

Opsæt den perfekte velkomstmail

 marketingplatform.com/da/ressourcer/opsaet-den-perfekte-velkomstmail/

En af de største synder inden for Email Marketing er, når du ikke får budt dine nye tilmeldte til nyhedsbrevet godt velkommen. Rigtig mange glemmer at gøre noget ved sine nye følgere og tænker, at det er fint nok at vente med at gøre noget, før den første kampagne ryger ud til den tilmeldte.

Men det er en helt forkert tankegang. Undersøgelser har gang på gang vist at engagementet i et godt opsat velkomstsflow er blandt de aller højeste. Og hvorfor ikke byde dem velkommen? De ønsker at følge dig i forhåbningen om at få noget godt ud af det – Så skynd dig og udnyt det med samme.

Her er de ting du bør gøre, når du opsætter en velkomstmail til nye tilmeldte til dit nyhedsbrev:

1. Send velkomstmailen med det samme

Sørg for at sende en email afsted med det samme nogen har tilmeldt sig din liste. Det gælder om at smede mens jernet er varmt, og der er meget større chance for engagement, når de har din virksomhed frisk i erindring. Du skal selvfølgelig ikke manuelt sende denne mail. Opbyg et fast Marketing Automation flow, der automatisk skydes i gang, når du får en ny tilmeldt til dit nyhedsbrev. Læs også vores artikel om [Marketing Automation best practices](#) for at få idéer til hvordan du bedst opsætter et godt velkomstsflow og i øvrigt opsætter effektive Marketing Automation flows.

2. Lav mailen personligt

Lav emailen personlig så modtageren ikke blot føler de er en del af mængden. Brug modtagerens navn, hvis du har fået indsamlet denne, og start emailen med “Velkommen (navn)!” Eller “Hej (navn)!”

I forlængelse heraf: Afsend mailen med personlig twist i form af afsendernavn og f.eks. ved at afslutte mailen ved at indsætte billeder og underskrift af direktøren i virksomheden (eller vedkommende der skal være ‘ansigtet’ på de nyhedsbreve der bliver sendt ud) og med en lille personlig hilsen fra velkommen om at “Det glæder mig, at du har lyst til at følge os”.

3. Lav mailen intelligent

Har du f.eks. en softwarevirksomhed, hvor du tilbyder gratis prøveversion af forskellige tools, så track fra hvilket tool tilmeldingen til nyhedsbrevet kom og sørg for at din velkomstmil nævner de fortræffeligheder dit tool har med links direkte tilbage til toolet og endelig signup.

4. Lad være med at spilde modtagerens tid med ligegyldigheder

Giv dem noget af dit allerbedste indhold, så de bliver sultne på mere i de kommende nyhedsbreve. Du har måske allerede en god idé om hvilket indhold dine kunder typisk gerne vil se og læse, og ellers brug f.eks. Google Analytics eller Facebook Analytics til at finde af hvilken artikler, der er de mest populære og ikke mindst mest engagerende. Du kan f.eks.:

- Giv et uddrag af dit bedste indhold og mailen som en appetitvækker og lad dem læse resten af indholdet på dit website, så du får dem hevet over på din side med mulighed for konvertering.
- Lav en liste med de 5 mest læste artikler, som så kan findes på websitet.
- Eller måske du har lavet en e-bog eller et Whitepaper, som de kan downloade.

5. Giv en gave

Giv den tilmeldte en gave af en slags. Giv 10% på første ordre, giv gratis fragt, eller giv et gratis produkt med næste ordre. Få dem til at føle sig specielle fra den første mail.

6. Promovér dine øvrige kanaler

Nu hvor den tilmeldte fik lyst til at modtage dit nyhedsbrev, skal du også prøve at få vedkommende til at følge dig på en eller flere af dine sociale kanaler som Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube eller andet. Sørg for i forlængelse heraf for at gøre opmærksom på fordelene ved at følge jer dér også – og giv dem en god grund til at følge jer flere steder. Det vil sige, du skal være med at give folk identisk indhold på Facebook og i nyhedsbrev. Sørg for forskelligt indhold begge steder og sørg for at lave tilbud som kun gælder følgere af nyhedsbrevet, tilbud der kun gælder følgere på Facebook o.s.v. Dermed er der grund til at følge jer på flere medier og kanaler og skulle en kunde pludselig miste interesse i at åbne jeres nyhedsbreve, eller skulle du være så uheldig at jeres mails pludselig ryger i SPAM-folderen (læs vores artikel her om “Hvorfor ender mine nyhedsbreve i SPAM folderen”), så har du dem stadig “fanget” på Facebook.

7. Tilføj link til afmelding

Husk at din email naturligvis skal indeholde en mulighed for at afmelde sig igen – Også selv om de lige har meldt sig til.

8. Test din velkomstmail

Dette punkt burde i virkeligheden ligge helt i starten: Test dine velkomstmails! Lav 2-3 forskellige varianter og test hvilken variant modtageren reagerer bedst på. Er det bedst med en simpel mail med kun 1 Call-To-Action eller er de specielt her i starten mere modtagelige for mere information og flere forskellige Call-To-Actions?

Prøv MarketingPlatform gratis i 14 dage

Prøveperioden er gratis, helt uforpligtende og udløber efter 14 dage, hvis du ikke ønsker at fortsætte.

Ved tilmelding modtager du samtidig vores uddannelsesflow på en serie af mails – og vores nyhedsbrev.