

## *Hoe verleid ik mijn klanten: AIDA bij e-mailings*

### **Direct marketing is verleiden**

Alle elementen van een DM-actie zijn erop gericht je klanten - op een voor hen **spontane manier** - te laten doen wat je wilt dat ze doen.

Een **evenwichtige mix van rationele en emotionele prikkels** vormt hiervoor de basis.

Maar er is meer is : je moet de psychologische logica respecteren.  
De klant verleiden met een e-mailing is een stapsgewijs proces.

### **De stappen in het verleidingsproces : AIDA**

AIDA geeft weer welke stappen worden doorlopen om de klant op een 'natuurlijke' wijze tot de gewenste respons te brengen.

Elke stap in dit verleidingsproces is onmisbaar en moet steeds in dezelfde volgorde worden doorlopen:

**A**ttention                    « *oh, er springt mij iets in het oog... »*

**I**ntrest                        « *is dat wel iets voor mij? »*

**D**esire                         « *jawel en ik krijg er meer en meer goesting in... »*

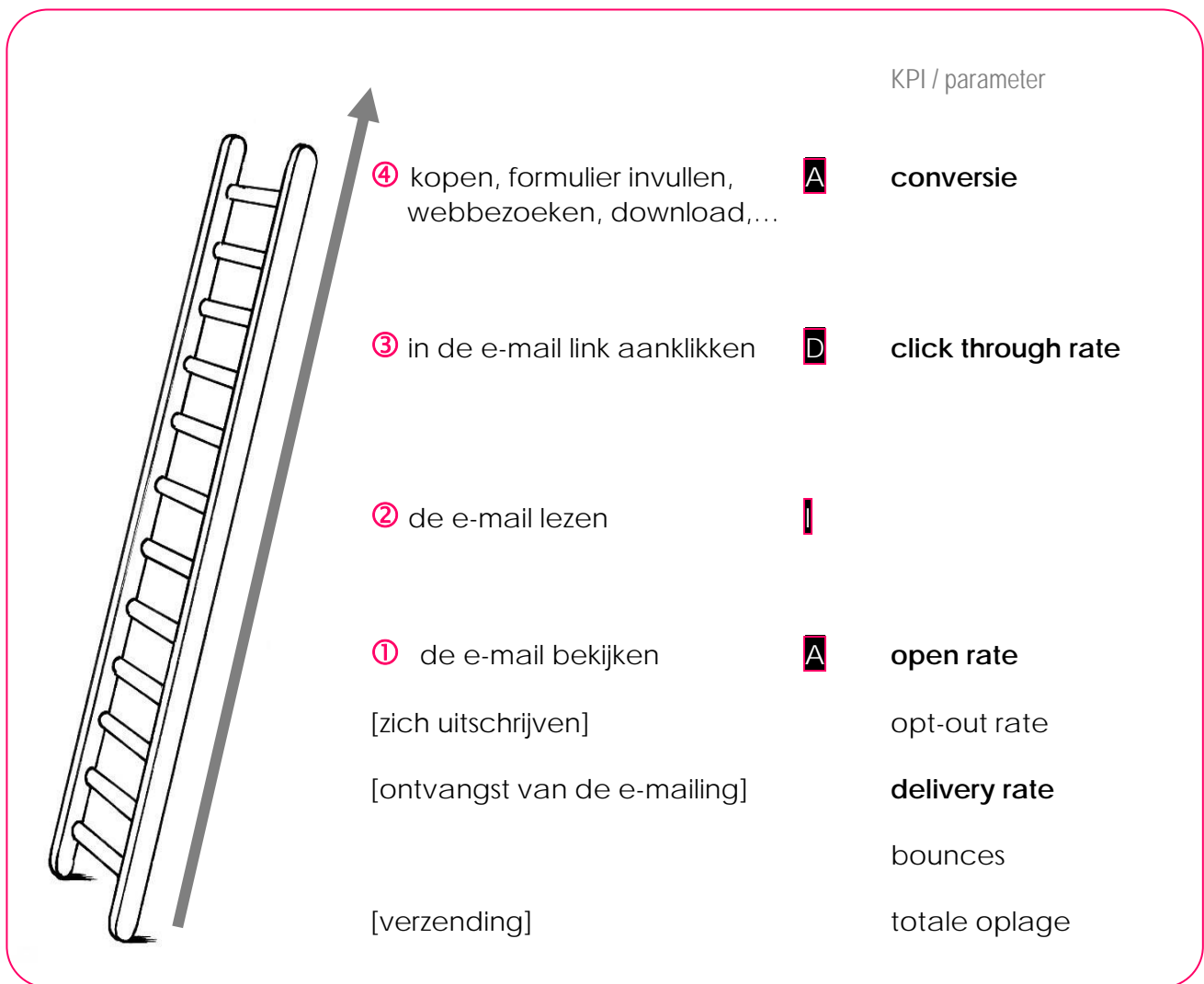
**A**ction                         « *ik kan deze buitenkans niet laten liggen! »*



## Succesvolle e-mailings | de AIDA-ladder naar een positieve respons

De taak van de e-marketeer is dus om er voor te zorgen dat in elke stap van het verleidingsproces **zo weinig mogelijk ontvangers afhaken**.

Hieronder geven we de stappen weer met wat er gebeurt van ontvangst van de e-mailing tot de repons.



## *Haal zelf meer uit je marketing !*

Nog meer marketingtips, case studies en feiten op  
[www.sbiro.be](http://www.sbiro.be)

Contacteer sbiro marketing activators vrijblijvend voor:

- no-nonsense, resultaatgericht marketingadvies
- krachtige campagnes: DM, advertenties, online
- opleidingen en workshops

[info@sbiro.be](mailto:info@sbiro.be)

