

Lead nurturing - een mooie naam voor persoonlijke berichten die worden verzonden om te zorgen dat leads actief blijven en converteren - zijn veel effectiever dan bulkberichten. Maar wanneer stuur je een dergelijk een-op-een bericht, dat tevens tot veel effect leidt?

## Wat zijn triggers voor een 1-op-1 bericht?

Your wheels are waiting.

Yoo hoo. Just another friendly nudge to say that Zipsterhood is right around the corner. Don't forget that you can save hundreds every month by using Zipcars near where you work and play (and fuel and insurance are always included).

All you have to do is finish your application here: <http://www.zipcar.com/registration/finish>

We know, filling out forms can be a drag. But think how much faster you can move with your choice of fun, economical and planet-friendly cars at your doorstep.

You can do it. It's only a click away at <http://www.zipcar.com/registration/finish>

We hope to see you on the road soon,

The team at Zipcar

**Registratie niet voltooid?**  
Stuur dan niet direct een bericht, maar wacht ook niet te lang. Idealiter stuur je twee uur na afbreken een reminder met wat iemand misloopt als hij of zij zich niet registreert of iets koopt.

**Just ask!** Je hebt van een onbekend iemand wel een e-mailadres - omdat hij of zij lid is van je nieuwsbrief - maar geen verdere details. Vraag dan per mail of iemand zijn voorkeuren wil aangeven. Als je dit een paar uur na het volgende actieve bezoek aan je website (na aanmelden nieuwsbrief) doet, dan stijgt je conversie op deze informatie aanzienlijk.

amazonlocal

### You're one click away from personalized deals

Improve your AmazonLocal experience by [telling us](#) what you like and dislike.

Thanks,  
The AmazonLocal Team  
[AmazonLocal.com](http://AmazonLocal.com)



Gebruik retargeting-advertenties eens niet om bijna-kopers binnen te halen, maar om inactieve gebruikers weer te contacteren. Daar haal je veel inzichten en rendement uit!

Be different. Op verjaardagen krijg je van veel online bedrijven een verjaardagsmail, daarmee val je echter niet meer op. Beter is om het bericht twee dagen later te sturen, met een mooie aanbieding als goedmaker. Je zult zien dat je hierdoor veel meer rendement behaalt, totdat iedereen dit doet.

Deze maandelijkse rubriek wordt samengesteld door Ton Wesseling, internationaal spreker en consultant op het gebied van online optimalisatie. Hij is oprichter van Online Dialogue, experts in online rendement en CEO van Testing.Agency.