

BOOST JE E-MAIL BESTAND



14 krachtige tactieken om
jouw e-mail lijst

explosief
te laten groeien



INHOUDSOPGAVE

De kracht van e-mail	4
Tactiek #1: Ontwikkel waardevolle inhoud	8
Tactiek #2: Ontwikkel pop-ups	12
Tactiek #3: Creëer een landingspagina	15
Tactiek #4: Bied leadmagneten aan	18
Tactiek #5: Organiseer een wedstrijd met prijzen	22
Tactiek #6: Voer Facebook Lead Advertenties uit	25
Tactiek #7: Benut de mogelijkheden van content verbeteringen	28
Tactiek #8: Ontwikkel een gratis tool	31
Tactiek #9: Schrijf een quiz uit!	34
Tactiek #10: Organiseer een gratis webinar of training	37
Tactiek #11: Bied challenges aan	40
Tactiek #12: Integreer een link in je e-mailhandtekening	42
Tactiek #13: Test, leer en experimenteer met A/B-testen.	44
Tactiek #14: Combineer tactieken	46





DE KRACHT VAN E-MAIL

In een wereld waar social media, advertenties en pushmeldingen vechten om aandacht, blijft e-mailmarketing een van de meest effectieve manieren om een sterke relatie met je doelgroep op te bouwen. Niet alleen omdat je direct in iemands inbox terechtkomt, maar ook omdat e-mail keer op keer bewijst dat het een hoog rendement en langdurige impact heeft.

Wist je dat...

- 33% van de Nederlanders hun e-mail minstens vier keer per dag checkt?
- In 2024 werden dagelijks 8,3 miljard e-mails verzonden in Nederland.
- E-mailmarketing levert een gemiddeld rendement op van €36 tot €42 per geïnvesteerde euro.

Toch worstelen veel coaches met het effectief inzetten van e-mailmarketing. Hoe bouw je een sterke e-maillijst op? Wat voor content werkt het beste? En hoe zorg je ervoor dat jouw e-mails niet alleen worden geopend, maar ook leiden tot meer klanten en omzet?

Dit e-book geeft je praktische strategieën, bewezen tactieken en direct toepasbare tips om e-mailmarketing slim in te zetten voor jouw coachingpraktijk. Of je nu net begint of je bestaande strategie wilt verbeteren—hier vind je alles wat je nodig hebt om je e-maillijst te laten groeien en leads om te zetten in loyale klanten.

Laten we beginnen! 🚀



Het belang van een sterke e-maillijst

Een goed opgebouwde e-maillijst is een van de meest waardevolle bezittingen voor elke coach of ondernemer. In tegenstelling tot social media, waar algoritmes bepalen wie jouw content ziet, geeft e-mailmarketing je directe en controleerbare toegang tot jouw doelgroep. Dit maakt het een krachtig middel om relaties op te bouwen, vertrouwen te creëren en uiteindelijk klanten te werven.

🔥 Je bezit je eigen platform – In tegenstelling tot social media, waar je afhankelijk bent van algoritmes en platformwijzigingen, heb je met e-mail volledige controle over je bereik.

🔥 Hogere betrokkenheid en conversies – E-mail blijft een van de meest effectieve marketingkanalen. Welkomstmails worden gemiddeld door 82% van de ontvangers geopend, en e-mailmarketing levert gemiddeld €36 tot €42 op voor elke geïnvesteerde euro.

🔥 Persoonlijk en doelgericht – Met een goede e-maillijst kun je gerichte, waardevolle content versturen naar mensen die écht geïnteresseerd zijn in jouw coachingdiensten. Segmenteer je lijst op basis van interesses of behoeften, zodat elke e-mail relevant en impactvol is.

🔥 Een duurzame langetermijnstrategie – Likes en volgers op social media zijn vluchtig, maar een e-maillijst biedt een stabiele en langdurige connectie met je doelgroep. Mensen die zich aanmelden, tonen al een actieve interesse in wat jij te bieden hebt.

Kwaliteit boven kwantiteit

Niet het aantal abonnees, maar de kwaliteit van je lijst bepaalt het succes. Een kleine lijst met betrokken lezers levert meer op dan duizenden ongeïnteresseerde abonnees. Daarom is het belangrijk om de juiste strategieën te gebruiken om gerichte en waardevolle leads te verzamelen.

Als je in iemands inbox kunt komen, heb je ook zijn of haar aandacht veroverd. Er zijn maar weinig dingen die kostbaarder zijn dan de aandacht van een ander.





“Als social media de bruisende cocktailparty is, dan is e-mailmarketing de intieme ‘koffieafspraak’.

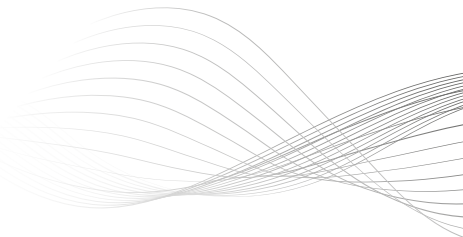
Als coach, trainer of consultant is het van groot belang om je e-maillijst te laten groeien. Elk adres op die lijst staat voor potentiële klanten en mogelijke euro's op de bank. Hoe groter je lijst, hoe effectiever je kunt communiceren met de mensen die oprecht geïnteresseerd zijn in jouw bedrijf.

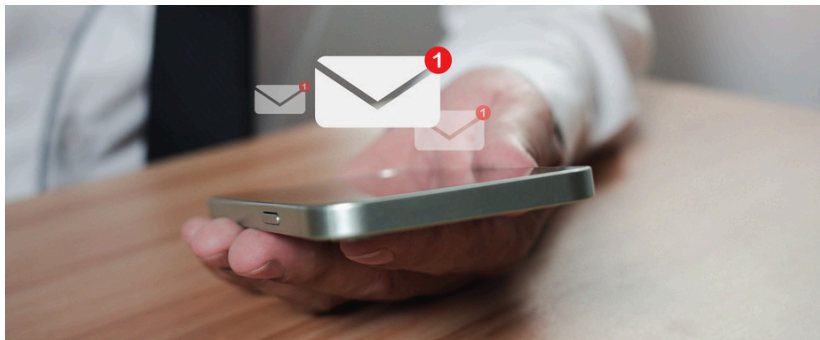
Want dat is eigenlijk de essentie van een e-maillijst. Het is een verzameling van mensen die belangstelling hebben getoond voor jouw diensten. Er is iets in jou als persoon of bedrijf dat hen raakt en ze verlangen naar meer informatie. Dit zijn precies de mensen aan wie je jouw boodschap wilt overbrengen.

Er zijn maar weinig tactieken die essentiële zijn voor een succesvolle business dan jouw e-maillijst.

Maar het opbouwen van een e-maillijst kan enorm uitdagend zijn. Mensen delen hun e-mailadres niet zomaar. Met miljarden spam-e-mails worden dagelijks verzonden, waardoor het van groot belang is om mensen een overtuigende reden te bieden om hun adres aan jou te geven. Het is essentieel om de strategieën te beheersen die jouw potentiële leads aanmoedigen om hun contactgegevens met jou te delen.

Lees snel verder over het “hoe”





IN DIT E-BOOK VIND JE 14 WAARDEVOLLE TIPS OM JE E-MAIL BESTAND RAZENDSNEL TE LATEN GROEIEN.

Voor het opbouwen van een e-maillijst heb je een e-mailmarketingsoftware nodig. Hiermee kun je al je contacten beheren, e-mails versturen, pop-upformulieren ontwerpen en nog veel meer.

Met andere woorden, je bent waarschijnlijk niet op zoek naar Gmail, Outlook of een andere gangbare e-mailapp.

Wat je nodig hebt is een e-mailprovider die speciaal is ontwikkeld voor e-mailmarketing.

Enkele geweldige mogelijkheden voor e-mailmarketing zijn:

- ConvertKit
- ActiveCampaign
- MailBlue
- Mailchimp

Laten we van start gaan!



TACTIEK NUMMER ÉÉN: WAARDEVOLLE CONTENT CREËREN





Wanneer je overweegt een e-maillijst op te bouwen, lijkt het misschien eenvoudig om te starten met elementen zoals pop-ups. Maar als je je enkel daarop concentreert, mis je het grotere geheel. En wanneer je dat grotere geheel mist, wordt het een uitdaging om je e-maillijst daadwerkelijk te laten bloeien.

Waarom zou iemand je zijn e-mailadres willen geven? Wat ontvangen ze daarvoor in ruil? Je moet hen laten zien dat je iets waardevols te bieden hebt in ruil voor hun e-mailadres.

Met andere woorden: breng eerst waarde tot leven.

Dus, wat is het grote plaatje? Je moet mensen een overtuigende reden bieden om hun e-mailadres met je te delen.

Mensen delen hun e-mailadres alleen als ze overtuigd zijn dat je iets waardevols bijdraagt aan hun leven.





Ze verlangen niet alleen naar meer e-mails in hun inbox. Ze verlangen naar meer WAARDE in hun mailbox. We noemen dit ook wel leadmagnets.

Ze verlangen ernaar dat de e-mails die ze van jou ontvangen, een waardevolle bijdrage leveren aan hun leven.

Hoe laat je ze zien dat je een waardevolle aanvulling bent op hun inbox? Door regelmatig fascinerende content te creëren voor je website en deze vervolgens te delen via e-mail.

De inhoud moet zich richten op hun grootste uitdagingen. Het moet grondig ingaan op specifieke thema's. Het moet hun belangrijkste vragen volledig verhelderen.

Ja, er zullen ongetwijfeld momenten zijn waarop je promotionele e-mails over je producten of diensten verstuurt. Maar mensen zullen zich veel eerder inschrijven en op je e-maillijst blijven als ze weten dat ze regelmatig echte waardevolle, niet-promotionele content van jou zullen ontvangen.

Leadmagnets zoals:

- Diepgaande blogartikelen
- White papers
- Casestudies
- Handleidingen
- Gidsen
- Checklists
- Cheatsheets

Om waardevolle content te creëren, is het van groot belang om je publiek grondig te begrijpen. Wat zijn hun grootste uitdagingen? Welke snelle en duurzame oplossingen verlangen ze? Hoe kun je hen het beste van dienst zijn? Op welke manieren kun je hen ondersteunen en bijstaan in hun worstelingen?



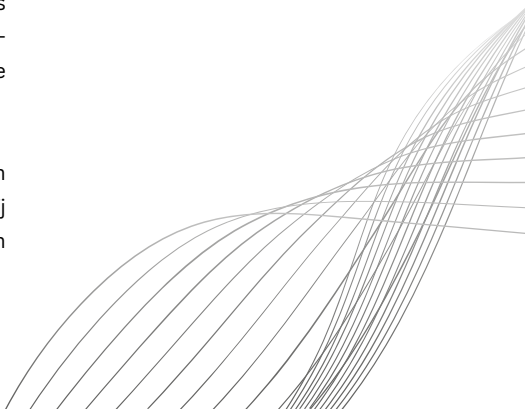
Als je twijfelt over de belangrijkste zorgen van je publiek, aarzel dan niet om ze simpelweg te vragen. Creëer een poll op sociale media. Vraag je huidige e-maillijst (indien je die hebt) welke soorten content zij graag van jou willen ontvangen. Observeer ook wat je concurrenten delen.

Brian Dean is een schitterend voorbeeld van het opbouwen van een e-maillijst (en een heel bedrijf) door het creëren van buitengewone content. Hij produceert verbazingwekkende gedetailleerde blogposts die lezers begeleiden bij uitdagende SEO-vraagstukken. Vervolgens verzendt hij deze blogposts naar zijn e-maillijst

Ja, Brian verkoopt ook producten en diensten via zijn e-maillijst, maar dat doet hij slechts sporadisch. Meestal deelt hij gewoon geweldige content die hij heeft gecreëerd.

Het resultaat is dat zijn e-maillijst is gegroeid tot honderdduizenden leads.

Wie heb jij als voorbeeld in de markt? Zet je in om regelmatig boeiende content te creëren die mensen met enthousiasme in hun inbox willen ontvangen. Bied ze een krachtige motivatie om zich aan te melden voor je e-maillijst en wanneer ze eenmaal op je lijst staan, zorg er dan voor dat ze een overtuigende reden hebben om op je lijst te BLIJVEN.



TACTIEK NUMMER 2: POP-UPS CREËREN





Nu we het grote plaatje van het opbouwen van een e-maillijst hebben verkend, laten we ons richten op enkele specifieke strategieën.

E-mail pop-upformulieren vormen een van de eenvoudigste manieren om e-mailadressen te verzamelen. Terwijl je op een website bent, verschijnt er een pop-upvenster waarin je wordt uitgenodigd om je in te schrijven voor de e-maillijst. Je hebt de keuze om je in te schrijven of het venster te sluiten.

Ja, ze kunnen soms wat opdringerig overkomen, maar uiteindelijk hebben ze doorgaans een opmerkelijk hoge conversieratio in vergelijking met andere methoden om e-maillijsten op te bouwen.

Er zijn verschillende eenvoudige manieren om pop-ups minder opdringerig te maken. Ten eerste kun je ze sporadisch laten verschijnen. Bijvoorbeeld, in plaats van de pop-up bij elke bezoeker elke keer te tonen, kun je ervoor kiezen om deze pas elke derde of vierde keer dat ze je website bezoeken te laten zien. Op die manier wordt de ervaring voor hen veel aangener.



Ten tweede kun je de pop-up na een tijdje laten verschijnen, zodat de leeservaring op je website niet direct wordt verstoord. Bijvoorbeeld wanneer het lijkt alsof iemand op het punt staat je site te verlaten. Dit wordt 'Exit Intent' genoemd en is een uiterst effectieve manier om e-mailadressen te verzamelen.

Vertel mensen in je pop-up waarom het zo bijzonder is om je e-maillijst te volgen. Zeg niet alleen: "Meld je aan voor onze e-mailnieuwsbrief."

Laat ze ontdekken wat hen te wachten staat wanneer ze zich inschrijven voor jouw nieuwsbrief. Ontvangen ze wekelijks waardevolle marketingtips? Krijgen ze een gratis e-book? Worden ze lid van 10.000 andere gepassioneerde lezers?

Er zijn talloze manieren om een pop-up te creëren op je website. Denk hierbij aan software zoals:

- Sumo
- OptinMonster
- MailMuch



TACTIEK DRIE: CREËER EEN LANDINGSPAGINA





Landingspagina's onderscheiden zich van pop-upvensters doordat ze volledige pagina's zijn, ontworpen met de specifieke bedoeling om e-mailadressen te verzamelen.

Met andere woorden, het is geen pop-up die verschijnt wanneer iemand een van je blogposts leest of je homepage bezoekt. Het is een aparte pagina, zorgvuldig ontworpen om e-mailadressen te verzamelen.



Het ontwikkelen van unieke landingspagina's biedt tal van voordelen:

1

Je hebt de mogelijkheid om mensen rechtstreeks naar hen door te verwijzen wanneer ze vragen hoe ze zich kunnen inschrijven voor uw e-maillijst.

2

Als je bijvoorbeeld een e-book aanbiedt, kun je extra redenen geven waarom mensen het e-book zouden willen downloaden.



3

Je hebt de mogelijkheid om diverse landingspagina's te ontwikkelen voor uiteenlopende doelen. Stel je voor dat je een podcast hebt; dan kun je een specifieke landingspagina creëren die je podcastluisteraars verwelkomt, en een andere landingspagina voor de algemene bezoekers.

Er zijn werkelijk talloze manieren om landingspagina's te creëren.

Je kunt iemand benaderen om een landingspagina voor je te maken. Dit is doorgaans alleen noodzakelijk als je zeer specifieke aanpassingen wenst. Als je iemand zoekt om een landingspagina te creëren, overweeg dan om diensten zoals Upwork of Fiverr te raadplegen om een ontwikkelaar te vinden.

Je kunt ook software voor landingspagina's inzetten om een landingspagina te creëren. Dit is de meest gangbare en toegankelijke manier om landingspagina's te ontwikkelen. Met gebruiksvriendelijke drag-and-drop-tools kun je landingspagina's ontwerpen die er schitterend uitzien en een hoge conversieratio behalen.

Landingspagina software is er volop. Denk aan o.a. LeadPages

Net als bij pop-upboxen is het van groot belang om mensen een overtuigende reden te bieden om zich via uw landingspagina aan te melden. Zorg er altijd voor dat je de vraag beantwoordt:

Concentreer je op de voordelen van het aanmelden voor je e-maillijst. Ontvangen ze een gratis e-book via je landingspagina? Deel alle verschillende manieren waarop het e-book hen ondersteunt zodra ze het downloaden.

Bedenk altijd: wat is voor mijn doelgroep enorm waardevol en kan ik gratis weggeven?



TACTIEK NUMMER VIER: DEEL LEAD MAGNETS UIT



Een lead magnet is een waardevol aanbod dat je deelt met mensen in ruil voor hun e-mailadres. Deze mensen worden 'leads' genoemd, en de giveaway werkt als een 'magneet' die hen aantrekt.

Stel je voor dat je een financiële coach bent. Je zou een gratis e-book kunnen aanbieden vol waardevolle tips over het opbouwen van je pensioen. Of stel je voor dat je een fitnessprofessional bent. Je zou een checklist met oefeningen voor een specifieke workout kunnen delen.

Bijna alles kan in feite dienen als een leadmagneet. Het moet simpelweg waardevol genoeg zijn om iemand te inspireren zijn e-mailadres met jou te delen.

Voorbeelden van lead magnets zijn:

1

E-BOOK OF GIDS

- Voorbeeld: "10 Stappen naar een Succesvolle Mindset"
- Een beknopte maar waardevolle gids met strategieën en inzichten binnen jouw expertisegebied.

2

WERKBOEK

- Voorbeeld: "Zelfvertrouwen in 30 Dagen – Dagelijks Reflectie Werkboek"
- Een interactief werkboek met oefeningen, dagboekpagina's en reflectievragen.

3

CHECKLIST OF CHEATSHEET

- Voorbeeld: "De Ultieme Morning Routine voor Meer Productiviteit"
- Een eenvoudige lijst met praktische tips en stappen die jouw doelgroep direct kan toepassen.

4

MINI-CURSUS VIA E-MAIL

- Voorbeeld: "5 Dagen naar Meer Focus en Balans"
- Een reeks van korte e-mails met waardevolle lessen en opdrachten.



5

GRATIS WEBINAR OF MASTERCLASS

- Voorbeeld: “De 3 Sleutels tot Blijvend Succes en Geluk”
- Een live of vooraf opgenomen training waarin je expertise deelt en waarde levert.

6

QUIZ OF ASSESSMENT

- Voorbeeld: “Welke Coachingsstijl Past Bij Jou?”
- Een interactieve quiz die inzicht geeft in een persoonlijk probleem of groeimogelijkheden.

7

MEDITATIE OF VISUALISATIE AUDIO

- Voorbeeld: “10 Minuten Mindset Boost – Gratis Meditatie”
- Een begeleide meditatie of visualisatie om je doelgroep te helpen ontspannen of doelen te manifesteren.

8

SNELSTARTGIDS (ONE-PAGER)

- Voorbeeld: “De 5 Eerste Stappen om Je Dromen Waar te Maken” •
- Een korte PDF met essentiële eerste stappen om ergens mee te starten

9

EXCLUSIEVE COMMUNITY TOEGANG (FACEBOOK-GROEP)

- Voorbeeld: “Sluit je aan bij mijn exclusieve groepgroep voor ambitieuze vrouwen”
- Toegang tot een waardevolle online groep waar leden elkaar ondersteunen.

10

GRATIS COACHING SESSIE OF STRATEGIEGESPREK

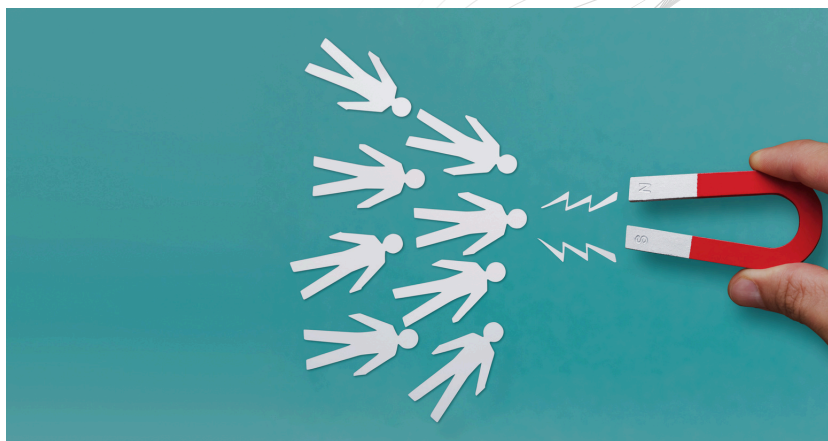
- Voorbeeld: “15 Minuten Gratis Coachingsessie om Jouw Blokkades te Doorbreken”
- Een kennismakingsessie waarin je waarde biedt en je coaching laat ervaren



Er zijn enkele belangrijke aspecten om in gedachten te houden bij het creëren van lead magnets:

Hier zijn de belangrijkste aspecten voor een effectieve lead magnet:

- ✓ **Relevantie** – Sluit aan bij de behoeften van je doelgroep en los een concreet probleem op.
- ✓ **Waardevol & praktisch** – Bied direct bruikbare inzichten of tools.
- ✓ **Toegankelijk** – Makkelijk te downloaden zonder lange formulieren.
- ✓ **Professioneel design** – Vertrouwen wekken met een heldere en aantrekkelijke vormgeving.
- ✓ **Duidelijk doel** – Leid naar een volgende stap (CTA, vervolgaanbod).
- ✓ **Kort & krachtig** – Focus op kwaliteit, geen overbodige informatie.
- ✓ **Meetbaar** – Track downloads en optimaliseer voor conversie.



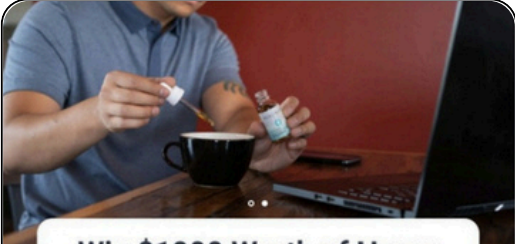
TACTIEK VIJF: ORGANISEER EEN WEDSTRIJD MET PRIJZEN



Prijsvragen en wedstrijden zijn een krachtige manier om in korte tijd honderden of zelfs duizenden e-mailadressen te verzamelen. Wil je je e-maillijst snel laten groeien?

Het werkt simpel: om mee te doen aan de winactie, moeten deelnemers eerst hun e-mailadres invullen.

Zo eenvoudig is het! 🚀



Win \$1000 Worth of Hemp Healing Products!

TIME LEFT

VALUE: \$1,000 15 : 4 : 17 : 33 WINNERS: 1
DAYS HOURS MIN SEC

Enter with your email address or facebook:

Email Enter >

 Continue with Facebook

We're extending the contest! 🎉

Yes. We are giving away \$1,000 worth of free hemp healing products.

What can these products do? They can help with anxiety relief, pain relief, sleep aid, and even relief for your lovable pets!

Ready? Enter below and take advantage of the extra entry opportunities.

GIVEAWAY TIMEZONE: MDT OFFERED BY: COMPREHENSIVE BUSINESS DEVELOPERS

Enter sweepstakes and receive exclusive offers from Comprehensive Business Developers.
Unsubscribe anytime. [Read official rules.](#)



Je kunt bijna alles delen, van materiële bezittingen tot adviesgesprekken, digitale downloads en alles wat daar tussenin ligt. Eigenlijk ben je alleen beperkt door je creativiteit.

Een aantal punten om te overwegen bij het organiseren van een winactie.

Allereerst, hoe groter en aantrekkelijker de prijs, des te groter de kans dat mensen zich inschrijven. Denk daarom aan grotere en betere opties bij het samenstellen van je prijzenpakket. En om het voor de hand liggend te zeggen, de prijs moet iets zijn waar je publiek echt enthousiast over is en dat perfect aansluit bij jouw bedrijf.

Als je bijvoorbeeld een fitnesscoach bent, is het veel zinvoller om gratis trainingssessies aan te bieden dan cadeaubonnen voor ongezonde restaurants 🍷

Verwacht je 1000+ reacties? Denk dan na om een platform in te zetten zodat mensen eenvoudig kunnen deelnemen en jij de winnaars makkelijk kunt selecteren.

-
- Sumo
 - Glean.io
 - ViralSweep

Deze platforms bieden een geweldige mogelijkheid voor mensen om je giveaways op social media te delen, waardoor de kans toeneemt dat ze viraal gaan. En nogmaals, hoe indrukwekkender de prijs, hoe groter de kans dat de giveaway viraal gaat.



TACTIEK ZES: VOER CAMPAGNES VOOR FACEBOOK LEADS UIT



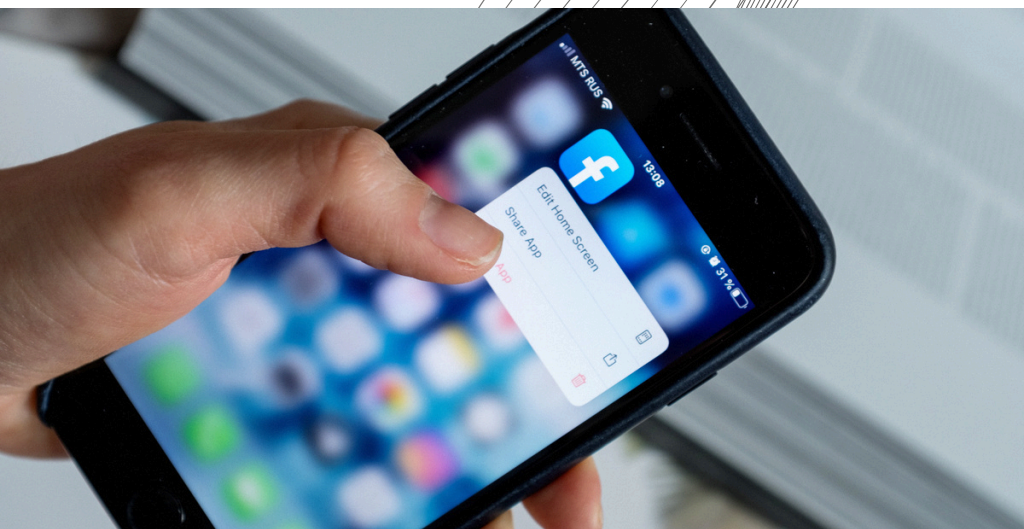
Met Facebook Lead Ads heb je de mogelijkheid om lead magnets aan te bieden en e-mailadressen rechtstreeks op het Facebook-platform te verzamelen. Dit betekent dat mensen een formulier kunnen invullen en een lead magnet kunnen downloaden zonder dat ze Facebook hoeven te verlaten. Hiermee is het een ongelooflijk krachtige manier om je e-maillijst te laten bloeien.

Facebook heeft meer dan 2,5 miljard actieve maandelijkse gebruikers. Je kunt er op vertrouwen dat jouw publiek Facebook regelmatig bezoekt. Met Facebook-advertenties kun je jouw doelgroep bereiken, zelfs buiten de grenzen van je website.

Hun advertentieplatform biedt je de mogelijkheid om uiterst gericht te adverteren, wat inhoudt dat je je kunt richten op specifieke doelgroepen. Stel je voor, als je een succescoach bent, kun je Lead Ads creëren die speciaal worden gepresenteerd aan mensen die geïnteresseerd zijn in het stellen van doelen, productiviteit en financieel welzijn.

Of als je een beleggingsadviseur bent, kun je je richten op individuen van een bepaalde leeftijd met een specifiek inkomen.

Deze kans om uiterst specifieke doelgroepen te bereiken, biedt je de mogelijkheid om in verbinding te komen met je ideale klant. In plaats van je lijst op een willekeurige manier te vullen op basis van wie je website bezoekt, kun je je lijst verrijken met zeer gemotiveerde leads.



Facebook Leadcampagnes voor Beginners: Een Praktische Gids

Als coach wil je snel en eenvoudig e-mailadressen verzamelen om je doelgroep te bereiken. Facebook Lead Ads is een krachtige tool waarmee je potentiële klanten kunt aantrekken zonder dat ze je website hoeven te verlaten.

Stap-voor-stap uitleg:

1. Maak een Facebook Business-account aan

Ga naar [Meta Business Suite](#) en zorg dat je een zakelijke pagina hebt.

2. Ga naar Facebook Ads Manager en kies 'Leadgeneratie' als campagnedoel

Dit zorgt ervoor dat je advertentieformulieren direct binnen Facebook worden weergegeven.

3. Stel je doelgroep in

Kies leeftijd, locatie, interesses (zoals 'coaching', 'persoonlijke ontwikkeling' of 'mentale gezondheid'). Je kunt ook eerdere websitebezoekers of e-maillijstgebruikers targeten.

4. Creëer een aantrekkelijke advertentie

Gebruik een opvallende afbeelding of video. Schrijf een duidelijke call-to-action (bijv. 'Meld je aan voor mijn gratis coachingssessie!').

5. Maak een eenvoudig inschrijfformulier

Vraag alleen om naam en e-mailadres (minder velden = meer aanmeldingen). Voeg een korte beschrijving toe van wat deelnemers krijgen (bijv. een gratis e-book of kennismakingssessie).

6. Publiceer en test je campagne

Start met een klein budget (€5-€10 per dag) en analyseer welke advertentie het beste presteert.

7. Download je leads en stuur een opvolgmail

Je kunt de e-mailadressen downloaden via Facebook of koppelen aan een e-mailmarketingplatform zoals Mailchimp of ActiveCampaign.



TACTIEK NUMMER 7:
BENUT DE MOGELIJKHEDEN VOOR
GRATIS UPGRADE

UPGRADE





INHOUDELIJKE UPGRADES VINDEN PLAATS OP DE VOLGENDE MANIER:

Ten eerste creëer je een buitengewoon waardevol stuk content, zoals een uitgebreid blogbericht.

Vervolgens creëer je een 'upgrade' die perfect aansluit bij die blogpost. Stel je voor dat je een diepgaande blogpost over het keto-dieet hebt geschreven. Je kunt dan een 'upgrade' ontwikkelen, zoals vijf downloadbare keto-recepten die naadloos bij de blogpost passen.

Om de upgrade te verkrijgen, dienen mensen hun e-mailadres in te voeren.

Door eerst de blogpost te lezen, hebben ze al blijk gegeven van hun interesse in dat specifieke onderwerp. Het is dan ook vanzelfsprekend dat ze jouw content-upgrade willen downloaden. omdat het naadloos aansluit bij hun interesses.

Brian Dean, de SEO-expert, ervoer een indrukwekkende stijging van 65% in zijn conversiepercentage vergeleken met zijn algemene pop-upaanbod, toen hij de strategie voor contentupgrades op zijn blog implementeerde.

Content upgrades zijn buitengewoon krachtig voor het opbouwen van e-mail lijsten, omdat ze de contentervaring op een harmonieuze manier verrijken. Je biedt ze iets waardevols aan dat perfect aansluit bij wat ze al aan het lezen zijn.



3 simpele stappen voor content-upgrade:

1

Kies een populaire contentbron en voeg extra waarde toe

2

Maak de content upgrade en integreer het in je marketing. Denk hierbij aan een checklist, een samenvatting of een werkboek

3

Verzamel e-mailadressen en nurture je leads

Een van de eenvoudigste content-upgrades die je kunt realiseren, is een checklist die in feite alles samenvat wat je in de een blogbericht op een duidelijke, toegankelijke manier te schrijven.

Stel je voor dat je een prachtig blogbericht creëert over alles wat je nodig hebt voor een fotoshoot. Je kunt een handige checklist samenstellen die de essentie van het blogbericht samenvat. De lezer kan deze checklist downloaden, afdrukken en meenemen naar zijn of haar fotoshoots.



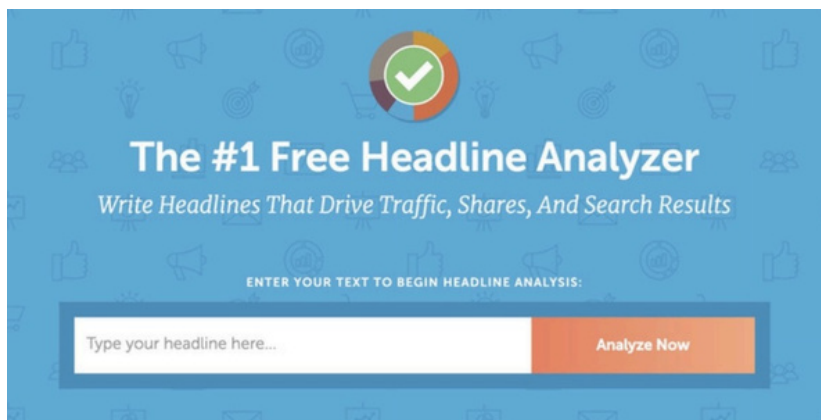
TACTIEK NUMMER 8: CREËER EEN GRATIS TOOL



Een gratis tool creëren kan een fantastische manier zijn om duizenden nieuwe mensen aan je abonneeslijst toe te voegen. Het is een eenvoudige, maar krachtige techniek.

Om de tool te gebruiken, hoeven mensen enkel hun e-mailadres in te voeren.

CoSchedule heeft hun "Headline Analyzer"-tool ontwikkeld, die een blogpost-titel grondig analyseert en deze voor jou beoordeelt. Maar er is een klein obstakel. Om je score te kunnen bekijken, dien je je eerst in te schrijven voor hun e-maillijst.

The image shows a promotional banner for the CoSchedule Headline Analyzer. At the top center is a circular logo with a green checkmark inside a multi-colored ring. Below the logo, the text "The #1 Free Headline Analyzer" is displayed in a large, bold, white font. Underneath this, in a smaller white font, is the tagline "Write Headlines That Drive Traffic, Shares, And Search Results". Further down, the text "ENTER YOUR TEXT TO BEGIN HEADLINE ANALYSIS:" is centered. Below this is a white input field with the placeholder text "Type your headline here...". To the right of the input field is an orange button with the text "Analyze Now" in white. The entire banner has a blue background with faint, repeating icons of social media and marketing symbols like thumbs up, megaphones, and lightbulbs.

Bron: CoSchedule

HubSpot heeft een "Website Grader" gecreëerd die de effectiviteit van de website van een individu of onderneming evalueert en vervolgens een score toekent in ruil voor hun e-mailadres.

Veel SEO-bedrijven bieden een snelle SEO-audit van een website aan in ruil voor een e-mailadres, en veel makelaars geven een waardevolle schatting van de waarde van een huis.

De mogelijkheden zijn eindeloos.



1

Persoonlijke Doelenplanner (PDF of Google Sheet). Een eenvoudige tool waarmee cliënten hun doelen kunnen stellen, opdelen in stappen en voortgang bijhouden.

2

Stress & Energie Tracker (Google Forms of PDF). Cliënten kunnen dagelijks of wekelijks hun energieniveau en stressniveaus bijhouden om patronen te herkennen.

3

Beslissingskompas (Mini Quiz of Beslisboom). Een interactieve tool waarmee cliënten snel helderheid krijgen over lastige keuzes.

Je begrijpt het wel.

Als je niet over de technische kennis beschikt om zelf een tool te creëren, kun je gemakkelijk iemand vinden die dat voor je kan realiseren op Upwork of Fiverr.



TACTIEK NUMMER 9: SCHRIJF EEN QUIZ UIT



Quizzen zijn een geweldige manier voor coaches om op een interactieve en laagdrempelige manier e-mailadressen te verzamelen. Ze trekken de aandacht, bieden waarde en zorgen voor een persoonlijke ervaring. Denk aan quizzen zoals “Wat is jouw stress level?” of “Waar loop jij vast in je persoonlijke groei?”. Door deelnemers hun e-mailadres te laten achterlaten voor de resultaten, bouw je moeiteloos een relevante e-maillijst op. Bonus: quizzen creëren betrokkenheid en vergroten de kans op conversie naar betalende klanten! @



Het mooie aan quizzen en het samenstellen van e-maillijsten is dat een goede quiz perfect moet aansluiten op jouw expertise, diensten en doelgroep. Een effectieve quiz trekt niet zomaar willekeurige mensen aan, maar juist potentiële klanten die echt baat hebben bij jouw coaching.

Waarom dit werkt?

✓ **Relevantie:** De quizvragen moeten direct inspelen op de uitdagingen en behoeften van je doelgroep. Bijvoorbeeld, als je een life coach bent, werkt een quiz als “Wat blokkeert jouw groei?” veel beter dan een algemene persoonlijkheidsquiz.

✓ **Verbinding met jouw diensten:** De quizresultaten moeten een logische brug slaan naar jouw aanbod. Bijvoorbeeld, als je loopbaancoach bent, kun je een quiz maken zoals “Welke carrière past bij jouw persoonlijkheid?” en vervolgens een gratis strategiesessie aanbieden op basis van de uitslag.

✓ **Persoonlijke waarde:** Mensen houden van quizzen omdat ze inzicht over zichzelf geven. Wanneer jouw quiz helpt bij zelfontdekking en waarde biedt, zijn mensen eerder geneigd hun e-mailadres achter te laten.

✓ **Automatische leadsegmentatie:** Op basis van de quizresultaten kun je leads direct indelen in relevante categorieën. Zo kun je hen gepersonaliseerde e-mails sturen die aansluiten bij hun specifieke behoeften, wat conversie verhoogt.



Je quiz moet perfect aansluiten bij de doelstellingen, wensen, ambities en uitdagingen van je ideale klant.

Hier zijn een paar krachtige quiz-ideeën voor coaches om e-mailadressen te verzamelen:

 Voor een life coach:

- ✓ "Wat houdt jou tegen om je doelen te bereiken?"
- ✓ "Welke mindset-blokkade saboteert jouw succes?"
- ✓ "Wat is jouw persoonlijke groeitype?"

 Voor een business coach:

- ✓ "Wat voor type ondernemer ben jij?"
- ✓ "Welke strategie past bij jouw bedrijfsgroei?"
- ✓ "Ben jij klaar om te schalen?"

 Voor een loopbaancoach:

- ✓ "Welke carrière past bij jouw persoonlijkheid?"
- ✓ "Moet jij van baan veranderen of blijven?"
- ✓ "Hoe sterk is jouw werk-privébalans?"

 Voor een stress- of mindsetcoach:

- ✓ "Hoe veerkrachtig ben jij onder stress?"
- ✓ "Wat is jouw dominante stresspatroon?"
- ✓ "Welke mindfulness-techniek past bij jou?"

 Voor een health & fitness coach:

- ✓ "Wat is jouw ideale voedingspatroon?"
- ✓ "Waarom lukt het jou niet om je gezondheidsdoelen te behalen?"
- ✓ "Welke sport past bij jouw lichaamsbouw?"



TACTIEK NUMMER 10: ORGANISEER EEN GRATIS WEBINAR OF TRAINING





Een gratis webinar of live training is een van de meest effectieve manieren om e-mailadressen te verzamelen en tegelijkertijd je expertise te tonen. Door waardevolle kennis te delen in een interactieve sessie, bouw je vertrouwen op en trek je potentiële klanten aan die écht geïnteresseerd zijn in jouw coaching.

Hoe pak je dit slim aan?

1. **Kies een relevant onderwerp** – Zorg ervoor dat je webinar een specifiek probleem oplost dat jouw doelgroep aanspreekt. Bijvoorbeeld:
2. **Maak inschrijven verplicht** – Deelnemers moeten hun e-mailadres invullen om toegang te krijgen. Dit bouwt direct je e-maillijst op.
3. **Bied direct waarde** – Zorg ervoor dat je webinar praktische tips bevat die deelnemers direct kunnen toepassen.
4. **Sluit af met een sterke call-to-action** – Geef deelnemers een extra reden om in actie te komen, zoals een gratis werkboek, een speciale aanbieding of een 1-op-1 kennismakingsgesprek.
5. **Promoot via social media en je netwerk** – Gebruik Facebook, LinkedIn en Instagram om je webinar onder de aandacht te brengen en zoveel mogelijk inschrijvingen te krijgen.



“Een gratis webinar is niet alleen kennis delen, maar ook vertrouwen bouwen—waar waarde wordt gegeven, volgen klanten vanzelf.”

Voorbeelden van Gratis Webinars of Live Trainings voor Coaches

1. “Van Twijfel naar Actie: Doorbreek Uitstelgedrag in 60 Minuten” (Life coach)
 - Praktische strategieën om direct productiever te worden.
 - Inclusief live Q&A en een gratis werkboek.
2. “Hoe Jij Jouw Droomcarrière Kiest (Zonder Angst voor Falen)” (Loopbaancoach)
 - Stappenplan om helderheid te krijgen over de ideale carrière.
 - Inclusief een quiz en een gratis kennismakingsgesprek.
3. “Meer Rust in Je Hoofd: 3 Simpele Mindfulness Technieken” (Stress- en mindsetcoach)
 - Live demonstratie van mindfulness en ademhalingstechnieken.
 - Inclusief toegang tot een exclusieve meditatie-audio.



TACTIEK NUMMER 11: BIED CHALLENGES AAN



Mensen willen graag ergens bij horen en exclusieve toegang hebben tot waardevolle content. Door een gratis challenge of een besloten community aan te bieden, trek je niet alleen geïnteresseerden aan, maar bouw je ook direct een betrokken e-maillijst op.

5 Voorbeelden van Exclusieve Challenges of Communities voor Coaches

“5-Daagse Zelfvertrouwen Boost” (Life coach)

- Elke dag een kleine opdracht om zelfvertrouwen te versterken.
- Toegang tot een besloten WhatsApp- of Facebook-groep.
- Eindigt met een live Q&A of een aanbod voor een vervolgsessie.

“30-Dagen Productiviteitsuitdaging” (Business coach)

- Dagelijkse e-mails met productiviteitshacks en opdrachten.
- Wekelijkse check-ins in een community.
- Eindigt met een masterclass over time management.

“Jouw Perfecte Carrière Switch” (Loopbaancoach)

- Quiz + een 7-daagse e-mailserie met stappenplan.
- Persoonlijke opdrachten en reflectievragen.
- Mogelijkheid om een gratis strategiesprek in te plannen.

“Mindfulness in 7 Dagen” (Stress- en mindsetcoach)

- Elke dag een korte mindfulness-oefening via e-mail of video.
- Community waarin deelnemers ervaringen delen.
- Afsluiting met een exclusieve meditatie-sessie.

“7-Daagse Voedingsreset” (Gezondheidscoach)

- Dagelijkse tips en recepten voor gezondere eetgewoonten.
- Live sessies over gezonde voeding en mindset.
- Toegang tot een exclusief e-book na afronding van de challenge.

Door toegang te geven in ruil voor een e-mailadres, vergroot je je lijst én bouw je een sterke band op met je potentiële klanten.



TACTIEK NUMMER 12: VOEG EEN HYPERLINK TOE AAN JE E-MAILHANDTEKENING



Je e-mailhandtekening is een kans om continu nieuwe leads te genereren. Door een hyperlink naar je lead magnet toe te voegen, maak je van elke e-mail een subtiele promotietool. Stel je voor dat je dagelijks tientallen e-mails verstuurt—met een goed geplaatste link zorg je ervoor dat elke ontvanger de mogelijkheid heeft om zich aan te melden voor jouw waardevolle content.

Een effectieve aanpak is om een korte, pakkende call-to-action toe te voegen, zoals: “Wil je meer grip op je doelen? Download hier mijn gratis coachinggids!” of “Doe de gratis quiz en ontdek jouw groeiprofiel!”. De link moet helder en klikbaar zijn, bijvoorbeeld via een opvallende knop of een eenvoudig, verkorte URL.

De kracht van deze tactiek zit in de continuïteit. In plaats van actief promotie te maken, laat je je e-mailhandtekening het werk voor je doen. Zonder extra moeite groeit je e-maillijst gestaag, simpelweg doordat je communiceert zoals je altijd doet. Een kleine aanpassing met een groot effect. 🚀

“Elke e-mail is een kans. Een simpele link in je handtekening kan het verschil maken tussen een gemiste kans en een nieuwe lead.”



TACTIEK NUMMER 13: TEST, LEER EN OPTIMALISEER MET A/B TESTING





Wil je het maximale halen uit je leadgeneratie? Dan is A/B-testen een must. Door verschillende versies van je lead magnet, landingspagina, call-to-action of e-mailcampagne te testen, ontdek je wat écht werkt bij jouw doelgroep.

Een kleine aanpassing, zoals een andere titel, knopkleur of tekst in je e-mailhandtekening, kan al een groot verschil maken in conversies. Stel bijvoorbeeld twee versies op van je lead magnet-promotie—één met een speelse titel en één met een directe, zakelijke benadering—en meet welke meer inschrijvingen oplevert.

Het geheim van succesvolle A/B-tests is continu leren en optimaliseren. Test één element per keer, analyseer de resultaten en pas je strategie aan op basis van wat jouw doelgroep aanspreekt. Zo werk je steeds effectiever en laat je jouw e-maillijst sneller groeien!

Bij A/B-testen is het doel om te ontdekken wat het beste werkt, zodat je je daarna veel meer kunt richten op die technieken.

Praktische A/B-test tips

- 1 Test één ding tegelijk – Verander alleen de titel, CTA of afbeelding, zodat je weet wat werkt.
- 2 Probeer verschillende CTA's – “Download gratis mijn werkboek” vs. “Ontvang nu jouw groeiplan”.
- 3 Varieer e-mailtitels – Test “Jouw gratis coachinggids is klaar!” vs. “Mis deze exclusieve tips niet”.
- 4 Pas je landingspagina aan – Kort en krachtig of met meer uitleg? Kijk welke beter converteert.
- 5 Gebruik tools – Mailchimp, ConvertKit of Leadpages helpen je makkelijk A/B-testen.
- 6 Meet & verbeter – Check open rates en klikpercentages, pas aan en blijf testen! 🚀





TACTIEK NUMMER 14: COMBINEER STRATEGIEËN VOOR OPTIMAAL RESULTAAT

Als je je lijst snel wilt laten bloeien, omarm dan zoveel mogelijk van deze technieken. Wees niet tevreden met slechts één of twee. Door dit te doen, zal je lijst ongetwijfeld groeien, maar het zal veel langzamer gaan.

Combineer en pas verschillende technieken toe om meerdere lijsten gelijktijdig te creëren.

Je hebt al deze geweldige technieken geleerd:

- 1** Waardevolle inhoud creëren
- 2** Pop-ups
- 3** Een landingspagina
- 4** Gratis leadmagnet



- 5 Organiseer een wedstrijd
- 6 Facebook advertenties
- 7 Gratis upgrade
- 8 Creëer handige tools
- 9 Voeg sociale deelknoppen toe aan jouw e-mails.
- 10 Deel je lijst op sociale netwerken voor het creëren van quizen
- 11 Maak social media knoppen in je e-mail
- 12 Een hyperlink aan je e-mailhandtekening toevoegen
- 13 A/B-testen van diverse mogelijkheden
- 14 Combineer voor $1+1 = 3$ effect

Ja, het is waar dat e-mailmarketing en het opbouwen van je e-mail bestand veel inspanning vereisen. Maar het is absoluut de moeite waard. Vergeet niet dat de gemiddelde ROI voor e-mailmarketing maar liefst 3.200% bedraagt!

Dus ga aan de slag met het creëren van je lijst! Combineer zoveel mogelijk van deze geweldige technieken en slimme strategieën en zie hoe je lijst snel tot bloei komt.

Voor elke euro die je investeert in e-mailmarketing, mag je rekenen op een rendement van € 32.

