

Handleiding Target Mail

Wilt u (potentiële) kandidaten persoonlijk benaderen?

Via de Target Mail ontvangen zorgvuldig geselecteerde ICT'ers een direct e-mail in de look & feel van uw organisatie. Zo komt bijvoorbeeld uw openstaande vacature of business course direct onder de aandacht van uw doelgroep.

Het versturen van een Target Mail

1. Selectie

- Bepaal naar welke doelgroep u de Target Mail wilt sturen.
- Daarna selecteren wij de respondenten uit het abonneebestand van Computable Magazine en de CV-Database van InICT.nl.

De selectie kunt u maken op basis van de volgende criteria:

- Functiegroep;
- Branche;
- Jaren werkervaring;
- Studierichting;
- Specifieke trefwoorden.

Voordat de Target Mail wordt verstuurd, stemmen we de selectie met u af.

2. Opmaak

- U kiest de stijl, wij maken de Target Mail op binnen het template van InICT.nl.
- Tekst en beelden (JPG of GIF) kunt u naar ons e-mailen: ITrecruitment@vnumedia.nl.
- Geef aan welke link onder welk woord of afbeelding hoort.
- HTML-opmaak aanleveren kan ook (denk aan de technische specificaties).
- Gebruik geen Flash en animated GIF: niet elk e-mailprogramma ondersteunt deze toepassing.
- Uiteraard sturen wij u de Target Mail ter akkoord.

3. Verzending

- Tevreden met de selectie en vormgeving? Dan gaan we de Target Mail versturen.
- Maandag of dinsdag versturen zorgt voor de hoogste click-send ratio, maar de keuze is natuurlijk aan u.
- Afzender is altijd <InICT.nl of Computable Banen en uw bedrijfsnaam>.



Ook ontdekken wat het grootste ICT geheim van Nederland is?

Het heeft iets te maken met een innovatieve technologie, filevrij naar je werk, uitdagende & complexe oplossingen, onder andere met Oracle tooling.

Ontdek Het Geheim op www.werkenbijnccw.nl

PS, niet verder vertellen...

Het best bewaarde ICT geheim ligt in Almere!

Voor volop carrièremogelijkheden kijk op www.werkenbijnccw.nl

ORACLE CERTIFIED PARTNER nccw

Succesvolle Target Mail

NCCW

Onderwerp: Ook ontdekken wat het grootste ICT-geheim van Nederland is?

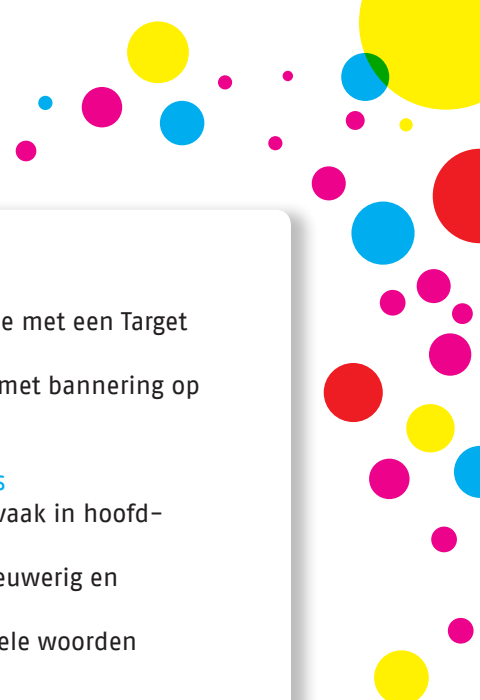
Aantal ontvangers: 5.000

Open-send ratio: 37,4%

Click-send ratio: 22%

Waarom was deze Target Mail zo succesvol?

- Kort en krachtig
- Wekt interesse/nieuwsgierigheid op
- Goed gebruik van beeld
- Duidelijke boodschap en link



4. Resultaten

- Ons systeem houdt bij hoeveel potentiële kandidaten uw boodschap hebben gezien/gelezen.
- Ongeveer een week na het versturen van de Target Mail ontvangt u van ons de resultaten.

Tijdsplanning

Voor het hele traject hanteren we de volgende planning:

1. Selecteren van de kandidaten – 3 werkdagen
2. Vormgeven van de Target Mail – 3 werkdagen
3. Versturen van de resultaten – 1 week na verzenden van de Target Mail

Technische specificaties als u zelf de inhoud aanlevert in HTML:

- E-mailbreedte 590 pixels (excl. InICT.nl template).
- HTML moet eenvoudig zijn.
- CSS wordt niet door alle e-mailprogramma's ondersteund.
- Gebruik geen body background images of kleur.
- De bodytag wordt in Hotmail gefilterd.
- Alink, vlink en link worden niet gebruikt.
- Gebruik geen externe inhoud (iframe).
- Gebruik geen javascript.
- Gebruik geen dynamic HTML.

Tips voor een succesvolle Target Mail

Kies een specifieke doelgroep

- Kies afhankelijk van het doel van de Target Mail en uw budget uit verschillende staffels.
- Specifieke functies: relatief kleine doelgroep.
- Algemene functies: bredere doelgroep.

Kies een relevante onderwerpregel

- De onderwerpregel en de afzender ziet een ontvanger als eerste.
- De onderwerpregel moet de lezer dus stimuleren de boodschap te openen.

Zorg voor een duidelijke call-to-action

- Hoe overzichtelijker de call-to-action, hoe hoger de respons.
- Maak dus duidelijk hoe en waar de kandidaat kan reageren.

Zet meerdere media tegelijkertijd in

- Herhaling zorgt voor een betere respons.
- Ondersteun daarom bijvoorbeeld uw adver-

tentie in Computable Magazine met een Target Mail in dezelfde stijl.

- Of combineer een Target Mail met bannering op het netwerk van InICT.

Niet te veel tekst in hoofdletters

- Belangrijke informatie wordt vaak in hoofdletters weergegeven.
- Lezers vinden dit veelal schreeuwerig en onaangenaam.
- Beperk daarom gebruik van hele woorden en/of zinnen in hoofdletters.

Wees kort en krachtig

- De eerste paar regels van een bericht zijn het belangrijkste.
- Vat hierin de inhoud samen en stimuleer de ontvanger verder te lezen.

Werk met doorklikmogelijkheden

- Doorklikken naar bijvoorbeeld een uitgebreide vacaturetekst of naar uw homepage.
- Mogelijkheden? Bijvoorbeeld: vacaturetitel, logo en/of afbeeldingen.

Vergroot de overzichtelijkheid

- Een lezer scant eerst het beeld en de koppen.
- Verdeel daarom informatie in korte alinea's met kopjes.

Wees kritisch met afbeeldingen

- Afbeeldingen voor belangrijke content gebruiken? Let wel: bij veel e-mailprogramma's zijn plaatjes in eerste instantie niet zichtbaar.
- Maar, afbeeldingen maken het geheel vaak wel aantrekkelijker: hogere respons.

Houd rekening met de preview pane

- Veel mensen gebruiken de preview pane: naast of onder het e-mailoverzicht staat dan een voorbeeld van de geselecteerde e-mail.
- Vaak zie je in het voorbeeld dan alleen het linkerdeel of de bovenkant van de e-mail.

Bepaal de tone of voice

- Gebruik bij een juniorfunctie bijvoorbeeld 'je', bij een zware seniorfunctie kan 'u' worden gebruikt.
- Houd de tone of voice altijd dicht bij uw eigen huisstijl en bij wat u als organisatie wilt uitstralen.