
Wat is Spam?

Spam is ongevraagde email die naar een lijst van mensen wordt gestuurd. Wanneer je e-mails gaat verzenden naar zo'n lijst van aangekochte of gehuurde e-mailadressen van personen die relevante eigenschappen hebben voor je business, is dit Spam. Stel dat men één-op-één e-mails verstuurt naar iedereen in een lijst en de inhoud daarvan personaliseert - afstemt voor elke ontvanger - dan is dit geen spam.

“Waarom komt een nieuwsbrief in de spambox terecht?”

Bij het verzenden van nieuwsbrieven zal u vroeg of laat te maken krijgen met spamfilterproblemen. Uit ondervinding blijkt dat 10 tot 20% van jouw e-mails verloren gaat in de virtuele wereld van computers (d.i. Cyberspace). U hoeft zelfs geen spammer te zijn om bestempeld te worden als een spammer: ook e-mails waarvan de zender toestemming had tot versturen, komen regelmatig - onterecht - in de spambox terecht. Helaas is hier geen snelle remedie voor. Men kan enkel leren begrijpen wat de oorzaak is en hoe dit in zijn werk gaat.

WELKE OORZAKEN?

Volgende verschillende factoren kunnen ervoor zorgen dat een e-mail niet in de inbox-folder terecht komt:

- **Spamfilters van e-mailproviders (Gmail, Hotmail, Yahoo).** Deze filters bewaken en controleren het e-mailverkeer dat naar jouw e-mailadres verstuurd wordt. Welke e-mail als 'spam' wordt beschouwd hangt af van je provider: deze zal bepalen welke informatie die als gevaarlijk of ongewenst aanziet. Zo zal een bepaalde e-mail in de inbox ontvangen worden bij Hotmail & Yahoo en bij 'Gmail' in de spam terecht komen. Net zozeer kan een andere e-mail bij Gmail & Hotmail goed terecht komen, maar bij Yahoo niet. De spamfilters van deze providers veranderen continue.
- **Instellingen op de computer van de ontvanger, zoals een persoonlijke mailfilter.** Een persoonlijk mailfilter is een systeem dat ENKEL de computer van de ontvanger beschermt. Deze filter heeft specifieke instellingen die betrekking hebben op het e-mailverkeer van en naar deze computer. Hierdoor kan een e-mail gestuurd naar een e-mailadres bij eenzelfde provider (bv Hotmail), aankomen in de inbox van de ene persoon, maar bij de andere persoon in de spamfolder terecht komen. Dit ongeacht ze beiden een e-mailadres bij eenzelfde Provider (bv Hotmail) hebben.
- **Beveiligingsinstellingen van het netwerk** waarmee de computer verbonden is. Bijvoorbeeld: op bedrijven waar veel gevoelige informatie is, zal het dataverkeer streng bewaakt worden en maken e-mails veel minder kans om door te komen.
- Tot slot krijgen alle ontvangers de mogelijkheid om zich uit te schrijven. Wanneer een groot aantal mensen zich uitschrijft bij een bepaalde nieuwsbrief zal de kans groter worden dat die e-mails/nieuwsbrieven gemarkeerd worden als SPAM.

Bovenstaande factoren zijn de meest voorkomende oorzaken waarom een nieuwsbrief in de spambox kan terecht komen. Wij zien geen stijgende lijn in het niet openen van mailings die door CityFashion worden uitgestuurd. Hierdoor kunnen we besluiten dat er geen eenzijdige evolutie is.

WAT DOET CITYFASHION?

Spam-score

CityFashion houdt rekening met de strikte regels omtrent mailings. Wij stellen onze mailings op zodat ze een uiterst lage spamscore krijgen. Deze spamscore bepaalt in welke mate je e-mail kans maakt om als spam beschouwd te worden.

Monitoring

Onze mailservers worden continue gemonitord en wij nemen alle nodige maatregelen om te voorkomen dat onze e-mails als spam beschouwd worden. Onze mailservers worden bijna altijd beoordeeld met maximale score van 100%.

Systematisch uitzenden nieuwsbrief

De nieuwsbrieven worden in kleine delen uitgestuurd zodat niet alles op hetzelfde ogenblik wordt uitgestuurd en de kans bijgevolg ook kleiner is om bestempeld te worden als spam.

Balans afbeeldingen – tekst

CityFashion houdt rekening met een perfecte balans tussen afbeelding en tekst in nieuwsbrieven. Door deze balans toe te passen wordt de kans om als spam herkend te worden beduidend lager.

Balans hyperlinks – tekst

CityFashion creëert een perfecte balans tussen hyperlinks en tekst in je nieuwsbrief waardoor we een maximale click-rate willen bereiken.

Google trends data

Bij het opstellen van nieuwsbrieven houden wij rekening met statistieken uit Google Trends. Deze statistieken geven inzicht op welk moment en met welke frequentie naar een bepaald woord werd gezocht met Google. Dit maakt het mogelijk om te bepalen welke termen zeker in je nieuwsbrief en diens onderwerpregel moeten voorkomen, en dit om zo je open-rate zo hoog mogelijk te maken.

OPEN-RATES

De open-rate is een percentage gebaseerd op het totaal aantal verzonden e-mails van een e-mailcampagne, gedeeld door het totaal aantal keer geopend.

Open-rates zijn afhankelijk van: frequentie uitsturen nieuwsbrief, aantal ontvangers, gehuurde of eigen e-mailadressen, de inhoud van de nieuwsbrief, het tijdstip van verzenden, de onderwerpregel, de dag van verzenden en relevantie van de inhoud voor de ontvangers.

Enkele cijfers van CityFashion e-mailmarketing:

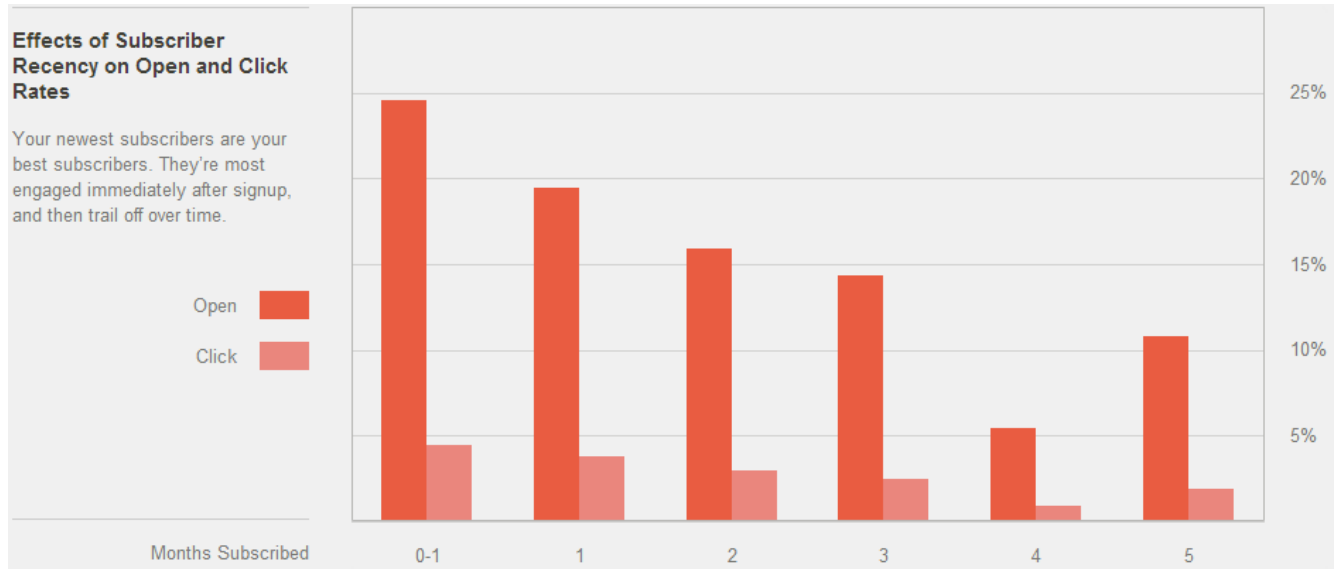
- De gemiddelde 'open-rate' van nieuwsbrieven uitgestuurd door CityFashion naar **eigen-emailadressen** van de klant binnen bedraagt **20 tot 30%**.
- De gemiddelde 'open-rate' van nieuwsbrieven uitgestuurd door CityFashion naar gehuurde e-mailadressen van de klant bedraagt **6%**.
- De hoogste open-rates bij eigen-e-mailadressen: +- 20%.
- De hoogste open-rates bij gehuurde e-mailadressen: +- 55%
- De laagste open-rates bij eigen e-mailadressen: +- 6%
- De laagste open-rates bij gehuurde e-mailadressen: +- 2%

Bovenstaande statistieken werden gebaseerd op 650 e-mailcampagnes die werden uitgestuurd door CityFashion in 2013.

WAT KAN U DOEN?

E-mailadressen verzamelen:

Onderstaande grafiek geeft de relatie weer tussen de open-rate en het verzamelen van nieuwe e-mailadressen.



Hieruit kunnen we afleiden dat de open-rate daalt, naarmate de tijd dat ze ingeschreven zijn in de lijst. Deze gegevens zijn gebaseerd op 62 miljoen e-mailcampagnes(mailchimp.com, 2013)

Verwachtingen definiëren:

Wat is voor jou het belangrijkste: open rate vs totaal aantal keer geopend?

Je kan bijvoorbeeld een lijst hebben van 200 eigen e-mailadressen met een open-rate van 40%. Wat maakt dat 80 personen deze e-mail geopend hebben. Anderzijds is het mogelijk om lijst van 320 e-mailadressen te hebben waarbij de e-mails door 80 mensen geopend worden. In het tweede geval ligt de open-rate veel lager(25%) maar heb je kans dat je meer volk bereikt.

Het is belangrijk dat je zelf je doelstellingen met betrekking tot open-rate percentage en hoeveelheid e-mailadressen gaat bepalen en aan de hand hiervan je cijfers evalueert.

VEEL GESTELDE VRAGEN

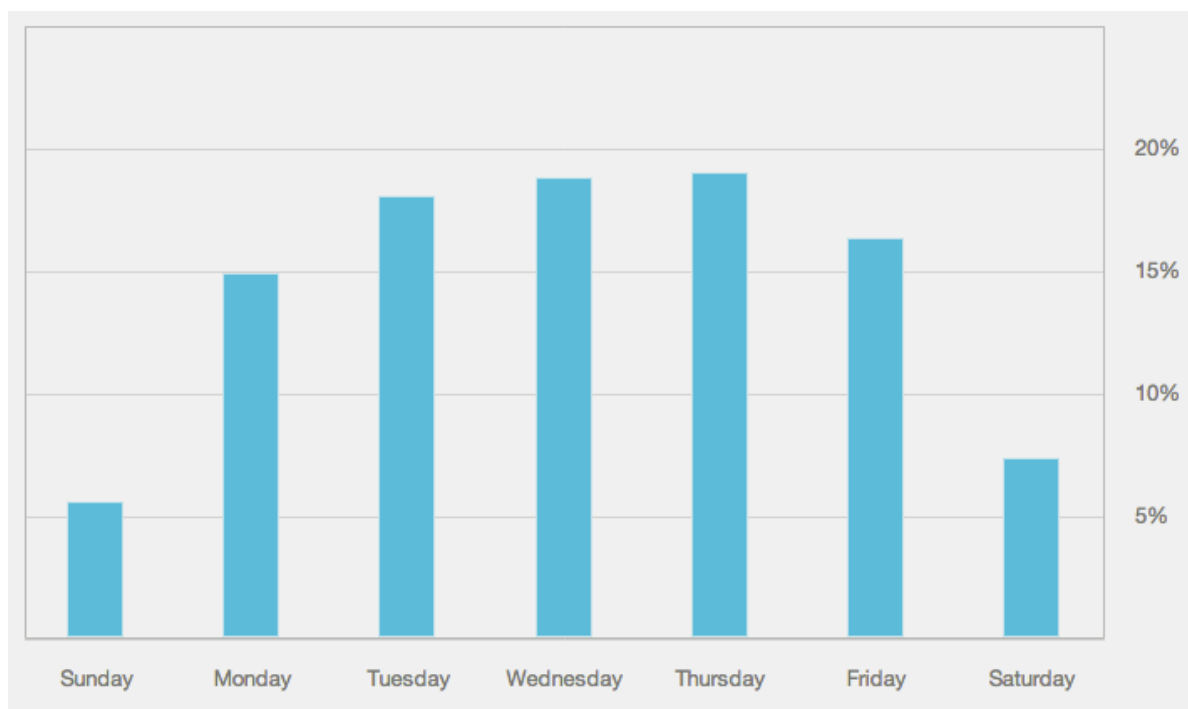
- Hoe kan ik mijn open-rate verhogen?

Optie 1: Eigen e-mailadressen verhogen.

Optie 2: Enkel gaan uitsturen naar de personen die uw e-mails vaak openen.

Optie 3: De inhoud van je e-mail aantrekkelijker maken.

- Welke dagen stuur ik het beste uit?



(bron: mailchimp)

- Kan ik zien wie mijn e-mail geopend heeft?

In de updatemail - 2^{de} communicatiemoment - vindt u de lijst met eigen e-mailadressen terug waarnaar je campagne is gestuurd. Bij deze lijst vindt u naast elk e-mailadres de status van geopend of niet.