

VOORZIENINGENOVERZICHT

Adobe Journey Optimizer – e-mailmarketing.

Lever relevante, gepersonaliseerde e-mails – voor geplande campagnes of real-time interacties – in de context van het volledige klantraject.

Marketeers willen de impact van e-mailprogramma's maximaliseren met gepersonaliseerde e-mails die iedere klant in de context aanspreken en met real-time e-mails die door het klantgedrag worden geactiveerd.

E-mail blijft een van de doeltreffendste kanalen om op grote schaal klanten te bereiken. Toch maken overvolle, onoverzichtelijke inboxes het voor een merk nog steeds lastig om de aandacht van de klant te trekken. Daarom is het belangrijk dat merkmarketeers gepersonaliseerde e-mailcampagnes aanvullen met zeer relevante e-mails die naar aanleiding van het real-time klantgedrag worden geactiveerd. Zo kunnen ze de aandacht trekken en de e-mailbetrokkenheid verhogen.

Met Adobe Journey Optimizer kunnen e-mailmarketeers dit op vijf belangrijke punten doen:



E-mailcampagnes en -trajecten. Eén applicatie voor het verzenden van zowel on-demand, batchgewijze campagnes als real-time, getriggerde trajecten.



E-mailberichten ontwerpen en personaliseren. Marketeervriendelijke tools om e-mails te ontwerpen en te bewerken – helemaal zelf of op basis van sjablonen of HTML – met de mogelijkheid om deze te personaliseren op basis van profielkenmerken, dynamische content en ondersteuning voor meerdere talen.



Optimalisatie en inzichten met AI. Intelligentie om workflows efficiënter te maken, op de juiste momenten de juiste berichten en aanbiedingen te versturen en e-mailprogramma's te optimaliseren met ervaringsbeslissingen, experimenten en rapportage.



Afleverbaarheid. Functies voor een succesvolle e-mailaflevering die op grote schaal best practices voor contactacquisitie, toestemming en lijstonderhoud toepassen, plus optioneel advies voor het bewaken en verbeteren van de prestaties en het diagnosticeren van problemen.



Naleving, toestemming en privacy. Ingebouwde beleidsregels voor dataprivacy en -governance om de klantvoorkeuren te respecteren, plus de add-ons Privacy and Security Shield en Healthcare Shield voor sectoren waarin extra beveiligingsbehoeften gelden.

Orkestreer e-mailcampagnes en -trajecten vanuit één plek.

E-mailmarketeers kunnen vanuit één applicatie zowel op doelgroepen gebaseerde, batchgewijze campagnes als real-time, gebeurtenisgestuurde trajecten versturen.

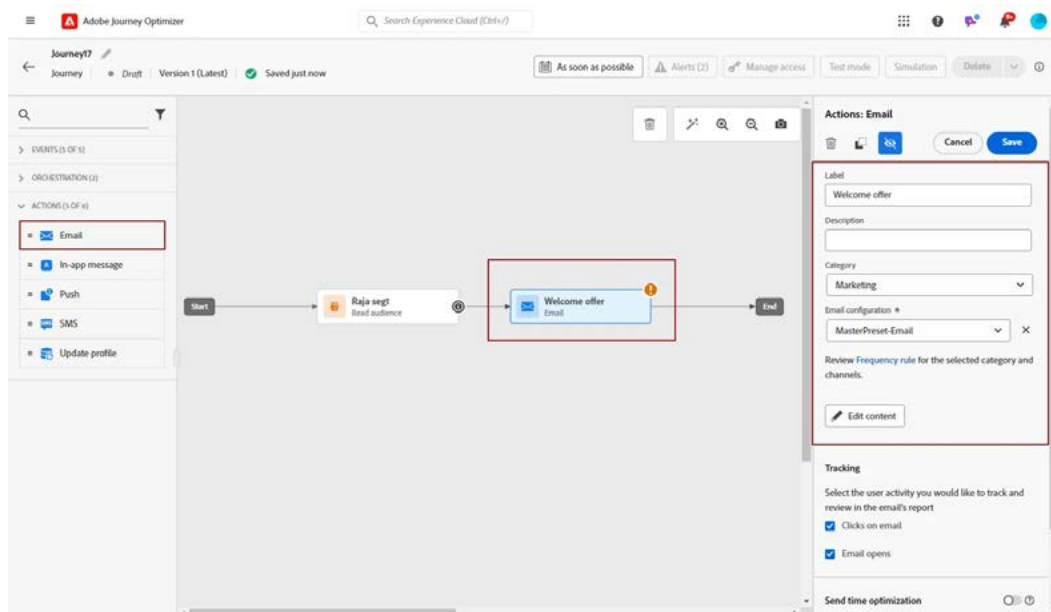
On-demand campagnes op basis van doelgroepen

Batchgewijze e-mailcampagnes vormen voor veel merken de basis van hun marketing- en communicatiestrategieën. Door geplande of on-demand, batchgewijze campagnes op te zetten en onder het volledige klantenbestand of specifieke doelgroepen te implementeren, kun je op een snelle, gemakkelijke en kosteneffectieve manier een uitverkoop onder de aandacht brengen, leads genereren en naamsbekendheid opbouwen. Een luxe hotelketen kan bijvoorbeeld recente gasten aanmoedigen om terug te komen door wekelijks e-mails te sturen met een korting op de volgende reservering. Dezelfde hotelketen zou ook een maandelijks e-mailnieuwsbrief naar alle klanten kunnen sturen, waarin ze hun hotels op unieke of populaire bestemmingen promoten.

Real-time trajecten

Het versturen van e-mails op basis van real-time gebeurtenissen – bijvoorbeeld wanneer tickets voor een evenement in de verkoop gaan – is een van de beste manieren om de klantbetrokkenheid te vergroten. E-mails kunnen ook deel uitmaken van een uit meerdere stappen bestaand traject dat naar de acties van klanten luistert en op basis van kwalificatiegebeurtenissen e-mails verstuurt. Iemand die bijvoorbeeld een beleggingsrekening opent, kan een e-mailserie in gang zetten die hem kennis laat maken met de belangrijkste mogelijkheden van de rekening.

E-mails kunnen deel uitmaken van een uit meerdere stappen bestaand traject dat luistert naar de acties van klanten en op basis van kwalificatiegebeurtenissen e-mails verstuurt.



E-mail kan als onderdeel van een klanttraject worden toegevoegd, waarbij e-mails worden verzonden naar aanleiding van een actie of gebeurtenis van de klant, zoals wanneer een klant lid wordt van een doelgroep.

Consistente berichten in alle kanalen

E-mail en communicatie uit andere uitgaande kanalen, zoals sms/mms-, in-app- of push-kanalen, en uit inkomende kanalen, zoals websites, kunnen allemaal moeiteloos vanuit Journey Optimizer worden afgehandeld. Omdat alle berichten in de context van het real-time klanttraject kunnen plaatsvinden, kunnen marketeers voor consistentie en relevantie zorgen om de conversie te stimuleren.

Ontwerp gepersonaliseerde e-mails voor iedereen.

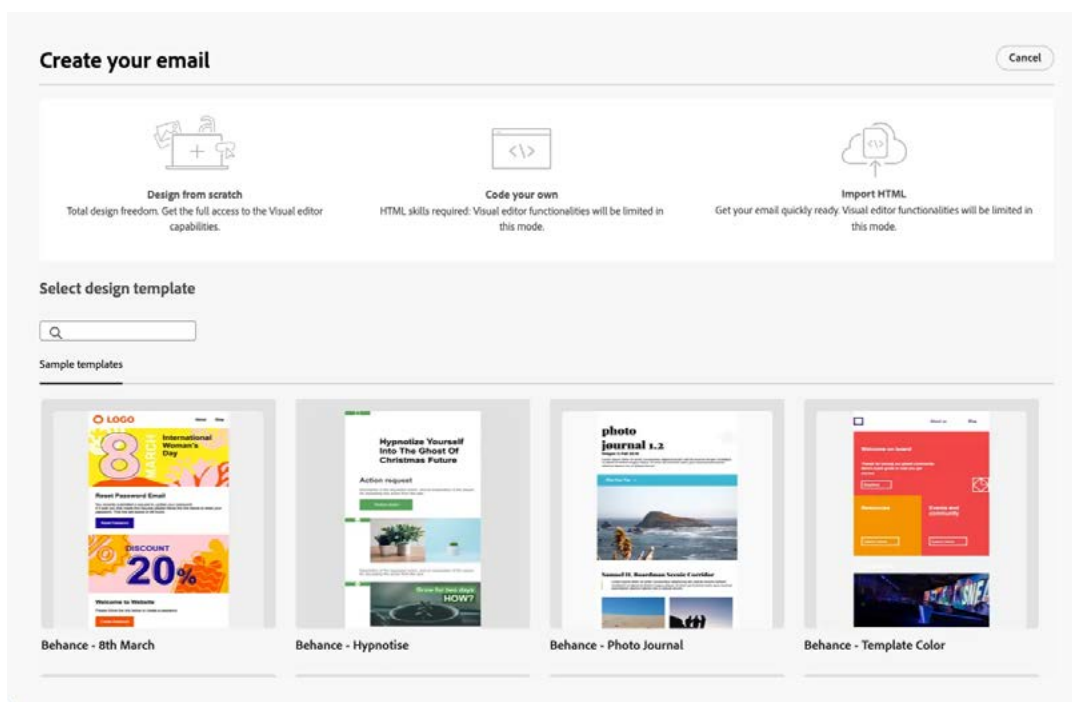
Dankzij marketeervriendelijke tools kunnen e-mailmarketeers e-mails snel ontwerpen en bewerken. Daarvoor kunnen ze sjablonen, geïmporteerde HTML-code of zelfgemaakte ontwerpen gebruiken. Personalisatiefuncties, waaronder regels, dynamische content en meertalige ondersteuning, zorgen ervoor dat elke doelgroep en iedere klant de juiste boodschap krijgt op basis van hun locatie of voorkeurstaal.

E-mailontwerptool om flexibel te ontwerpen

De e-mailontwerptool is een visuele drag-and-drop-editor waarin je eenvoudig de lay-out, contentonderdelen, afbeeldingen en aanbiedingen voor interessante e-mails kunt ontwerpen. Dankzij kant-en-klare sjablonen, toegang tot Adobe Stock-afbeeldingen, herbruikbare contentfragmenten, volledige HTML-flexibiliteit en WYSIWYG-bewerkingsmogelijkheden kun je sneller e-mails maken.

HTML creëren, importeren en converteren

In de HTML-code-editor kunnen geheel nieuwe e-mails in HTML worden gecodeerd of kan de HTML van een bestaande e-mail of sjabloon worden geïmporteed. De geïmporteerde HTML-code wordt automatisch omgezet in sleepbare onderdelen die visueel kunnen worden bewerkt en gepersonaliseerd in de e-mailontwerptool, zodat zowel technische als niet-technische medewerkers de e-mail sneller en eenvoudiger kunnen afronden.



E-mails kunnen in een visuele editor met behulp van de e-mailontwerptool worden gemaakt, helemaal in HTML worden gecodeerd of worden gebaseerd op geïmporteerde code uit een HTML-e-mail.

Eenvoudig toegankelijke assets

Adobe Experience Manager Assets Essentials is een lichtgewicht DAM dat standaard bij Journey Optimizer is inbegrepen. Omdat het DAM is ingebed, kunnen de digitale assets die in e-mailcommunicatie worden gebruikt, via één interface worden opgeslagen, beheerd, gevonden en gedistribueerd of zelfs rechtstreeks uit Adobe Creative Cloud-applicaties, zoals Adobe Photoshop, worden gehaald.

Personalisatiekenmerken

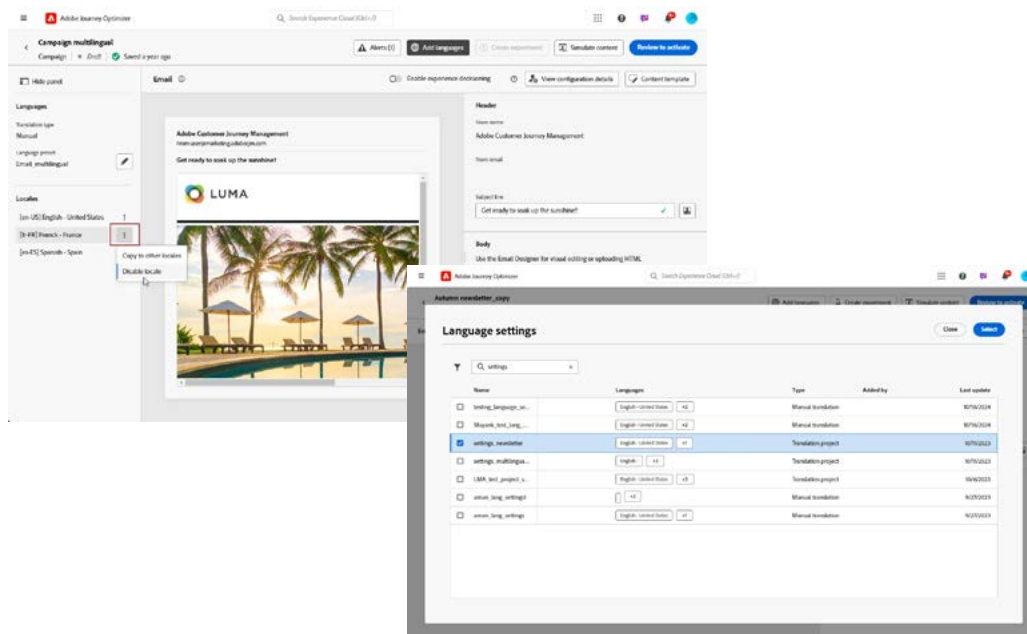
Personalisatie op basis van klantprofielkenmerken, zoals naam en locatie, kan alle e-mailontvangers het gevoel geven dat de e-mail speciaal voor hen is gemaakt. Een klant die onlangs bij een autodealer een auto heeft gekocht, kan bijvoorbeeld een e-mail krijgen waarin hij met zijn voornaam wordt aangesproken en wordt gefeliciteerd met zijn aankoop, met een foto van het model van zijn nieuwe auto en het aanbod om de olie na 4500 kilometer gratis te laten ververset. Dergelijke gepersonaliseerde e-mails spreken klanten aan en bouwen loyaliteit op.

Dynamische content

In de regeltool kun je voorwaardelijke regels instellen om e-mailelementen te personaliseren op basis van profielkenmerken, contextuele gebeurtenissen of doelgroepen. De e-mailelementen die dynamisch kunnen worden gepersonaliseerd, zijn onder andere onderwerpregels, tekst, koppelingen en aanbiedingen. De dynamische content wordt aangepast aan iedere klant die het bericht krijgt. Zo wordt de afbeelding in de koptekst voor een klant in New York bijvoorbeeld dynamisch vervangen door een afbeelding met het Vrijheidsbeeld.

Meertalige content

Veel merken hebben wereldwijde klanten en werken met externe vertaalaanbieders om gelokaliseerde taalversies van hun berichten, waaronder e-mailberichten, te maken. Omdat Journey Optimizer integreert met externe machine- en menselijke vertaalservices, kunnen e-mailmarketeers een e-mail eenvoudig automatisch omzetten in de voorkeurstaal van de ontvanger. Zo ziet een klant in Frankrijk de e-mail in het Frans, terwijl een klant in Japan de e-mail in het Japans krijgt. Journey Optimizer biedt ook efficiënte workflows voor merken die hun teksten intern handmatig vertalen.



Wanneer Journey Optimizer wordt geïntegreerd met een vertaalservice, wordt de tekst van de e-mail automatisch omgezet in de voorkeurstaal van de ontvanger.

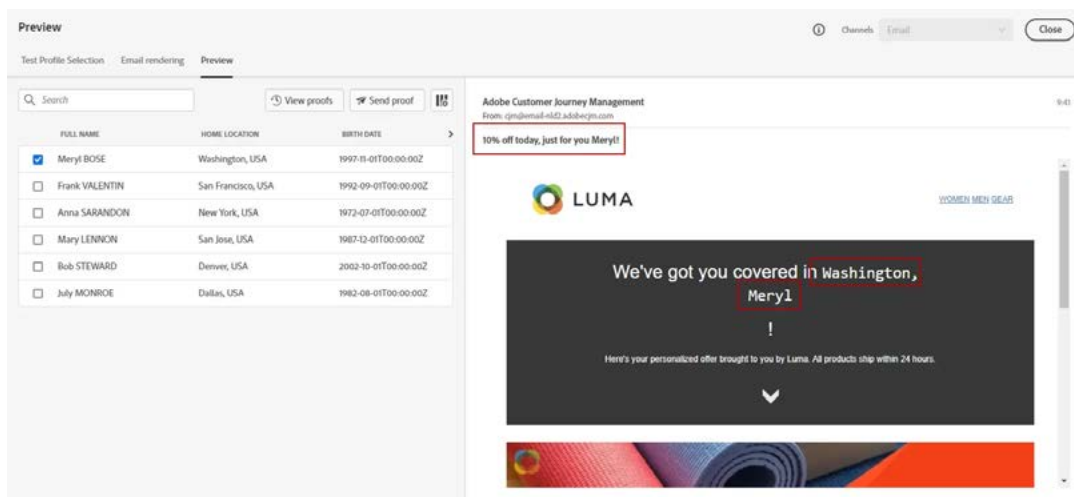
Contentvergrendeling

Marketeers moeten ervoor zorgen dat e-mailelementen, zoals kopteksten, letterstijlen en logo's, merkspecifiek en consistent zijn. Ook zullen ze het aantal kwaliteitscontrole rondes willen terugdringen door onbedoelde wijzigingen te voorkomen. E-mails bevatten bovendien essentiële governance- en compliance-content – zoals uitschrijvingskoppelingen, juridische disclaimers en contactgegevens – die niet mogen worden gewijzigd. In Journey Optimizer kunnen marketeers hierover de controle houden door volledige sjablonen, specifieke elementen of individuele content binnen die elementen te vergrendelen.

Goedkeuringsworkflows, voorvertoningen en controles

Voordat e-mails worden verzonden, moeten ze volledig worden goedgekeurd en proefgelezen om er zeker van te zijn dat de content correct is en voor aflevering is geoptimaliseerd. Journey Optimizer biedt ingebouwde goedkeuringsworkflows, zodat medewerkers specifieke personen om beoordelingen, goedkeuringen en opmerkingen kunnen vragen voordat de e-mails worden verzonden. Marketingteams kunnen rollen, beleidsregels en goedkeurders toewijzen per campagnetype, campagne of traject en kanaal, waaronder e-mail. Goedkeurders kunnen de content bekijken, opmerkingen toevoegen en automatische meldingen voor specifieke teamleden activeren om wijzigingen door te voeren.

Op basis van testprofielen die bij de contentsimulatiefunctie worden gebruikt, kunnen e-mailmarketeers een voorvertoning van e-mailcontent met onder andere gepersonaliseerde elementen bekijken en controleren voordat ze de proefversies versturen. Daarnaast kan Journey Optimizer, via een integratie met Litmus, laten zien hoe een e-mail op verschillende apparaten en e-mailclients wordt weergegeven.



Het gebruik van testprofielen laat zien hoe content, waaronder gepersonaliseerde elementen, in een e-mail wordt weergegeven voordat de e-mail wordt verzonden.

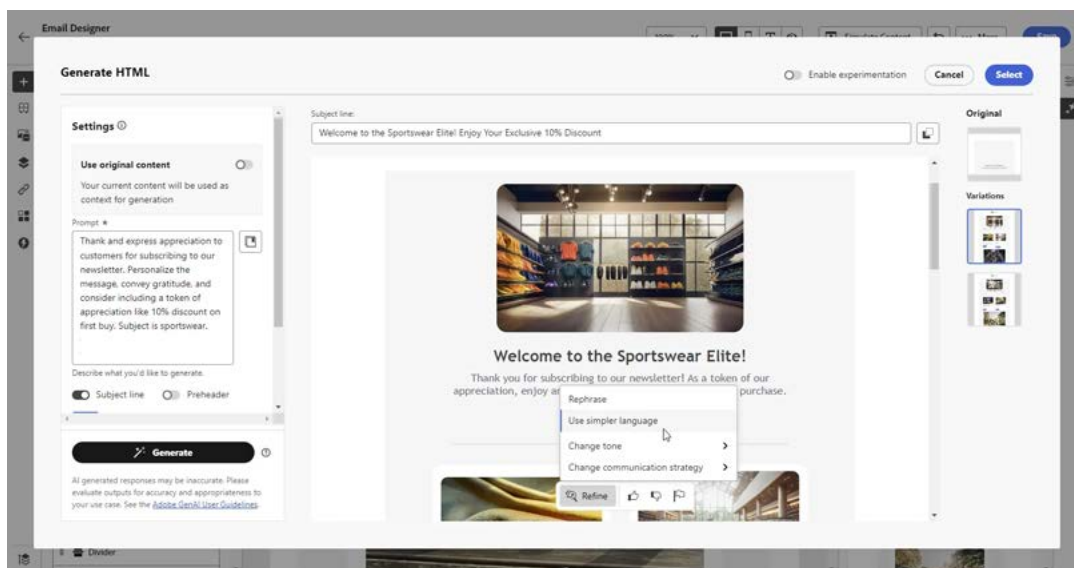
Krijg inspiratie, optimalisatie en inzichten met AI.

E-mailmarketeers kunnen krachtige generatieve AI gebruiken om e-mails, tekst en afbeeldingen te maken. Ze kunnen ook intelligentie toepassen om op precies de juiste momenten de juiste berichten en aanbiedingen te versturen, en experimenteren om hun e-mailprogramma's te optimaliseren om de betrokkenheid te maximaliseren.

AI-assistent voor het genereren van content

De [AI-assistent voor contentgeneratie](#) in Journey Optimizer, die door generatieve AI wordt aangestuurd, versnelt de e-mailinspiratie en -creatie door interessante, merkspecifieke e-mails te genereren op basis van een specifieke visie voor de e-mail, context en merkrichtlijnen. De AI-assistent kan ook e-mailonderdelen,

zoals onderwerpregels, preheaders, e-mailtekst en afbeeldingen, maken voor afzonderlijke e-mails of binnen vooraf geselecteerde e-mailsjablonen. Om een e-mail te genereren, geven e-mailmarketeers opdrachten in natuurlijke taal op, zoals: "Bedank klanten voor het feit dat ze zich op onze nieuwsbrief hebben geabonneerd. Personaliseer het bericht en geef als blijk van waardering bijvoorbeeld een korting van 10% op de eerste aankoop. Het onderwerp is sportkleding."



De AI-assistent voor contentgeneratie versnelt het maken van hoogwaardige e-mails en e-mailcontent op basis van opdrachten in natuurlijke taal, de context en de merkrichtlijnen.

Optimalisatie van verzendtijd

Met behulp van AI wordt op basis van historische open- en klikpercentages bepaald op welk moment een e-mail het beste naar een klant kan worden gestuurd om de klantbetrokkenheid te maximaliseren. Om de open- en klikpercentages voor e-mails te verhogen, analyseert het machine-learningmodel het optimale verzendtijdstip voor iedere klant – uitgaande van het beste uur, de beste dag en een combinatie daarvan – om een gepersonaliseerde levering in te plannen die tot maximale betrokkenheid leidt.

Intelligente besluitvorming in de e-mailontwerpworkflow

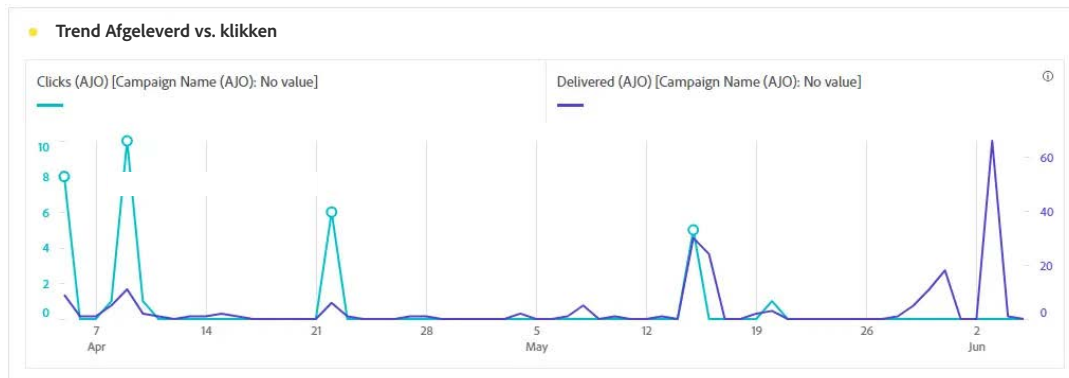
Wanneer in de e-mailontwerptool e-mails worden gemaakt, kunnen beslissingen op basis van door marketeers gedefinieerde regels of AI-adviezen worden ingevoegd om te bepalen welke aanbieding of welk bericht of product het beste in elke e-mail kan worden getoond. Er kan bijvoorbeeld een aanbiedingsbeslissing aan een e-mail worden toegevoegd om een kortingsaanbieding weer te geven, afhankelijk van het loyaliteitsniveau van de ontvanger.

Experimenteren (A/B-testen)

Door experimenten met verschillende e-mailvarianties uit te voeren, van volledige e-mails tot en met de onderwerpregel, de hoofdtekst en de afzender, kun je bepalen met welke variatie je het beste je bedrijfsdoelen bereikt. De varianties worden naar een door de marketeer opgegeven percentage van de doelgroep gestuurd om te zien welke het beste presteert. Omdat ook de huidige ervaring aan een deel van de doelgroep kan worden aangeleverd, wordt duidelijk of nieuwe varianties de prestaties verhogen. Zodra met het experiment de winnende variatie is vastgesteld, kan die worden opgeschaald zonder lopende campagnes te verstoren.

Rapporteren en meten

Rapporten waarin data elke minuut wordt vernieuwd, geven een duidelijk beeld van de operationele prestaties van e-mailprogramma's. Rapporten in tabel- en grafiekvorm bieden belangrijke metrics, zoals het aantal verzonden, afgeleverde en niet-afgeleverde e-mails, alsook afgeleverde e-mails versus e-mails waarop is geklikt, koppelingen die het meeste verkeer hebben gegenereerd en de best presterende onderwerpregels. De e-mailprestaties in de loop van de tijd kunnen ook aan de hand van historische data worden beoordeeld om inzicht te krijgen in de aflever- en interactiepercentages en de voortgang van een klant binnen het klanttraject.



Het rapport Afgeleverd vs. klikken toont het aantal e-mails in een campagne dat is afgeleverd, maar ook de klantenbetrokkenheid die de e-mail heeft opgeleverd op basis van het aantal keer dat erop is geklikt.

Verbeter de aflevering met kant-en-klare mogelijkheden.

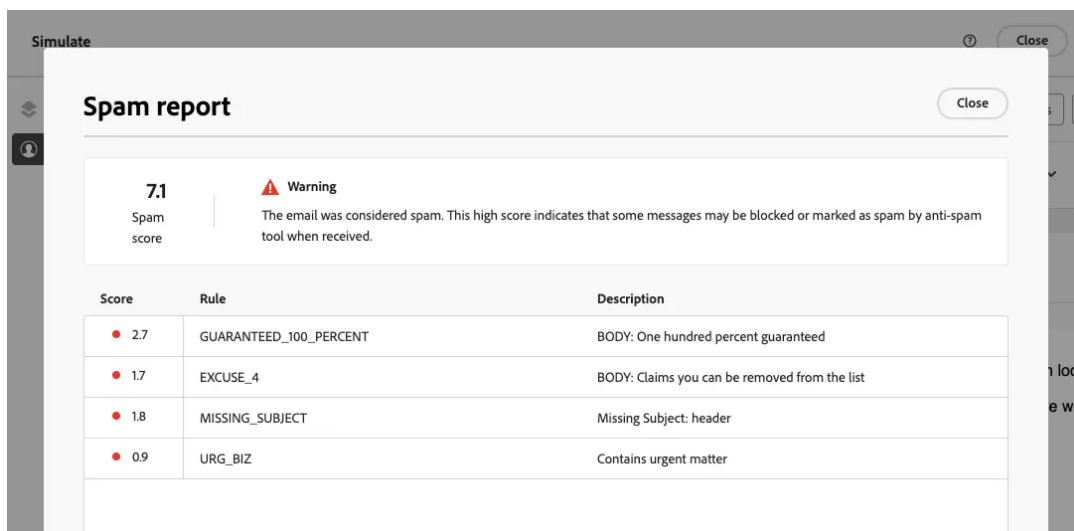
Journey Optimizer biedt een krachtige set kant-en-klare mogelijkheden die de afleverbaarheid verbeteren, in combinatie met optionele strategische services voor het uitvoeren van controles, het diagnosticeren van problemen en het introduceren van best practices, om de plaatsing in de inbox te optimaliseren en afleveringsrisico's te voorkomen.

Efficiënte IP-warming

Om hun klanten te behoeden voor ongewenste e-mails, beoordelen en bepalen Internet Service Providers (ISP's) en mailboxproviders (MBP's) de reputatie van een nieuwe e-mailafzender. IP-warming helpt e-mailmarketeers om een betrouwbare reputatie op te bouwen voor alle nieuwe IP-adressen die aan hun e-mailmarketingprogramma zijn gekoppeld. Met de geautomatiseerde IP-warming-workflows in Journey Optimizer worden systematisch kleine hoeveelheden e-mail verzonden en worden de hoeveelheden in de loop van de tijd geleidelijk opgevoerd om de afleverbaarheid van e-mails te verbeteren en een sterke e-mailreputatie op te bouwen.

Analyse, testen en meldingen voor spamcontrole

De ingebouwde spamcontrolefuncties analyseren de e-mailcontent, onderwerpregels, HTML en tekst grondig op gangbare spamtriggers en waarschuwen e-mailmarketeers proactief voor potentiële problemen. Met deze functies kun je zien hoe spamfilters omgaan met e-mails, je tactieken aanpassen, problemen verhelpen, het risico verkleinen dat e-mails als spam worden aangemerkt en de afleverbaarheid van e-mailcampagnes maximaliseren. Dit alles helpt de reputatie van een merk als betrouwbare e-mailverzender verder te versterken.



De spamcontrolefunctie controleert automatisch een e-mail, markeert mogelijke spamproblemen, geeft elk probleem een score op basis van de ernst ervan en levert een algehele spamscore. Dit is waardevolle feedback die e-mailmarketeers kunnen gebruiken om hun e-mails te verbeteren.

Snelheid en schaal

E-mailmarketingprogramma's moeten op betrouwbare wijze miljarden profielen verwerken, tientallen miljoenen gepersonaliseerde berichten met aanbiedingen per uur aanleveren en een snelle aanlevering van tijdgevoelige berichten ondersteunen. Met Journey Optimizer krijgen e-mailmarketeers de zakelijke snelheid en schaal die ze nodig hebben om hun e-mailprogramma's te laten slagen.

Services en strategie

Voor e-mailmarketingprogramma's waarbij complexere of geavanceerdere eisen aan de afleverbaarheid van e-mail worden gesteld, biedt Adobe speciale premium adviespakketten. Bij deze pakketten krijg je productondersteuning, strategische begeleiding, hulp bij het diagnosticeren van problemen, proactieve bewaking, maandelijks rapportoverleg en aangewezen consultants.

Handhaaf nalevings-, toestemmings- en privacystandaarden.

Klanten willen dat merken de privacy van hun gegevens en hun communicatievoorkeuren respecteren. Journey Optimizer biedt tal van functies waarmee e-mailmarketeers de klantvoorkeuren en privacy kunnen respecteren en zo het vertrouwen van de klant kunnen behouden.

Lijsten voor e-mailonderdrukking

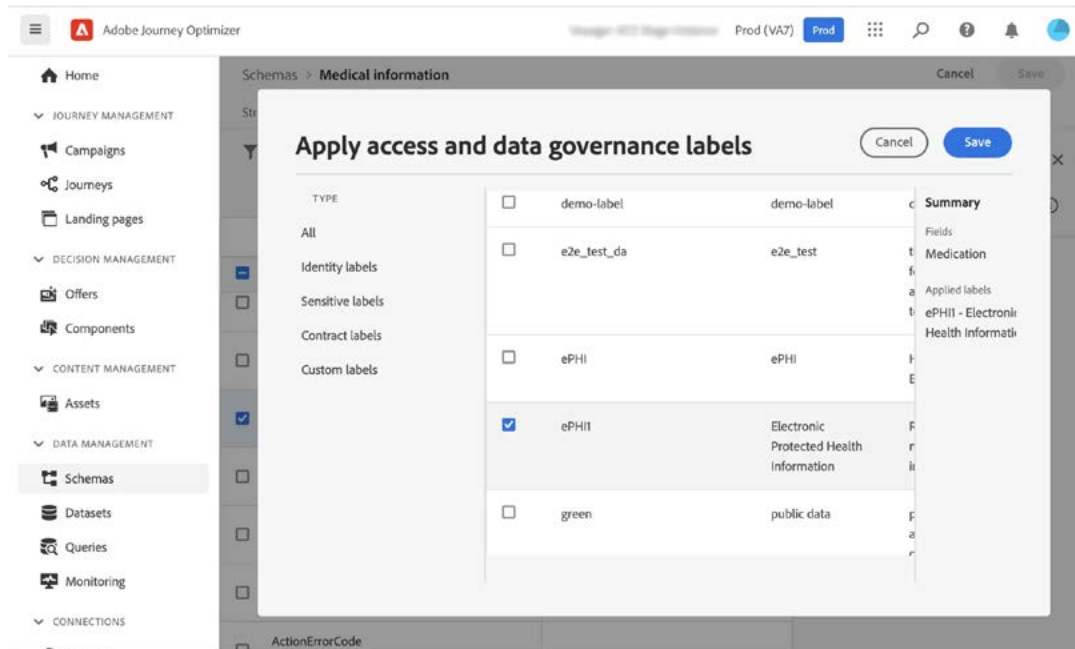
Onderdrukkingslijsten zorgen ervoor dat e-mails niet worden verzonden naar contactpersonen die deze niet zouden moeten ontvangen, door deze contactpersonen er tijdens de segmentatie uit te filteren. Er kunnen verschillende redenen zijn waarom personen op een onderdrukkingslijst staan: de ontvanger kan een spamklacht hebben ingediend of de e-mail kon niet worden afgeleverd, wat op een ongeldig adres duidt.

Frequentieregels voor e-mail

Het gebruik van frequentieregels voor e-mail kan de kans op marketingmoeheid beperken en zorgt ervoor dat de communicatievoorkeuren worden gerespecteerd. Sommige klanten ontvangen bijvoorbeeld liever een wekelijkse samenvatting per e-mail dan dagelijkse updates van een nieuwsmediabedrijf, of krijgen liever alleen e-mails over een specifiek onderwerp.

DULE-governance (Data Usage Labeling & Enforcement)

Om de privacy van klanten te beschermen, biedt het DULE-governanceframework (Data Usage Labeling and Enforcement) van Adobe Experience Platform de mogelijkheid om velden met gevoelige gegevens van een label te voorzien. Zo kunnen in alle kanalen beleidsregels voor databeheer worden afgedwongen. Door bijvoorbeeld voor een e-mailtargetingactie een veld waarin iemands burgerlijke staat wordt vastgelegd, als privé aan te merken, wordt voorkomen dat een e-mail wordt verzonden waarin gegevens over de burgerlijke staat staan of waarin deze gegevens voor personalisatie worden gebruikt.



Het DULE-framework biedt de mogelijkheid om een gegevensveld aan te merken als een veld met gevoelige gegevens, zodat met behulp van een datagovernancebeleid kan worden voorkomen dat die gegevens worden gedeeld voor gebruik of voor het personaliseren van content in een e-mail- of ander communicatiekanaal.

Privacy en beveiliging

Adobe heeft dataprivacy en -beveiliging hoog in het vaandel en is mede voorzitter van verschillende belangrijke branchegroepen, zoals de Messaging, Malware and Mobile Anti-Abuse Working Group (M3AAWG), Email Sender and Provider Coalition (ESPC) en de Digital Marketers Act (DMA). Daarnaast biedt Adobe voor klanten in sterker gereguleerde sectoren aanvullende privacy- en beveiligingspakketten voor Experience Platform, namelijk het [Privacy and Security Shield](#) voor klanten in sectoren zoals de financiële dienstverlening en het [Healthcare Shield](#) voor klanten in de gezondheidszorg.

Over Adobe Journey Optimizer.

Met Adobe Journey Optimizer, dat op het toonaangevende Adobe Experience Platform is ontwikkeld, kunnen merken in één cloud-native applicatie geplande omnichannel campagnes en één-op-één-momenten voor miljoenen klanten beheren en zo het volledige klanttraject met behulp van intelligente besluitvorming en inzichten optimaliseren.

Ontdek meer over Adobe Journey Optimizer en hoe je aan de slag gaat met relevante e-mailmarketingcampagnes.

[Meer informatie](#)

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a white, bold, sans-serif font, is positioned on a solid red background.

© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.