Een herinnering sturen aan iedereen die nog niet op de link in je e-mail klikte

CRM & Email (FluentCRM) · https://autorespond.nl/docs/een-herinnering-sturen-aan-iedereen-die-nog-niet-op-de-link-in-je-e-mail-klikte/

Verkoop je een workshop, training of ander event en stuur je na de aankoop een bevestigingsmail met een link naar bijvoorbeeld de praktische informatie? Dan wil je vlak voor het event vaak nog een herinnering sturen, maar alleen aan de mensen die die link nog niet hebben aangeklikt. Wie de informatie al bekeek, hoeft geen extra mail te krijgen. In dit artikel bouw je dat met een slimme link die bij het klikken een tag toekent, en een conditieblok in je automatisering dat controleert of die tag ontbreekt.

*Automatiseringen en slimme links in Autorespond zijn gebaseerd op **FluentCRM**, inbegrepen in je pakket. Lees de Engelse documentatie*

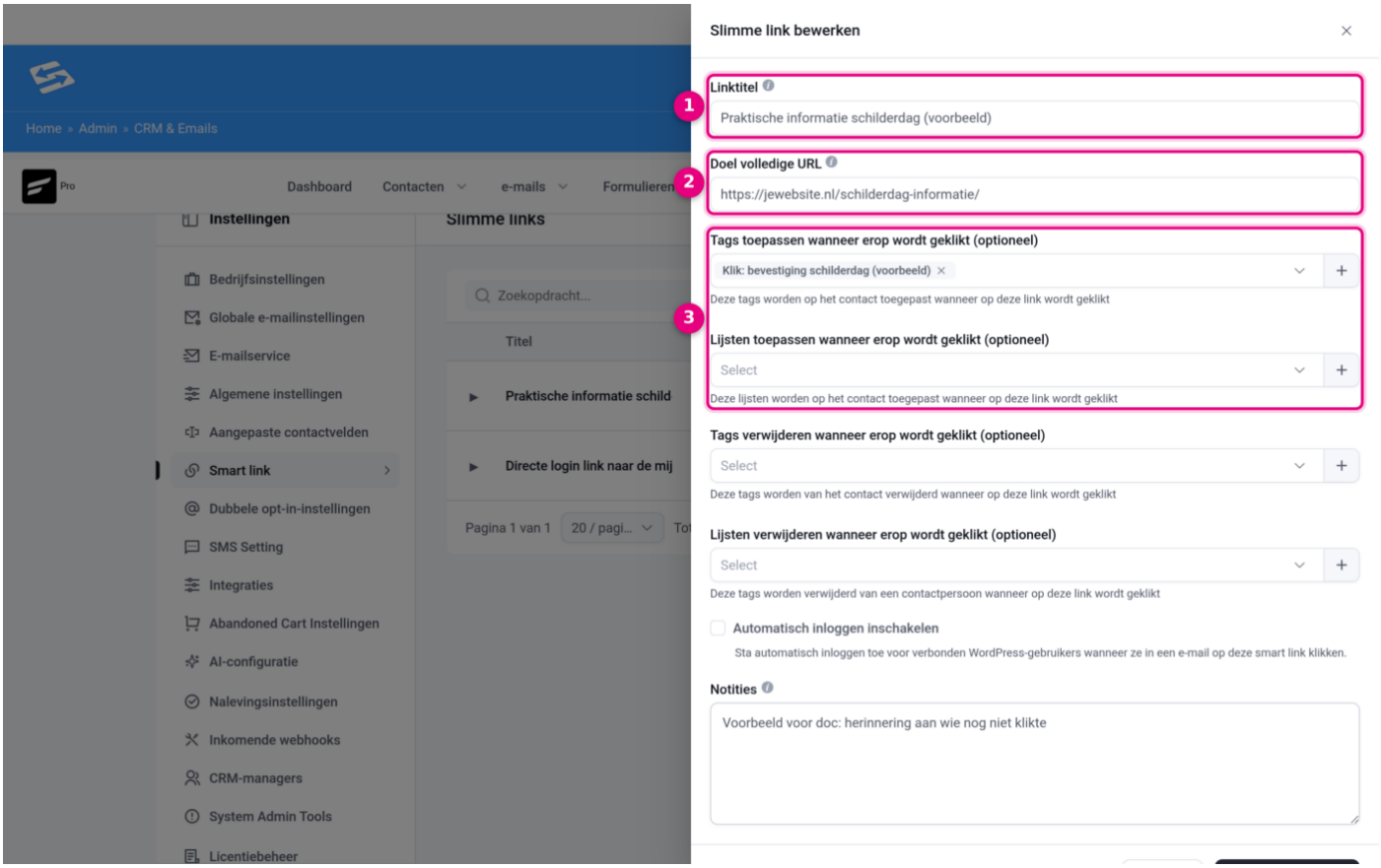
Zo werkt het

De opzet bestaat uit drie onderdelen die samen bepalen wie de herinnering krijgt:

- De link in je bevestigingsmail is een **slimme link**: een speciale link die het contact herkent en bij het klikken automatisch een tag toekent. De lezer merkt daar niets van en komt gewoon op de pagina uit die jij instelt.
- De automatisering **wacht** daarna tot het herinneringsmoment, bijvoorbeeld tot een week voor het event.
- Een **conditieblok** controleert vervolgens of het contact de kliktag heeft. Alleen contacten zonder die tag (die dus nog niet klikten) krijgen de herinneringsmail.

Stap 1: maak de slimme link

Ga naar **CRM & Emails**, klik rechtsboven op het **tandwiel-icoon** (Instellingen) en kies in het menu links **Smart link**. Je ziet het overzicht Slimme links. Klik rechtsboven op **+ Smart link toevoegen** en vul het formulier in:



De slimme link: bij het klikken krijgt het contact de kliktag en gaat de lezer door naar de doel-URL.

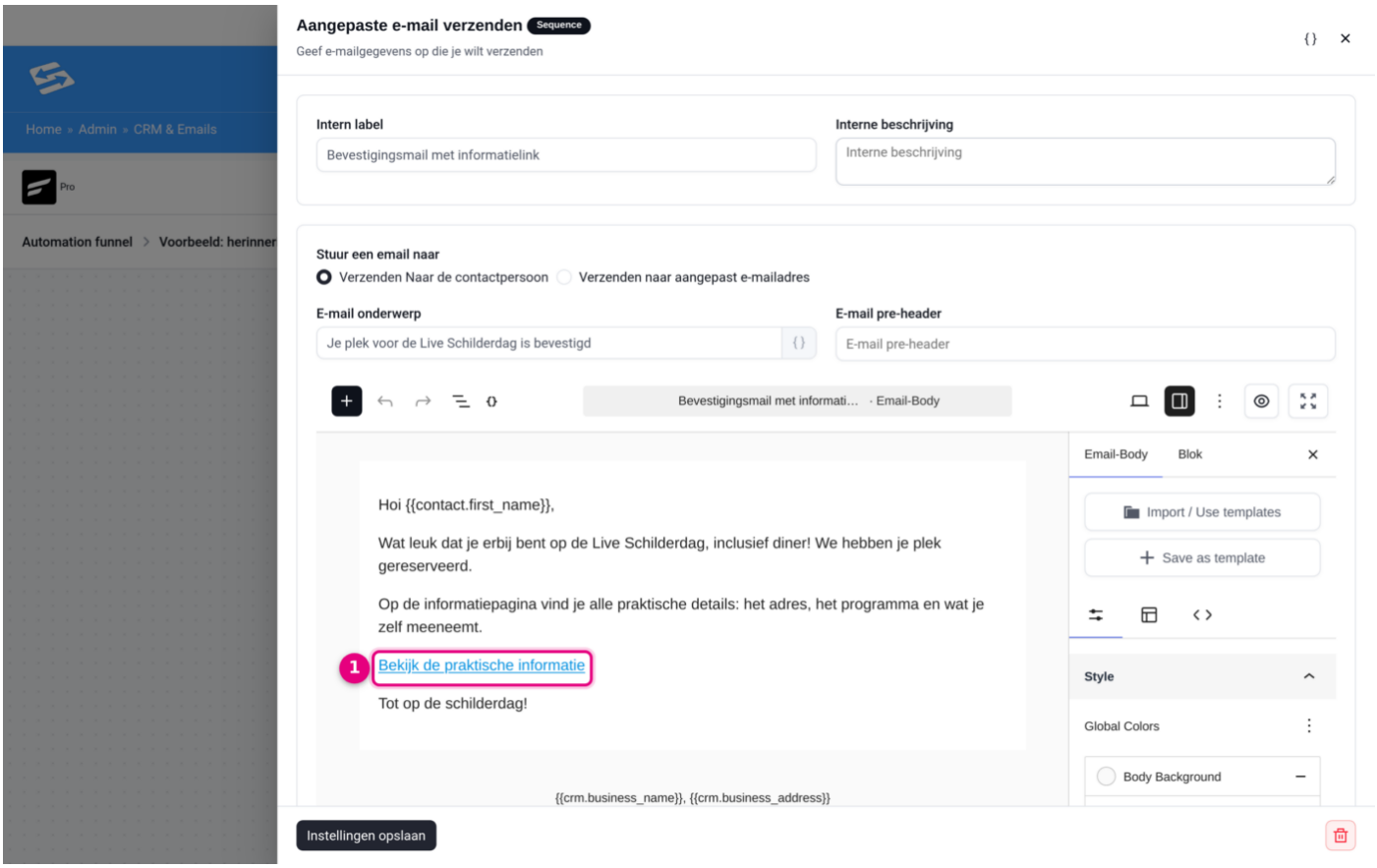
1. **Linktitel**: de interne naam van de link, bijvoorbeeld “Praktische informatie schilderdag”. Je klant ziet deze naam niet.
2. **Doel volledige URL**: de pagina waar de lezer na het klikken terechtkomt, bijvoorbeeld de pagina met de praktische informatie van je event. Gebruik de volledige URL inclusief https://.
3. **Tags toepassen wanneer erop wordt geklikt**: kies hier de kliktag, bijvoorbeeld “Klik: bevestiging schilderdag”. Typ een nieuwe naam om direct een nieuwe tag aan te maken. Daaronder kun je eventueel ook lijsten toepassen; voor dit scenario is de tag voldoende.

Klik onderaan op de opslaan-knop. In het overzicht zie je nu een kolom **Slimme URL**: kopieer die URL met het kopieerknopje ernaast. Deze URL gebruik je in de volgende stap als link in je e-mail.

Stap 2: de bevestigingsmail met de slimme link

Ga naar **CRM & Emails → Automatiseringen** en klik op **Nieuwe automatisering**. Kies de trigger die bij jouw situatie past. Verkoop je het event als product in je webshop, dan is de trigger **Tag toegepast** met de producttag een betrouwbaar startpunt: die tag wordt pas toegekend als de bestelling betaald is. Hoe je zo’n producttag instelt lees je in het artikel Een producttag toekennen na betaling.

Voeg daarna via het plusje onder de trigger het blok **Aangepaste e-mail verzenden** toe (tabblad Acties, groep E-mail). Schrijf hier je bevestigingsmail. Selecteer de tekst die klikbaar moet worden, maak er een link van en plak de gekopieerde Slimme URL als linkadres:



De bevestigingsmail: de gemarkeerde tekst linkt naar de Slimme URL uit stap 1.

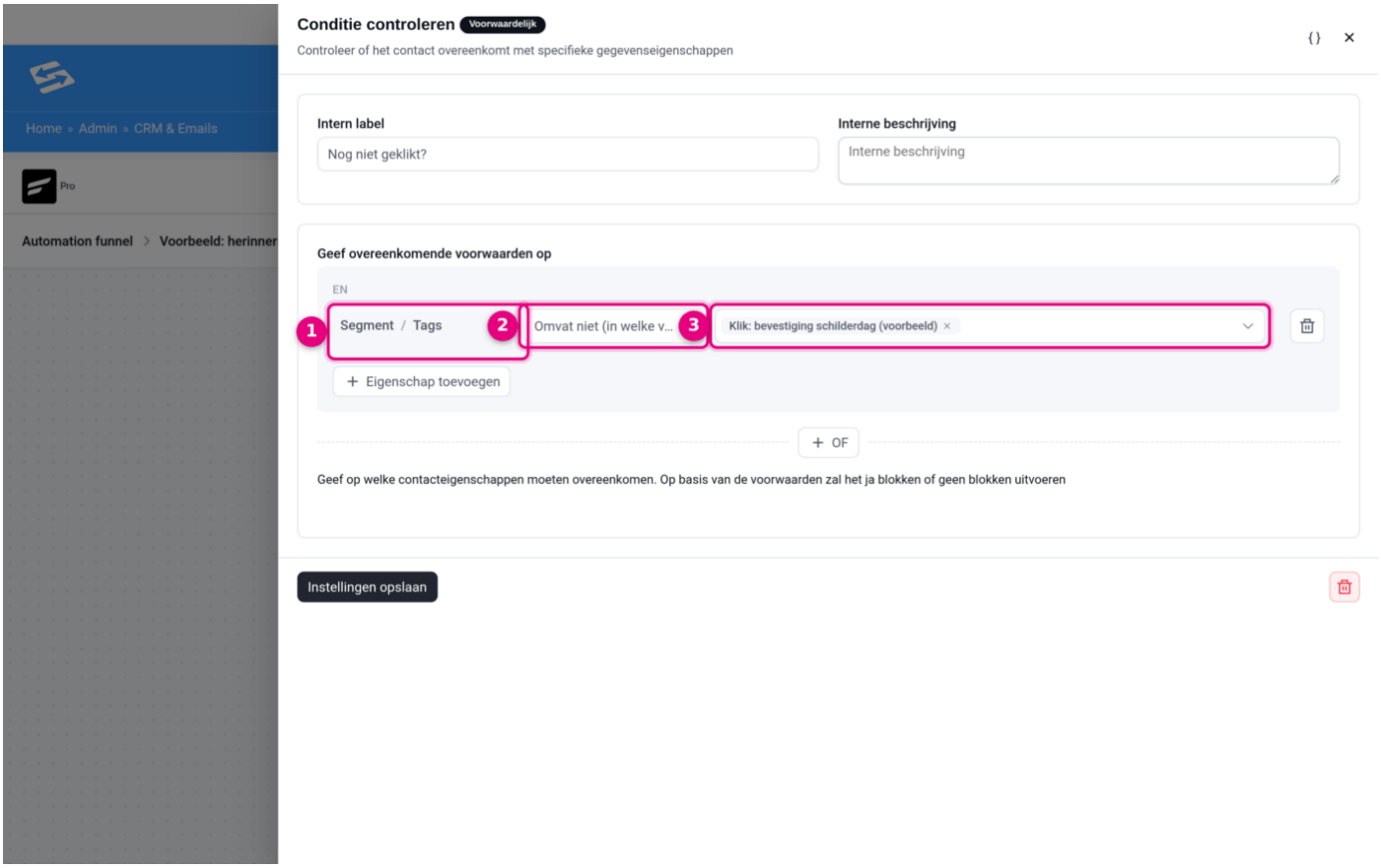
1. **De link in de mailtekst**: dit is de slimme link. Zodra een contact hierop klikt, krijgt het de kliktag en gaat het door naar de informatiepagina. E-mails die je vanuit een automatisering verstuurt herkennen het contact automatisch.

Stap 3: de wachtstap

Voeg onder de bevestigingsmail het blok **Wacht X dagen/uren** toe (tabblad Acties, groep CRM). Stel hier de wachttijd in tot het moment van de herinnering, bijvoorbeeld het aantal dagen tot een week voor het event. Je kunt in dit blok ook wachten tot een vaste datum. Werk je met terugkerende events en een eventdatum per contact, lees dan ook het artikel Terugkerende events: e-mails automatisch rond de eventdatum.

Stap 4: het conditieblok met de herinneringsmail

Voeg na de wachtstap een blok toe via het plusje en kies het tabblad **Voorwaardelijke zinnen** → **Conditie controleren**. Stel de conditie zo in dat alleen contacten zonder de kliktag doorgaan:



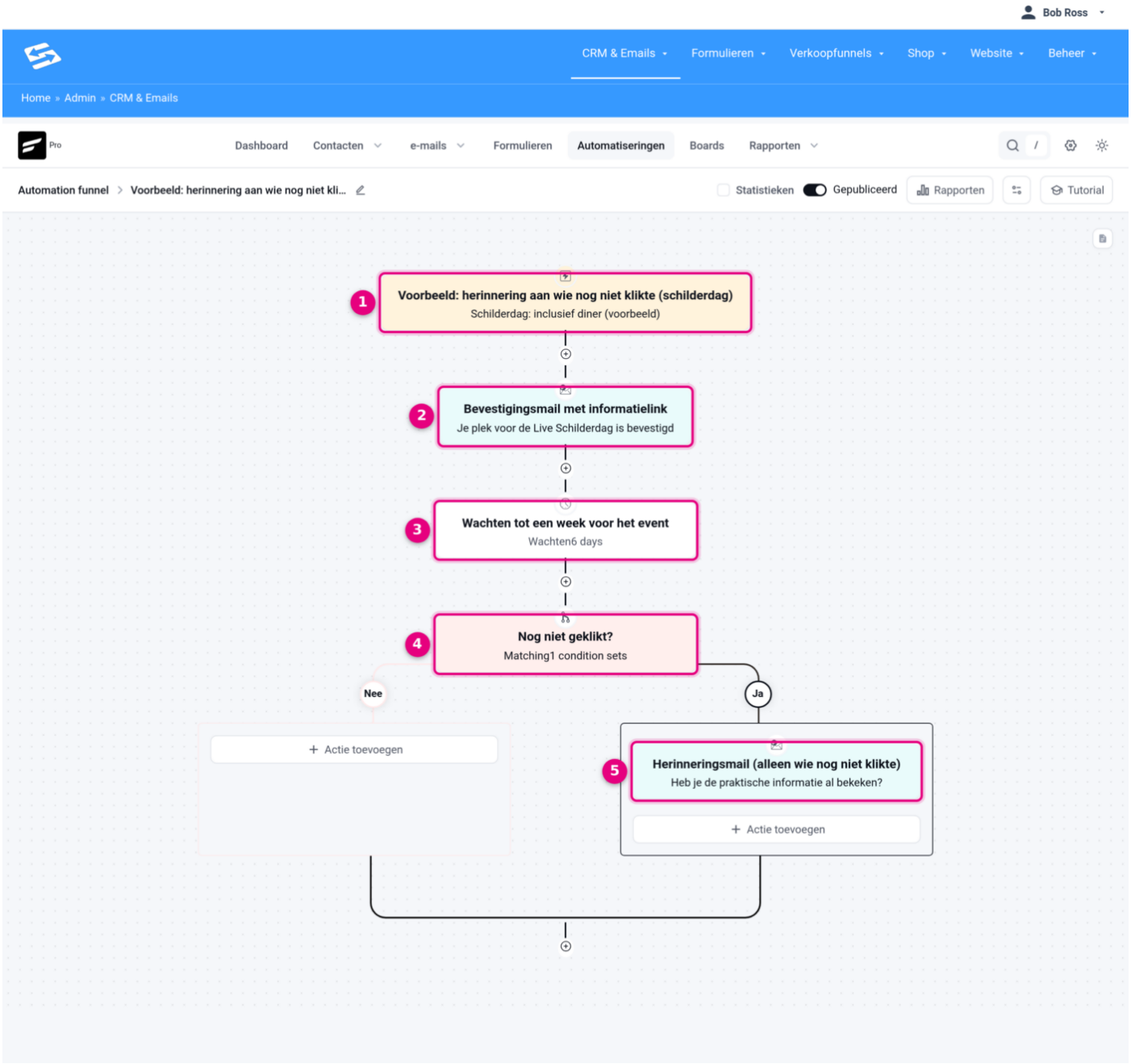
Het conditieblok: contacten die de kliktag niet hebben gaan de Ja-tak in.

1. **De eigenschap**: klik op Eigenschap toevoegen en kies **Contact Segment → Tags**. In het blok staat de keuze daarna als “Segment / Tags”.
2. **De vergelijking**: kies **Omvat niet (in welke vorm dan ook)**. De conditie is dan waar voor contacten die de tag niet hebben.
3. **De tag**: kies hier de kliktag uit stap 1, bijvoorbeeld “Klik: bevestiging schilderdag”.

Klik op **Instellingen opslaan**. Onder het conditieblok verschijnen twee takken: **Ja** en **Nee**. Voeg in de Ja-tak (voldoet aan de conditie, heeft de tag dus niet) een blok **Aangepaste e-mail verzenden** toe met je herinneringsmail. Zet daarin opnieuw de slimme link, zodat de lezer alsnog met een klik op de informatiepagina komt. De Nee-tak laat je leeg: wie al klikte krijgt niets extra’s.

Het eindresultaat

De complete automatisering ziet er zo uit:



De volledige automatisering: alleen contacten die nog niet klikten krijgen de herinnering.

1. **De trigger**: hier start de automatisering, in dit voorbeeld zodra het contact de producttag van het event krijgt (dus na betaling).
2. **De bevestigingsmail** met de slimme link naar de praktische informatie.
3. **De wachtstap** tot het herinneringsmoment, bijvoorbeeld een week voor het event.
4. **Het conditieblok** dat controleert of het contact de kliktag nog niet heeft.
5. **De herinneringsmail** in de Ja-tak: alleen contacten zonder kliktag ontvangen deze.

Zet de automatisering rechtsboven op **Gepubliceerd** om hem actief te maken.

Goed om te weten

- De kliktag blijft op het contact staan. Je kunt er later dus ook op segmenteren, bijvoorbeeld om te zien wie de informatiepagina wel of niet heeft bekeken.
- Er bestaat in het conditieblok ook een voorwaarde **Contact Activiteiten → Laatst geklikt in e-mail**. Die kijkt alleen naar de datum van de laatste klik in welke e-mail dan ook, niet naar een specifieke link. Voor dit scenario is de slimme link daarom de juiste route.
- Op het tabblad Doelen bestaat daarnaast de doel-stap **Link Klik**, met een eigen gegenereerde link: contacten die klikken springen dan direct naar dat punt in de automatisering. Dat kan ook, maar de route in dit artikel is eenvoudiger te volgen en geeft je bovendien een herbruikbare tag.
- Verkoop je het event als variabel product met meerdere opties (bijvoorbeeld met of zonder diner), dan kun je per variatie een eigen tag toekennen en per variatie zo'n automatisering starten. Het tagveld vind je op het product onder **Productgegevens → Variaties**, klap de variatie uit en vul het veld "Pas deze labels toe in FluentCRM wanneer gekocht" in.

Gerelateerde artikelen

- Met Smartlink automatische acties laten starten
- Terugkerende events: e-mails automatisch rond de eventdatum
- Een producttag toekennen na betaling: automations starten en toegang automatisch intrekken

Slimme opvolging zonder omkijken: met Autorespond stuur je bevestigingen en herinneringen automatisch op het juiste moment, precies aan de juiste mensen.

Ontdek Autorespond →