

3 extra onderwerpregels waarvan je mails opengaan



Dank je wel voor je review

Zoals beloofd hier nog eens 3 extra formules voor onderwerpregels.

Zodat je mails beter opengaan.

Kijk nog even bij de mini MasterClass 'Onweerstaanbare Onderwerpregels'. Daar vind je alle ins en outs over waar je onderwerpregel aan moet voldoen.

Geef niks weg met je onderwerpregel en maak je lezer nieuwsgierig. Dat is waar het in het kort op neer komt.

Nog eens drie(!) formules voor een onweerstaanbare onderwerpregel.

Ga ermee aan de slag.

Dat is echt nog het enige.

FORMULE #1

Gebruik een fout woord

Je lezer scrolt door die enorme lijst met mailtjes die in z'n mailbox zitten. Een voor een bonjourt ie ze met een machtige 'swipe' naar de prullenbak.

"Hé, maar wacht eens even..."

Je haalt je lezer uit die swipe-routine door een onverwacht woord te gebruiken.

Als je een woord verzint dat net een beetje anders is dan wat je lezer verwacht, krijg je vaak net even wat meer attentie. En neemt ie toch even de moeite om je mail te bekijken.

Maar hiervoor geldt altijd: wees relevant.

Voorbeeld:

- *Hoe ik Facebook belazer – kan jij ook*

FORMULE #2

Wie wil dat nou niet?

Ook in jouw branche of markt is er iets te verzinnen dat al je toekomstige klanten wel zouden willen.

Iets dat je ook echt kunt waarmaken — en hoe specifieker, hoe beter:

- *5X zoveel verkopen terwijl je ligt te slapen*
- *7,3 kilo eraf door... te eten*
- *Zelfgemaakt: loungebank van gratis hout*

FORMULE #3

Autoriteit van een ander 'gebruiken'

Soms is het een slim idee om een mail te maken waarin je iets onthult over een (wereld) beroemde persoon

Door dat te doen, straalt er automatisch wat van de autoriteit van die beroemde persoon over op jou.

De enige 'maar' die eraan zit is dat het wel op een of andere manier moet gaan over jouw vakgebied.

Dus stel dat je in de energieverkoop of energielevering zit:

- *Wat Elon Musk over energie vertelt*

Of als je in het beleggen zit:

- *Waarom Warren Buffet nooit Bitcoins in portefeuille zal nemen*

Of als je mensen iets bijbrengt over copywriting:

- *Waarom Johan Cruijff een begenadigd copywriter was — zonder het zelf te weten*