

05

**EMAIL MARKETING**

ONDZ (M&C)
Marketing en Communicatie

ED-2
2025-2026

Start opdracht 2
Design en bewegend beeld



Emailmarketing planning periode 2

DEEL 2

- Wk. 50: Uitleg Opdracht 2
- Wk. 51: Geen les i.v.m. kerstactiviteiten
- Wk. 51 en Wk. 01: Kerstvakantie
- **Wk. 03: Design en Animated GIF van Opdracht 2 + uitwerktijd**
- Wk. 04: Uitwerktijd + Verdieping kennis e-mailmarketing

Optioneel Excellent opdracht: Uitwerken in MailChimp

- **Wk. 05: Uitwerktijd + HARDE DEADLINE OPDRACHT 2 (29.01.2026 om 23:59)**

Opdracht 1 was een opdracht om via emailmarketing zoveel mogelijk bezoekers naar een event te krijgen

Bezoekers = promotie = marketing

Opdracht 2 is een e-mailmarketingopdracht
puur e-commerce: **verkoop**



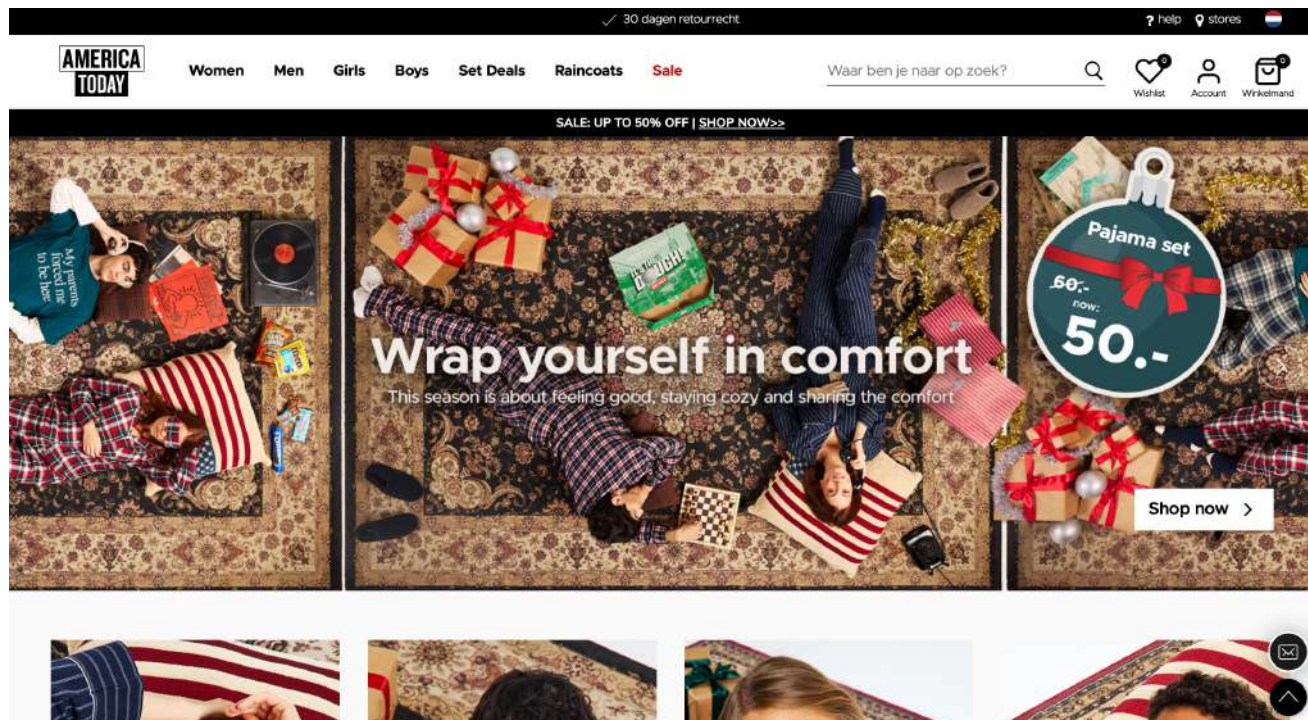
Wat stel jij je daarbij voor?

Wat gaan we deze les doen:

- **Opfrisser opdracht 2 (zoals hij voor de kerstvakantie al is uitgelegd)**
- **Design voor de nieuwsbrieven**
- **Bewegend beeld in de nieuwsbrief**

Opfrisser: Opdracht 2

Commerciële verkoopnieuwsbrieven voor **America-Today.com**



Opfrisser

Opdracht e-mailmarketing America-ToDay.com:

Alle nieuwsbrieven zijn alléén voor de desktop

1. Design een nieuwsbrief met nieuwe collectie (branding)
2. Design een nieuwsbrief die inspeelt op het weer (denk aan bikini's, regenjassen, etc)

Je mag zelf kiezen of je de nieuwsbrieven maakt voor...

- de damescollectie
- de herencollectie
- beide gecombineerd

1. Design nieuwsbrief met nieuwe collectie (branding)

- Doel: lanceert nieuwe collectie / branding / merkbekendheid
 - Volle prijs van de artikelen
 - Laat het merk/items stralen: kijk hoe cool ons merk/kleding is, dit wil je hebben
 - Doe je dit met sfeerfotografie? Modelfotografie, productfotografie of een combi?
 - Voeg je hier bewegend beeld toe?
 - Hoe haal je zoveel mogelijk conversie uit deze mail?
- Denk aan escapes toevoegen en footer

Voorbeeld nieuwsbrief met nieuwe collectie (branding)

ma-ed.nl/e-mailmarketing-voorbeelden

ED2



[SHOP NU](#)[NIEUWE ITEMS](#)[MEMBERPAGINA'S](#)



JAS MET SJAAL
€ 89,99

HOLIDAY 2025: DROP 2

Een winterresortcollectie met subtiele impact, gekenmerkt door diverse silhouetten, contrasterende texturen en onderscheidende details.

[SHOP NU](#)[ZOEK EEN WINKEL](#)

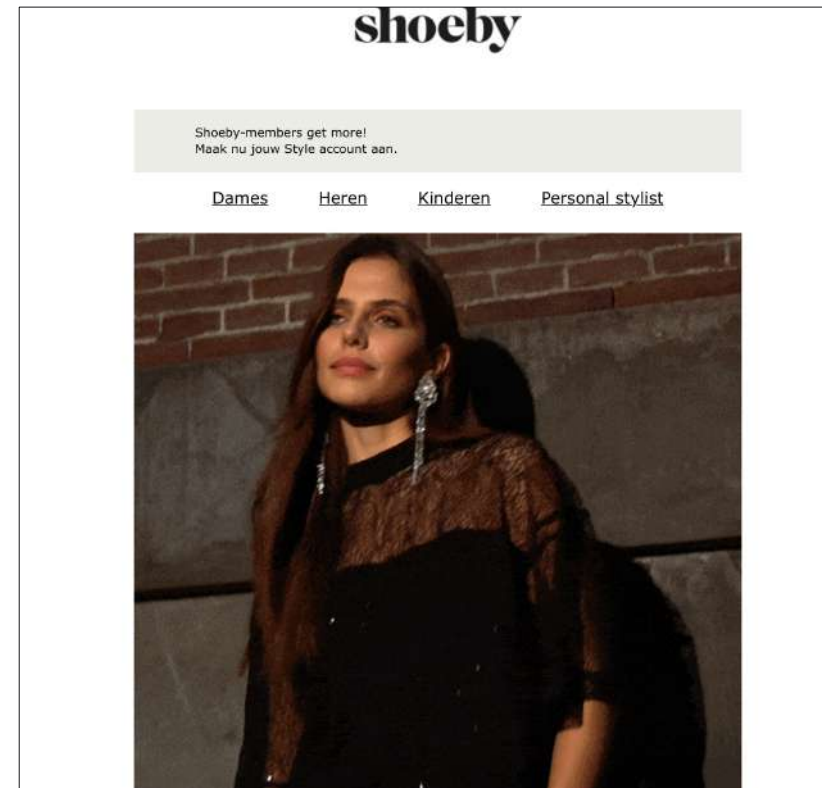
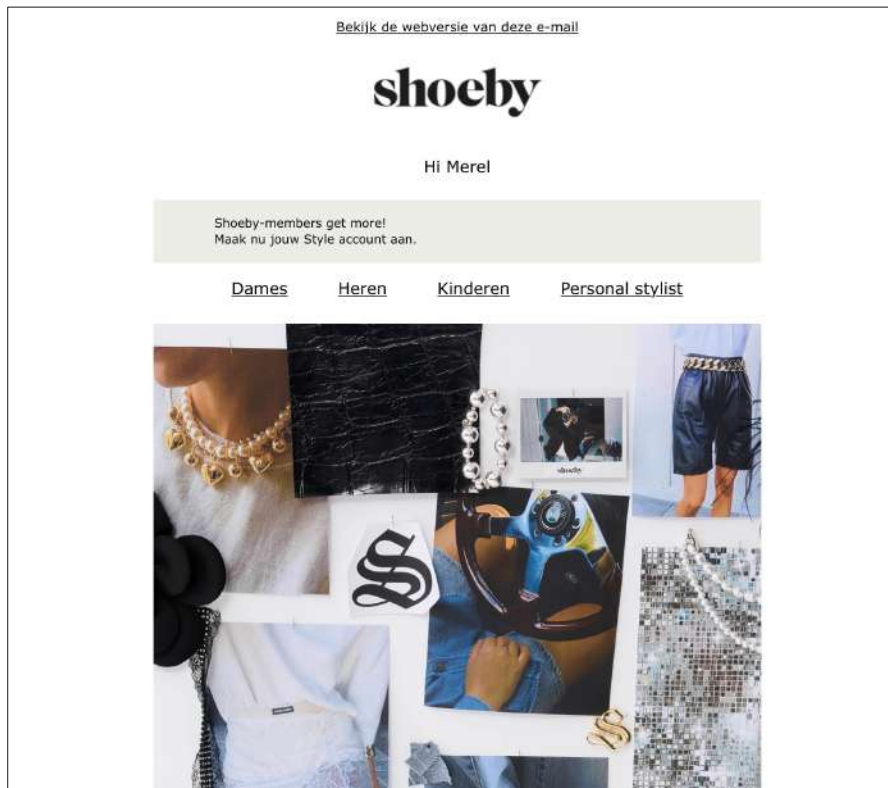
2. Design nieuwsbrief gebaseerd op het weer/seizoen

- Doel: door in de spelen op het weer kan je inspelen op koopbehoeftes
- Vaak “ad hoc” nieuwsbrief (verschijnt als het zo uitkomt)
- Wil je 1 bepaald artikel aanprijzen (denk aan regenjas) of juist een zomercollectie met bikini's/zonnebrillen en alles eromheen?
- Denk ook aan bijverkoop: “*Maak je look af met deze accessoires*”
- Laat het gevoel van het weer ook duidelijk in je opmaak terugkomen

Denk conceptueel en commercieel in elke nieuwsbrief:

1. Wat is mijn **hoofdboodschap**?
2. Hoe zorg ik dat mensen meteen na **openen** verder willen **scrollen**?
3. Zorg altijd voor **minimaal 3 verschillende 'onderwerpen'/invalshoeken per mail**:
denk aan escapes. Als iemand het hoofdonderwerp niet leuk vindt, is hij misschien wel geïnteresseerd in de huidige sale, of de mannencollectie, of warme truien omdat het buiten koud is.
4. Hoe maak ik de nieuwsbrief **mooi** en **eruit springen**, on brand, binnen de mogelijkheden?

Voorbeeld nieuwsbrief on brand ma-ed.nl/e-mailmarketing-voorbeelden



Opdracht voor e-mailmarketing

ED2

Maak **twee nieuwsbrieven** die qua look en feel matchen bij het merk én bij elkaar, maar die wel heel anders zijn ten opzichte van elkaar

Je wilt de kijker blijven inspireren (aanzetten tot verkoop)

De 2 nieuwsbrieven voor America ToDay (desktop):

1. Nieuwe collectie (= branding merk)
2. Weer/seizoen

Opdracht voor e-mailmarketing



Je mag zelf de inhoud bepalen:

- Producten + Productfotografie
- Teksten
- CTA
-

Belangrijk:

De twee nieuwsbrieven moeten qua sfeer wel echt een andere uitstraling hebben

Dus een mail over de zomercollectie ziet er inhoudelijk echt anders uit dan een mail die inspeelt op regenjassen

Opdracht voor e-mailmarketing

Twee ontwerpen van een nieuwsbrief naar keuze

Speel met layout

- Plaatsing van elementen
- Wel of geen titels
- Formaat van de verschillende onderdelen
- Wel of geen beweging

CTA

- Plaatsing
- Vorm
- Kleur
- Tekst



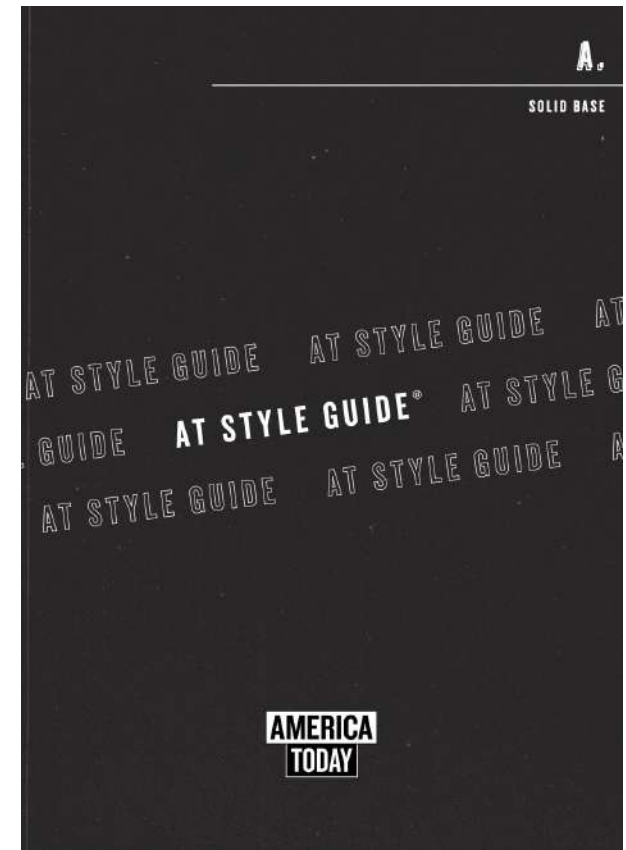
*Je gaat dus spelen met wat je hebt,
daarmee maak je een nieuw ontwerp*

Opdracht voor e-mailmarketing

ED2

Design van de nieuwbrieven moet goed aansluiten bij de bestaande stijl van America ToDay

De styleguide staat op ma-ed.nl



Opdracht voor e-mailmarketing

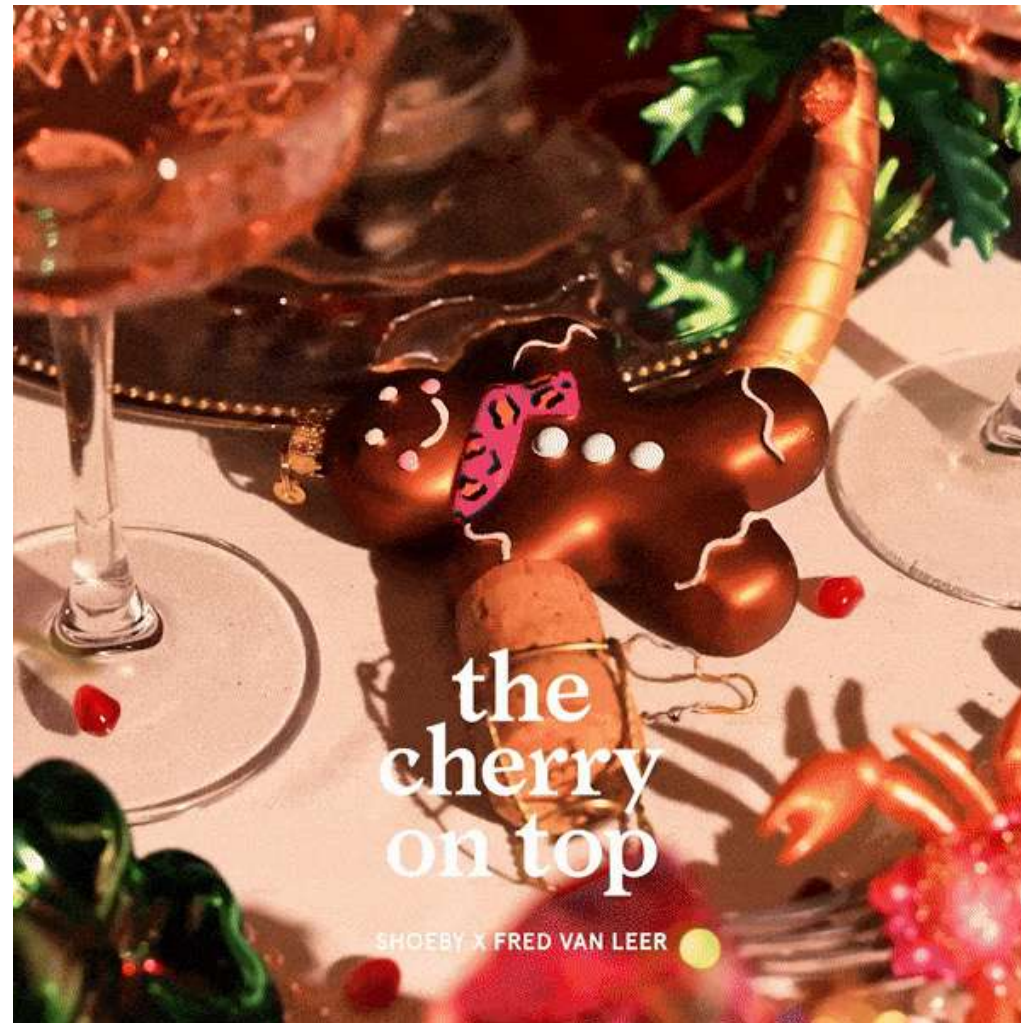
ED2

Voeg ook **beweging** toe aan de nieuwsbrief

Bewegend beeld in nieuwsbrieven

- Goede manier om aandacht te trekken of dingen eruit te laten springen
- Kijk uit dat het geheel niet te chaotisch wordt en je mail langzaam laadt (GIF's zijn zwaarder dan JPG/PNG)

ED2



Video naar GIF

BAGS



ED2

SHOP BAGS



Stills verspringen





Stills verspringen



Grafische elementen / tekst animeren



Play button op JPG, linkt naar Youtube/Vimeo

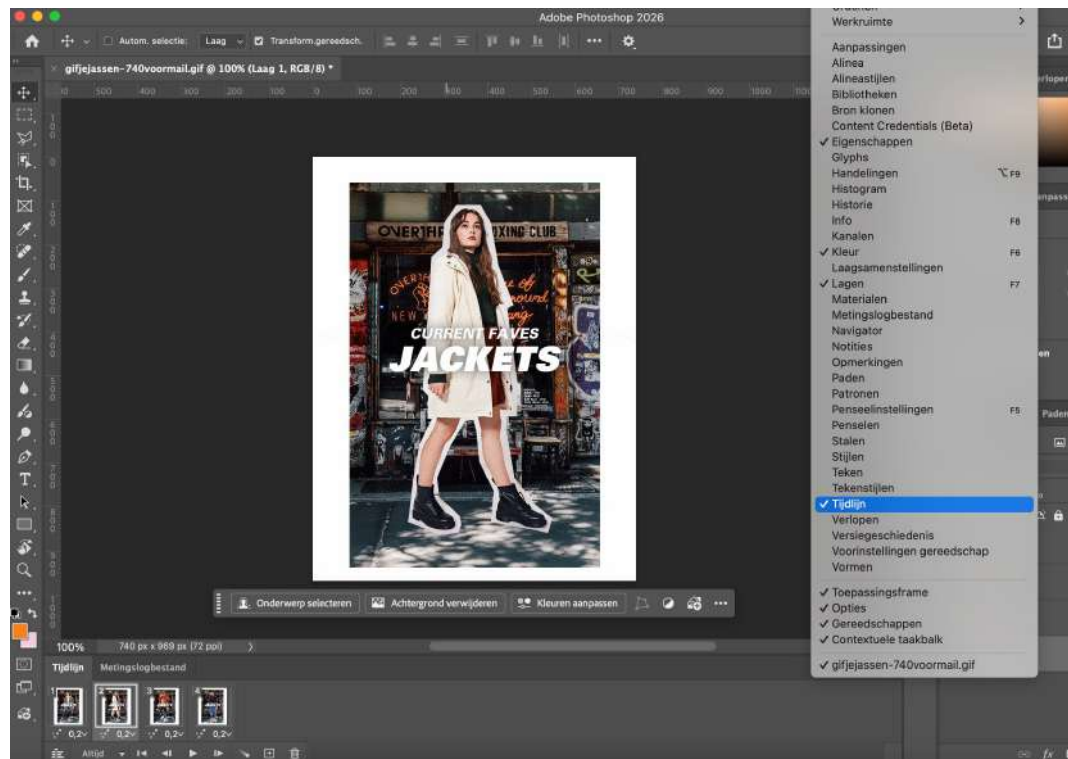
Bewegend beeld in nieuwsbrieven

Opties:

- **Animated GIF** (speelt automatisch af, maar wordt gauw zwaar om te laden en snel pixelig)
- **Video embedden in HTML5** (goede kwaliteit, maar wordt vaak niet goed ondersteund)
- **Statische afbeelding + play knop -> link naar video op Youtube/Vimeo**
(werkt altijd maar speelt niet automatisch af)

Oefening tijdens de les: Simpel gifje in Photoshop

Open in Photoshop het 'tijdlijn' panel

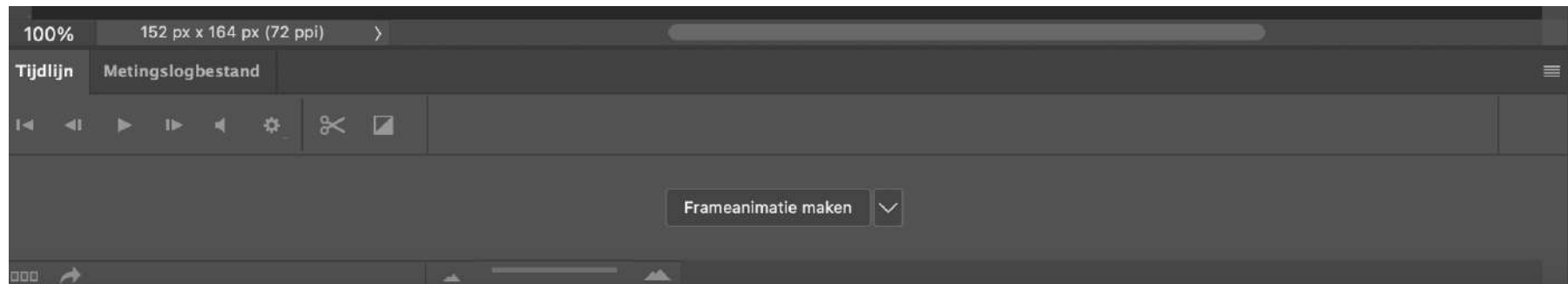


Er is een bestandje
samengesteld die je kunt gebruiken
als oefening

Deze plaats ik op teams om te
downloaden

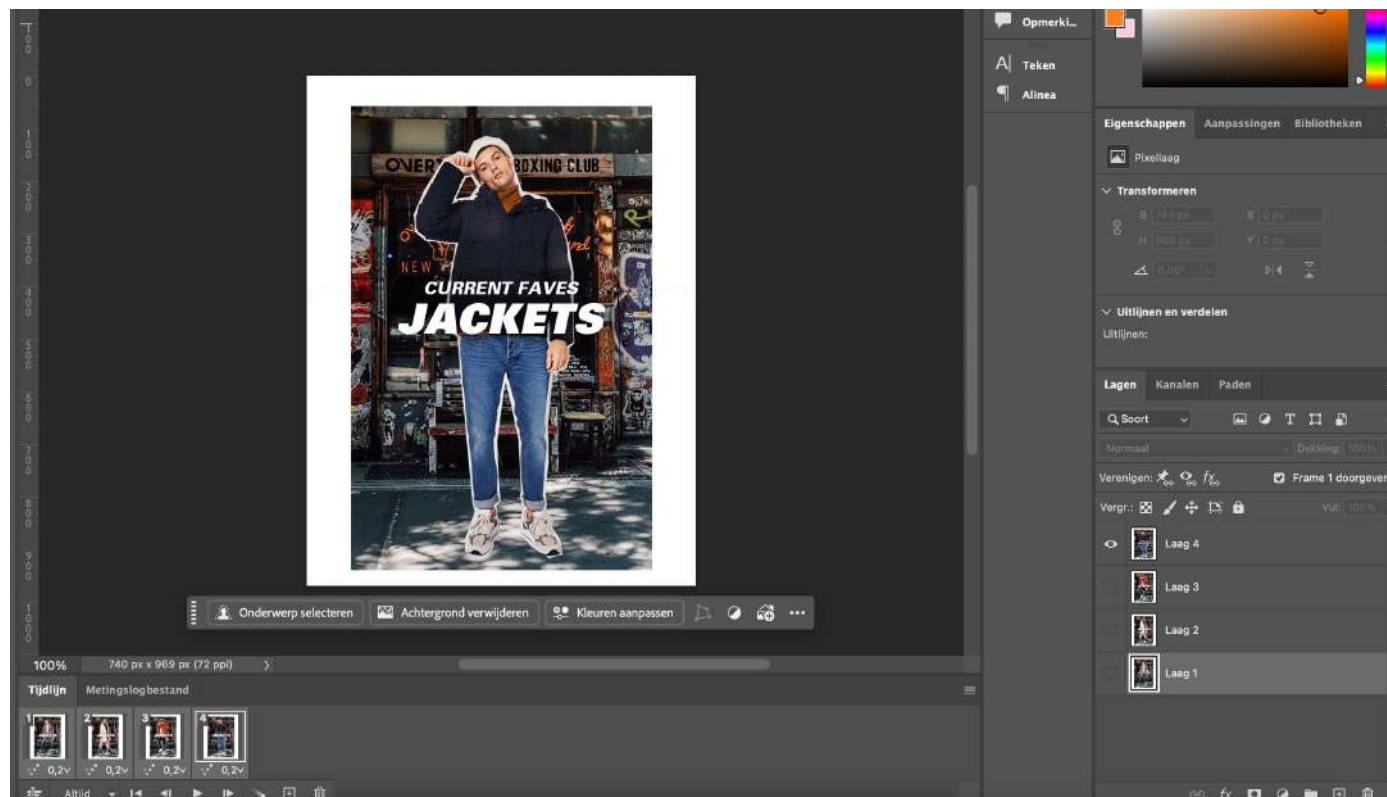
Simpel gifje in Photoshop

Klik op 'frame animate maken' (videotijdlijn kan ook, die heeft wat meer mogelijkheden)



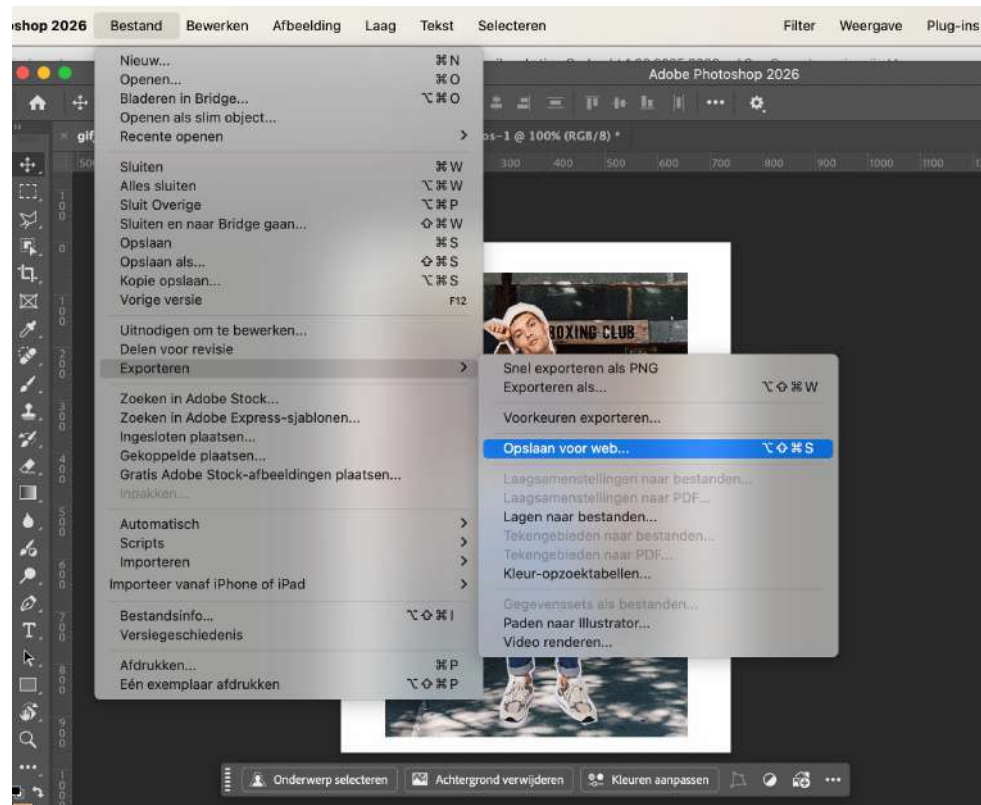
Simpel gifje in Photoshop

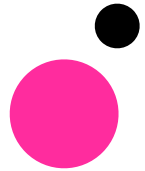
Hier kan je heel simpel per laag een frame maken, de tijd per frame kiezen (onderin)



Simpel gifje in Photoshop

Opslaan als GIF bij Save for Web



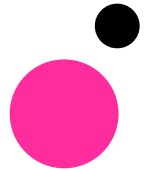


Bewegend beeld in nieuwsbrieven

Opties:

- **Animated GIF** (speelt automatisch af, maar wordt gauw zwaar om te laden en snel pixelig)
- **Video embedden in HTML5** (goede kwaliteit, maar wordt vaak niet goed ondersteund)
- **Statische afbeelding + play knop -> link naar video op Youtube/Vimeo**

(werkt altijd maar speelt niet automatisch af)



Gebruik bewegend beeld bewust en met mate

- Goede manier om aandacht te trekken of dingen eruit te laten springen
- Maar het wordt gauw chaotisch en laadt langzaam

Waar maak je de mails in en wat lever je op?

- Figma, want je gaan ook bewegend beeld toevoegen. -> iets anders mag ook
- Per mail ontwerp je alléén voor de desktop
- Je levert een link naar de PREVIEW waarin het volgende staat:
 - Nieuwsbrief nieuwe collectie (=branding)
 - Nieuwsbrief Weer/Seizoen
- Je werkt vanuit de bestaande huisstijl van America ToDay



Geen link naar je Figma bestand, alleen de PREVIEW. Check voor het inleveren of het goed werkt!

Beoordeling is op inhoud en vormgeving

Inhoud + vormgeving = marketing

Belangrijk:



Je maakt als e-commerce designer niet iets omdat jij het mooi vindt maar wél omdat:

- het aansluit bij “the brand” van het bedrijf
- het de doelgroep aanspreekt en
- omdat het iets oplevert (conversie)



Volgende les



Emailmarketing planning periode 2

DEEL 2

- Wk. 50: Uitleg Opdracht 2
- Wk. 51: Geen les i.v.m. kerstactiviteiten
- Wk. 51 en Wk. 01: Kerstvakantie
- **Wk. 03: Design en Animated GIF van Opdracht 2 + uitwerktijd**
- Wk. 04: Uitwerktijd + Verdieping kennis e-mailmarketing
Optioneel Excellent opdracht: Uitwerken in MailChimp
- **Wk. 05: Uitwerktijd + HARDE DEADLINE OPDRACHT 2 (29.01.2026 om 23:59)**

Optioneel = Excellent opdracht: Nieuwbrief ontwerp uitwerken in MailChimp

Als je dit wilt dan moet je voor de volgende les een ontwerp “klaar / zo goed als klaar” hebben om uit te werken (zonder bewegend beeld)

PDF van deze les staat op ma-ed.nl