

➔ [Samen voor de klant](#)

➔ [Tips en tools - Nieuwsbrief](#)

Een nieuwsbrief is een regelmatige online publicatie die wordt verstuurd naar lezers die zich hebben aangemeld. Het doel van een nieuwsbrief is om de lezers op een regelmatige basis te informeren over nieuwe ontwikkelingen en praktijkvoorbeelden van het WSP. Een nieuwsbrief draagt bij aan het vergroten van de bekendheid van het WSP. Daarnaast kunnen werkgevers in de nieuwsbrief lezen wat andere werkgevers doen in samenwerking met het WSP; werkgevers die meedoen worden in het zonnetje gezet.

Navigeer snel door gebruik te maken van onderstaande links.

- [Wat is een goede nieuwsbrief?](#)
- [Waarom een nieuwsbrief?](#)
- [Wat zijn goede berichten voor in de nieuwsbrief?](#)
- [Hoe zorgt u voor een maximaal aantal nieuwsbrieftleden?](#)
- [Hoe stuurt u een nieuwsbrief uit?](#)
- [Stappenplan uitsturen nieuwsbrief](#)
- [Tips nieuwsbrief](#)
- [Voorbeeld nieuwsbrief](#)

Wat is een goede nieuwsbrief?

De inhoud van een nieuwsbrief bevat goede voorbeelden van samenwerking tussen werkgevers en WSP, geeft uitleg over regelingen voor het aantrekken van nieuwe werknemers en geeft een toelichting op de verschillende diensten die een WSP aanbiedt aan bedrijven. Een goede balans tussen deze drie elementen, zorgt voor een maximaal aantal lezers.

Er is voor een aantal arbeidsmarktregio's een nieuwsbriefsjabloon ontwikkeld met een aantal vaste onderdelen. Dat sjabloon kan door andere WSP's worden gebruikt. Het nieuwsbriefsjabloon bestaat uit de volgende vaste elementen, die vrij aanpasbaar zijn door iedere regio:

- Een header met logo van het WSP;
- Verschillende elementen om nieuws en goede voorbeelden te delen;
- Verschillende visuele elementen: ruimte voor foto's, flyers en video's;
- Een grote button om de nieuwsbrief door te sturen.

Waarom een nieuwsbrief?

Een nieuwsbrief kan bijdragen aan het vergroten van de bekendheid en het werkgeversnetwerk van het WSP. De nieuwsbrief kan ook worden doorgestuurd naar de interne organisatie, zodat alle collega's op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen van het WSP.

Wat zijn goede berichten voor in de nieuwsbrief?

De nieuwsbrief is gericht op werkgevers, dus een goede nieuwsbrief bevat praktische informatie waar werkgevers direct mee aan de slag kunnen. Goede berichten zijn kort en bondig en behandelen de volgende onderdelen:

1. Ontwikkelingen dienstverlening WSP. Wat zijn de veranderingen in de wet- en regelgeving en dienstverlening van het WSP?
2. Goede voorbeelden. Deze goede voorbeelden zijn geschreven vanuit het perspectief van de werkgever: welke vraag had de werkgever en hoe is daar vanuit het WSP op een goede manier op gereageerd? Het is mooi als dit bericht in ieder geval één tevreden quote van de werkgever bevat. Kijk voor meer informatie tips en tools [goede voorbeelden \(/werkgeversdienstverlening/vergroten-werkgeversnetwerk/goede-voorbeelden\)](#).
3. Bijeenkomsten. Bijeenkomsten die relevant zijn voor werkgevers kunnen aangekondigd worden in een nieuwsbrief. Ook kan de nieuwsbrief een terugblik geven op een bijeenkomst die heeft plaatsgevonden.
4. Oproepen. Is het WSP op zoek naar werkgevers om mee te doen aan een pilot, of naar werkgevers die zich in willen zetten voor een specifieke groep werkzoekenden, dan kan de nieuwsbrief ook gebruikt worden om een oproep te plaatsen.
5. Cijfers. Regionale arbeidsmarktinformatie kan interessant zijn voor werkgevers. Deze informatie kan dan ook onderdeel zijn van de nieuwsbrief.

Hoe zorgt u voor een maximaal aantal nieuwsbriefleden?

- Zorg voor een aanmeldknop op de website van het WSP.
- Zorg ervoor dat nieuwsbrieflezers deze gemakkelijk door kunnen sturen, door gebruik te maken van een grote "stuur door"-knop in de nieuwsbrief.
- Werf actief voor het aanmaken van een e-maillijst. Zoek uit of er al bestanden met mailadressen bestaan die kunnen en mogen worden gebruikt. NB. Volgens de regels mogen mailadressen niet zomaar worden gebruikt voor een eigen e-maillijst: mensen moeten toestemming hebben gegeven.
- Vraag medewerkers om in hun e-mailhandtekening de volgende tekst op te nemen:
 - Meldt u aan voor de WSP-nieuwsbrief en ontvang één keer per maand tips en informatie om de juiste werknemer te vinden: [link naar aanmeldformulier]

Hoe stuurt u een nieuwsbrief uit?

Er zijn vele verschillende systemen die gebruikt kunnen worden om nieuwsbrieven uit te sturen. Elk van de systemen heeft zijn eigen voor- en nadelen en beperkingen. Een (niet uitputtend) overzicht van systemen:

- <http://campaign.com/> (<http://campaign.com/>)
- <http://freshmail.com/> (<http://freshmail.com/>)

- <https://mailchimp.com/> (<https://mailchimp.com/>)
- <http://myemma.com/> (<http://myemma.com/>)
- <http://www.aweber.com/> (<http://www.aweber.com/>)
- <http://www.benchmarkemail.com/> (<http://www.benchmarkemail.com/>)
- <https://www.constantcontact.com/> (<https://www.constantcontact.com/>)
- <https://www.sendinblue.com/> (<https://www.sendinblue.com/>)

Elk systeem heeft zijn eigen voor- en nadelen. Maak op basis van deze voor- en nadelen een keuze voor een bepaald systeem. Bij de keuze voor een bepaald systeem zijn de volgende overwegingen van belang:

- Het aantal leden dat u met een nieuwsbrief verwacht te bereiken.
- Het budget.
- De toegankelijkheid.
- Mogelijkheid om een sjabloon te uploaden.

Stappenplan uitsturen nieuwsbrief

Ieder systeem om nieuwsbrieven uit te sturen kent zijn eigen bijzonderheden en werkt nét even verschillend van elkaar. Gelukkig biedt elk systeem een eigen stappenplan om snel aan de slag te gaan met het uitsturen van een nieuwsbrief:

- [Campayn](https://goo.gl/Yl3QjA) (<https://goo.gl/Yl3QjA>)
- [Freshmail](https://goo.gl/kMGAom) (<https://goo.gl/kMGAom>)
- [Mailchimp](https://goo.gl/voiVJi) (<https://goo.gl/voiVJi>)
- [Emma](https://goo.gl/4NBtOp) (<https://goo.gl/4NBtOp>)
- [Aweber](https://goo.gl/ivvHL3) (<https://goo.gl/ivvHL3>)
- [Benchmark](https://goo.gl/dRsYjK) (<https://goo.gl/dRsYjK>)
- [Constant Contact](https://goo.gl/1lFm6V) (<https://goo.gl/1lFm6V>)
- [Send in Blue](https://goo.gl/2rvVCW) (<https://goo.gl/2rvVCW>)

Tips nieuwsbrief

- Gebruik een sjabloon voor de nieuwsbrief, zodat iedere nieuwsbrief dezelfde structuur heeft.
- Neem onder elke nieuwsbrief een verwijzing op naar sociale media en website door middel van icoontje van bijvoorbeeld Twitter, Facebook en de website.
- Neem onder elke nieuwsbrief de naam en adres WSP en een afmeldlink van de nieuwsbrief op. Dit is wettelijk verplicht.
- De koppen moeten kort, bondig en duidelijk zijn. Ze moeten de aandacht van de lezer pakken.
- Houd de nieuwsbrief bondig, simpel en overzichtelijk. De structuur moet voor de lezer in één oogopslag duidelijk zijn. Maak de koppen bijvoorbeeld groot en duidelijk zichtbaar.
- Zorg dat de inhoud interessant en nuttig is voor de lezer, want die kan zich met een enkele klik afmelden van de nieuwsbrief. De nieuwsbrief moet toegevoegde waarde hebben, anders wordt het gezien als spam.
- Er zijn verschillende vormen van toegevoegde waarde: entertainment (mensen vinden het leuk om te lezen), educatief (nuttige informatie) en de lezer op de hoogte stellen van aankomende events of aanbiedingen.
- Maak de nieuwsbrief niet te lang. Maximaal 4 onderwerpen, ongeveer 50-80 woorden per onderwerp. Het doel is niet om het hele verhaal te vertellen in de nieuwsbrief, maar om de interesse op te wekken zodat mensen doorklikken naar het volledige verhaal op de site, als die site er is. Een verhaal kan ook linken naar een post op Facebook of een artikel in de media.
- Beeld is niet weg te denken in deze tijd. Gebruik een foto (of een paar foto's) om de nieuwsbrief er levendig uit te laten zien. Foto's maken een nieuwsbrief aantrekkelijker; zonder foto's bestaat de nieuwsbrief enkel uit tekst. Met goed beeld wordt het oog van de lezer automatisch getrokken naar de kop en het verhaal. Let er wel op dat u de foto's mag gebruiken en gebruik de juiste bronvermelding waar nodig. Een copyrightovertreding kan per foto veel geld kosten. Een goede foto is gemaakt door een professionele fotograaf en laat, afhankelijk van het nieuwsbericht, de belangrijkste personen uit het verhaal zien.
- Probeer waar het kan de lezer bij het verhaal te betrekken, zodat de nieuwsbrief persoonlijker overkomt. Nodig uit tot actie: vraag de lezer of hij aanwezig is bij een aankomend evenement of stel een vraag die u graag beantwoord zou willen zien. Vraag ook via de nieuwsbrief welke werkgever een volgende keer zijn verhaal van een goede samenwerking met het WSP wil delen via de nieuwsbrief.
- Maak een vast schema voor het versturen van de nieuwsbrief en zet dat in de agenda: bijvoorbeeld elke eerste dinsdag van de maand. Stuur de nieuwsbrief altijd rond dezelfde tijd. De beste tijden om een nieuwsbrief te versturen zijn 's ochtends voor 9:00 of juist aan het einde van de dag.
- Controleer goed of de teksten foutloos zijn. Taal-, typ- en spelfouten komen onprofessioneel over.
- Zorg bij het verspreiden van goede voorbeelden voor afstemming met de betrokken werkgever; het gaat immers om samenwerking.

Voorbeeld nieuwsbrief

--Hier wordt een voorbeeld nieuwsbrief opgenomen, waarbij tevens wordt besproken wat dit een goede nieuwsbrief

maakt--