

TEAM VDM

ZO WORD JE EEN

mailchimp

PRO

VANDUUREN
MEDIA

Zo word je een Mailchimp-pro

Team VDM

VAN DUUREN
MEDIA

ISBN: 978-94-6356-390-1

NUR: 802

Trefw.: marketing

Omslagontwerp: Bruggn Design, Purmerend

Opmaak: Van Duuren Media, Culemborg/Barcelona

Druk: Printforce, Culemborg

Samenstelling: Bob van Duuren

Eerste druk: april 2025

Dit boek is gedrukt op een papiersoort die niet met chloorhoudende chemicaliën is gebleekt. Hierdoor is de productie van dit boek minder belastend voor het milieu.

Copyright © 2025 Van Duuren Media B.V.

Van Duuren Informatica is een imprint van Van Duuren Media B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Voorzover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j° het Besluit van 20 juni 1974, St.b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St.b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatie- of andere werken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de uitgever te wenden.

Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.

Sociale media

Van Duuren Media biedt haar lezers aanvullende service en fora via verschillende socialemediakanalen. Je vindt ons op X, Facebook en LinkedIn:



Op X: volg ons via [@VanDuurenMedia](https://twitter.com/VanDuurenMedia)



Op Facebook: www.facebook.com/vanduurenmedia



Op LinkedIn: www.linkedin.com/company/vanduurenmedia

Ontdek de voordelen van digitaal lezen op Yindo

Op Yindo vind je digitale boeken van verschillende uitgeverijen, waaronder Van Duuren Media; deze zijn tegen betaling in te zien. Enkele voordelen van Yindo:

- je kunt boeken permanent of tijdelijk aanschaffen
- met de zoekfunctie doorzoek je een boek op onderwerp of trefwoord
- het aanbod omvat leverbare en niet meer leverbare boeken

Kijk voor meer informatie op www.vanduurenmedia.nl/yindo



Inhoud

Voorwoord	13
1 Het belang van e-mailmarketing	15
Wat is e-mailmarketing precies?	15
Factoren voor succesvolle e-mailmarketing	16
Waarom Mailchimp?	18
Do's en don'ts voor effectieve e-mailcampagnes	19
Do's	19
Don'ts	20
2 Account maken en instellen	23
Registreren en abonnementen kiezen	23
Registratieproces	23
Abonnementsopties	23
Profiel, instellingen en beveiliging aanpassen	25
Profielgegevens bijwerken	25
Accountinstellingen configureren	26
Beveiligingsmaatregelen instellen	27
Contactgegevens instellen en bijwerken	29
Communicatievoorkeuren instellen	29
3 De Mailchimp-interface verkennen	31
Vooraf: enkele termen uitgelegd	31
Overzicht van het dashboard	34
Snel aan de slag vanuit het dashboard	36
Belangrijkste menu's en instellingen	37
Een woordje over gebruikers en hun rechten	40
Aanvullende hulpbronnen	42
4 Publiek en contacten beheren	43
Doelgroepen vullen en maken	43
Je eerste doelgroep vullen	43
Doelgroep toevoegen	48

Contacten onderhouden	49
Contactgegevens bewerken	49
Contacten verwijderen of archiveren	50
Bounces en inactieve contacten beheren	51
Overige informatie	52
Segmenteren en organiseren van doelgroepen	52
Waarom segmenteren?	53
Voorbeelden van zinvolle segmenten	53
Segmentatie in Mailchimp	53
Dynamische versus statische segmenten	55
Slim combineren met andere functies	55
Werken met groepen om voorkeuren te registreren	56
Wat zijn groepen precies?	56
Groepen maken	57
Groepen versus tags: een praktische benadering	58
5 Je eerste e-mailcampagne maken	59
Sjablonen kiezen en aanpassen	59
Nieuwe campagne starten	59
Sjabloon kiezen	60
De e-mailbouwer van Mailchimp	61
Belangrijkste kenmerken van de nieuwe bouwer	61
Werken met contentblokken	62
Werken met lay-outs	65
Stijlen	66
Tips	68
Tekst en afbeeldingen toevoegen en bewerken	69
Tekst toevoegen en bewerken	69
Afbeeldingen invoegen	70
Afbeeldingen bewerken	70
Bibliotheek: Content Studio	73
Tips voor werken met beeld en tekst	75
Je werk testen en opslaan	76
Voorbeeldweergave (Preview)	76
Testmail verzenden	77
Opslaan en afsluiten	78

E-mails verzenden en plannen	79
Sociale media en tracking	81
Versturen	81
6 Optimaliseren met testen en rapportages	85
Waarom meten en testen essentieel is	85
A/B-tests uitvoeren	86
Statistieken en rapporten analyseren	89
Click map	91
Campagnes optimaliseren op basis van resultaten	92
Analyses via ingebouwde analytics-tools	92
Integratie met externe analytics-tools	93
7 Beter content maken	97
Hoe schrijf je pakkende teksten?	97
Begin met impact	97
Schrijf voor de scannende lezer	98
Schrijf zoals je spreekt – maar doelgericht	98
Wees concreet, niet vaag	98
Eén doel per e-mail	98
Vergeet de onderwerpregel niet	99
Aantrekkelijke lay-outs en afbeeldingen kiezen	99
Begin met een overzichtelijke structuur	99
Breng visuele hiërarchie aan	100
Afbeeldingen: gericht gekozen, strategisch geplaatst	100
Technische en praktische aandachtspunten	101
Tips voor krachtige call-to-actions	101
Eén doel, één actie	101
Schrijf het als een uitnodiging, niet als een verplichting	102
Laat je CTA opvallen – maar niet schreeuwen	102
Creëer urgentie (alleen als het waar is)	102
Blijf testen	103
Veelgemaakte fouten in content en hoe je ze voorkomt	103
Conclusie	105

8	Geavanceerde campagnes	107
	Waarom geavanceerde campagnes belangrijk zijn	107
	Automatiseringen: van welkom tot heractivatie	107
	Personaliseren en dynamische content gebruiken	112
	Voorbeelden van personalisatie	112
	Samenvoegvelden gebruiken	113
	Dynamische content gebruiken	115
	Slimmer segmenteren en plannen	117
9	Slimmer werken met automatisering en integraties	121
	Automatisering als strategisch instrument	121
	Tools koppelen en synchroniseren	122
	Voorbeeld: Mailchimp koppelen aan Zapier	123
	Voorbeelden van geïntegreerde workflows	129
	Best practices en valkuilen bij automatisering	130
10	Overige functies in Mailchimp	133
	Merkinstellingen beheren met de brand kit	133
	Waar vind je de brand kit?	133
	Wat kun je instellen in de brand kit?	134
	Hoe gebruik je de brand kit in campagnes?	134
	Formulieren ontwerpen en gebruiken	135
	Soorten formulieren in Mailchimp	136
	Formulieren ontwerpen en aanpassen	137
	Embedded form maken	141
	Wat kun je met formulieren?	144
	Aangepaste rapporten maken met Custom reports	144
	Wat zijn aangepaste rapporten?	145
	Hoe stel je een aangepast rapport samen?	145
	Wat kun je ermee doen?	146
	Werken met de inbox	147
	Wat is de inbox?	147
	Surveys	149
	Wat zijn surveys?	149
	Wat kun je met surveys?	149
	Resultaten bekijken en gebruiken	151

A	Bijlage: juridische en ethische aspecten	153
	Waarom juridische en ethische aspecten essentieel zijn	153
	AVG en GDPR naleven	153
	Omgaan met privacy en toestemmingen	155
	Index	157

Voorwoord

E-mailmarketing is springlevend. Sterker nog: het is effectiever en relevanter dan ooit tevoren. Juist in een tijd waarin vluchtige berichten op sociale media elkaar razendsnel opvolgen en net zo snel verdwijnen, biedt een goede e-mailcampagne rust, overzicht en persoonlijke aandacht. E-mailmarketing geeft je de kans om écht verbinding te maken met je publiek, op het juiste moment en met precies de juiste boodschap.

Mailchimp is een krachtig platform dat alle middelen biedt om meer uit jouw marketing te halen. Maar de vele functies en mogelijkheden kunnen in eerste instantie overweldigend lijken – dat is precies waarom we dit boek hebben geschreven. Je houdt een praktische handleiding in handen die je stap voor stap begeleidt bij het ontdekken en benutten van nagenoeg alle mogelijkheden binnen Mailchimp. Geen theoretische verhandelingen, maar heldere instructies, praktische voorbeelden en tips waarmee je direct resultaat boekt.

Tijdens het schrijven en samenstellen van dit boek stonden we steeds stil bij één vraag: hoe helpen we jou om alles uit Mailchimp te halen? Hoe zorgen we ervoor dat jij een echte Mailchimp-pro wordt? We nemen je mee vanaf de basis – het instellen van je account en het maken van je eerste campagne – tot en met geavanceerde technieken zoals automatiseringen, segmentatie en integraties met andere tools. Het maakt daarbij niet uit of je Mailchimp net hebt ontdekt of al langer gebruikt en er nog meer uit wilt halen; dit boek is geschreven met jou in gedachten.

Zo word je een Mailchimp-pro

Bij Van Duuren Media gebruiken we Mailchimp al jaren met veel succes. Onze ervaringen, tips en inzichten hebben we daarom gebundeld in dit praktische boek, zodat jij er direct mee aan de slag kunt. We hopen dat het jou net zoveel resultaat oplevert als ons!

We wensen je veel plezier en succes met het maken van e-mailcampagnes die niet alleen resultaat opleveren, maar vooral ook waarde toevoegen voor jouw lezers. Laat Mailchimp voor je werken – en maak van elke e-mail een kans om écht contact te maken. Als je eenmaal een Mailchimp-pro bent, gaat dat (bijna) vanzelf!

Team VDM

April 2025

Het belang van e-mailmarketing



Wat is e-mailmarketing precies?

E-mailmarketing is een vorm van digitale marketing waarbij bedrijven of organisaties rechtstreeks communiceren met (potentiële) klanten via e-mail. In tegenstelling tot algemene reclameboodschappen op sociale media of via zoekmachines is e-mailmarketing gericht en persoonlijk. Ontvangers hebben zich namelijk bewust aangemeld en toestemming gegeven om berichten te ontvangen, waardoor zij meer openstaan voor de aangeboden boodschap. Door gebruik te maken van zorgvuldig opgebouwde verzendlijsten kunnen bedrijven en organisaties e-mails afstemmen op specifieke doelgroepen, interesses en gedrag.

Effectieve e-mailmarketing is meer dan het periodiek verzenden van nieuwsbrieven. Het omvat een breed scala aan mogelijkheden zoals promotionele campagnes, aankondigingen van nieuwe producten of diensten, gepersonaliseerde aanbiedingen en volledig geautomatiseerde berichtenreeksen (bijvoorbeeld voor nieuwe klanten of bij verlaten winkelmandjes). Daarnaast biedt goede e-mailmarketing ruimte voor analyse: open- en klikratio's, conversiecijfers en gedragsgegevens van ontvangers zijn eenvoudig te meten en helpen om campagnes voortdurend te verbeteren.

Hoewel e-mail een relatief oud medium lijkt in vergelijking met recentere kanalen, blijft het een van de meest krachtige marketing-instrumenten. Volgens meerdere internationale onderzoeken levert e-mailmarketing van alle digitale marketingvormen nog steeds het

hoogste rendement op investering. Dit succes verklaart mede waarom bedrijven kiezen voor gespecialiseerde platforms zoals Mailchimp: hiermee kunnen campagnes effectiever worden opgesteld, verstuurd, geautomatiseerd en geanalyseerd.

In dit boek staat centraal hoe Mailchimp je in staat stelt om dit krachtige marketinginstrument optimaal in te zetten. Maar voordat we dieper ingaan op de mogelijkheden van Mailchimp, is het belangrijk om te begrijpen wat e-mailmarketing succesvol maakt, welke valkuilen je moet vermijden en hoe je jouw campagnes opbouwt voor een maximaal resultaat.

Factoren voor succesvolle e-mailmarketing

Succesvolle e-mailmarketing valt of staat met relevantie en timing. Ontvangers willen berichten lezen die aansluiten bij hun interesses, behoeften of eerdere interacties met een bedrijf. Goede campagnes zijn daarom altijd persoonlijk en gericht, in plaats van algemeen en massaal verspreid. Om dit te realiseren is een aantal factoren essentieel.

Ken je doelgroep

Je doelgroep begrijpen is cruciaal. Het gaat daarbij niet alleen om demografische gegevens zoals leeftijd, geslacht of locatie, maar vooral ook om interesses, voorkeuren en gedrag. Hoe beter je deze aspecten kent, hoe relevanter en aantrekkelijker je boodschap zal zijn.

Zorg voor aantrekkelijke en duidelijke inhoud

Ontvangers beslissen in enkele seconden of een e-mail het lezen waard is. Een heldere en aantrekkelijke onderwerpregel, een duidelijke boodschap en een opvallende call-to-action zijn daarom bepa-

lend voor succes. Elke e-mail moet een duidelijk doel dienen, zoals informeren, overtuigen of activeren tot aankoop.

Gebruik segmentatie en personalisatie

Segmentatie betekent het onderverdelen van je verzendlijst in specifieke groepen die bijvoorbeeld gemeenschappelijke interesses, aankoopgeschiedenis of interactiegedrag delen. Personaliseer vervolgens je e-mails, bijvoorbeeld door gebruik van namen of aanbevelingen gebaseerd op eerdere aankopen. Hiermee vergroot je niet alleen de relevantie, maar ook de kans op conversie.

Timing en frequentie zijn doorslaggevend

E-mails die op het juiste moment worden verzonden, zorgen voor hogere open- en klikratio's. Te veel e-mails versturen leidt tot irritatie en afmeldingen, terwijl te weinig e-mails je publiek kan laten vergeten waarom ze zich ooit hebben ingeschreven. Een zorgvuldige afweging en regelmatig testen van het ideale verzendtijdstip en de juiste frequentie helpen om een optimale balans te vinden.

Maak gebruik van automatisering

Automatisering maakt het mogelijk om zonder handmatige acties effectief te communiceren. Denk hierbij aan een geautomatiseerde welkomstserie voor nieuwe abonnees, opvolging na aankopen of speciale aanbiedingen rondom persoonlijke gebeurtenissen zoals verjaardagen. Automatisering bespaart tijd en verhoogt tegelijkertijd de relevantie en effectiviteit van je campagnes.

Analyseer resultaten en blijf optimaliseren

E-mailmarketing geeft directe inzage in prestaties: open- en klikratio's, uitschrijvingen en conversiecijfers zijn gemakkelijk te meten. Door deze resultaten regelmatig te analyseren, kun je campagnes voortdurend verbeteren en steeds beter afstemmen op je doelgroep.

In dit boek wordt uitgelegd hoe Mailchimp je ondersteunt om deze succesfactoren te integreren in je dagelijkse praktijk. In de volgende paragraaf lees je daarom waarom Mailchimp het juiste instrument is om dit succesvol te doen.

Waarom Mailchimp?

Er zijn tientallen platforms beschikbaar voor e-mailmarketing, maar Mailchimp behoort al jaren tot de meestgebruikte en gewaardeerde tools. Dat is geen toeval. Mailchimp combineert gebruiksgemak met een brede set aan functionaliteiten, waardoor het platform aantrekkelijk is voor zowel beginners als gevorderde gebruikers. Mailchimp biedt de structuur en hulpmiddelen om dat efficiënt en effectief te doen, ongeacht of je nu je eerste nieuwsbrief opstelt of een geavanceerde geautomatiseerde campagne inricht.

Een belangrijk voordeel van Mailchimp is de overzichtelijke interface. Het platform is intuïtief opgezet, met logische menu's en visuele ondersteuning bij elke stap. Hierdoor kunnen nieuwe gebruikers snel aan de slag zonder zich te verliezen in complexe instellingen. Tegelijkertijd biedt Mailchimp diepgaande functies zoals segmentatie, personalisatie, A/B-testen en geautomatiseerde klantreizen. Daarmee is het platform ook geschikt voor wie zijn campagnes wil verfijnen en optimaliseren.

Daarnaast integreert Mailchimp eenvoudig met andere veelgebruikte toepassingen, zoals webshops (bijvoorbeeld Shopify en WooCommerce), websites (zoals WordPress) en sociale media. Deze koppelingen maken het mogelijk om informatie automatisch te synchroniseren, gedrag van klanten te volgen en campagnes daarop aan te passen.

Een ander sterk punt van Mailchimp is het uitgebreide aanbod aan sjablonen, rapportages en automatiseringsopties. Gebruikers hoeven niet telkens opnieuw het wiel uit te vinden en kunnen bouwen op bewezen formats, terwijl ze hun resultaten nauwkeurig kunnen volgen en verbeteren.

Tot slot is Mailchimp flexibel in gebruik: het platform biedt een gratis instapmodel voor kleine verzendlijsten en laat gebruikers op elk moment doorgroeien naar uitgebreidere functies en grotere volumes. Die schaalbaarheid maakt het geschikt voor uiteenlopende organisaties – van kleine zelfstandigen tot grotere bedrijven.

Door de combinatie van gebruiksgemak, krachtige functies en schaalbaarheid is Mailchimp een solide keuze voor iedereen die serieus werk wil maken van e-mailmarketing. In dit boek leer je hoe je het maximale uit het platform haalt, stap voor stap.

Do's en don'ts voor effectieve e-mailcampagnes

Een succesvolle e-mailcampagne vereist meer dan alleen een goed ontwerp of een aantrekkelijke aanbieding. Het gaat om het totaalplaatje: van opbouw en inhoud tot timing en analyse. Hieronder volgt een overzicht van beproefde do's en don'ts die je helpen om e-mailcampagnes te ontwikkelen die niet alleen worden geopend, maar ook resultaat opleveren.

Do's

Stel een helder doel vast

Bepaal vooraf wat je met je e-mail wilt bereiken: informeren, aanzetten tot aankoop, feedback verzamelen of iets anders. Een duidelijk doel helpt je om de inhoud scherp te houden en relevante call-to-actions te formuleren.

Zorg voor een pakkende onderwerpregel

De onderwerpregel is het eerste wat de ontvanger ziet. Kies voor een korte, heldere tekst die nieuwsgierigheid opwekt of direct waarde communiceert. Vermijd loze kreten of overdreven hoofdletters.

Gebruik één duidelijke call-to-action

Elke e-mail moet de lezer richting een concrete actie leiden. Beperk je tot één centrale call-to-action en maak deze goed zichtbaar, bijvoorbeeld met een opvallende knop of link.

Test vóór verzending

Controleer je e-mail op mobiele weergave, laadtijden van afbeeldingen, klikbare links en spelfouten. Verstuur bij voorkeur altijd eerst een testversie naar jezelf of een collega.

Respecteer privacy en geef controle

Geef ontvangers altijd de mogelijkheid om zich uit te schrijven en wees transparant over waarom iemand deze e-mail ontvangt. Dit verhoogt het vertrouwen en voldoet aan wettelijke verplichtingen.

Don'ts

Verzenden zonder doelgroepselectie

Een ongerichte e-mail aan je hele lijst leidt vaak tot lage betrokkenheid en verhoogt de kans op uitschrijvingen. Gebruik segmentatie om gerichte, relevante berichten te sturen.

Te veel informatie in één e-mail stoppen

Overvolle e-mails zijn onoverzichtelijk en ontmoedigend. Focus per e-mail op één hoofdonderwerp en gebruik korte paragrafen met duidelijke tussenkoppen.

Te frequent mailen

Overdaad schaadt. Bepaal een passend ritme, afgestemd op de inhoud en de verwachtingen van je doelgroep. Mail niet vaker dan nodig is om je doel te bereiken.

Automatisering zonder controle

Geautomatiseerde e-mails zijn krachtig, maar kunnen schade aanrichten als ze niet zorgvuldig worden getest. Controleer of triggers logisch zijn en de inhoud actueel blijft.

Vergeeten te analyseren

Een e-mail verzenden zonder naar de resultaten te kijken is een gemiste kans. Analyseer na afloop de prestaties en gebruik deze inzichten om je volgende campagnes te verbeteren.

Door deze do's en don'ts te volgen leg je een stevige basis voor e-mailcampagnes die niet alleen technisch goed in elkaar zitten, maar ook effectief zijn in het bereiken van je communicatiedoelen. In de volgende hoofdstukken laten we zien hoe je dit stap voor stap in de praktijk brengt met Mailchimp.

Account maken en instellen

2

Registreren en abonnementen kiezen

Om te beginnen met Mailchimp is het noodzakelijk een account te maken en een passend abonnement te selecteren. Hieronder worden de stappen voor registratie en de beschikbare abonnementsvormen toegelicht.

Registratieproces

- 1 Bezoek de Mailchimp-website: ga naar **mailchimp.com** en klik op de knop **Start Free Trial**.
- 2 Vul je gegevens in: geef een geldig e-mailadres op, kies een gebruikersnaam en stel een wachtwoord in dat voldoet aan de beveiligingseisen (minimaal acht tekens, inclusief een hoofdletter, een kleine letter, een cijfer en een speciaal teken).
- 3 Activeer je account: na het indienen van het formulier ontvang je een e-mail van Mailchimp. Open deze e-mail en klik op **Activate Account** om de registratie te voltooien.
- 4 Aanvullende informatie verstrekken: log in op je nieuwe account en volg de aanwijzingen om aanvullende gegevens in te voeren, zoals je voor- en achternaam, bedrijfsnaam, website en fysiek adres. Deze informatie is vereist om te voldoen aan anti-spam-wetgeving en wordt onderaan je e-mails weergegeven.

Abonnementsopties

Mailchimp biedt verschillende abonnementsvormen aan, afgestemd op diverse behoeften en budgetten. Hieronder een overzicht van de beschikbare plannen:

Zo word je een Mailchimp-pro

- **Free** Ideaal voor beginners. Bevat maximaal 500 contacten en staat tot 1000 e-mails per maand toe. Basisfunctionaliteiten zoals e-mailtemplates en formulieren zijn inbegrepen.
- **Essentials** Vanaf € 11 per maand voor 500 contacten en 5000 e-mails per maand. Biedt extra functies zoals A/B-testen, aangepaste branding en 24/7 e-mail- en chatsupport.
- **Standard** Start bij € 18 per maand voor 500 contacten en 6000 e-mails per maand. Voegt geavanceerde automatiseringen, gedragsgerichte targeting en verzendtijdoptimalisatie toe. Dit boek werkt met de Standard-versie.
- **Premium** Begint bij € 309 per maand voor 10.000 contacten en biedt geavanceerde functies zoals multivariate testen, geavanceerde segmentatie en prioriteitsondersteuning.

Bij het kiezen van een abonnement is het belangrijk rekening te houden met het aantal contacten in je lijst en de gewenste functionaliteiten. Mailchimp biedt flexibiliteit, zodat je je plan kunt upgraden naarmate de e-mailbehoefte van je organisatie groeit. Maar let op: hoe meer contacten je hebt, des te duurder Mailchimp wordt!

	Premium	Standard	Essentials	Free
Price	€309 /month*	€18 /month*	€11 /month*	€0 /month*
Best value		Yes		
Your current plan		Yes	Downgrade	Downgrade
Onboarding	150,000	6,000	5,000	1,000
Unlimited	Unlimited	5 seats	3 seats	1 seat
Unlimited	Unlimited	5 audiences	3 audiences	1 audience
Support				Email support for

Diverse abonnementsopties.

Door deze stappen te volgen en het juiste abonnement te selecteren, leg je een solide basis voor effectieve e-mailmarketing met Mailchimp.

Profiel, instellingen en beveiliging aanpassen

Na het registreren en kiezen van een geschikt abonnement is het belangrijk om je Mailchimp-account correct in te stellen en te beveiligen. Dit omvat het aanpassen van je profielgegevens, het configureren van accountinstellingen en het implementeren van beveiligingsmaatregelen.

Profielgegevens bijwerken

- **Toegang tot je profiel** Klik rechtsboven op je profielfoto (of initialen) en selecteer **Profile**.
- **Profielfoto** Klik onder het kopje *Profile photo* op **Upload your photo** om een aangepaste profielfoto in te stellen.

The screenshot shows the Mailchimp profile settings page. The 'Basic information' section includes fields for Username (blurred), First name (Team), Last name (VDM), Email address (blurred), and Website (https://www.vandurenmedia.nl) with an 'Update' button. The 'Change password' section has fields for 'Verify current password', 'New password', and 'Confirm new password', along with a 'Generate strong password' link and a password strength indicator. The indicator lists requirements: one lowercase character, one uppercase character, one number, one special character, 8 characters minimum, and must not contain username. A 'Feedback' button is on the right. A 'Time sensitive Onboarding' message is at the bottom left, stating '77 days left to access a personalized product tour of our tools and features.' and a 'Connect to expert' button.

Profielinstellingen.

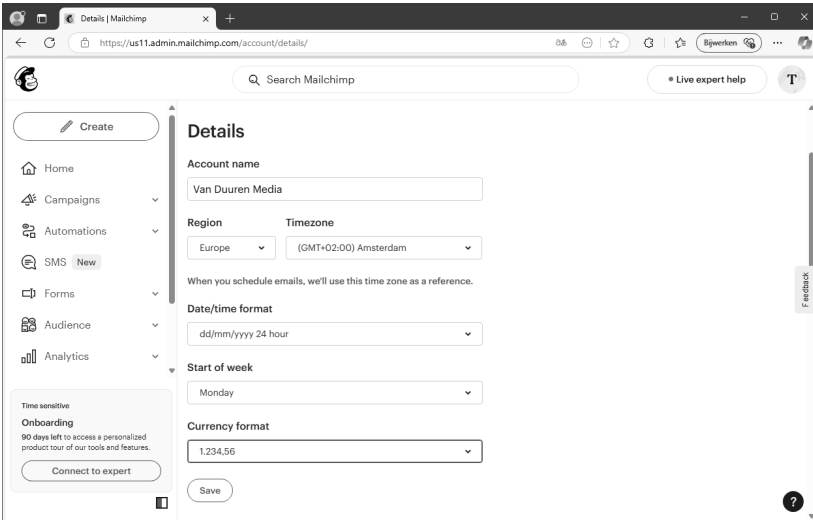
- **Basisinformatie wijzigen** In het gedeelte *Basic Information* kun je je voornaam, achternaam, e-mailadres en website bijwerken. Voer de gewenste wijzigingen door en klik op **Update** om te bevestigen.
- **Berichten van Mailchimp ontvangen** Onder *Connections and notifications* kun je aangeven of je meldingen per e-mail of sms wilt ontvangen voor specifieke gebeurtenissen, zoals nieuwe ingopgingen of wijzigingen in accountinstellingen.

Accountinstellingen configureren

Voordat je aan de slag gaat met Mailchimp is het verstandig om je profiel verder in te richten. Klik daartoe op je profielfoto (of initia-len) en kies **Account & billing**.

Via **Settings, Details** kun je diverse accountinstellingen wijzigen, zoals:

- **Accountnaam** Wijzig de naam van je account voor interne herkenning.



The screenshot shows the 'Details' section of the Mailchimp account settings. The account name is 'Van Duuren Media'. The region is set to 'Europe' and the timezone is '(GMT+02:00) Amsterdam'. Below these, there is a note: 'When you schedule emails, we'll use this time zone as a reference.' The date/time format is 'dd/mm/yyyy 24 hour'. The start of week is 'Monday'. The currency format is '1,234.56'. There is a 'Save' button at the bottom right of the form.

Het is cruciaal om de accountdetails correct in te stellen.

- **Tijdzone en regio** Stel de juiste tijdzone en regio in om ervoor te zorgen dat campagnes op het gewenste tijdstip worden verzonden.
- **Valutanotatie** Kies bij *Currency format* de valutaweergave voor financiële overzichten en rapportages in.
- **E-mailvoorkeur** Blader omlaag en geef onder *Manage Your Email Preferences* aan of je een bevestiging per mail wilt ontvangen als een mail van jou is verstuurd en of je een wekelijkse samenvatting van je account wilt ontvangen.

Manage Your Email Preferences

I'd like to receive:

Confirmation when email is sent

Weekly account summary

Save

Stel je voorkeuren in.

- **Automatische antwoorden negeren** Als de ontvanger van je e-mail een automatisch antwoord heeft ingesteld (bijvoorbeeld vanwege vakantie), dan ontvang jij dat bericht ook. Dat kan – zeker bij grote aantallen ontvangers – tot veel automatische antwoorden leiden, vooral in bijvoorbeeld de zomer. Mailchimp kan die opvangen zodat jij ze niet hoeft te ontvangen. Schakel daarvoor onder het kopje *Manage automatic replies* de optie **Reject automatic replies to my emails** in.

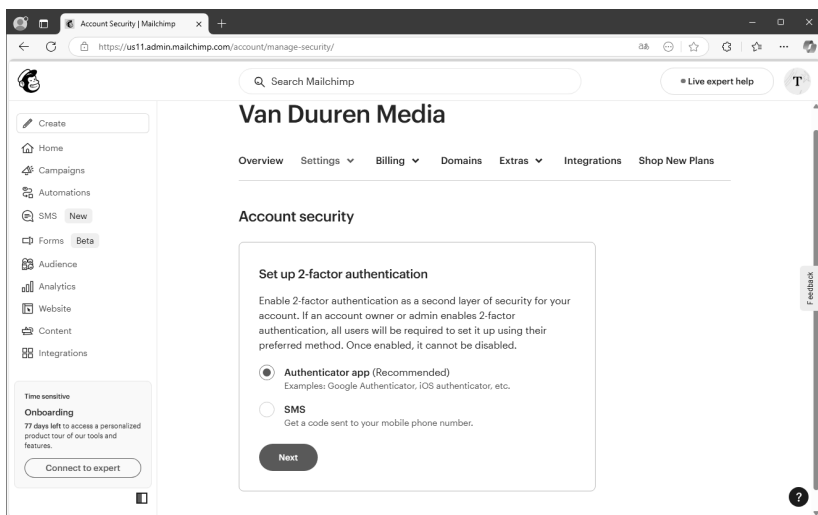
Breng de gewenste wijzigingen aan en klik telkens op **Save** om deze op te slaan.

Beveiligingsmaatregelen instellen

Voor extra beveiliging is het aan te raden 2FA in te schakelen. Dit kan via een authenticator-app of sms:

Zo word je een Mailchimp-pro

- **Authenticator-app** Klik op je profielfoto, ga naar **Account & billing**, vervolgens naar **Settings** en kies **Security**. In de sectie *Set up 2-factor authentication* selecteer je **Authenticator app**. Klik op **Next** en volg je de instructies om de app te koppelen.
- **SMS-verificatie** In hetzelfde **Security**-gedeelte kun je ook kiezen voor **SMS** als verificatiemethode. Klik op **Next** en voer je telefoonnummer in en volg de aanwijzingen om deze te verifiëren.



Beveiliging instellen.

Als extra laag beveiliging kun je beveiligingsvragen toevoegen:

- 1 Navigeer naar **Account & billing** via je profielfoto, ga naar **Settings** en selecteer **Security**.
- 2 In de sectie *Verify Identity with security questions* klik je op **Enable**.
- 3 Kies drie vragen en geef daarop antwoorden die alleen jij kent.

Door deze stappen te volgen, zorg je ervoor dat je Mailchimp-account niet alleen up-to-date is, maar ook optimaal beveiligd tegen ongeautoriseerde toegang.

Contactgegevens instellen en bijwerken

Het correct instellen van je contactgegevens in Mailchimp is essentieel voor een professionele uitstraling en naleving van regelgeving. Volg onderstaande stappen om je contactinformatie te bekijken en te wijzigen:

- 1 Klik op je profielfoto en selecteer **Account & billing**.
- 2 Klik op **Settings** en kies **Contact information**. Hier kun je de volgende secties aanpassen middels de bijbehorende knop **Edit**
 - **Profielinformatie** Wijzig je voornaam, achternaam en e-mailadres. Dit e-mailadres wordt gebruikt voor accountmeldingen en wachtwoordherstel.
 - **Primaire accountcontact** Werk de primaire contactgegevens bij, waaronder bedrijfsnaam, website, fysiek adres, telefoonnummer en belasting-ID. Het fysieke adres wordt onderaan je e-mails weergegeven om te voldoen aan anti-spamwetgeving.
 - **Audience-informatie** Voor elke doelgroep kun je specifieke contactinformatie instellen die zichtbaar is voor je abonnees. Later in dit boek leer je meer over wat een doelgroep is.

Communicatievoorkeuren instellen

Mailchimp biedt de mogelijkheid om aan te geven welke e-mails je van hen wilt ontvangen. Zo blijf je op de hoogte van belangrijke accountinformatie en nieuws. Pas je communicatievoorkeuren als volgt aan:

- 1 Klik op je profielfoto en kies **Account & billing**.
- 2 Klik op **Settings** en selecteer **Communication preferences**.

Zo word je een Mailchimp-pro

- 3 Vink de vakjes aan naast de e-mails die je wilt ontvangen, zoals productinformatie, aanbiedingen, aanbevelingen enzovoort. Met de optie **Opt out of all Mailchimp marketing communications** kun je je als het ware afmelden. Klik op **Save** om je instellingen op te slaan.