Best practices voor een goede e-mailreputatie in Autorespond

CRM & Email (FluentCRM) · https://autorespond.nl/docs/best-practices-voor-een-goede-e-mailreputatie-in-autorespond/

Je e-mailreputatie bepaalt of je berichten daadwerkelijk in de inbox van je contacten aankomen. Een slechte reputatie betekent dat je e-mails in de spam belanden of helemaal niet afgeleverd worden. Met de juiste aanpak bouw je een sterke reputatie op en houd je die in stand.

Autorespond monitort per administratie de spamrate en mailreputatie. Als afzender ben je zelf verantwoordelijk voor het naleven van deze best practices om je reputatie te beschermen.

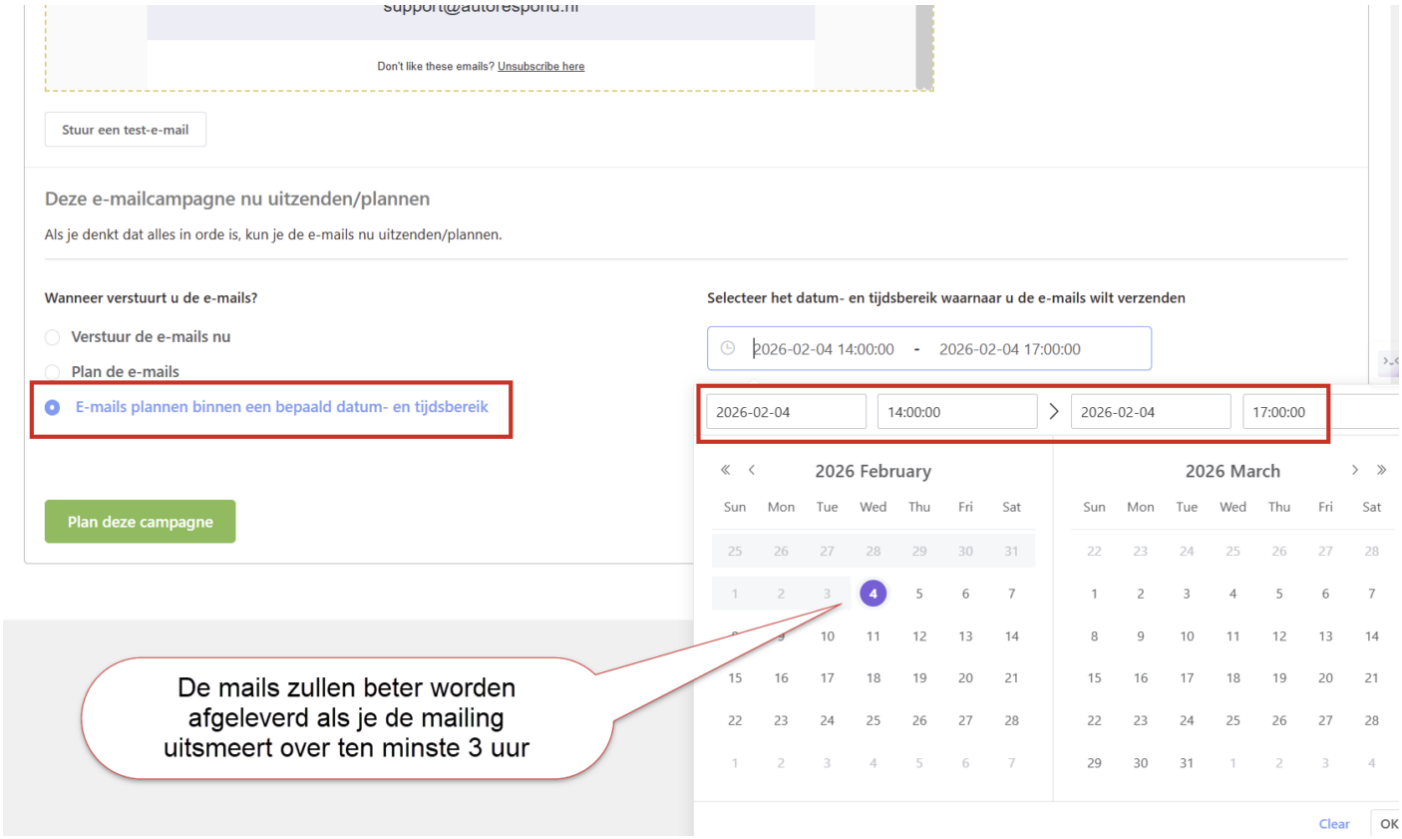
E-mailmarketing in Autorespond is gebaseerd op FluentCRM Pro — inbegrepen in je pakket.

Spreid je mailings uit over een langere periode

Het massaal versturen van e-mails in één keer kan je reputatie schaden. E-mailproviders zien dit als verdacht gedrag en kunnen je berichten blokkeren.

Gebruik daarom altijd de optie ‘E-mails plannen binnen een bepaald datum- en tijdsbereik’ wanneer je een campagne inplant. Stel bijvoorbeeld een bereik van 4 uur in, zodat je e-mails gespreid worden verstuurd in plaats van allemaal tegelijk.

Dit is vooral belangrijk in de beginfase van je e-mailmarketing. Door je e-mails te spreiden worden ze beter afgeleverd en geopend, wat je reputatie ten goede komt en zorgt voor meer opens in de toekomst.

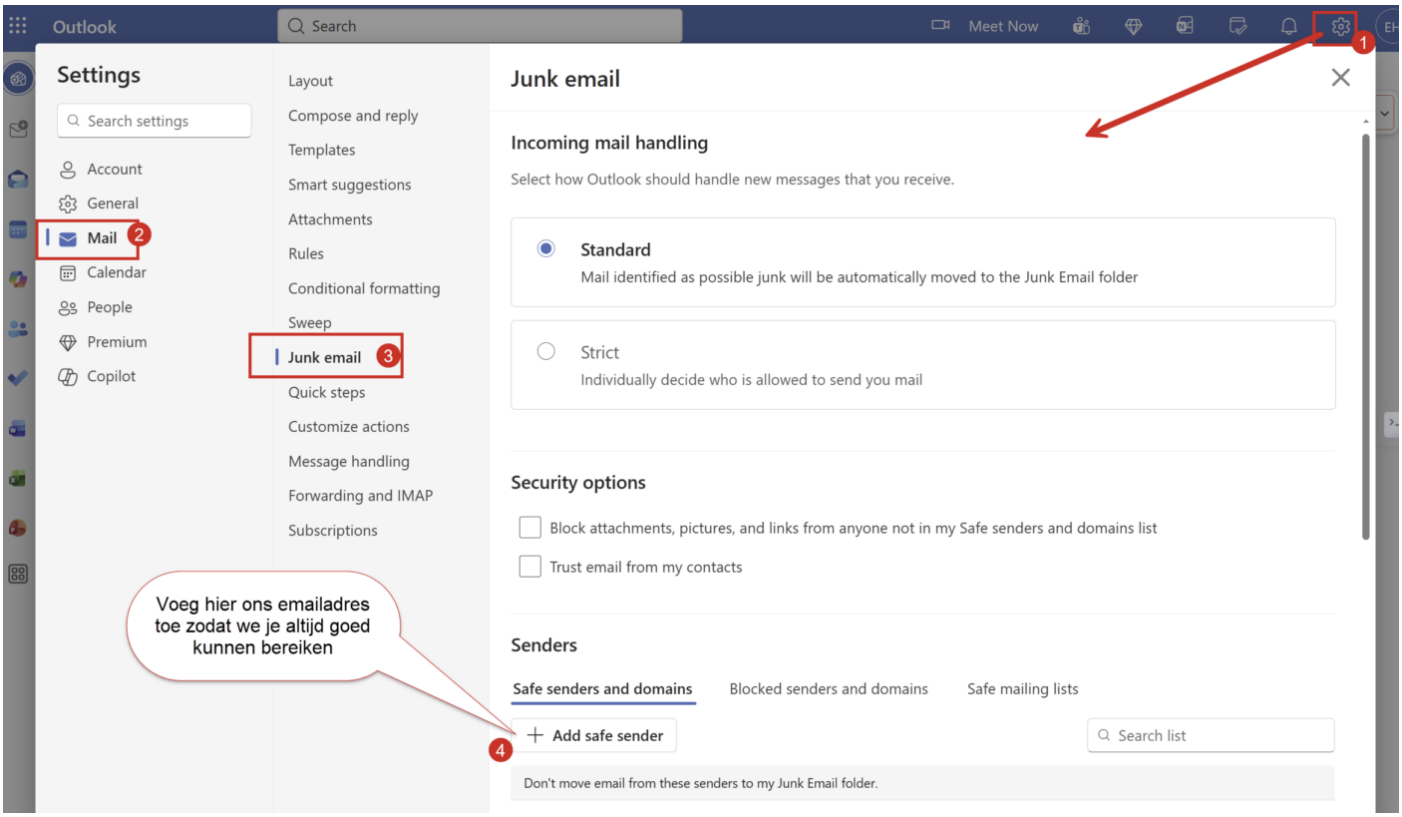


Leer nieuwe contacten je als veilige afzender toe te voegen

Automatische spamfilters blokkeren regelmatig legitieme e-mails. Door nieuwe contacten direct te instrueren om je afzenderadres toe te voegen als veilige afzender, verlaag je deze kans aanzienlijk.

Voeg een instructie toe aan je bevestigingspagina na aanmelding met een duidelijke uitleg hoe contacten jouw e-mailadres kunnen whitelisten. Gebruik bij voorkeur een visuele instructie met screenshots voor verschillende e-mailproviders.

Je kunt deze instructie ook opnemen in je eerste welkomstmail of als onderdeel van je dubbele opt-in proces. Gebruik eventueel onderstaande afbeelding:



Mail regelmatig naar je contactenlijst

Consistentie is cruciaal voor een goede e-mailreputatie. Mail minimaal eens per maand naar je actieve contacten om je reputatie in stand te houden.

Voorkom de “wie ben jij ook alweer?”-reactie

Contacten die je lange tijd niet gemaild hebt, zijn vaak vergeten dat ze zich hebben aangemeld. Als je hen plotseling weer veel e-mails stuurt, krijg je snel spamklachten.

Voor contacten die al maanden geen e-mail hebben ontvangen, gebruik je een warmup-strategie: begin met één e-mail waarin je jezelf opnieuw introduceert en de waarde die je biedt herhaalt. Bouw daarna langzaam het verzendvolume op.

Schoon inactieve contacten periodiek op

Contacten die langer dan zes maanden geen enkele e-mail openen en geen kliks registreren, schaden je reputatie. Ze tellen wel mee in je verzendstatistieken, maar leveren geen engagement op.

Laatste kans-campagne opzetten

Voordat je inactieve contacten verwijdert, geef je ze één laatste kans:

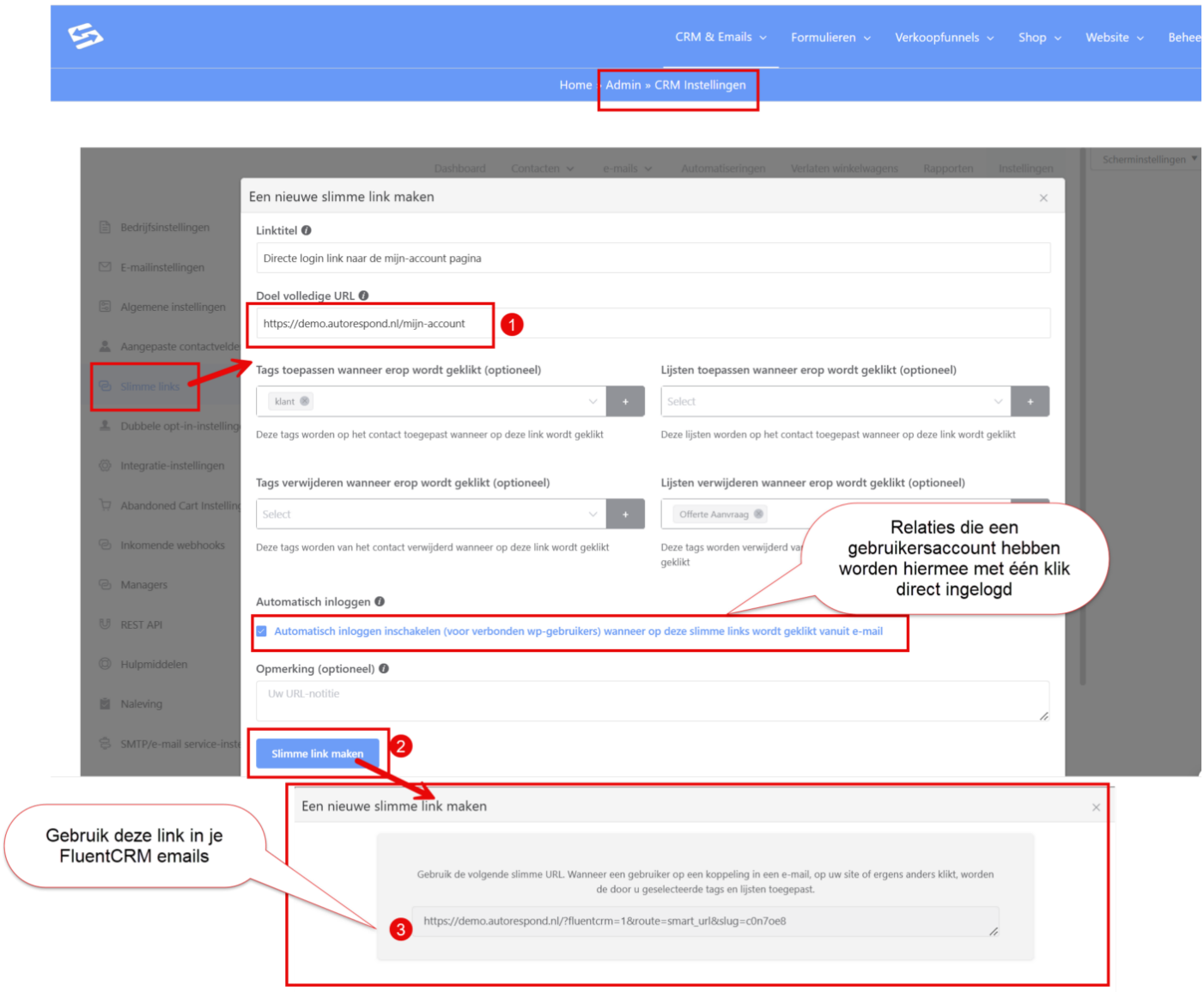
1. Zet alle inactieve contacten in een aparte lijst (bijvoorbeeld: ‘Inactieve contacten’)
2. Stuur een e-mail met het onderwerp ‘Je gegevens worden binnenkort verwijderd’
3. Schrijf een nieuwe kennismaking waarin je uitlegt wie je bent en welke waarde je biedt
4. Voeg een duidelijke knop toe met een smartlink die automatisch contacten uit de inactieve lijst haalt wanneer ze klikken
5. Verwijder na een week de contacten die nog steeds op de inactieve lijst staan

Smartlinks instellen voor automatische acties

Een smartlink is een trackbare link die automatisch acties kan starten wanneer iemand erop klikt. Voor je laatste kans-campagne stel je een smartlink in die het contact automatisch uit de ‘Inactieve contacten’ lijst verwijdert.

Smartlinks maak je aan via CRM & Emails → CRM Instellingen → Slimme links. Na het aanmaken gebruik je de gegenereerde URL in je e-mail om automatisch lijsttoewijzingen te wijzigen bij een klik.

Voor meer informatie over automatische acties via smartlinks, zie deze uitgebreide handleiding.



Veelgestelde vragen

Hoe vaak mag ik maximaal e-mailen zonder mijn reputatie te schaden?

Er is geen vaste limiet, maar consistentie is belangrijker dan frequentie. Mail liever wekelijks op vaste dagen dan onregelmatig. Let op je open- en klik statistieken: dalen deze structureel, dan mail je mogelijk te vaak.

Wat doe ik als mijn e-mails plotseling in de spam belanden?

Controleer je verzendgedrag van de afgelopen weken: heb je plots veel meer gemaild, andere onderwerpen gebruikt, of nieuwe contacten geïmporteerd? Verminder tijdelijk je verzendfrequentie en focus op zeer relevante content voor je meest actieve contacten.

Kan ik gekochte e-maillijsten gebruiken in Autorespond?

Nee, gebruik nooit gekochte lijsten. Deze contacten hebben geen toestemming gegeven en zullen je e-mails als spam markeren. Dit schaadt je reputatie ernstig en kan leiden tot blacklisting van je mailserver.

Een goede e-mailreputatie is de basis voor succesvolle e-mailmarketing. Met Autorespond heb je alle tools om je reputatie op te bouwen en te behouden.

Bekijk alle mogelijkheden →