



Hoe maak je een nieuwsbrief? – voor een kleine community

Door: Marloes Jensma en Eelco Overman, juni 2022



De behoefte aan een informatiekanaal

Vanuit ons opleidingsteam, Dienstverlening Helpende Zorg en Welzijn op het ROC van Amsterdam college West, kwam het verzoek voor een informatiekanaal. Er was behoefte om specifieke informatie binnen het team te delen, op regelmatige basis. We hebben al email, we hebben de chat in Teams, we kunnen met elkaar bellen via Teams en telefoon. Deze kanalen worden voor bepaalde informatie-uitwisselingen gebruikt. Maar hoe delen we nou zaken als: zieke collega's, collega's die weer terugkomen na een zwangerschapsverlof, foto's van baby's, promoties, start-ups van nieuwe projecten, handige tips, weet-je-datjes et cetera? Het idee ontstond om een nieuwsbrief te gaan starten. Met speciale aandacht daarbij voor de vraag: wat bevordert de gelezenheid ervan, hoe zorg je ervoor dat de mensen de artikelen uit een nieuwsbrief ook echt lezen?



Tools voor het maken van een nieuwsbrief: bv. Docufiller

Er zijn natuurlijk verschillende tools om een nieuwsbrief mee te maken. Commerciële bedrijven met grote community's gebruiken vaak Mailchimp. Voor een kleine community zoals een opleidingsteam (met ongeveer 40 deelnemers) is dat misschien een te overdreven keuze. Binnen grotere scholen/instellingen is vaak al een licentie of abonnement aanwezig voor Docufiller.

Docufiller is een online tool waarmee je - niet altijd logisch of intuïtief - maar eenvoudig genoeg kunt werken. Een paar uur is voldoende om het programma te leren kennen. Het voordeel ervan is dat je nieuwsbrief er heel professioneel uitziet. In feite maak je een webpagina (op de server van Docufiller) die de lezer in zijn/haar emailprogramma laadt. De nieuwsbrief die je nu leest, is opgemaakt met Docufiller. Check bij je organisatie of er al een licentie is voor een nieuwsbrief tool.

Wil je meer informatie over Docufiller? Een introductiefilmpje over Docufiller vind je [hier](#) op Youtube.



Wordt de nieuwsbrief wel gelezen?

Een ander voordeel van Docufiller of een andere online tool is dat je op de achtergrond een rapport kunt genereren waarin staat hoeveel van de ontvangers de nieuwsbrief hebben geopend, wanneer en in hoeverre de "call to actions" (CTA's) (van 'lees hier verder') zijn aangeklikt.

Vervolgens kan je bijvoorbeeld gaan experimenteren met wanneer je de nieuwsbrief stuurt. Doe je dat als eerste mail van de week op maandagochtend? Of ergens aan het begin van de middag of stuur je hem als laatste mail voor het weekend? Dit is per

groep verschillend en een kwestie van testen.



Hoe zorg je ervoor dat mensen de nieuwsbrief lezen?

Je wil natuurlijk dat je nieuwsbrief zo interessant is dat mensen doorlezen en doorklikken. Welke tips hebben wij voor je om de motivatie van het lezen te vergroten?

1. Gebruik een inhoudsopgave. Zo kunnen mensen in één oogopslag zien of er iets in staat wat ze willen lezen.
2. Gebruik afbeeldingen. Dat maakt de nieuwsbrief aantrekkelijker en 'a picture paints a thousand words'.
3. Personaliseer de nieuwsbrief en onderwerptitel. Bijvoorbeeld: "Hoi Marloes, dit is je maandelijkse update van team DHZW".
Een andere manier om te personaliseren is om aan elk teamlid eens in de zoveel tijd aandacht te besteden via een 'wist je dat' of door iemand in het zonnetje te zetten.
4. Nummer je nieuwsbrief. Mensen houden van voorspelbaarheid en zo kunnen mensen wennen aan de wekelijkse of maandelijkse update.
5. Stuur een reminder. Blijkt uit de data dat je community je nieuwsbrief nog niet heeft gelezen? Stuur nog een mail of spreek ze aan op de gang.
6. Doe onderzoek in je doelgroep. Vraag eens rond bij mensen, welke rubriek vinden ze het leukst? Missen ze ook iets?
7. Give away giveaways. Als je echt hardcore wil gaan, kan je ook nog gaan werken met giveaways waarbij je vouchers of een leuke eetdate met een collega weg te geven hebt. Bovendien dit kan je dit weer personaliseren en zo gek maken als je zelf wil. Iedereen houdt van winnen toch?