Hoe maak je e-mailnieuwsbrieven die aankomen?

09-06-2015 12:00

De e-mailnieuws-brief is nog steeds een effectieve manier om mensen die in je organisatie geïnteresseerd zijn te bereiken. De e-mailnieuwsbrief heeft twee grote vijanden: de desinteresse van de ontvanger en het spam-filter. Hoe maak je een nieuwsbrief die zowel letterlijk als overdrachtelijk aankomt?

Een van de redenen waarom e-mailnieuwsbrieven zo goed werken is dat de geadresseerde er zelf voor heeft gekozen om informatie te ontvangen en dus werkelijk geïnteresseerd is. Ten opzichte van sociale media heeft de e-mailnieuwsbrief het voordeel dat een nieuwsbrief langer in beeld blijft bij de ontvanger; een bericht op de sociale media zakt razendsnel uit beeld. Als de ontvanger net op het moment dat het bericht geplaatst wordt even geen tijd heeft om te lezen, is de kans verkeken. In de inbox blijft het als ongelezen staan totdat de ontvanger beslist: lezen of weggooien.