Contacten segmenteren en filteren

CRM & Email (FluentCRM) · https://autorespond.nl/docs/contacten-segmenteren-en-filteren/

Contacten segmenteren en filteren

Segmentatie is het verdelen van je contactenlijst in kleinere, gerichte groepen op basis van specifieke kenmerken of gedrag. Door contacten te segmenteren kun je veel gerichtere e-mailcampagnes versturen en je marketingresultaten verbeteren.

In Autorespond werk je met twee manieren van segmentatie: statische lijsten (groepen die je handmatig samenstelt) en dynamische segmenten (groepen die automatisch worden bijgewerkt op basis van criteria die je instelt).

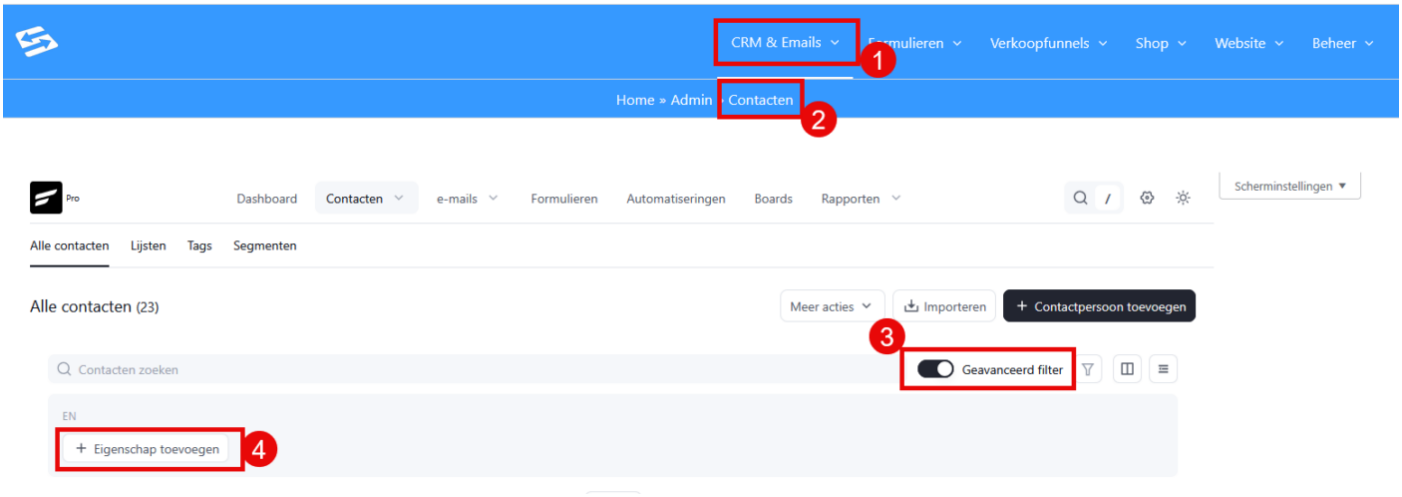
Het verschil tussen lijsten, tags en segmenten

Voordat je begint met segmenteren is het belangrijk het verschil te begrijpen tussen de verschillende manieren om contacten te organiseren:

- **Lijsten** zijn statische groepen waar je contacten handmatig aan toevoegt of die via formulieren worden gevuld
- **Tags** zijn labels die je aan contacten kunt toekennen om eigenschappen of gedrag aan te geven
- **Segmenten** zijn dynamische groepen die automatisch worden gefilterd op basis van ‘meer criteria’, zoals tags, gedrag, of contactgegevens

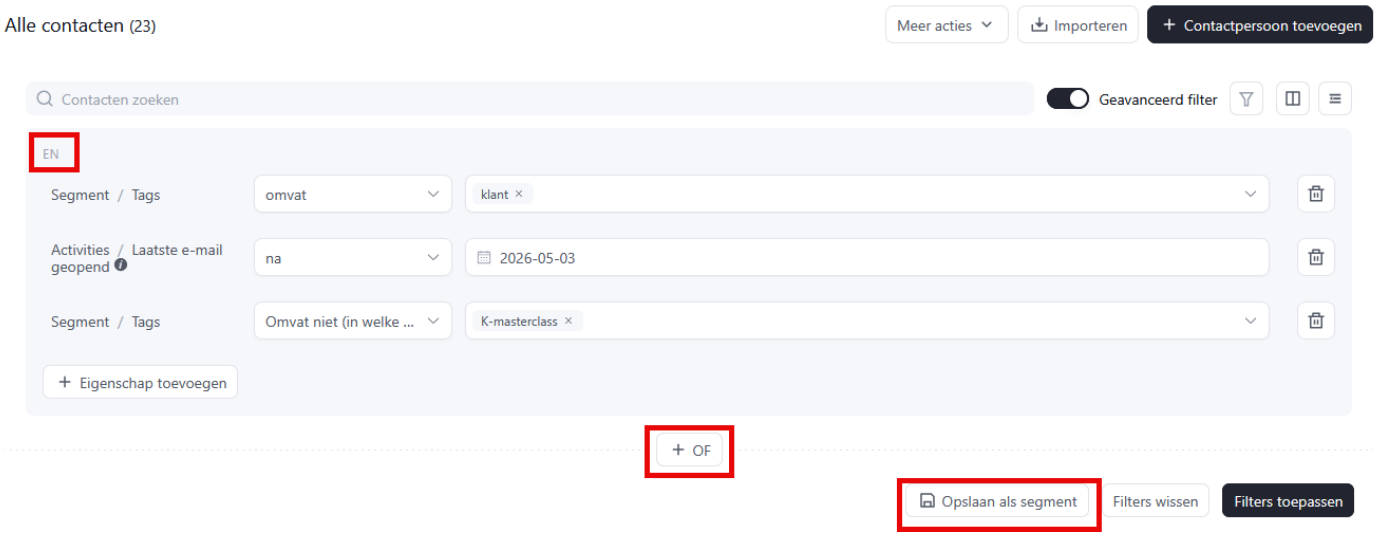
Geavanceerd contacten filteren

De krachtigste manier om contacten te segmenteren is via de geavanceerde filter in je contactenoverzicht. Ga naar CRM & Emails → Contacten en zet rechtsboven de vink aan bij ‘Geavanceerd filter’. Klik dan op ‘Eigenschap toevoegen’.



Hier kun je complexe criteria instellen om precies de contacten te vinden die je zoekt:

- **Contactgegevens**: filter op naam, e-mailadres, telefoonnummer, stad, land
- **Contactsegment**: selecteer contacten die wel of niet bepaalde tags hebben of lid zijn van specifieke lijsten
- **Contactactiviteit**: selecteer contacten die wel of niet laatste e-mail hebben geopend of op link hebben geklikt
- **Aangepaste velden**: filter op waarden in custom velden die je hebt aangemaakt
- **FluentCommunity**: zoek contacten die wel of niet lid zijn van een community en / of cursus



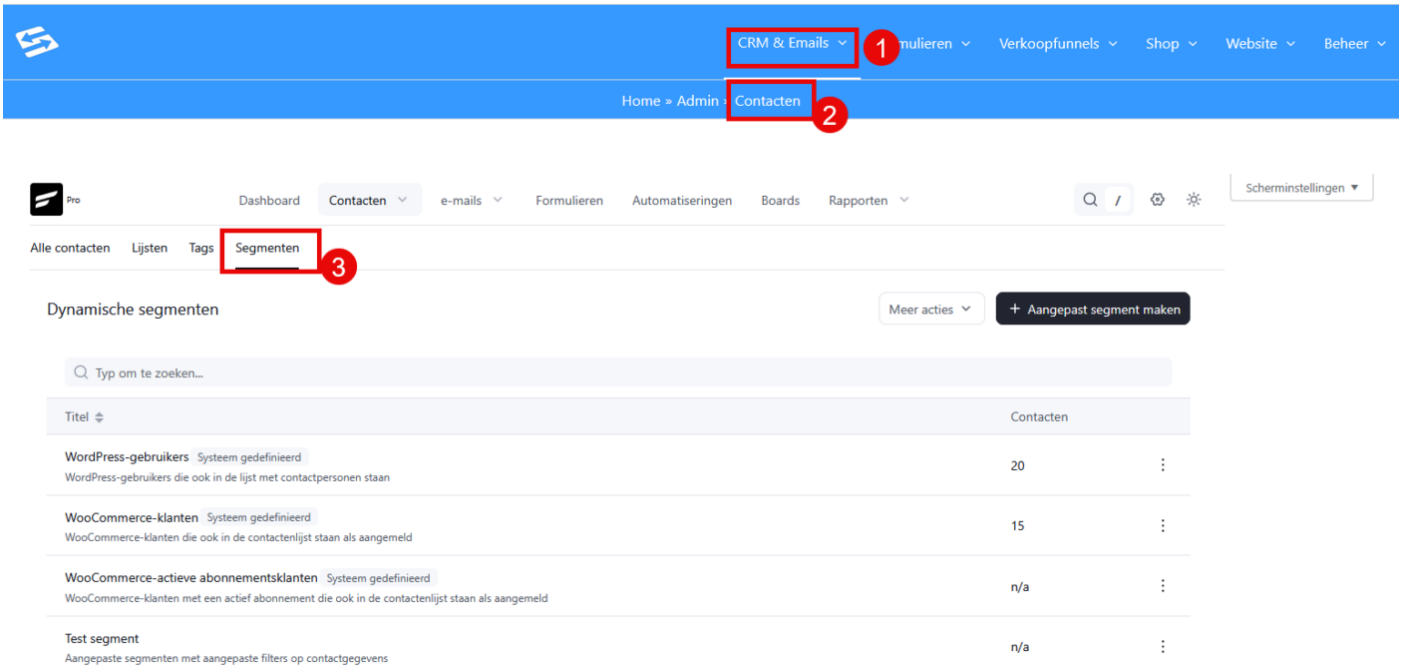
Je kunt meerdere criteria combineren met ‘EN’ of ‘OF’ logica om zeer specifieke groepen te maken. Bijvoorbeeld: “Contacten die tag ‘Klant’ hebben EN de laatste mail na 3 mei 2026 hebben geopend EN niet de tag ‘K-masterclass’ hebben”. Klik op ‘Filters toepassen’ om de lijst met contacten te krijgen die aan deze criteria voldoen.

Dynamische segmenten maken

Als je regelmatig dezelfde filtercombinatie gebruikt, kun je er een dynamisch segment van maken. Klik na het instellen van je filter op ‘Opslaan als segment’ en geef het segment een herkenbare naam.

Dynamische segmenten worden automatisch bijgewerkt. Als nieuwe contacten voldoen aan je criteria worden ze automatisch toegevoegd. Als bestaande contacten niet meer voldoen aan de criteria worden ze automatisch weggehaald.

Je kunt dynamische segmenten vinden en beheren via CRM & Emails → Contacten → Segmenten. Klik op het betreffende segment om de filters hierin aan te passen.



Voorbeelden van nuttige segmentaties

Hier zijn enkele praktische voorbeelden van segmentaties die veel ondernemers gebruiken:

Engagement-gebaseerde segmenten

- **Actieve contacten**: hebben in de laatste 60 dagen een e-mail geopend of op een link geklikt
- **Inactieve contacten**: hebben in de laatste 6 maanden geen enkele e-mail geopend
- **Zeer betrokken contacten**: hebben meer dan 50% van je e-mails geopend in de laatste 90 dagen

Gedrag-gebaseerde segmenten

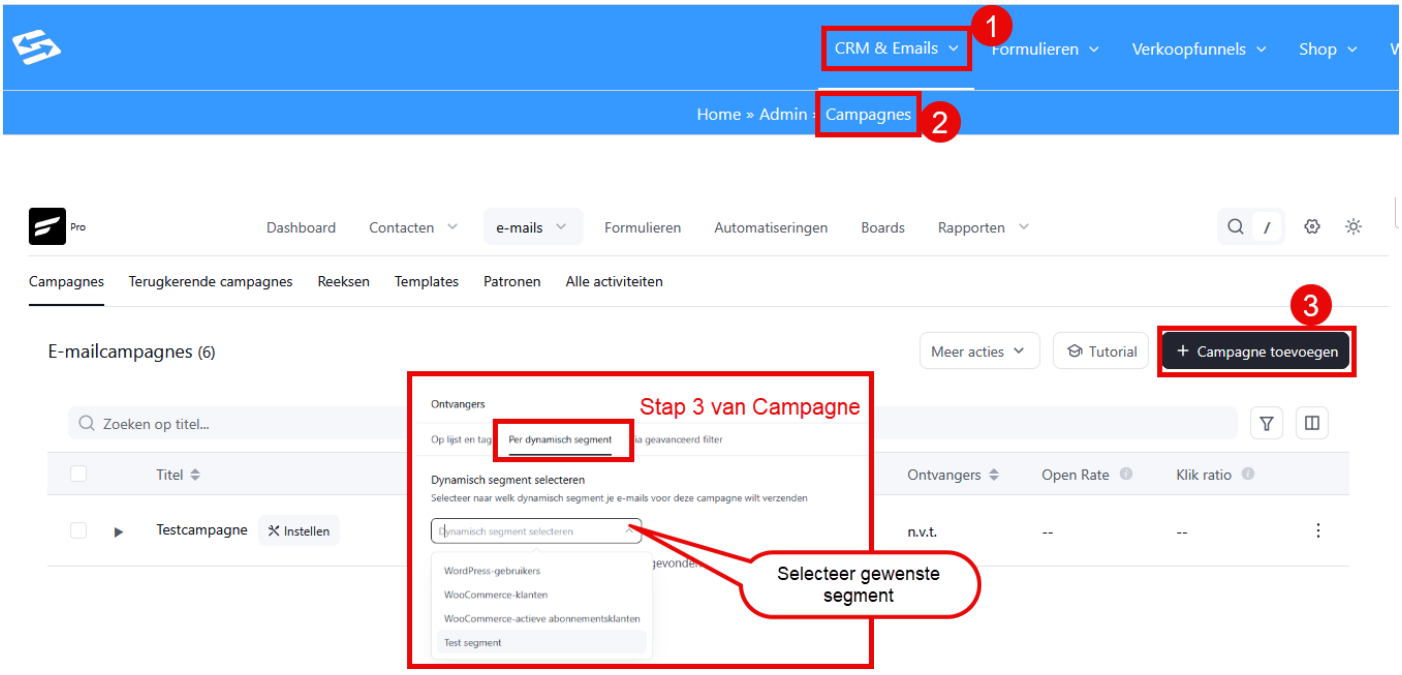
- **Website bezoekers**: hebben een specifieke pagina bezocht (via tracking of formulier)
- **Download-geïnteresseerden**: hebben een leadmagneet gedownload
- **Event-deelnemers**: hebben zich aangemeld voor een webinar of evenement

Demografische segmenten

- **Lokale contacten**: wonen in een specifieke stad of regio
- **Bedrijfssegment**: gefilterd op bedrijfsgrootte via aangepaste velden
- **Nieuwe aanmeldingen**: aangemeld in de laatste 30 dagen

Segmenten gebruiken in campagnes

Nadat je segmenten hebt aangemaakt, kun je deze gebruiken bij het versturen van e-mailcampagnes. Ga naar CRM & Emails → Campagnes → ‘Campagne toevoegen’, doorloop de stappen en selecteer (in Stap 3) bij ‘Ontvangers’ je opgeslagen segment.



Je kunt ook meerdere segmenten combineren of juist bepaalde segmenten uitsluiten. Bijvoorbeeld: verstuur naar segment ‘Klanten’ maar sluit segment ‘Recente kopers’ uit om te voorkomen dat je direct na een aankoop alweer een verkoopmail stuurt.

Best practices voor segmentatie

Effectieve segmentatie begint bij het consequent toepassen van tags en het bijhouden van relevante contactgegevens:

- **Gebruik duidelijke tag-namen**: kies tag-namen die ook na een jaar nog begrijpelijk zijn
- **Maak een tag-systeem**: denk na over een logische structuur voordat je begint
- **Test regelmatig**: controleer of je segmenten de juiste contacten bevatten
- **Combineer criteria slim**: gebruik zowel gedrag als eigenschappen voor gerichte segmenten
- **Houd segmenten actueel**: verwijder of pas segmenten aan die niet meer relevant zijn

Door slim te segmenteren kun je veel relevantere e-mails versturen, wat leidt tot hogere open- en klikpercentages en uiteindelijk betere marketingresultaten.

Contacten segmenteren in Autorespond is gebaseerd op FluentCRM — inbegrepen in je pakket. Lees de Engelse documentatie

Met Autorespond kun je je contactenlijst verfijnen tot zeer gerichte segmenten, waardoor elke e-mail die je verstuurt relevanter wordt voor de ontvanger. Dit leidt tot betere resultaten en een sterkere relatie met je doelgroep.

Lees meer over de mogelijkheden →