkele simpele tools heb je in een mum van tijd een mooie template. Wij leggen stap voor stap uit hoe je een pareltje van een nieuwsbrief maakt.

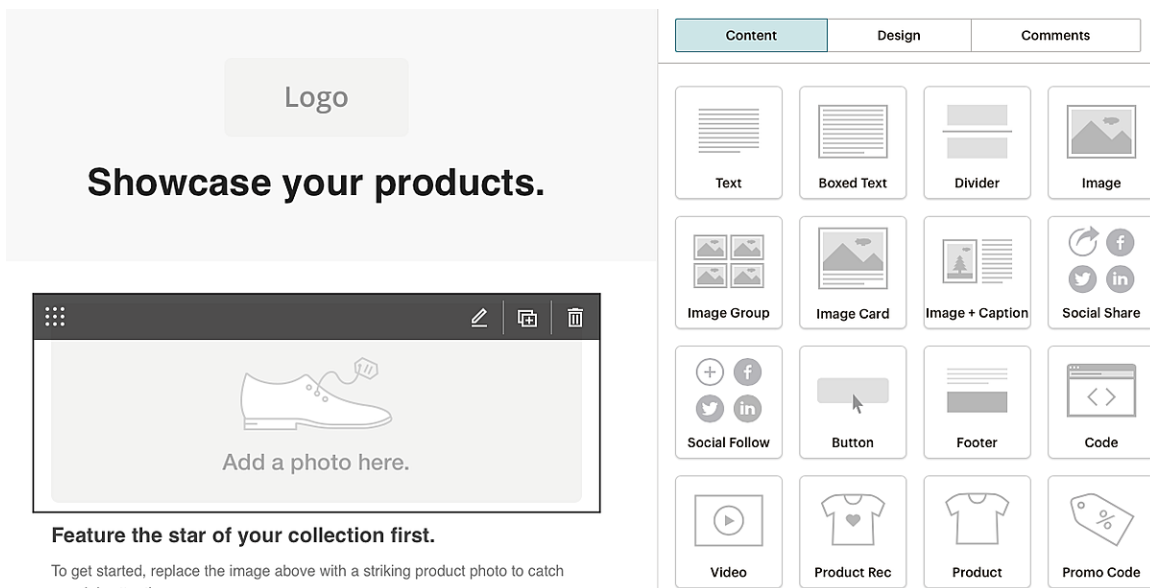
1. Kies je e-mailplatform
2. Inspireer met afbeeldingen
3. Kies een sterk onderwerp
4. Breid je e-maildatabase uit
5. Testen, testen en nog eens testen



1. Kies je e-mailplatform

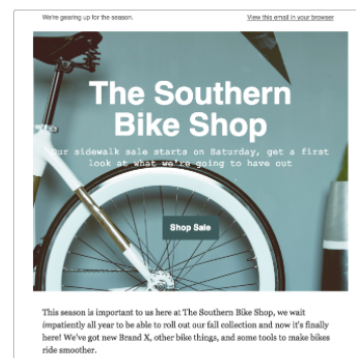
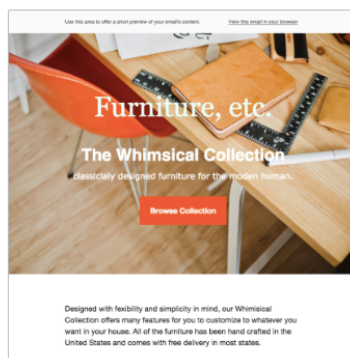
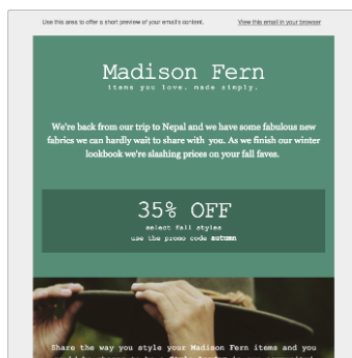
Er bestaan veel e-mailplatformen: [Constant Contact](#), [SendInBlue](#), [Mailchimp](#)... maar wij zijn absoluut fan van Mailchimp. Waarom? Het is heel intuïtief opgebouwd. Je moet geen designer zijn om een template op te maken. Het werkt als een blokkenmodel waarbij je tekst en afbeeldingen in je nieuwsbrief sleept. Je kan de kleuren en lettertypes van je huisstijl gebruiken.

Je moet écht geen designer zijn om een goede mailing template op te maken.



Heb je vragen of problemen? Mailchimp heeft een heel uitgebreide Help functie waar je 9 kansen op de 10 je antwoord terugvindt.

Met een gratis account kan je al een nieuwsbrief versturen naar een mailbestand dat tot 2000 adressen bevat. Je hebt ook toegang tot heel wat mooie standaard templates die je op weg helpen.



Met een gratis account kan je al een nieuwsbrief versturen naar een mailbestand dat tot 2000 adressen bevat

E-mailadressen uploaden is ook simpel. Via de knop Audience, kan je gewoon een excel bestand uploaden met naam, voornaam en e-mailadres.

Wil je je contactenlijst onderverdelen om aangepaste berichten te sturen? Dan kan je werken met [tags](#). Misschien wil je de trouwe klanten onderscheiden van de nieuwe klanten? Of de soldenjagers apart targeten? Dat is allemaal mogelijk.

2. Inspireer met afbeeldingen

Beelden maken je newsletter luchtiger en aantrekkelijker. En het zet meteen de toon van je newsletter. Wil je iets rond reizen communiceren? Zet er dan een foto van een exotische bestemming bij die lezers doet wegdromen.

Er zijn heel wat sites die prachtige afbeeldingen aanbieden. Gratis en voor niets. Het enige wat deze fotografen meestal in ruil willen, is erkenning. En dat vraagt helemaal niet veel moeite. Gewoon de foto liken en je kan ook de naam onder de foto plaatsen. Shutterstock en andere beelddatabanken verstoppert wel vaak betalende foto's tussen deze gratis beelden.

Er zijn heel wat sites die prachtige afbeeldingen aanbieden. Gratis en voor niets.



Databanken voor gratis foto's

- **Unsplash**

Een heel uitgebreide databank van gratis foto's die heel wat natuurlijker lijken dan die cliché Amerikaanse foto's van sommige databanken. Het is uitgegroeid tot een van de beste bronnen voor gratis stockbeelden. Er zouden zo'n 110.000 fotografen hun materiaal op aanbieden.

- **Stocksnap.io**

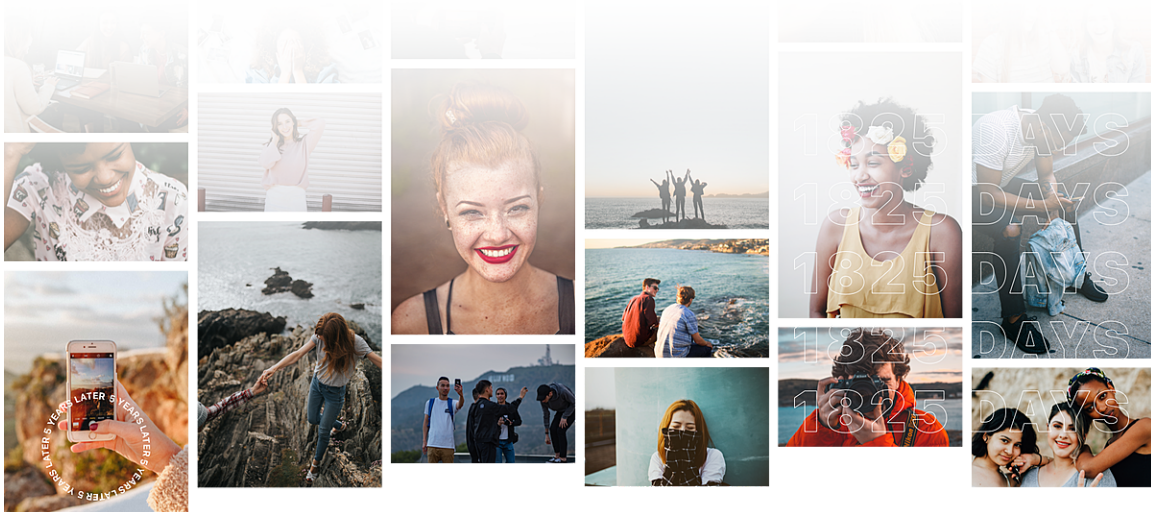
Een groot aanbod van mooie gratis stockfoto's. Met de handige zoekfunctie vind je snel je weg tussen de duizenden foto's. Elke week worden er honderden nieuwe foto's opgeladen.

- **Pexels**

Biedt gratis rechtenvrije foto's van hoge kwaliteit.

- **Pixabay**

Meer dan 1,7 miljoen afbeeldingen en video's die voor het grijpen liggen.

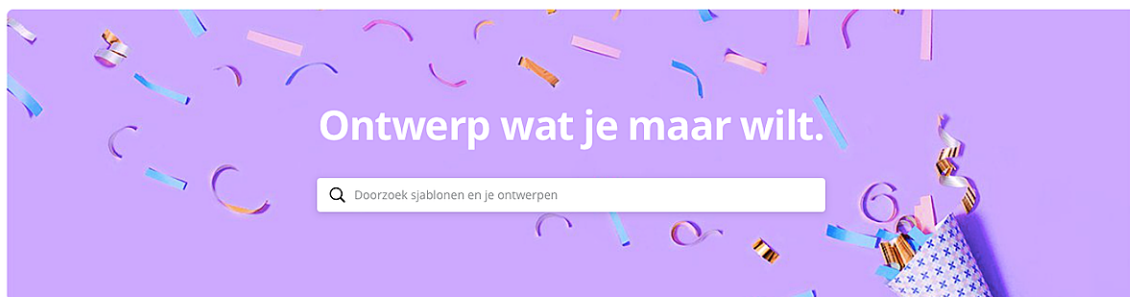


Zelf de beelden bewerken?

Wil je iets van je huisstijl toevoegen aan de afbeeldingen? Je logo of een grafisch element? Of wil je de afbeelding bijnijden?

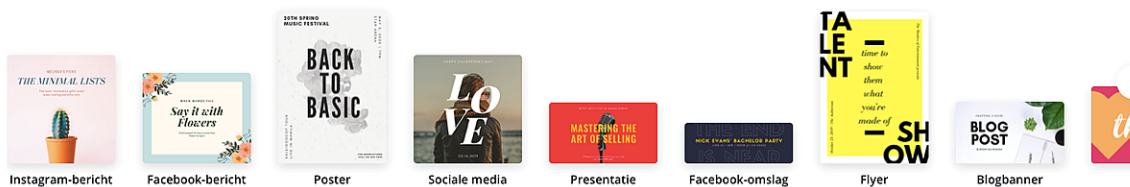
Wie kan da? **Canva**! Voor wie niet met Photoshop overweg kan, is Canva een geschenk uit de hemel.

Met de gratis versie van de tool kan je afbeeldingen opladen en bijnijden voor allerlei formaten (headers nieuwsbrieven, social media posts...). Je hebt toegang tot standaard lettertypes en grafische elementen. Met de betalende versie kan je je eigen huisstijl integreren (kleuren en lettertype) en heb je een uitgebreider pakket van extra's ter beschikking (grafische elementen, afbeeldingen...).



Maak een ontwerp >

Aangepaste afmetingen





"Email werkt 40 keer beter dan Facebook en Twitter om nieuwe klanten te werven"

Mckinsey & Company



4. Kies een sterk onderwerp

Het onderwerp van je e-mail heeft veel impact. [Bijna 70% van de mensen geven e-mails op als spam louter op basis van het onderwerp.](#) De afzender weegt dus minder door in die beslissing.

Wek nieuwsgierigheid op:

De mens is een nieuwsgierig wezen. Je kan een tipje van de sluier oplichten zonder al meteen alle info weg te geven.

Creëer dringendheid:

Titels als “De laatste in stock” en “Morgen eindigt de sale” hebben altijd veel impact. Het triggert lezers tot actie. Het is nu of nooit. Straks zijn die schoenen misschien weg.

Personaliseer je subject: To Anne:....

Zo laat je je klanten voelen dat ze meer zijn dan een nummer. Je nieuwsbrief wordt meer geopend en er wordt vaker op geklikt.

Verjaardagsmails:

Mis de kans niet om je klanten in de bloemetjes te zetten op hun verjaardag. Zij zullen de attentie waarderen en zullen zich bijgevolg loyaler gedragen ten opzichte van je merk.



"Ga altijd voor een korte, krachtige boodschap. Op mobile zijn maar de eerste 7 tot 10 woorden zichtbaar."



Klanten vertrouwen op het oordeel van andere klanten:

Onderwerpen als “Deze items vliegen de deur uit” “Onze klanten zijn dol op...” werken altijd. Als zoveel anderen het goed vinden, dan is het misschien wel goed... Een influencer heeft dezelfde impact. Als je dus samenwerkt met een naam, vermeld die dan zeker in de subject.

Start een verhaal:

Iedereen houdt van een goed verhaal. Zit er een straf verhaal achter de merken die je verkoopt? Prikkel dan je lezers om het te ontdekken op je website of blog. “XX kiest 100% voor duurzaamheid”. “Hoe XX een wereldberoemd merk werd”.

Uitnodigingen voor lanceringen/events:

Iedereen ontvangt graag een uitnodiging voor een feestje. Zeker als ze daarbij nieuwe dingen ontdekken en een goodiebag krijgen.

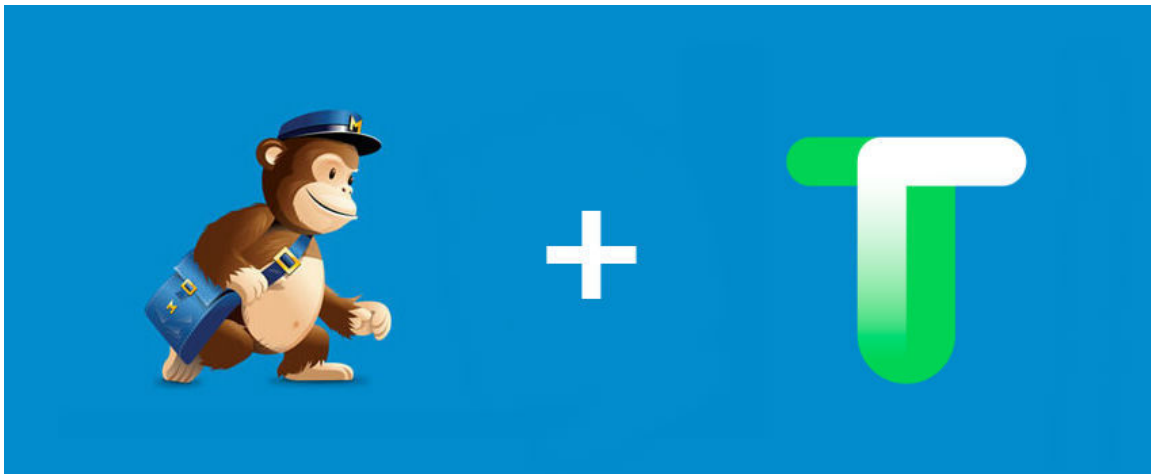


3. Breid je e-maildatabase uit

Die database van e-mailadressen wil je natuurlijk uitbreiden.

Dus je hebt een veld nodig op je website of webshop waar bezoekers hun e-mail kunnen achterlaten. Dit moet gekoppeld zijn aan de lijst van je e-mailplatform. [Hier](#) kom je te weten hoe je dit zelf opzet als je met Mailchimp werkt.

Heb je een Tilroy webshop? Dan wordt dit voor jou voorzien en is de koppeling automatisch.





"Bijna 70% van de mensen geven
e-mails op als spam louter op basis
van het onderwerp"

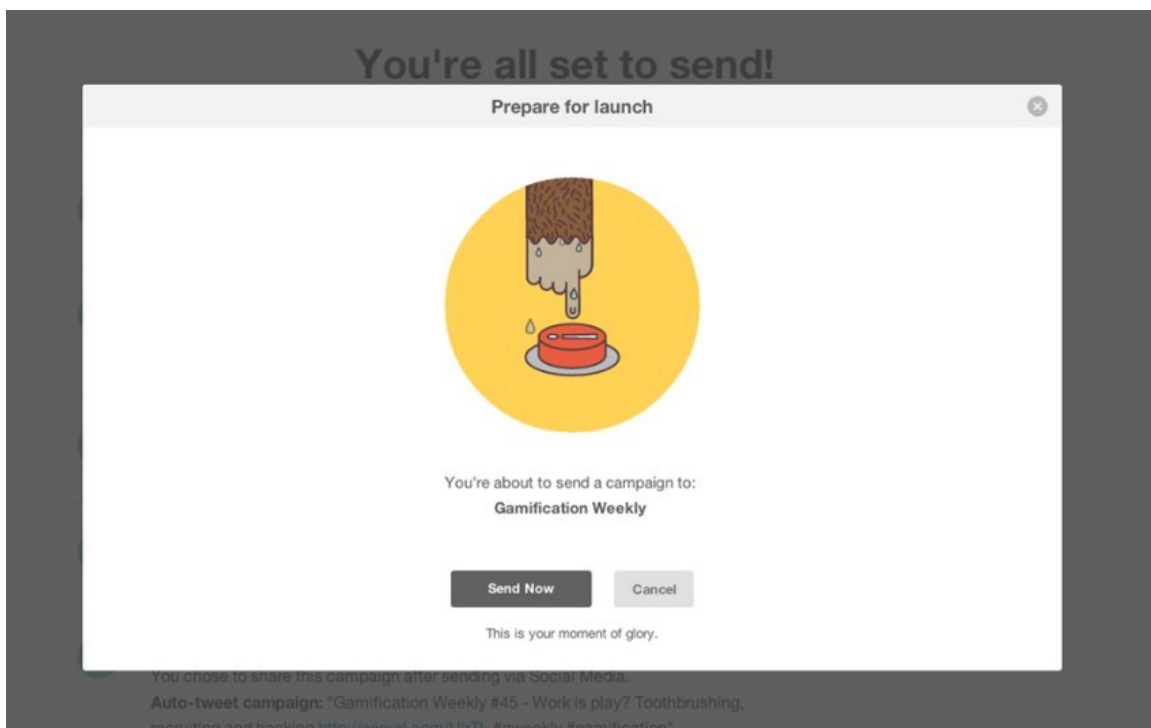


5. Testen, testen en nog eens testen

In Mailchimp krijg je een voorproefje van hoe het er op desktop en mobile uit ziet maar dat wijkt vaak af van de realiteit. Stuur voor de zekerheid een testmail naar jezelf en enkele andere collega's.

Voor je de e-mail uitstuurt naar je hele klantenbestand wil je zeker zijn dat die goed verschijnt, op verschillende browsers en schermen.

Dan weet je meteen of je e-mail goed verschijnt op android en iPhone smartphones en op verschillende browsers. Is dat het geval? Druk dan op **SEND** en stuur die prachtige nieuwsbrief de wijde wereld in.





Zoek je inspiratie voor je newsletter?

Check onze blog voor handige tips en tricks
en bekijk inspirerende cases van collega retailers.

Bezoek onze blog

