MailChimp

Campaigns & Reports



Deel van een onderzoek i.o. van Entrepreneurship 3.0.

Door: A.Baeckelandt, J.Bracqué, F.Frisch, S.Frix, J.Schoonbaert

artevelde hogeschool
LID VAN DE ASSOCIATIE UNIVERSITEIT GENT
denk. doe. word.

Handleiding MailChimp

Campaigns & Reports

INHOUD

CAMPAIGNS 3

STAP 1 3

STAP 2 10

STAP 3 12

STAP 4 21

STAP 5 23

REPORTS 24

VOORBEELDMAILS 28

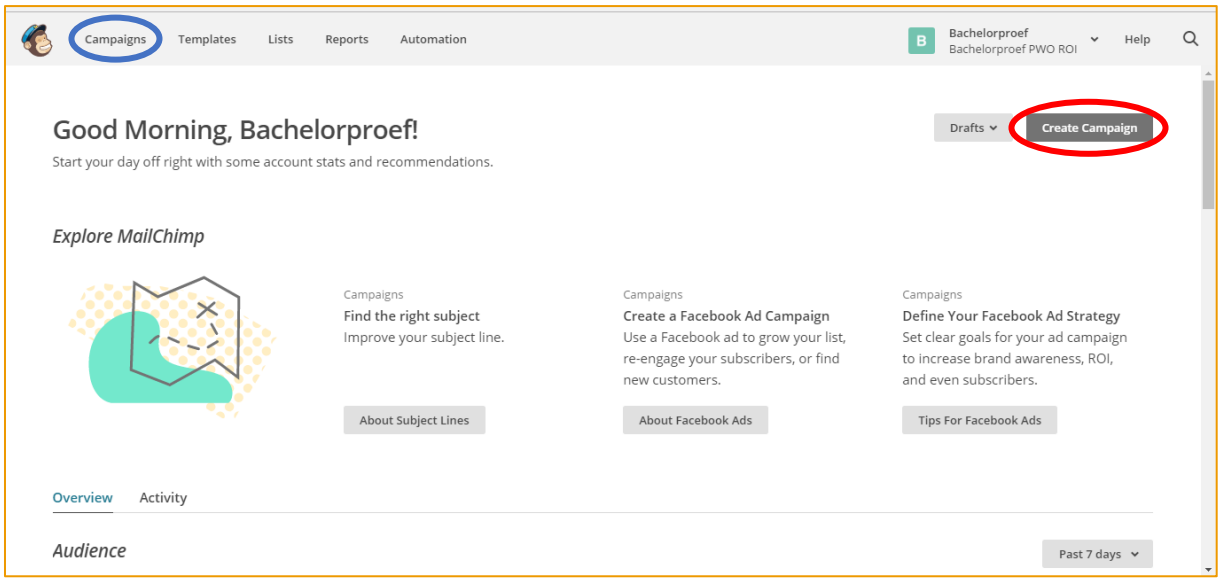


Figure 1: http://images.huffingtonpost.com/2016-04-21-1461253939-7024528-emailmarketingtips.jpg

CAMPAIGNS

STAP 1

Wanneer u ingelogd bent op uw MailChimp account, ziet u links bovenaan de tab “Campaigns” staan. U heeft ook de mogelijkheid om rechts direct op “Create Campaign” te klikken.

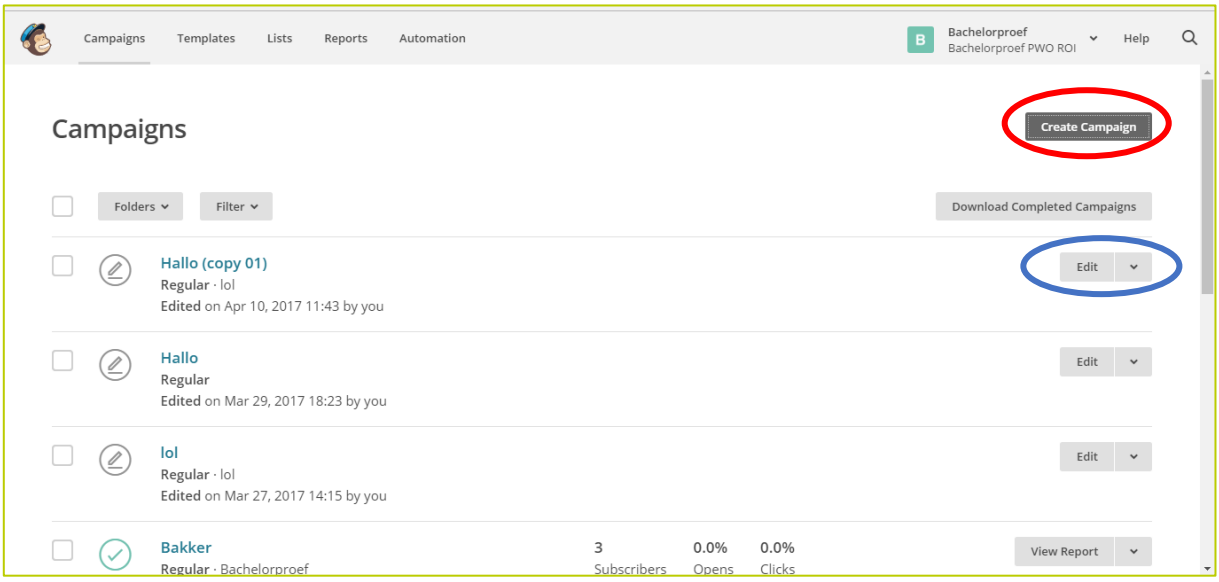


Figuur 2: https://mailchimp.com/

***Tip**: Geef een attentie aan de klanten die hun verjaardag invullen (kortingsbon, gratis artikel,…)*

Nadat u geklikt heeft op de tab “Campaigns” ziet u welke mailcampagnes u in het verleden al gedaan heeft. U kan er voor kiezen deze aan te passen door rechts op de knop “Edit” te klikken.

Als u op het pijltje ernaast klikt, kan u er ook voor kiezen om de mail te bekijken (view mail) of hem te kopiëren (replicate).

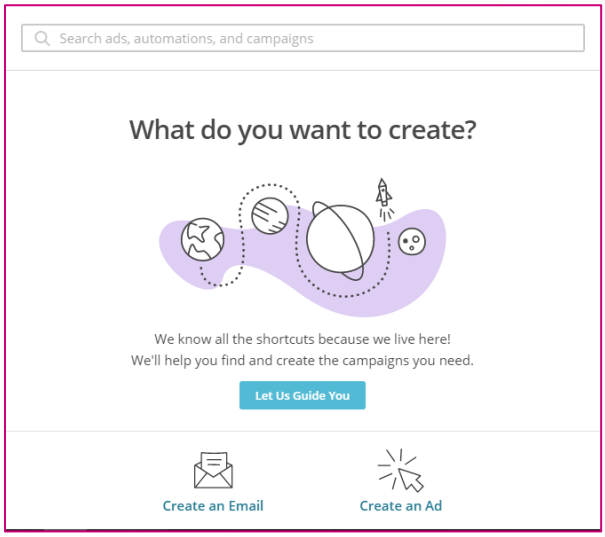


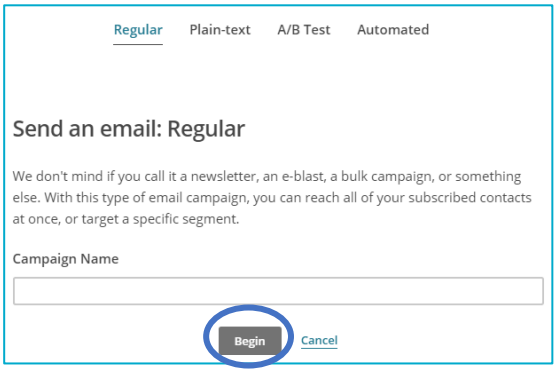
Figuur 3: https://mailchimp.com/

Een andere optie is om een compleet nieuwe campagne te beginnen. Hiervoor klikt u op “Create Campaign” rechts. Indien u daarnet op het hoofdscherm al onmiddellijk “Create Campaign” geselecteerd had, zult u tijd uitsparen en onmiddellijk kunnen beginnen met het creëren van uw mailcampagne.

Nadat u op “Create Campaign” geklikt heeft, kiest u welk soort campagne u wilt voeren. U heeft de keuze tussen een gewone mailcampagne en een Facebook Ad (betalend). Kies een naam voor uw campagne. Selecteer ook welk type campagne u wilt voeren. U heeft de keuze uit: Regular; A/B Testing; Plain text.

- Regular is gewoon een mail met foto’s. Plain text is zonder foto’s, enkel met tekst.
- Bij A/B Testing stuurt u uw mail uit naar 2 groepen, met een andere look & feel. Zo kan u testen welke mail het meeste succes heeft. U gebruikt bijvoorbeeld een andere kleur als achtergrond van uw mail.





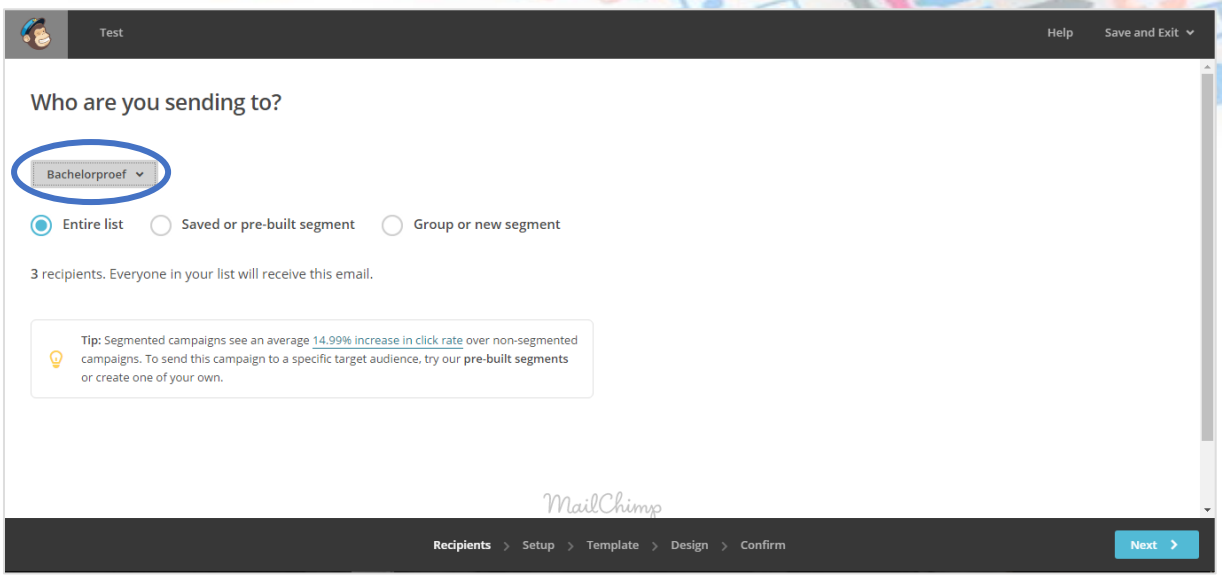
Figuren 4 en 5: https://mailchimp.com/

Nadat u uw naam en type campagne heeft gekozen, klikt u op "Begin". U krijgt een scherm waarin u een lijst moet kiezen. De lijst is een overzicht van alle mailadressen waarnaar u een mail wenst te sturen.

Opgelet! Indien u nog geen lijst gemaakt heeft, doe dit dan eerst, zo bespaart u zich een hoop extra werk!



Figuur 6: https://mailchimp.com/



Figuur 7: https://mailchimp.com/

Nadat u een lijst geselecteerd heeft, krijgt u de optie om de mail te verzenden naar uw volledige lijst of een "group"/"segment". Op deze manier kan u uw lijst verder onderverdelen.

Indien u ervoor kiest om voor een "pre-built segment" te gaan, zal MailChimp kijken naar het gedrag van uw geadresseerden. Zo kunt u bijvoorbeeld een mail sturen naar een groep mensen die al een tijdje geen mail meer van u geopend hebben.

Er zijn 3 soorten pre-built segments: Subscriber Engagement; Customer Behavior; Demographics.

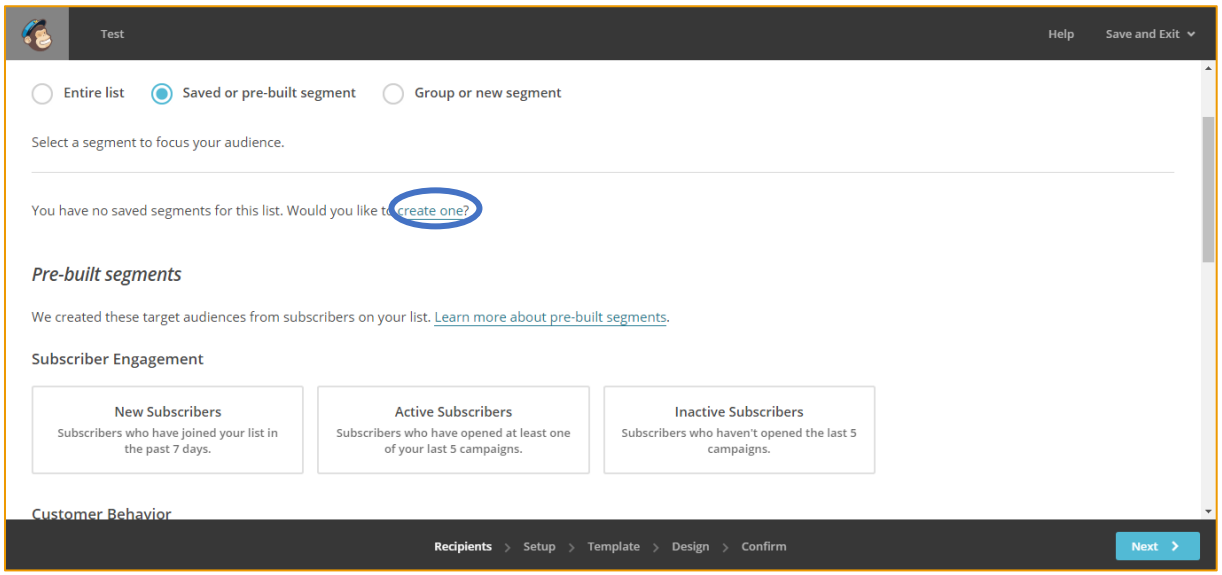
- Subscriber Engagement baseert zich op het gedrag van de abonnees in jouw lijst. Men gaat op basis van bepaalde criteria een lijst samenstellen en enkel hen een mail sturen.
    - New subscribers: zijn minder dan 7 dagen geleden aangesloten bij uw lijst;
    - Active Subscribers: abonnees die minstens 1 van de 5 laatste campagnes hebben geopend en bewerkt.
    - Inactive Subscribers: abonnees die geen enkel van uw laatste 5 campagnes hebben geopend.

- Costumer Behavior: Ook hier gaat men de lijst indelen in verschillende groepen afhankelijk van hun koopgedrag. Deze functie is evenwel enkel mogelijk als u beschikt over een Shopify (online webshop) account:
    - recent customers (laatste 30 dagen iets gekocht);
    - first-time customers (eerste aankoop in de laatste 30 dagen);
    - repeat customers (hebben minstens 2 orders geplaatst);
    - lapsed customers (hebben niets gekocht in de laatste 8 maanden).

- Demographics: Bij dit segment wordt je mailinglijst onderverdeeld op basis van de leeftijd of het geslacht van de abonnees. Op die manier kan je bepaalde groepen bereiken die moeten voldoen aan een minimum leeftijd bijvoorbeeld of een bepaald geslacht. Deze functie is eveneens enkel beschikbaar als je je MailChimp account upgrade naar MailChimp Pro. Meer over het gebruik van lijsten in de handleiding: MailChimp: login/setup & lists.

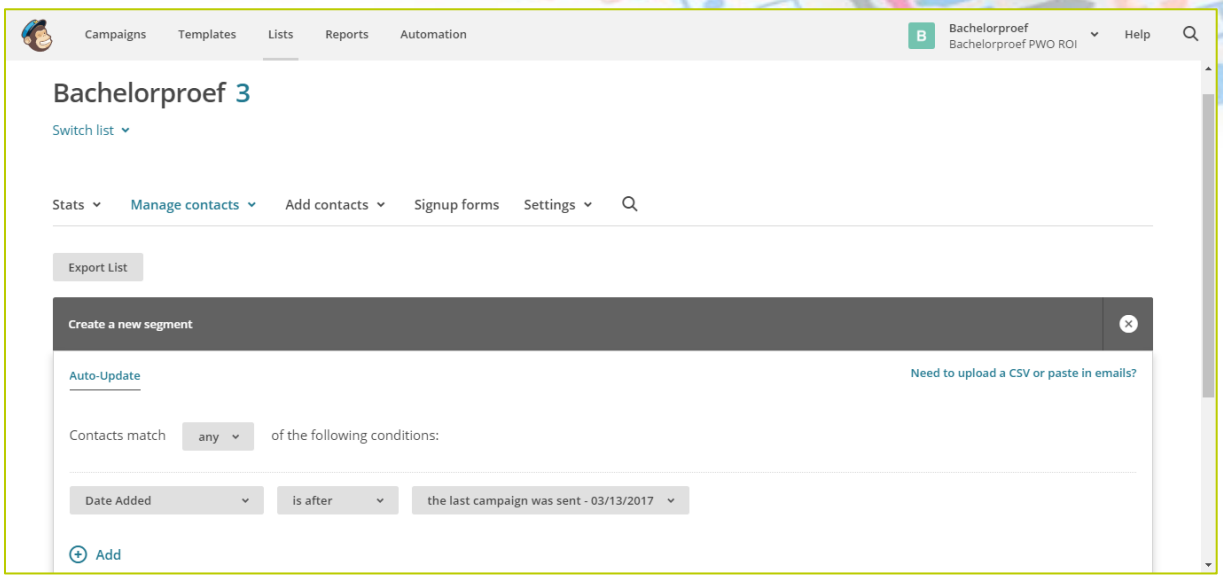
Klik op de optie die u wilt gebruiken en klik daarna op next.

Indien u uw lijst zelf wilt onderverdelen in segmenten of groepen en u heeft dit nog niet gedaan, klikt u op "create one". Indien u reeds in het verleden een segment heeft gecreëerd dan zal u uw opgeslagen segmenten kunnen zien en er 1 uit kiezen.



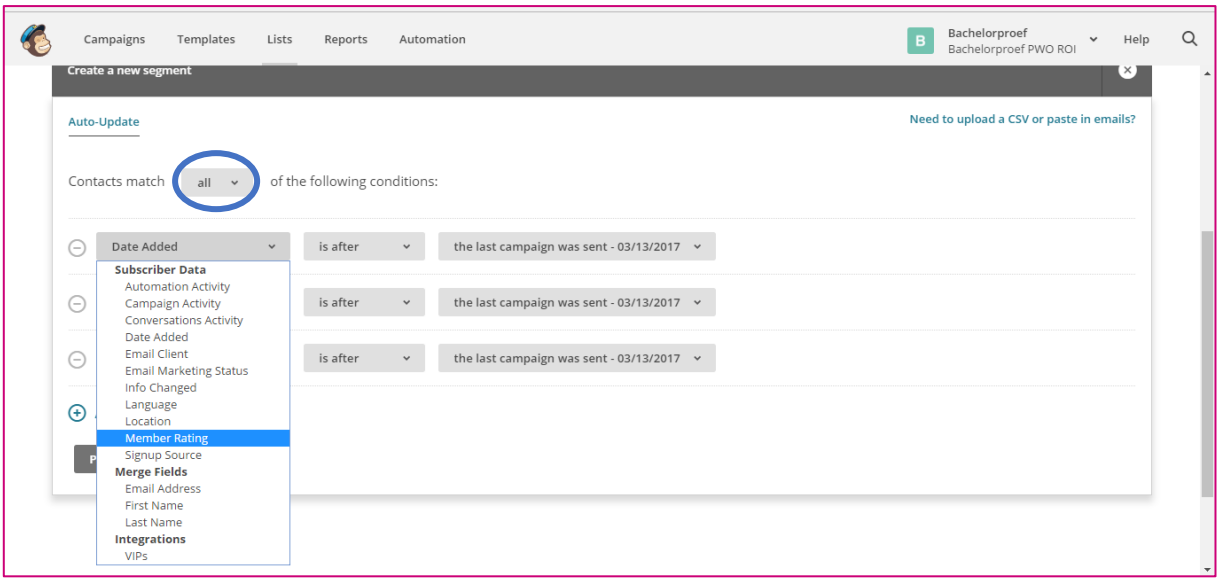
Figuur 8: https://mailchimp.com/

U verkrijgt dan dit scherm, waarop u kunt kiezen hoe u uw lijst zal onderverdelen.



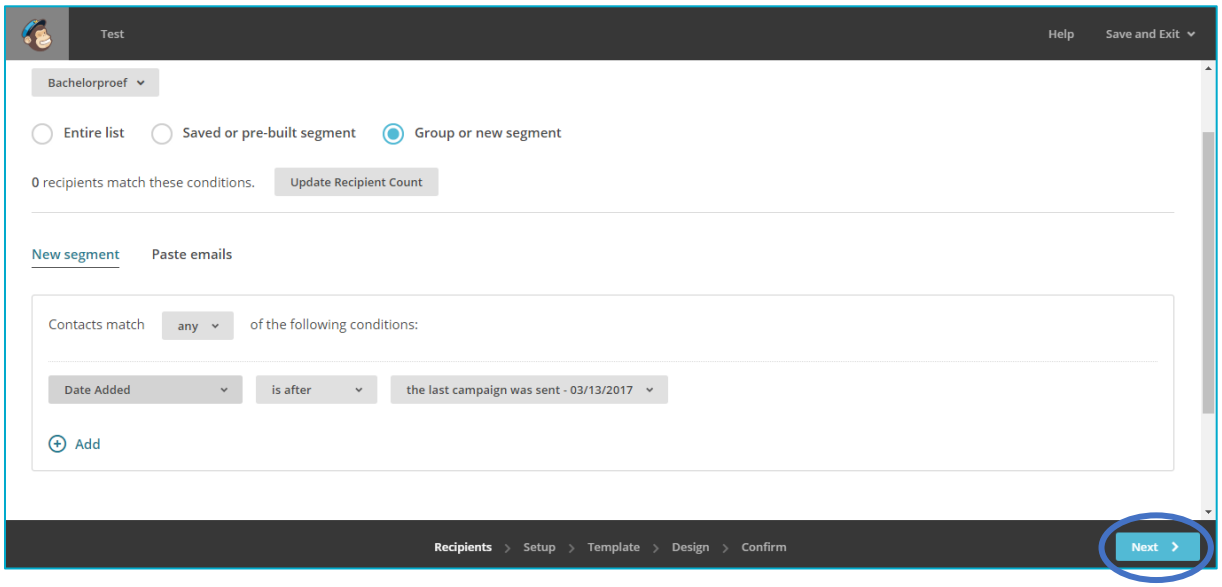
Figuur 9: https://mailchimp.com/

Hier ziet u welke opties u krijgt, u kunt er verschillende combineren en bovenaan kunt u selecteren of uw segment aan 1 of alle voorwaarden moet voldoen. Er zijn erg veel mogelijkheden, waarbij u zelf kunt uitzoeken wat voor u belangrijk is en wat niet. MailChimp is een heel uitgebreid programma met verscheidene opties, ga dus zeker eens na wat voor u het best kan zijn.



Figuur 10: https://mailchimp.com/

De laatste optie bij het kiezen van een lijst is: “group or new segment”. Dit komt op hetzelfde neer als de saved or pre-built optie van daarnet, want ook hier kunt u een lijst segmenteren. Dit kunt u bijvoorbeeld doen indien u al een segment van een lijst heeft, maar u wilt toch een ander publiek bereiken.

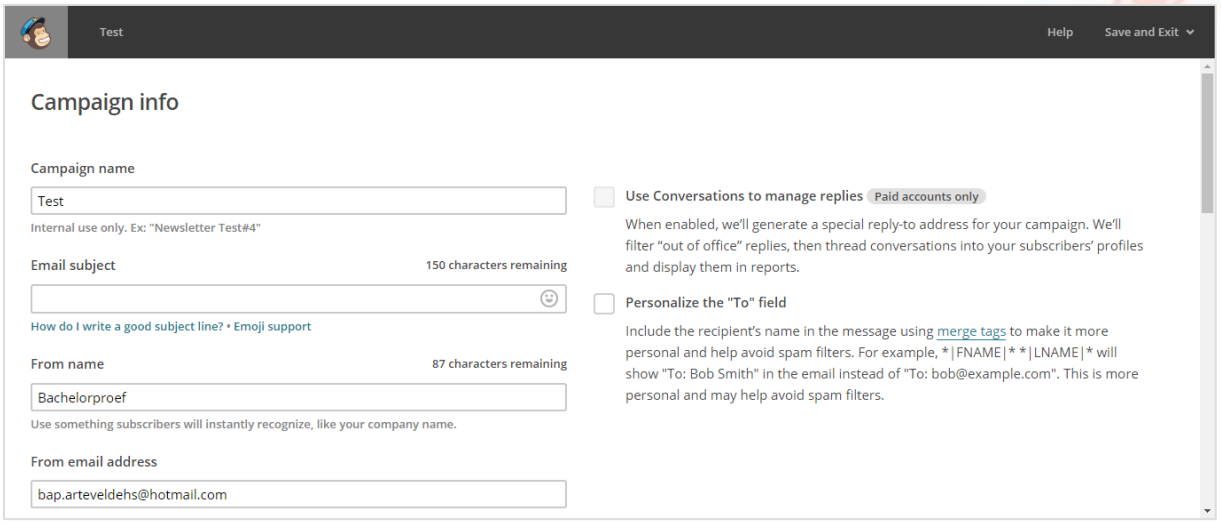


Figuur 11: https://mailchimp.com/

U krijgt hier wederom een gelijkaardig scherm als bij een saved of pre-built segment. Als u klaar bent met het kiezen van uw voorwaarde(n), klikt u rechts onderaan op “next”.

***Weetje**: de ROI (Return On Investment) van een mailcampagne is erg hoog. Mailcampagnes worden nog steeds beschouwd als een zeer effectief marketingmiddel*

STAP 2

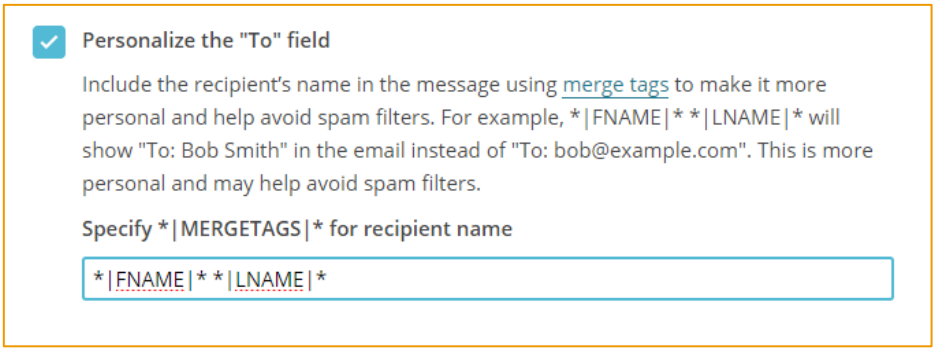


Figuur 12: https://mailchimp.com/

Vul hier de naam in die u uw campagne wil geven, het onderwerp van de mail, uw naam of de naam van uw bedrijf en uw mailadres.

U heeft hier de mogelijkheid om nog een paar opties aan te klikken, sommige ervan zijn enkel voor betalende accounts.

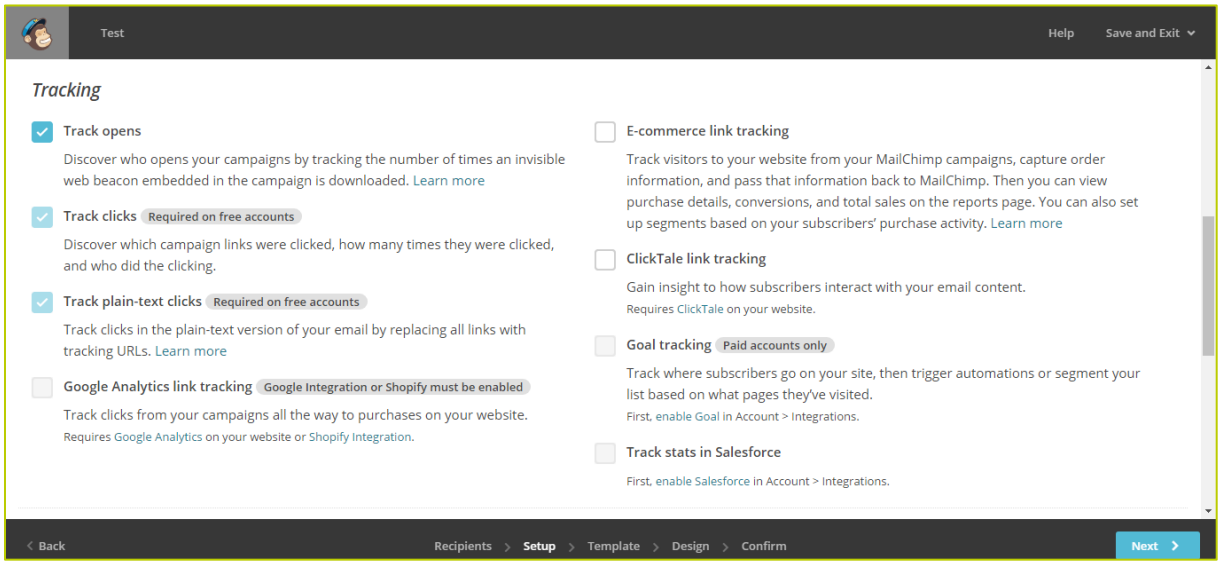
Rechts kan u ervoor kiezen om het veld van de geadresseerden te personaliseren door hun naam te gebruiken ipv hun mailadres. Zo krijgen ze de mail gericht aan hun naam en niet aan hun mailadres. Hieronder ziet u hoe dit werkt. U kan er ook voor kiezen om de achternaam eerst te zetten en daarna de voornaam (of enkel voornaam/achternaam).



Figuur 13: https://mailchimp.com/

Het tweede deel van deze tussenpagina is “tracking”. Het is aangeraden om “track opens” aan te zetten, zo kan je zien door wie en hoeveel keer uw mails geopend zijn. Deze optie staat altijd standaard aangevinkt, net als “track clicks” en “track plain-text clicks”. Door track clicks aan te vinken kunt u zien welke links zijn aangeklikt, hoeveel keer en door wie.

Indien u over een webshop of Google Analytics beschikt, kunt u er voor kiezen om de andere vakjes ook aan te klikken, maar die dient u zelf ook nog aan te vinken.



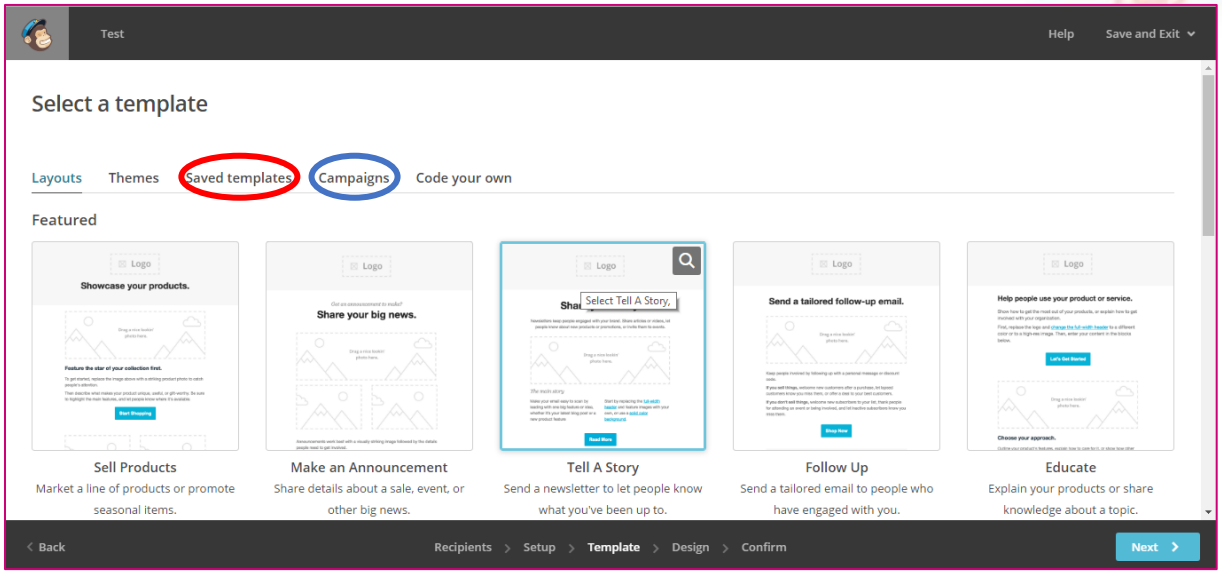
Figuur 14 : https://mailchimp.com/

Onderaan kunt u er nog voor kiezen om uw campagnes te linken met uw Twitter of Facebook account, zodat ze daar nog eens gedeeld worden. Op die manier creëert u extra leads waardoor uw campagne meer exposure krijgt.

Als u alles heeft ingevuld, kan u op ‘next’ klikken, onderaan de pagina, om over te gaan tot de volgende stap.

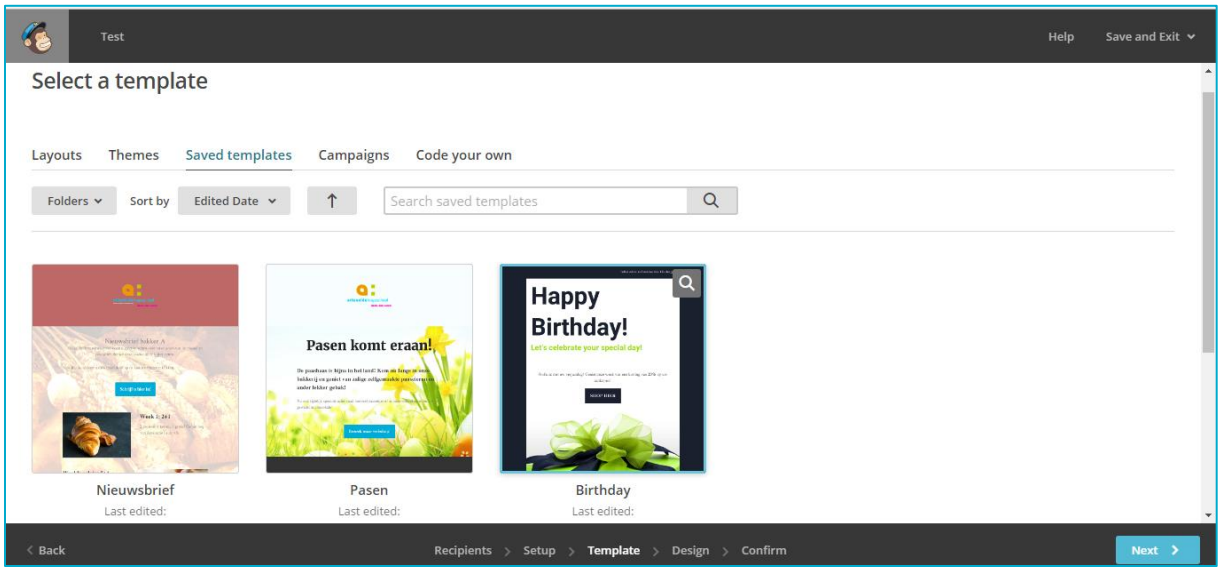
***Tip**: Spreek uw klanten aan bij naam, hierdoor voelen ze zich aangesproken en zal u meer succes hebben met uw mailcampagne.*

STAP 3



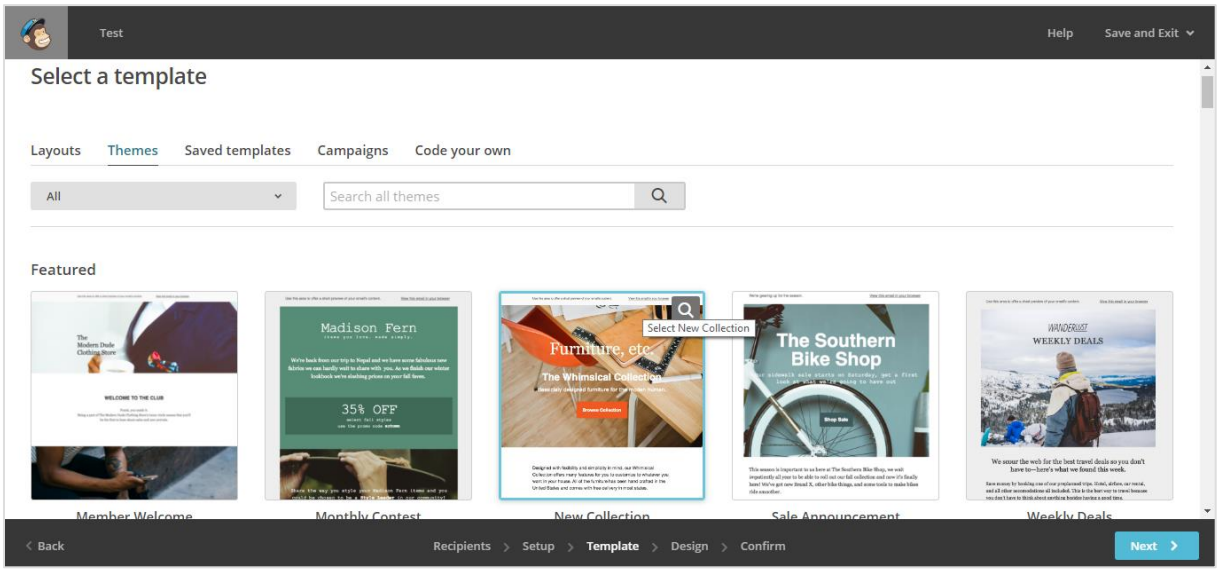
Figuur 15: https://mailchimp.com/

In deze stap bepaalt u hoe uw campagne er gaat uitzien. U kunt ervoor kiezen om zelf een mail te ontwikkelen of voor een thema te gaan. Indien u al een campagne gemaakt heeft, kunt u die onder de tab campaigns terugvinden en aanpassen aan uw behoeften voor de nieuwe campagne. U kunt een “template” maken op voorhand, zonder de campagne zelf uit te sturen. Deze kunt u terugvinden onder de tab saved templates.



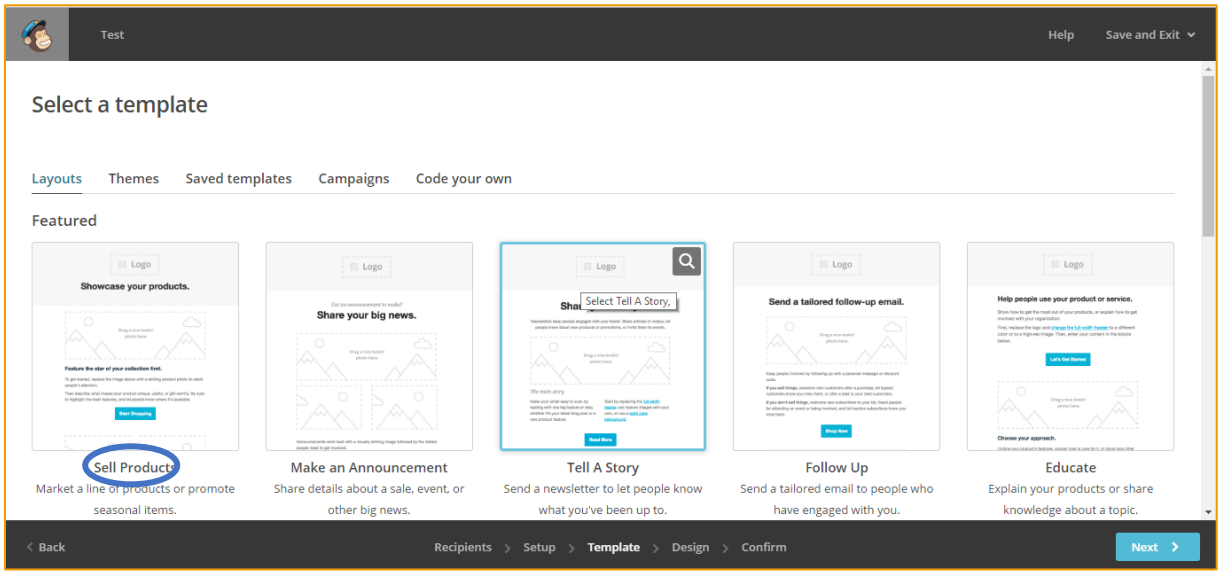
Figuur 16: https://mailchimp.com/

Thema's zijn door MailChimp gemaakte templates waaruit u kunt kiezen. U vindt er voorbeelden van een nieuwsbrief, verjaardagsmail... De templates kunt u evenwel aanpassen aan uw eigen voorkeur om er op die manier toch nog een personal touch in te steken.



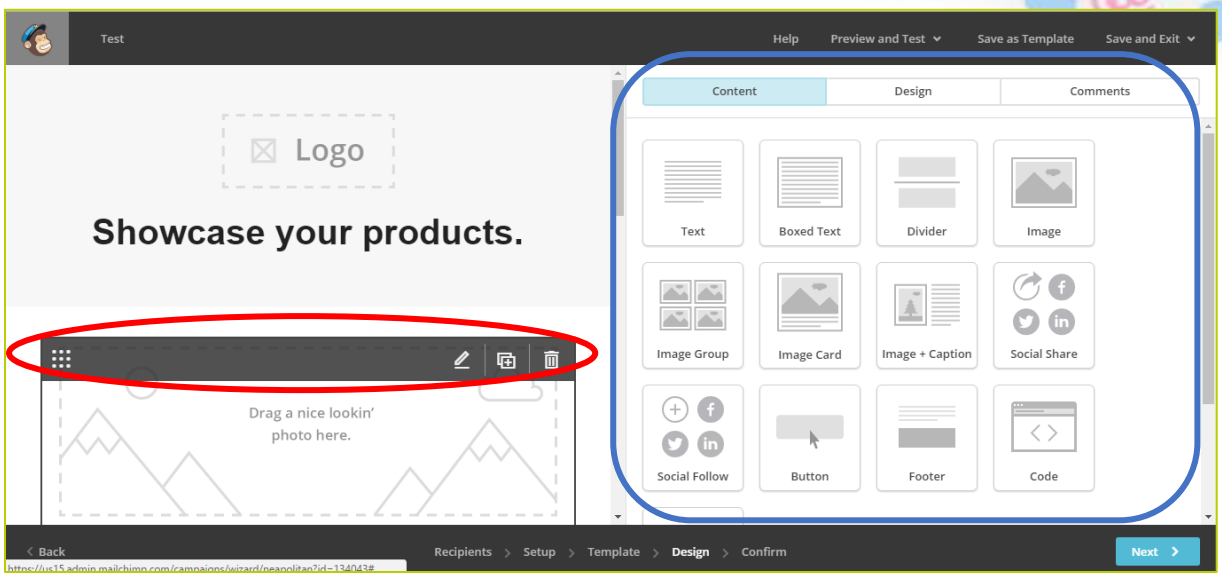
Figuur 17: https://mailchimp.com/

Klik bijvoorbeeld onder de tab "Layouts" op "Sell Products".



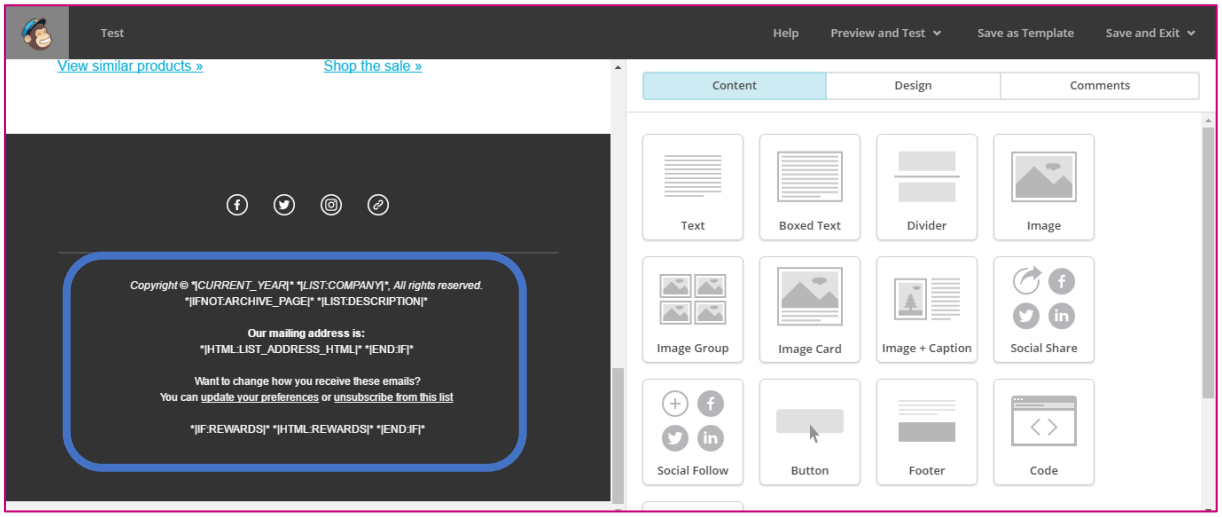
Figuur 18: https://mailchimp.com/

U krijgt onderstaand scherm te zien.



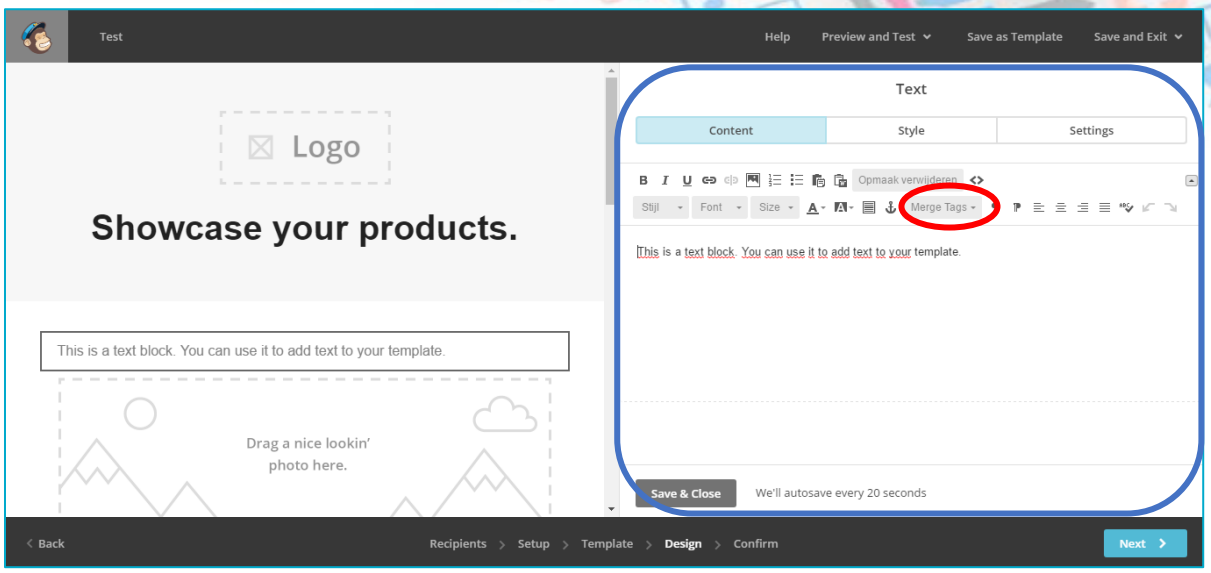
Figuur 19: https://mailchimp.com/

Rechts kunt u extra tekstvakken, fotokaders, links,... verslepen naar uw mail die u links kunt zien. Als u met uw muis boven de vakken links in uw mail gaat staan krijgt u verschillende opties te zien. U kunt deze vakken bewerken, verwijderen, verplaatsen of dupliceren.



Figuur 20: https://mailchimp.com/

Dit onderste vak moet u niet zelf aanpassen, MailChimp doet dit vanzelf aan de hand van de gegevens die u heeft ingevoerd om uw account te maken. Hier worden uw gegevens en de disclaimer van MailChimp in weergegeven waardoor mensen u gemakkelijk kunnen contacteren via mail, Facebook, Twitter of uw website.

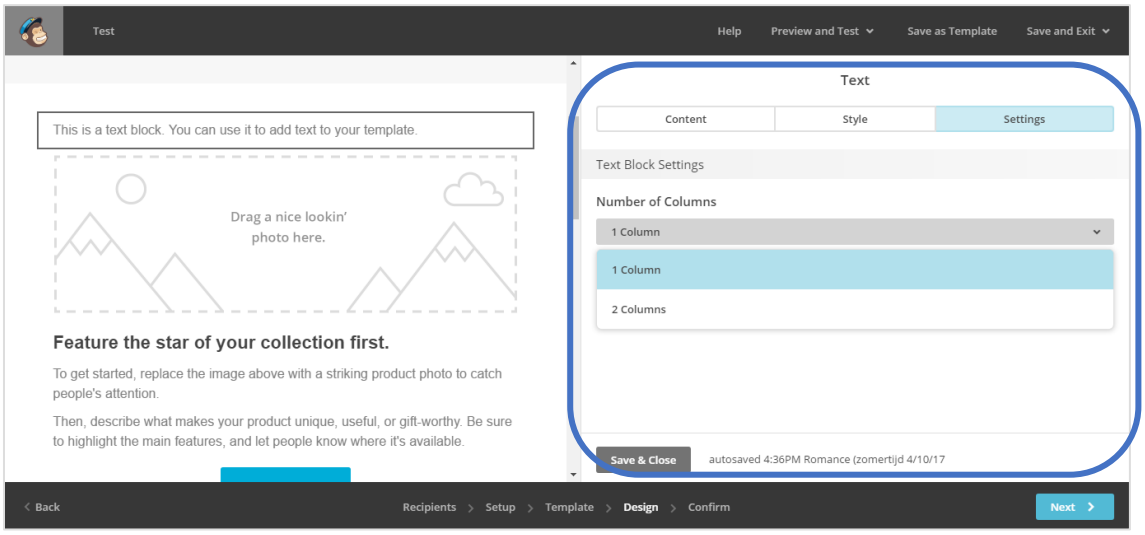


Figuur 21: https://mailchimp.com/

Als u "Text" selecteert, krijgt u dit scherm. U kunt hier uw tekst typen, de stijl van uw tekst veranderen enzovoort. Het systeem waar MailChimp mee werkt lijkt erg op dat van Word, wat gemakkelijk en gebruiksvriendelijk is.

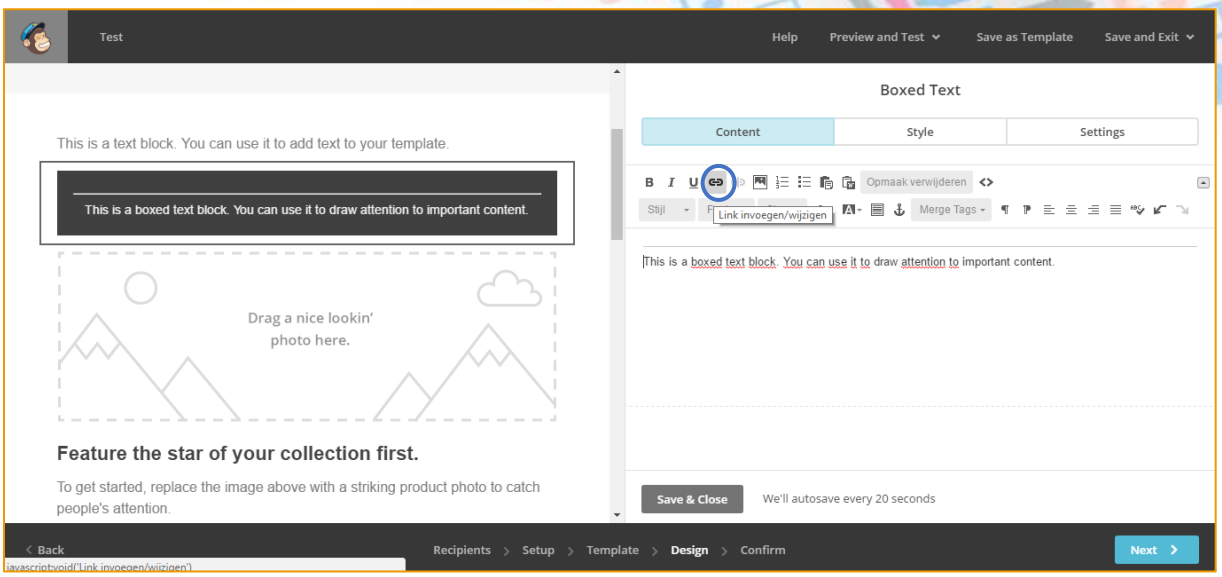
Maak gebruik van "Merge Tags" om uw mail te personaliseren. Typ bijvoorbeeld hallo en maak hierna gebruik van deze functie om uw klanten bij hun voornaam aan te spreken.

In de tab "Style" kunt u het lettertype kiezen, de grootte en kleur. Dit kan ook bij "Content". Onder de tab "Settings" kunt u ervoor kiezen om de tekst in 1 of 2 kolommen te zetten.



Figuur 22: https://mailchimp.com/

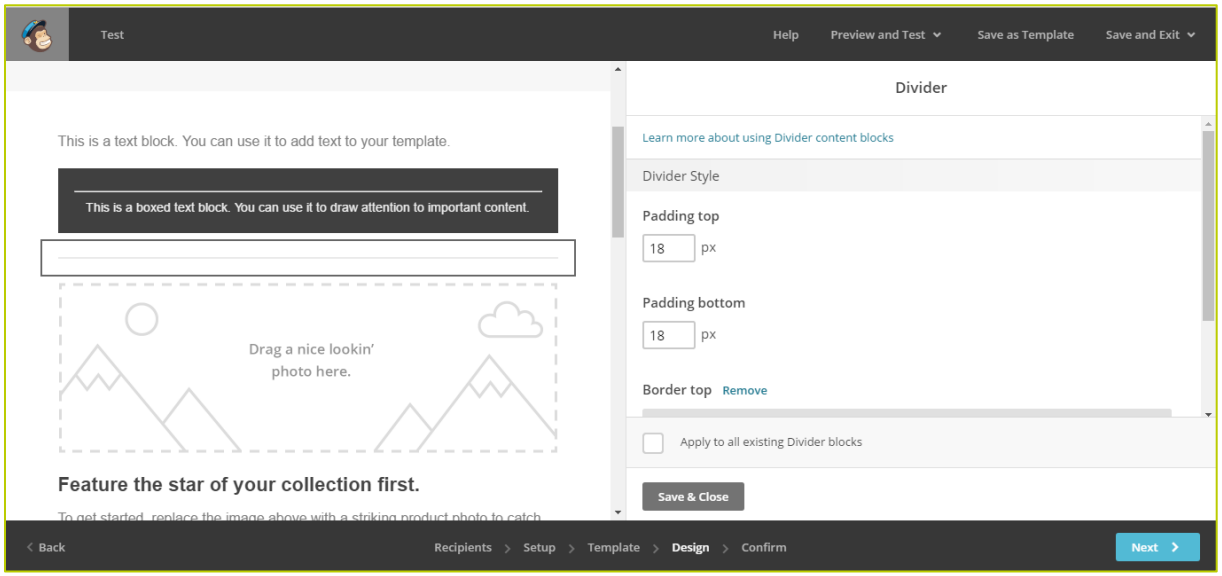
"Boxed tekst" is exact hetzelfde als een reguliere tekst met dat verschil dat het gebruikt wordt om een deel van de tekst te 'highlighten'. Er wordt nadruk gelegd op dat stuk van de tekst door er een kader rond te trekken en het in het vet te zetten.



Figuur 23: https://mailchimp.com/

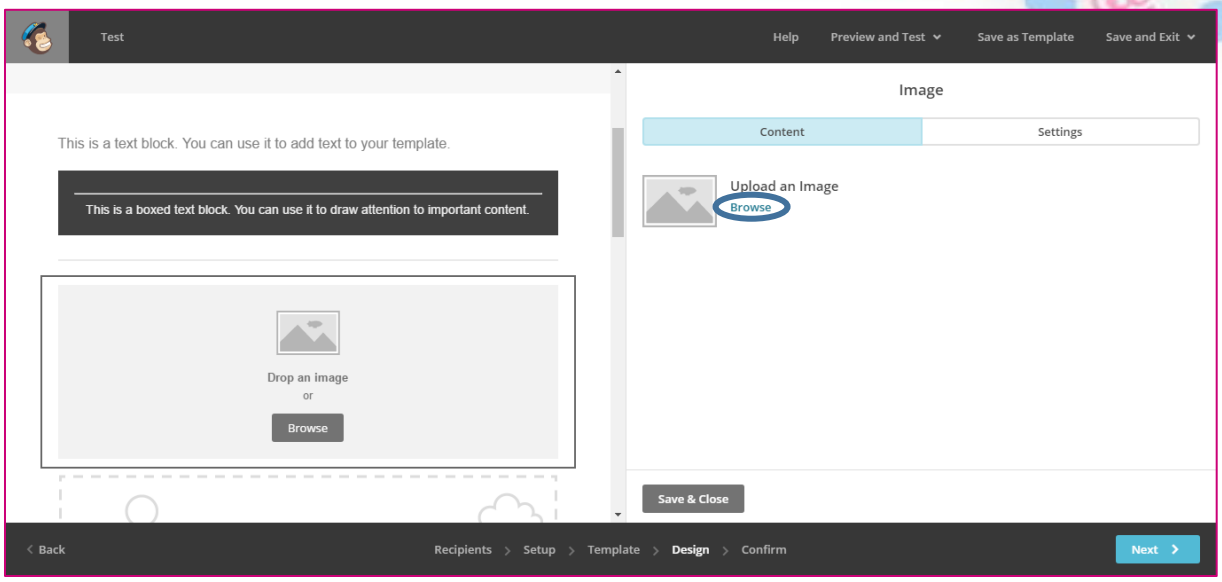
U kunt ook “links” (naar een site bijvoorbeeld) invoegen door op bovenstaand symbool te klikken.

Een “divider” kunt u gebruiken om in uw mail witruimte te creëren en aangenamer te laten overkomen. Dit is een lijn, die u bijvoorbeeld tussen 2 tekstblokken kunt plaatsen.



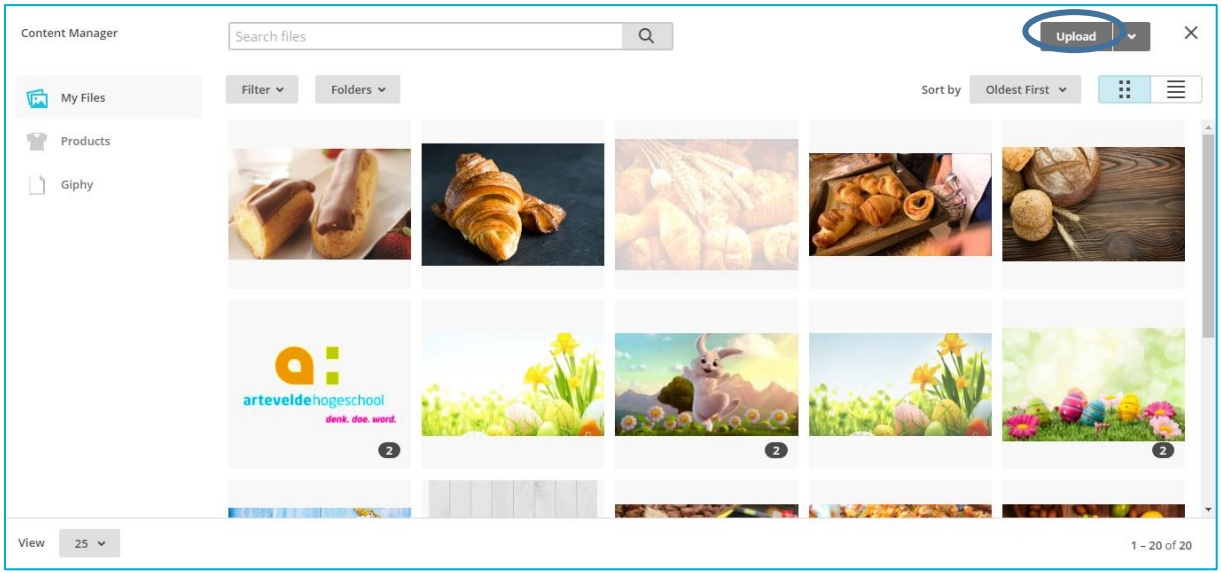
Figuur 24: https://mailchimp.com/

Verder heeft u de optie om een foto toe te voegen.



Figuur 25: https://mailchimp.com/

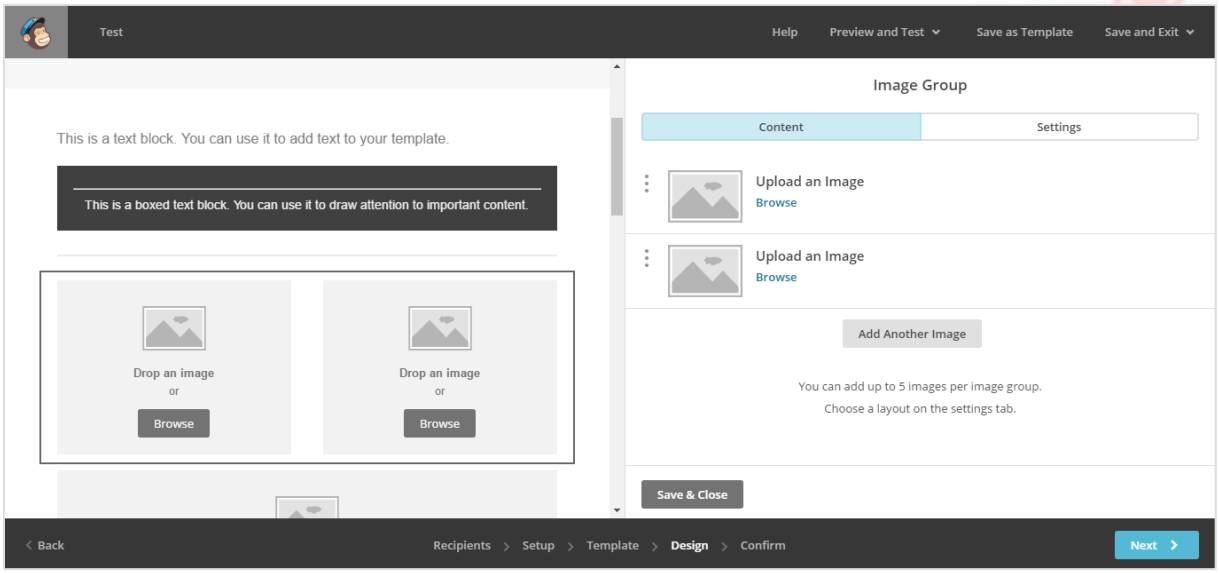
Als u klikt op “browse”, kunt u een foto van uw computer uploaden of een foto kiezen uit de reeds geüploade foto’s.



Figuur 26: https://mailchimp.com/

Als u een nieuwe foto wilt uploaden, klikt u op “upload” bovenaan en kiest u een afbeelding van op uw computer.

U kunt ook meerdere foto's in 1 blok uploaden, door te kiezen voor "Image Group". U kan tot 5 afbeeldingen uploaden per afbeeldingblok.

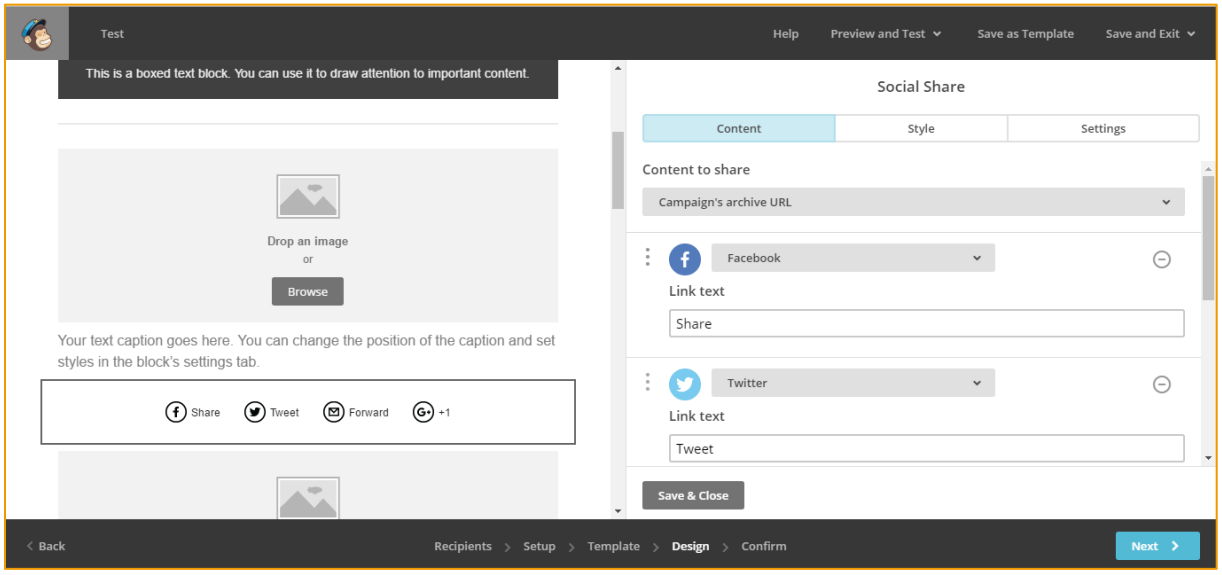


Figuur 27: https://mailchimp.com/

Indien u een afbeelding in uw mail wilt met daaronder een klein tekstje, is dit mogelijk door het blokje "Image Card" naar uw mail te slepen. Kies een afbeelding en de tekst die u eronder wilt en klik op "Save & Close".

"Image with caption" is gelijkaardig aan "Image Card".

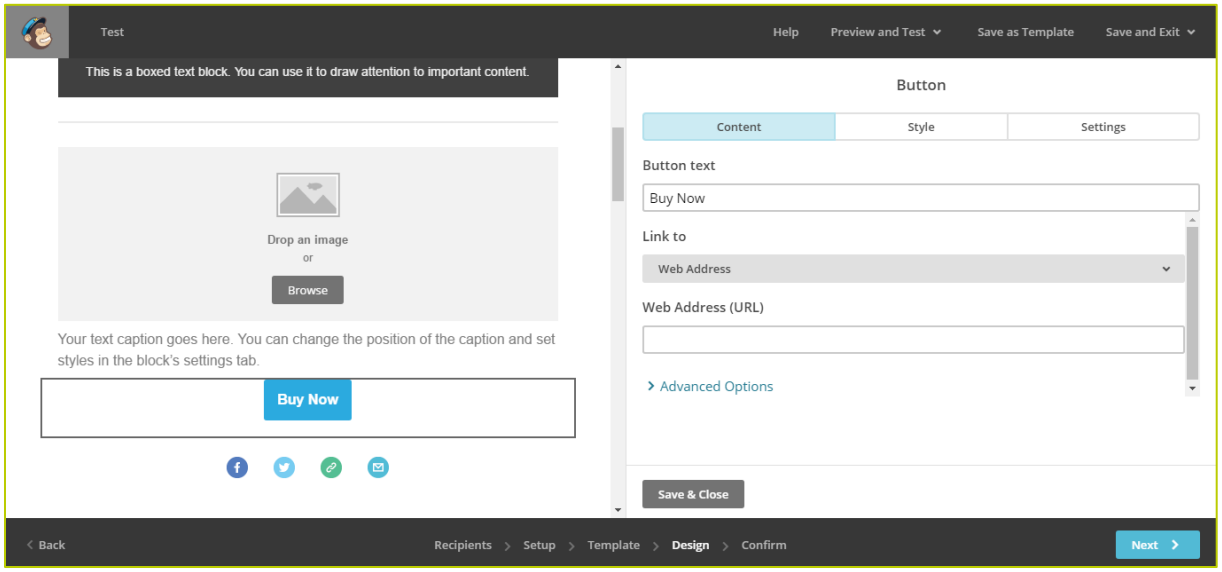
Als u kiest voor "Social Share", kunt u ofwel de link van uw campagne ofwel een zelfgemaakte link hierin plaatsen en zo delen via de sociale kanalen naar uw keuze.



Figuur 28: https://mailchimp.com/

"Social Follow" kunt u gebruiken als u uw lezers de mogelijkheid wilt aanbieden om uw bedrijf te volgen op Facebook, Twitter en dergelijke. U heeft hierbij de keuze tussen een 20-tal verschillende sociale media.

Door het invoegen van een "button" kunt u bijvoorbeeld een link naar uw website of webshop expliciet in uw mail zetten.



Figuur 29: https://mailchimp.com/

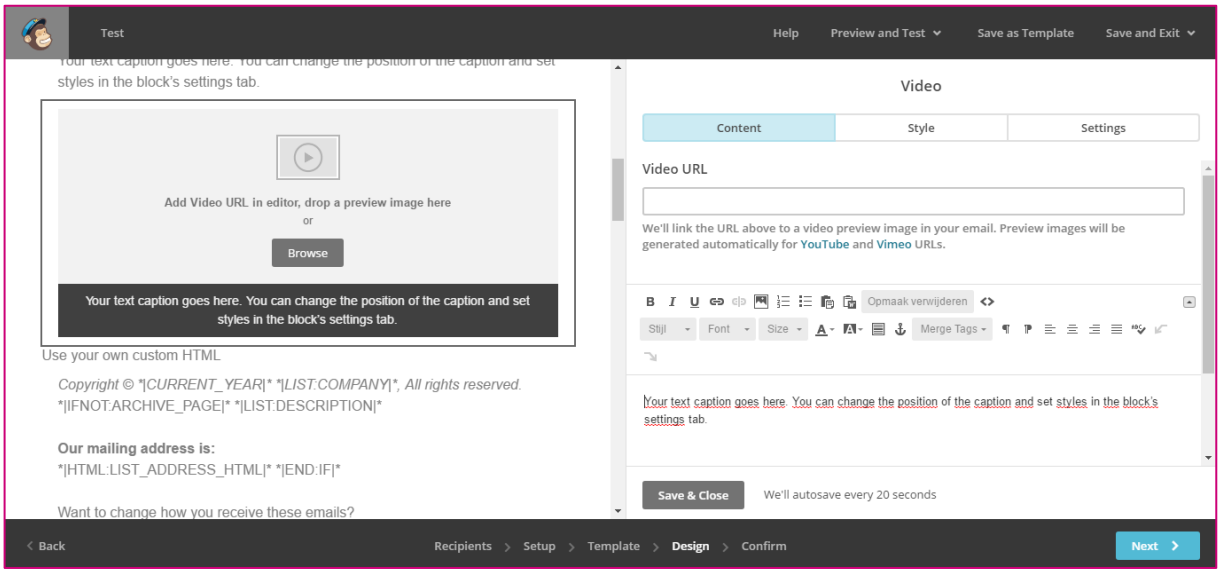
Een "Footer" staat meestal standaard in uw mail, dus deze optie is niet echt van toepassing, tenzij u de footer verwijderd heeft of op een andere plaats wilt.

De optie "code" is ook niet van toepassing, dit kunt u gebruiken als u wilt werken met html, maar dit is iets moeilijker.

***Tip**: Maak het aanmelden op nieuwsbrieven zo eenvoudig mogelijk, zodat de klant niet te veel moeite moet doen. U kunt hen ook een (tijdelijke) korting geven indien ze zich hierop inschrijven!*

Met de laatste optie is kunt u een video van Youtube linken, die afspeelbaar is in uw mail zelf. U hoeft deze video niet te downloaden of te converteren, MailChimp doet dit voor u. Het enige wat u moet doen is de link plakken in het balkje.

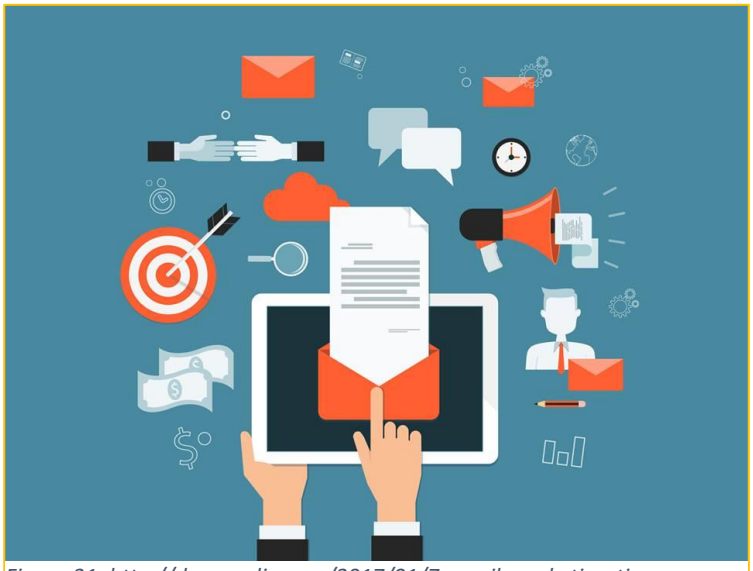
Onder de tab “Design” kunt u uw mail nog meer aanpassen aan uw voorkeur. U kunt de



Figuur 30: https://mailchimp.com/

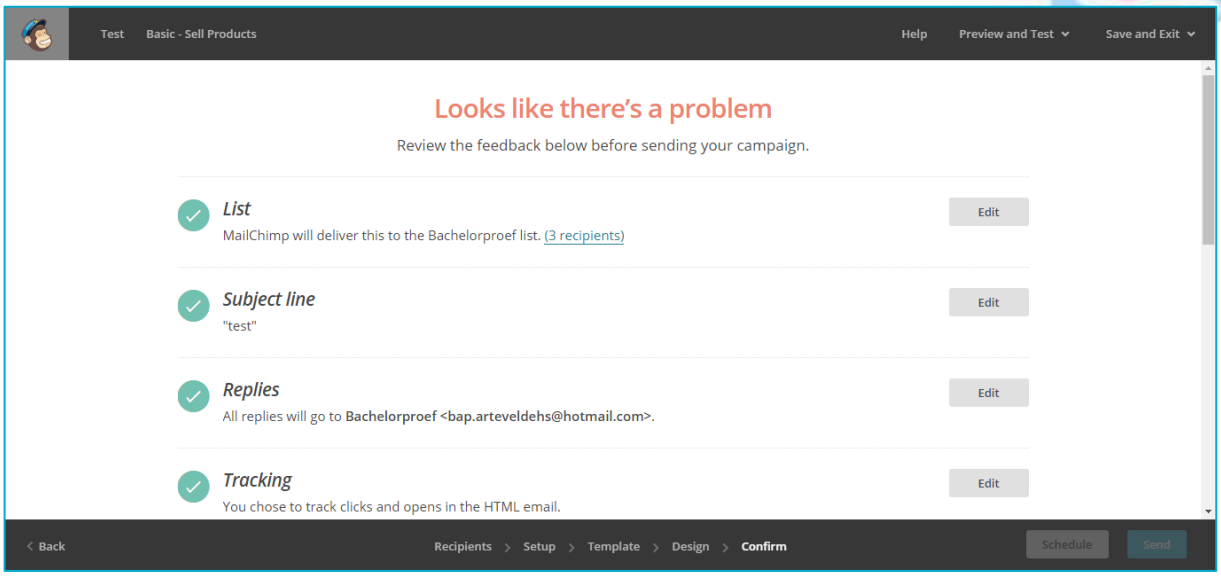
achtergrondkleur veranderen; de positie, kleur en lettertype van uw tekst,…

Als u helemaal klaar bent met de design van uw mail, klikt u rechts onderaan op Next.



Figuur 31: http://dmnmedia.com/2017/01/7-email-marketing-tips-every-business/

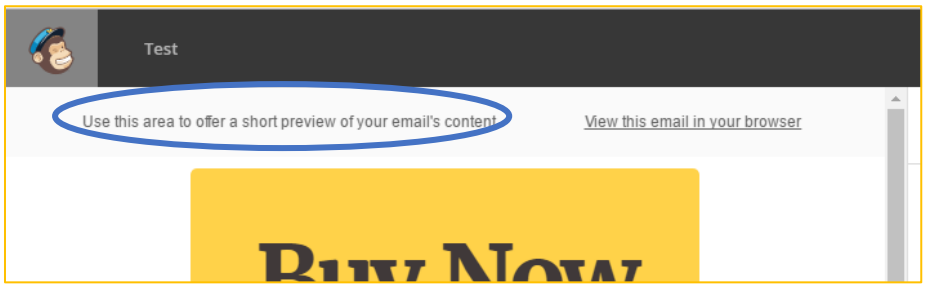
STAP 4



Figuur 32: https://mailchimp.com/

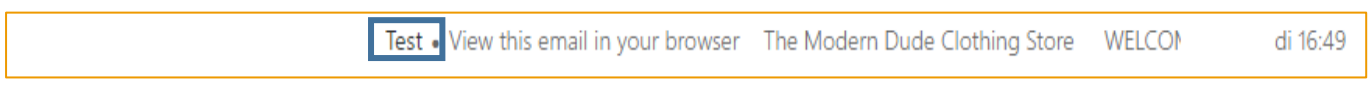
Indien u de teksten van MailChimp niet zelf heeft aangepast of er doet zich een ander probleem voor, krijgt u hier in dit tabblad melding van. Klik op “resolve” en u wordt vanzelf teruggestuurd naar uw mail. U moet dan zelf uitpluizen wat er precies fout is in uw mail, maar onder de foutmelding krijgt u ook al een korte beschrijving van wat er niet klopt of waar er nog gegevens moeten vermeld worden.

Een van de meest gemaakte fouten is de onderstaande. U moet de omcirkelde tekst aanpassen aan wat de mensen zien als header wanneer ze de mail ontvangen. Als u verder iets van tekst nog niet hebt aangepast, zult u ook een foutmelding krijgen.

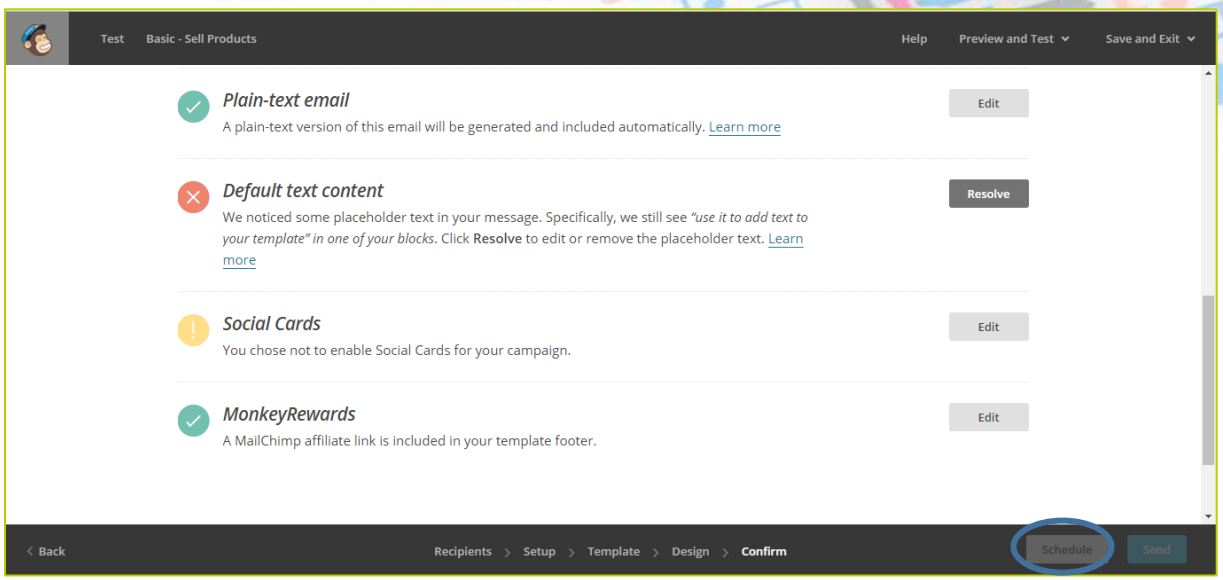


Figuur 33: https://mailchimp.com/

In uw mailbox ziet dit er dan uit als volgt (indien u hier “test” zou zetten).



Figuur 34: https://mailchimp.com/

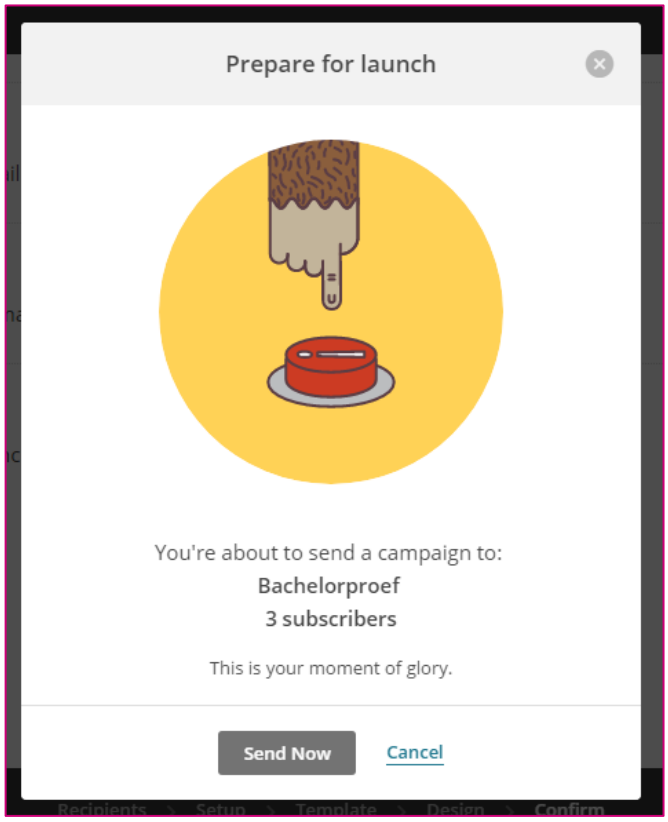


Figuur 35: https://mailchimp.com/

Druk rechts onderaan op "Schedule" als u uw mailcampagne nog niet direct wilt uitzenden. Op die manier kan u uw mail inplannen op een exacte datum en uur. Indien u evenwel direct de mail wenst te verzenden drukt u op "Send".

***Tip**: Cijfers in titels vallen op, maak hier gebruik van! Maak uw mail ook niet te ingewikkeld maar gebruik simpele termen.*

STAP 5



Figuur 36: https://mailchimp.com/

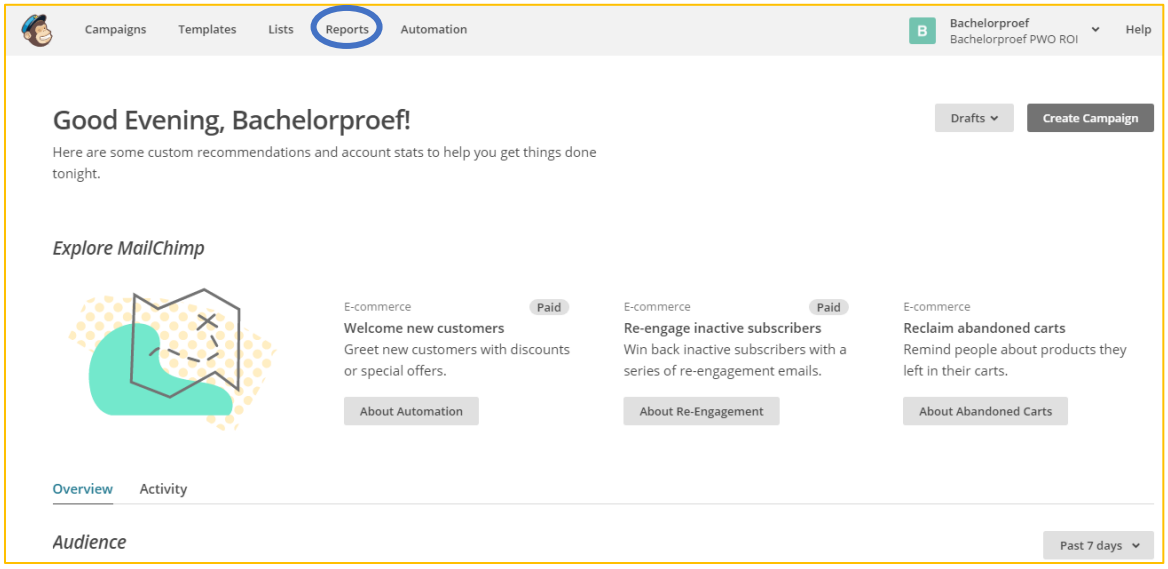
Er wordt nu nog een bevestiging gevraagd. Bevestig nog even de naam van uw mailingcampagne, het aantal mensen die de mail zullen krijgen en dan kan u uw mail verzenden.



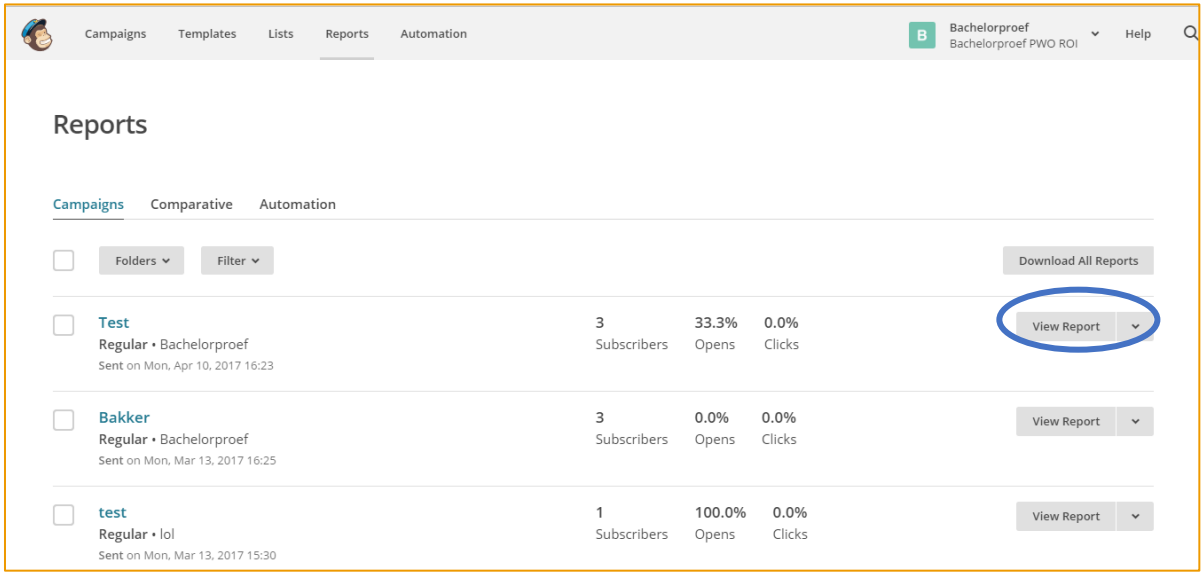
Figuur 37: https://mailchimp.com/

REPORTS

Klik bovenaan op “Reports”. U krijgt een overzicht van alle mailcampagnes die u reeds verzonden heeft. Selecteer rechts “View Report”, wat volgt is een overzicht van de gegevens van uw campagne.

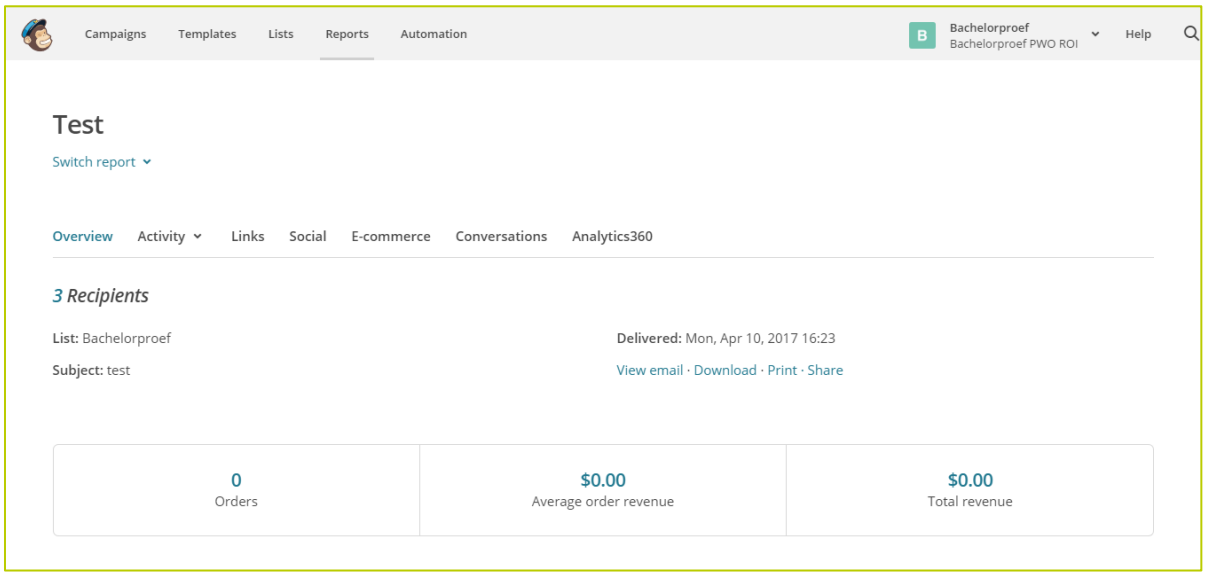


Figuur 38: https://mailchimp.com/



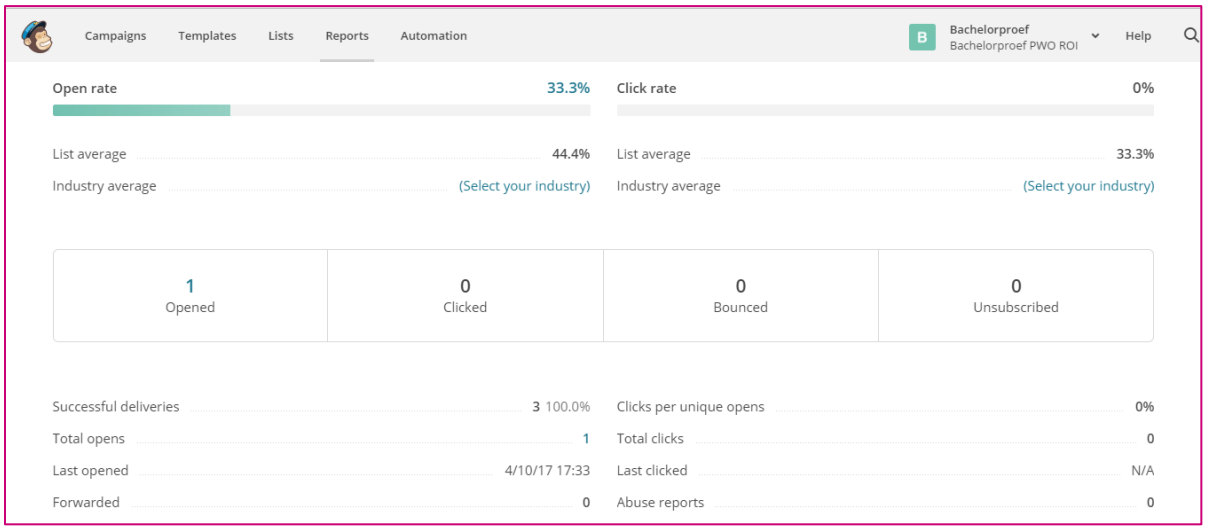
Figuur 39: https://mailchimp.com/

Op deze overzichtspagina kunt u onder meer zien hoeveel personen uw mail ontvangen hebben, wie hem geopend heeft en wie op de links in uw mail geklikt heeft. U kunt uw mail ook nog eens herbekijken door te klikken op “View mail”. U kan het rapport met de analyse downloaden (Excel), afprinten of sharen.



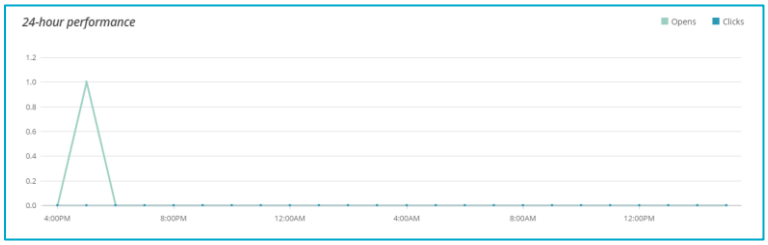
Figuur 40: https://mailchimp.com/

Indien u gebruik maakt van een webshop en dit in uw mail verwerkt heeft, kan u zien hoeveel de mailcampagne heeft opgebracht. Indien u verder naar onder scrolt, ziet u de basisgegevens van uw mailcampagne (total opens, clicks, unsubsribers, bounced mails,…). U kunt hier op klikken en zo ziet u een overzicht van wie uw mail geopend heeft en wie op de links in uw mail geklikt heeft.

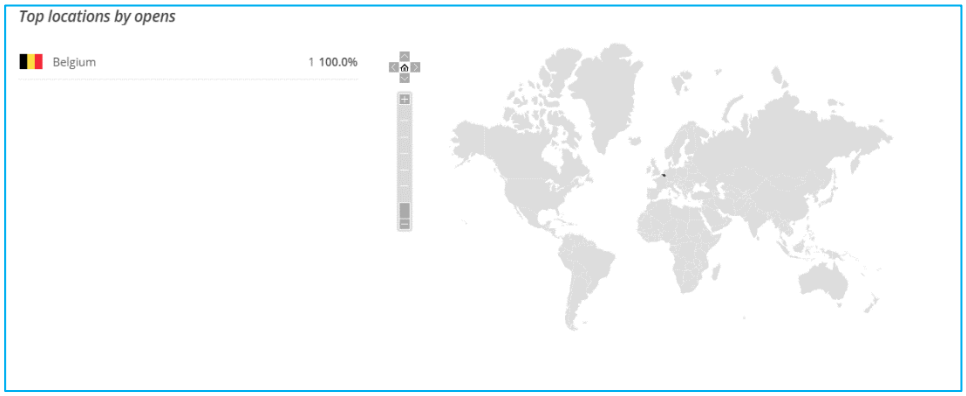


Figuur 41: https://mailchimp.com/

Meer onderaan de pagina ziet u een grafiek met een overzicht van het aantal opens en clicks in de 24 uur nadat u de mail verzonden heeft. Tot sliet ziet u helemaal onderaan een wereldkaart met een overzicht van waar ter wereld uw mail geopend werd. Dit is leuk, maar niet echt nuttig voor de analyse van uw mailcampagne tenzij u een doelgroep specifieert op geografisch vlak.



Figuur 42: https://mailchimp.com/



Figuur 43: https://mailchimp.com/

Als u terug naar boven scrolt, kan u onder “Activity” de belangrijkste gegevens terugvinden. U kan volgende zaken zien:

- naar wie u de mail verzonden heeft;
- wie de mail geopend heeft en hoeveel keer;
- wie op de links geklikt heeft in uw mail en hoeveel keer;
- wie uw mail niet geopend heeft;
- bij wie uw mail “gebounced” werd;
- wie zich uitgeschreven heeft op uw mailing en waarom;
- wie geklaagd heeft over misbruik (mail bestempeld als spam/junk).

Er zijn 2 soorten “bounces”: hard en soft bounce. Een mail die werd “gebounced” betekent concreet dat de mail niet werd afgeleverd aan het aangewezen adres.[1]

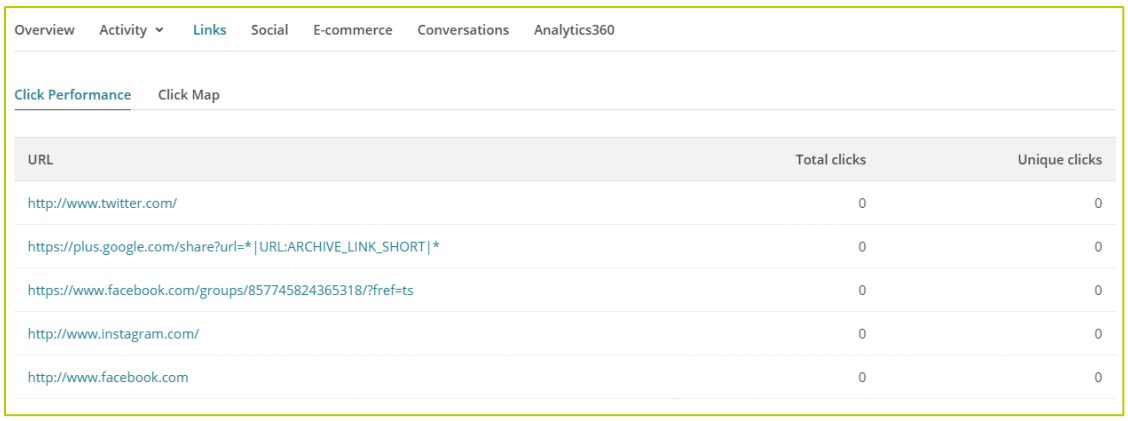
Een “hard bounce” kan 3 redenen hebben:

- het mailadres van de ontvanger bestaat niet
- er is sprake van een ongeldige domeinnaam
- de mailserver van de ontvanger heeft de mail geblokkeerd

Een “soft bounce” heeft eveneens 3 redenen:

- de ontvanger heeft een volle mailbox
- de mail server van de ontvanger ligt plat of is offline
- de bestandsgrootte van uw mail is te groot

Als u de tab “Links” selecteert, ziet u op welke links het meest geklikt werd (totale clicks en unieke clicks). U kan ook een overzicht van uw mail zien met daarop procentueel weergegeven op welke links het meest geklikt werd.



Figuur 44: https://mailchimp.com/

1

MailChimp. (2017, maart 2). *Soft vs. Hard Bounces*. Opgeroepen op maart 21, 2017, van MailChimp: http://kb.mailchimp.com/delivery/deliverability-research/soft-vs-hard-bounces

Indien u gebruik gemaakt heeft van links naar sociale media in uw mail, kan u consulteren hoe goed deze het gedaan hebben in de tab “Social”.

Maakt u gebruik van een webshop en wil u weten wat de invloed van uw mailcampagne hierop was? Klik dan op de tab “e-commerce”. Hier ziet u welke bestellingen geplaatst zijn door het verzenden van uw mail.

Als u beschikt over een Google account en deze gelinkt heeft met uw MailChimp account, kan u Analytics360 inschakelen voor uw mail. Indien u hier gebruik van gemaakt heeft, kan u de invloed hiervan op uw mailcampagne onder de tab “Analytics360” bekijken.

VOORBEELDMAILS



Figuur 45: https://mailchimp.com/

artevelde hogeschool
denk. doe. word.

Nieuwsbrief bakker A

Hallo! In deze nieuwsbrief komt u meer te weten over onze acties van de maand en producten die we deze maand in de kijker zetten.

Schrijf u in op onze nieuwsbrief door op de link hieronder te klikken.

Schrijf u hier in!



Week 1: 2+1

2 croissants kopen, 1 gratis! Geniet nog van deze actie t.e.m. x/x

Week2: eclairs 5+1

Koop nu 5 eclairs en krijg er 1 gratis bij!

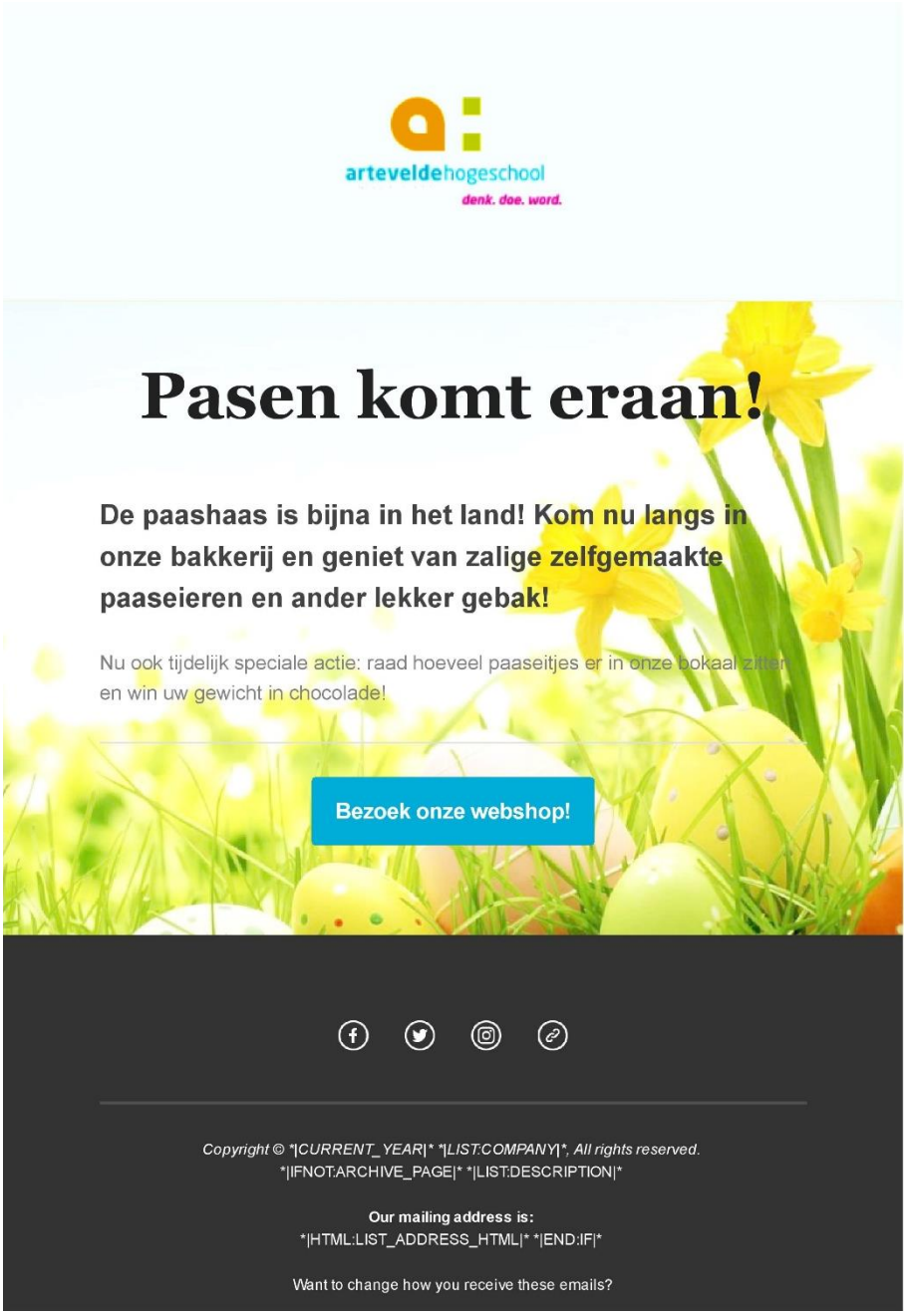


*Copyright © *|CURRENT_YEAR|* *|LIST:COMPANY|*, All rights reserved.*
|IFNOT:ARCHIVE_PAGE| *|LIST:DESCRIPTION|*

Our mailing address is:
|HTML:LIST_ADDRESS_HTML| *|END:IF|*

Want to change how you receive these emails?
You can update your preferences or unsubscribe from this list

|IF:REWARDS| *|HTML:REWARDS|* *|END:IF|*


artevelde hogeschool
denk. doe. word.
Pasen komt eraan!
De paashaas is bijna in het land! Kom nu langs in onze bakkerij en geniet van zalige zelfgemaakte paaseieren en ander lekker gebak!
Nu ook tijdelijk speciale actie: raad hoeveel paaseitjes er in onze bokaal zitten en win uw gewicht in chocolade!
Bezoek onze webshop!
Copyright © *|CURRENT_YEAR|* *|LIST:COMPANY|*, All rights reserved.
|IFNOT:ARCHIVE_PAGE| *|LIST:DESCRIPTION|*
Our mailing address is:
|HTML:LIST_ADDRESS_HTML| *|END:IF|*
Want to change how you receive these emails?

Indien u deze mail niet kan zien, klik dan hier

Happy Birthday!

Let's celebrate your special day!

Proficiat met uw verjaardag! Geniet deze week van een korting van **20%** op uw aankopen!

SHOP HIER



*Copyright © *|CURRENT_YEAR|* *|LIST:COMPANY|*, All rights reserved.*
|IFNOT:ARCHIVE_PAGE| *|LIST:DESCRIPTION|*

Our mailing address is:
|HTML:LIST_ADDRESS_HTML| *|END:IF|*

Want to change how you receive these emails?
You can update your preferences or unsubscribe from this list