

WHITEPAPER

Boost je omzet met deze top 10 marketing automations



Hoe zorg je ervoor dat je e-mailcampagnes niet alleen opvallen, maar ook omzet genereren? Met slimme marketing automation kun je klanten op precies het juiste moment bereiken met de juiste boodschap. Dit is niet alleen efficiënter, maar ook effectiever: je benut data om klanten persoonlijker aan te spreken en door te automatiseren bespaar je tijd. Samen met mailmeisters delen we in deze whitepaper de 10 meest effectieve campagnes die je omzet direct kunnen verhogen.

1. Abandoned Browse

Een consument heeft je website bezocht, producten bekeken, maar geen actie ondernomen. Hoe haal je deze website bezoeker alsnog over tot aankoop? Met een abandoned browse e-mail herinner je hen subtiel aan de items die hun interesse hebben gewekt. Voeg daar personalisatie of kortingscodes aan toe, en je hebt een grote kans dat de websitebezoeker alsnog klant wordt. Met functionaliteiten zoals [website trackers](#) wordt dit proces eenvoudiger doordat je gedrag van je website automatisch kunt verzamelen en inzetten in je campagnes.

PERSONALISATIE

The screenshot shows a personalized email from 'Via LUXURY' to 'Beste Sybren'. The email header includes the brand logo and a Trustpilot rating of 4.5 stars based on 13,940 reviews. The main text is a personalized message about a vacation offer, mentioning 'voor je bewaard' (reserved for you). Below the text is a green button that says 'Boek nog snel je hotel'. The email features a large image of the 'Paping Hotel & Spa - Restaurant Vonck' outdoor terrace. At the bottom, the offer is summarized as '3-Daags verblijf in het Vechtdal bij Hanzestad Ommen' and includes a 'WOW INCLUDED' logo.

Via LUXURY

★★★★★ ★ Trustpilot
TrustScore 4.5 | 13,940 reviews

Beste Sybren,

Wil je een heerlijke vakantie in een prachtig hotel voor de beste prijs? We hebben de door jou bekeken hotels voor je bewaard. Wacht niet te lang met je boeking, want de populairste bestemmingen zijn als eerste volgeboekt.

Boek nog snel je hotel

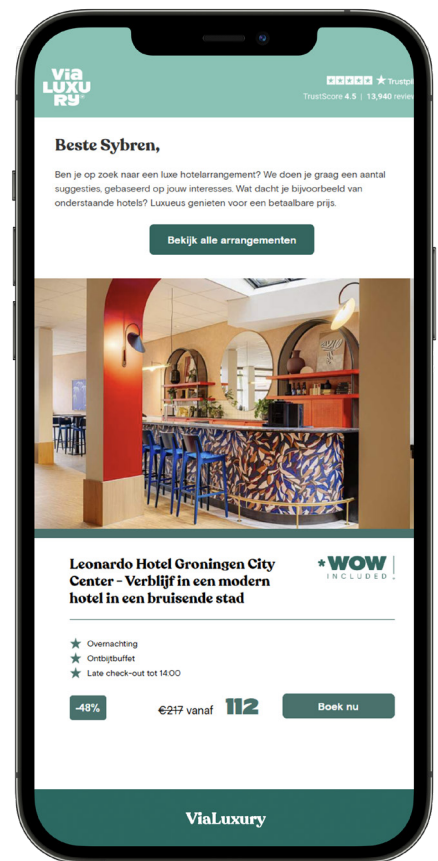
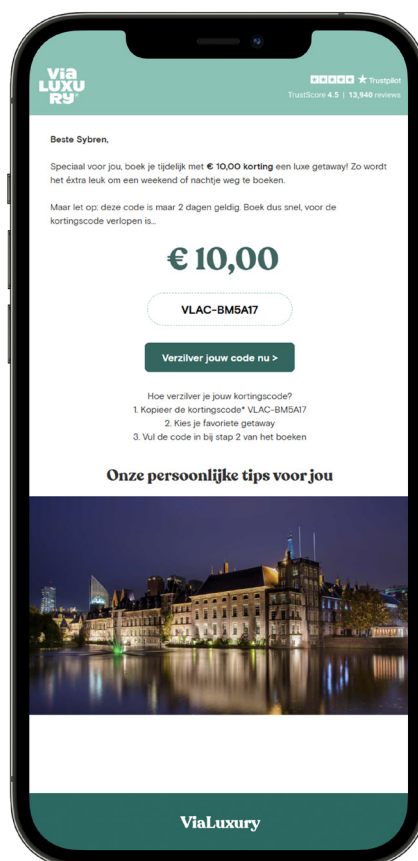
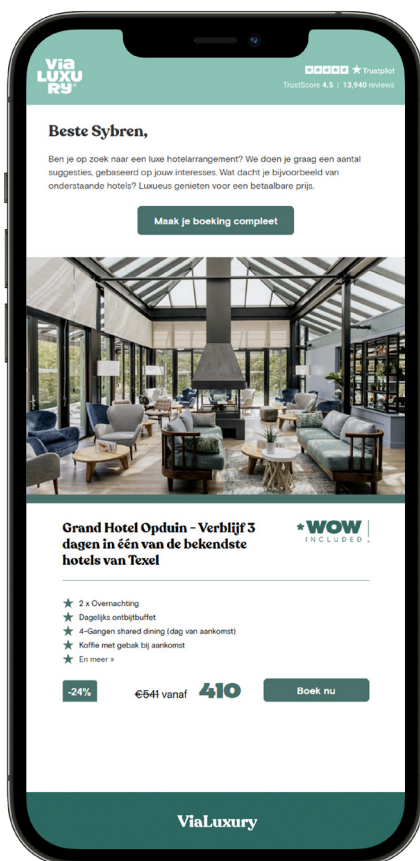
Paping Hotel & Spa - Restaurant Vonck - 3-Daags verblijf in het Vechtdal bij Hanzestad Ommen

WOW INCLUDED

2. Abandoned Checkout vs Abandoned Cart

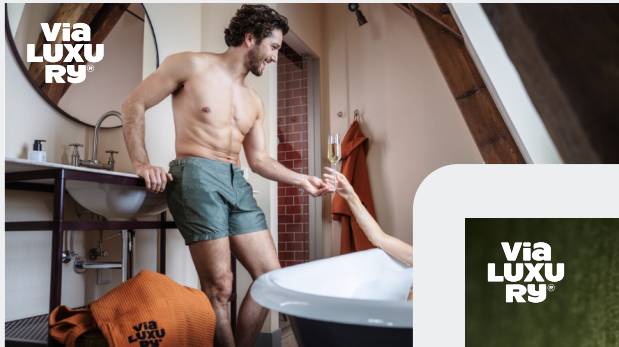
Een consument vult zijn winkelwagen, maar haakt voor het afrekenen af. Op dit moment kun je de klant met een e-mail overtuigen alsnog de aankoop te voltooien. Met een abandoned cart-mail herinner je klanten aan de items in hun winkelwagen, vaak aangevuld met een extra duwtje, zoals gratis verzending of een tijdelijke korting.

Maar wat als ze al een stap verder waren, bijvoorbeeld op de betaalpagina? Hier komt de abandoned checkout-mail in beeld. Deze is specifiek en speelt direct in op het feit dat ze dicht bij een aankoop waren. Denk aan het benadrukken van gemak, vertrouwen (bijvoorbeeld door betaalmethoden te herhalen) of exclusieve voordelen als ze nu afronden.



3. Viewed Category

Klanten die meermaals producten bekijken die in een bepaalde categorie vallen, laten daarmee hun interesse voor dat product zien. Met [website trackers](#) houd je bij welke klant interesse toont in een bepaalde categorie op je website. Een viewed category e-mail biedt vervolgens een e-mail met relevante producten uit die categorie.



Bekijk de populairste weekendjes weg aanbiedingen van dit moment!

Er gaat niets boven een weekendje weg met een [wellness](#) week hard werken er samen tussenuit om te genieten van Sauna, jacuzzi en tussendoor een ontspannende massage.



Bekijk de beste Overnachting met diner deals van dit moment!

Een nachtje of weekendje weg is niet compleet zonder een heerlijk diner. Deze TOP hotels hebben allemaal een super restaurant. Gun jezelf het beste en ervaar een vijfsterrenhotelbeleving met een [diner inbegrepen](#).

En wij snappen wel dat het moeilijk kiezen is met zó veel geweldige aanbiedingen.

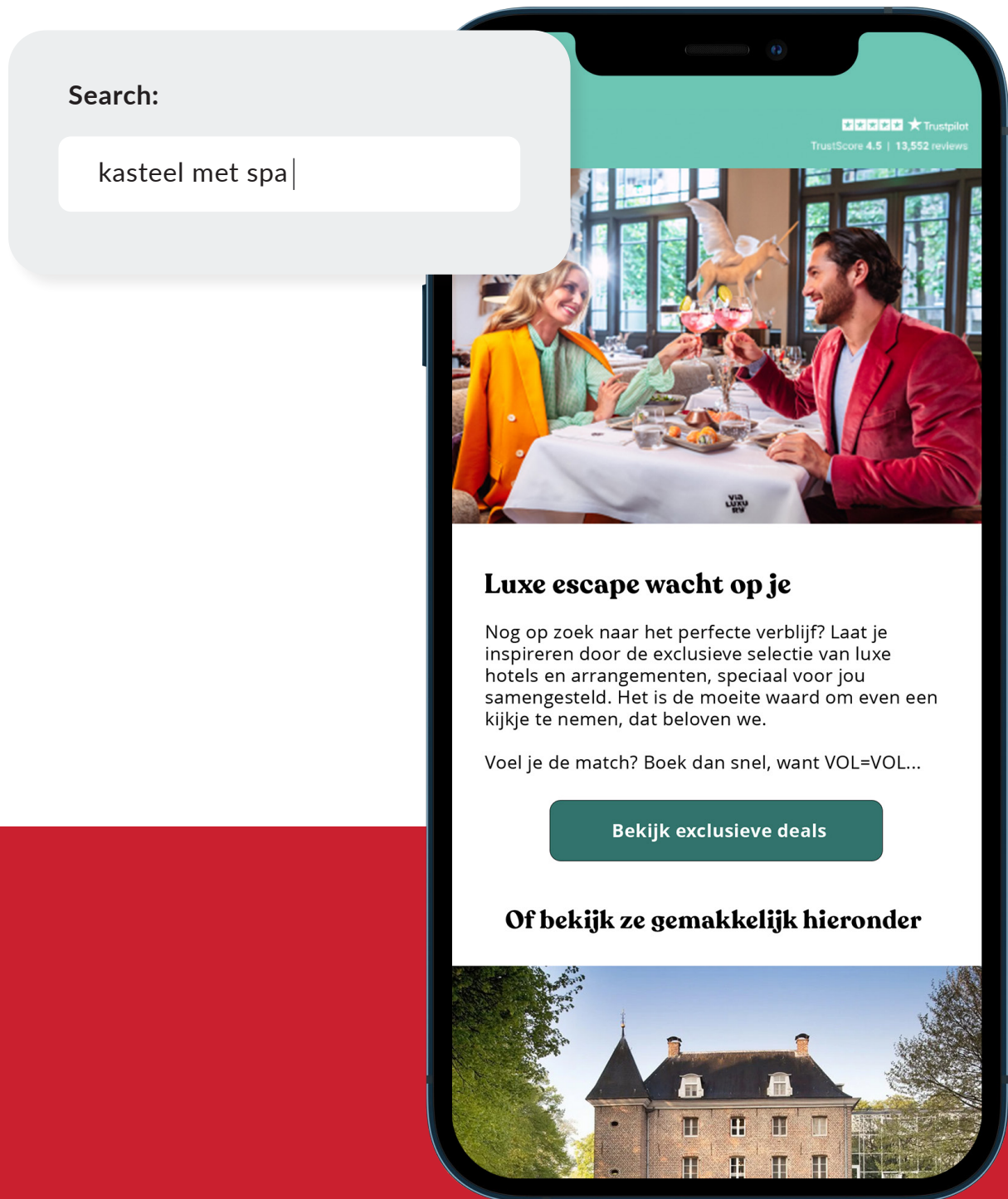


Bekijk de populairste Jacuzzi op kamer deals van dit moment!

Een hotel met jacuzzi op de kamer is de ultieme verwennenrij tijdens een luxe overnachting. Gun jezelf het beste en ervaar een vijfsterrenhotelbeleving met een [Jacuzzi op de kamer](#).

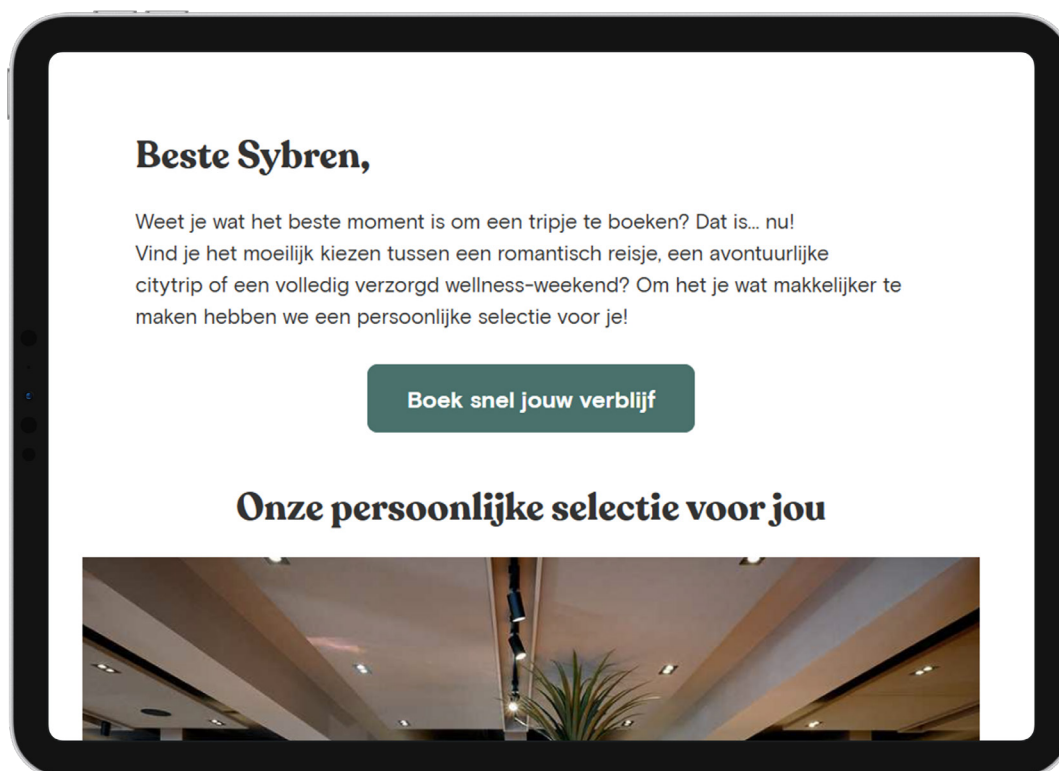
4. Abandoned Search

Elke zoekopdracht vertelt iets over wat je klant zoekt of nodig heeft. Maar wat als ze niets vinden of afhaken? Met een abandoned search e-mail herinner je hen aan hun zoektocht en bied je producten aan die aansluiten bij hun interesses. Denk hierbij aan items die overeenkomen met de ingevoerde zoekterm, of aan aanvullende inspiratie.



5. Repeat purchase

Klanten behouden is net zo belangrijk als nieuwe klanten aantrekken, misschien zelfs belangrijker. Een klant wordt vaak merktrouw na hun tweede aankoop, daarom is het slim om klanten te stimuleren om een herhaalaankoop te doen. Dit kun je doen door ze op het juiste moment een herhaal-aankoop e-mail te sturen. Denk aan producten die regelmatig opnieuw worden gekocht, zoals verzorgingsproducten of voeding. Wanneer je weet dat hun product bijna op is, kun je hen een vriendelijke herinnering sturen. Dit bereken je door bijvoorbeeld de datum tussen eerdere aankopen te berekenen aan de hand van het aantal gekochte producten. Of door de gemiddelde tijd te nemen dat andere klanten nodig hebben om een tweede aankoop te doen. Voeg een exclusieve aanbieding toe om hen extra te motiveren.

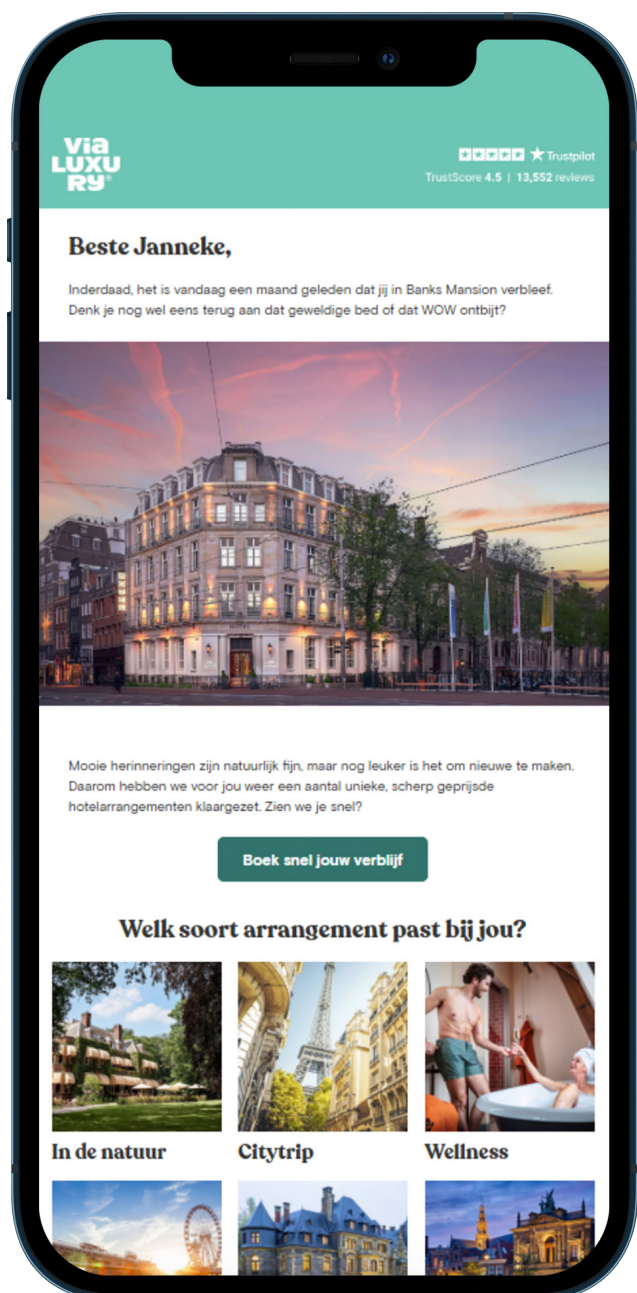


6. Price drop

Consumenten houden van een goede deal, zeker als het gaat om producten waar ze al interesse in hadden. Door klanten te informeren over prijsdalingen op items die ze eerder hebben bekeken of aan hun favorieten hebben toegevoegd, kun je hen overtuigen om alsnog een aankoop te doen. Je kunt eenvoudig via website tracking automatisch bijhouden wanneer een klant een product heeft bekeken. Wanneer datzelfde product in de aanbieding is, stuur je een e-mail. Als je vervolgens ook nog aangeeft dat dit een tijdelijke aanbieding betreft, creëer je het gevoel van urgentie, wat de kans op conversie vergroot.

7. Post-purchase cross-sell

De communicatie stopt niet na een succesvolle aankoop; dit is juist het moment om klanten meer waarde te bieden. Met een post-purchase cross-sell e-mail kun je aanvullende producten aanbevelen die aansluiten bij hun eerdere aankoop. Dit kan variëren van accessoires en bijpassende items tot verbeteringen op het gekochte product. Deze strategie helpt niet alleen om de klanttevredenheid te verhogen, maar ook om de gemiddelde orderwaarde te laten groeien. Het is hierbij belangrijk om de aanbevelingen af te stemmen op wat de klant echt nodig heeft.



8. Milestone e-mail

Door belangrijke mijlpalen van je klanten te vieren, bouw je een band op. Dit kunnen persoonlijke momenten zijn, zoals verjaardagen, of mijlpalen in hun relatie met jouw merk. Denk bijvoorbeeld aan een jaar klant zijn of hun tiende aankoop. Milestone e-mails geven je de kans om waardering te tonen en je klanten te belonen voor hun loyaliteit. Voeg een persoonlijke boodschap toe en combineer deze met een exclusief aanbod, zoals een korting of gratis cadeau, om de viering extra bijzonder te maken.

Voorbeeld

“Gefeliciteerd, je bent vandaag precies 1 jaar klant bij ons! Om dit te vieren, hebben we een speciale verrassing voor je: ontvang 15% korting op je volgende aankoop. Bedankt dat je deel uitmaakt van onze community!”

9. Momentum e-mail

Soms is het gedrag van een klant een duidelijke indicatie dat ze interesse hebben in een product, maar om de een of andere reden hebben ze nog geen aankoop gedaan. Denk aan klanten die een product meerdere keren hebben bekeken of in hun winkelmandje hebben geplaatst, maar het niet hebben afgerekend. Momentum e-mails zijn ontworpen om dit gedrag te herkennen en hier direct op in te spelen. Door deze klanten een subtiele herinnering te sturen, bijvoorbeeld met een beperkte voorraadmelding of een tijdelijke korting, kun je hen overtuigen om actie te ondernemen.

Voorbeeld

“Wist je dat [Productnaam] nog maar beperkt op voorraad is? Het zou jammer zijn als je deze kans mist. Klik hier en bestel nu voordat het te laat is!”

10. Back-in-stock

Het is natuurlijk frustrerend voor klanten als een gewenst product niet op voorraad is. Geef ze daarom de mogelijkheid om een e-mail te ontvangen wanneer het product weer op voorraad is. Dit regel je makkelijk door een formulier op de pagina te plaatsen. Zodra het product weer op voorraad is, krijgen de klanten die zich hebben aangemeld deze 'back-in-stock e-mail'. Combineer de melding met een call-to-action en creëer urgentie om de aankoopkans nog groter te maken.

Voorbeeld

"Goed nieuws! [Productnaam] is weer op voorraad. Wees er snel bij voordat het weer uitverkocht is."

Met marketing automation kun je klanten op het juiste moment bereiken met een relevante boodschap. Bovendien bespaar je tijd door data automatisch te verzamelen en in te zetten in je campagnes. Door deze data te gebruiken in je automatiseringen, maak je je boodschap persoonlijker en relevanter. In deze whitepaper hebben we 10 concrete campagnes genoemd die je helpen om je omzet te verhogen. Zet vandaag de eerste stap en haal meer uit je campagnes.



www.copernica.com | info@copernica.com

De Ruijterkade 112, Amsterdam | 020 520 61 90

Meer weten?

We laten je graag zien hoe Marketing Suite je e-mailresultaten kan verbeteren. Plan een demo in via de website.

 **mailmeisters**