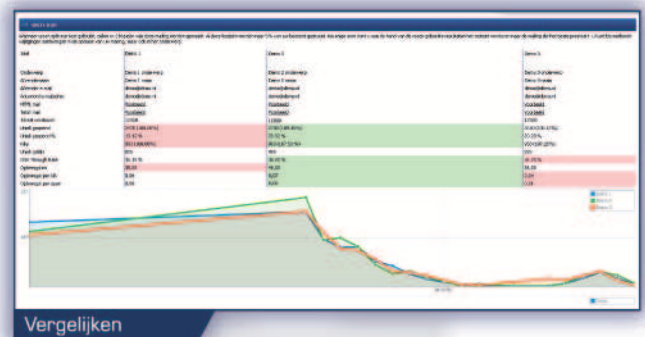
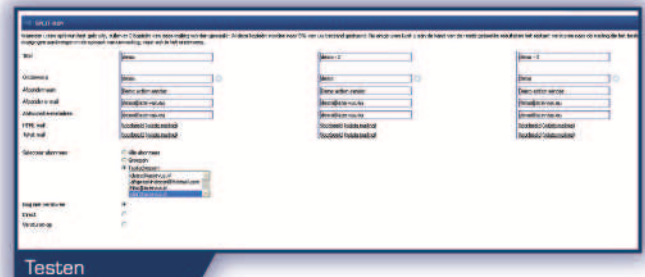


Méér opens, méér clicks, méér conversie: verbeter bij voorbaat uw resultaten dankzij diepgaand inzicht in het gedrag van uw abonnees.

Testen is de beste manier om het effect van uw boodschap te bepalen. Maar hoe stelt u op voorhand vast of uw mailing een succes wordt? Met onze intelligente Split Run module heeft u de sleutel tot deze waardevolle informatie in handen.



In drie stappen van meten naar weten.

Stap 1

Mailen – Conceptfase

Van één mailing maakt u drie concepten. Denk aan verscheidene acties, ga voor meerdere layouts of gebruik verschillende onderwerpen.

Stap 2

Testen – Wat werkt beter

Willekeurig ontvangt 15% van uw abonnees -gelijkmatig verdeeld- één van uw drie concepten. Dit percentage weerspiegelt een representatief beeld van de resultaten.

Stap 3

Vergelijken – Succes verzekerd

Met ons geavanceerde meetsysteem stelt u proefondervindelijk vast welk concept het beste heeft gewerkt. U zult zien hoe groot de verschillen in openratio, clicks, en omzet kunnen zijn. En hoe belangrijk het is dit op voorhand te kunnen meten. Op basis van omzet kunt u bepalen welke nieuwsbrief het beste scoort.

Klaar voor de start!

Na de testfase ontvangt 85% van uw abonnees het beste concept van uw mailing. Omdat u op voorhand uit heeft kunnen vinden wat uw abonnees prikkelt, haalt u het hoogste rendement uit uw mailing.

