Wat is Deliverability en waarom is het belangrijk?

Deployteq - Suzanne Martens - 2023-11-30 - Reacties (0) - Deliverability

> ‘Waarom komen onze e-mails niet aan?’
>
> ‘Een deel van de e-mails komt in de Spam-folder terecht, hoe kan dit?’
>
> ‘Waarom is mijn mailing stopgezet?’
>
> ‘Waarom zijn de e-mails gebounced?’
>
> ‘Waarom haalt mijn verzending niet de ingestelde snelheid?’

Dit is slechts een klein onderdeel van de vragen die onze support-collega’s dagelijks ontvangen over deliverability. Eén antwoord is vaak niet te geven: er zijn legio mogelijkheden waarom een mailing niet aankomt.

Wereldwijd wordt er nog steeds heel veel spam verstuurd, denk aan meer dan 50 miljard berichten per dag. Spamfilters worden steeds strenger, waardoor het voor jou lastiger wordt om hier doorheen te komen met je goedbedoelde boodschap per e-mail.

Deliverability is een lastig onderwerp omdat het allerlei technische schakels aan de achterkant heeft die allemaal in lijn met elkaar moeten liggen om goed te werken. En vooropgesteld, goede deliverability heeft tijd nodig en is nooit klaar. Blijf hiermee bezig!

Waarom is het belangrijk en hoe werkt het precies?

Deliverability is belangrijk omdat het de essentie van je doel raakt: het goed afleveren van je e-mail. Vergelijk het met het een pakket versturen. Zou jij het pakketje aannemen als de volgende situatie zich voordoet?

- De deurbel gaat, je doet de deur open;
- Aan de deur staat een onverzorgde bezorger met het pakket in zijn handen;
- Je verwacht geen pakket want je hebt niets besteld;
- De verpakking van het pakket is beschadigd;
- Je naam en het adres zijn verkeerd geschreven;
- De afzender is van een onbekend adres uit Oezbekistan.

Waarschijnlijk gaat er een aantal alarmbellen af op dit moment. Mogelijk pak je het pakket uit nieuwsgierigheid toch uit, maar de kans is groter dat je de bezorger vriendelijk bedankt en het pakket direct retour afzender laat sturen. Je hebt teveel twijfels over de echtheid van het pakket en aannemen ervan vormt hierdoor een risico.

Dit is wezenlijk hetzelfde bij het afleveren van een e-mail. Allereerst moet je de mailbox provider (bijv. Gmail/Hotmail/Outlook/Ziggo) zien te overtuigen van jouw legitimiteit en relevantie. Op basis van jouw reputatie besluit deze om je bericht al dan niet af te leveren bij de ontvanger.

Vervolgens hoop je dat de ontvanger je bericht positief beoordeelt, opent en er een actie in uitvoert. Wanneer je daarin niet slaagt en de ontvanger besluit om je bericht direct te verwijderen of zelfs aan te merken als spam, is dit nadelig voor je reputatie. Als veel mensen dat met jouw berichten doen, kan het er zelfs toe leiden dat deze

voortaan niet meer afgeleverd worden.