



Naamgeving zoekvragen & campagnestappen

Gebruikerstips Smart CRM & Marketing Platform

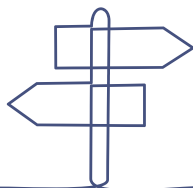
Versie: 1.7 | Classificatie: Vertrouwelijk

Inhoudsopgave

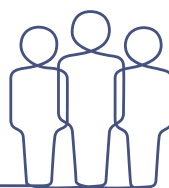
1	Introductie	3
2	Naamgeving van zoekvragen	4
3	Structuur en naamgeving van campagnes en campagnestappen	5
4	Opschoning.....	6
4.1	Campagnes archiveren	6
4.2	Verwijderen van zoekvragen, campagnes en campagnestappen	7
4.2.1	Zoekvraag verwijderen.....	7
4.2.2	Campagne of campagnestap verwijderen.....	7



Inzicht



Strategie



Organisatie



Technologie

1 Introductie

Tijdens het gebruik van het Smart CRM & Marketing Platform (SMP) groeit de hoeveelheid data snel. Denk hierbij niet alleen aan klantgegevens, maar ook aan zoekvragen en verstuurde campagnes, allemaal informatie die gebruikers dagelijks toevoegen.

Om overzicht te behouden is het belangrijk om duidelijke afspraken te maken over naamgeving en om regelmatig overbodige gegevens op te schonen. Smart Connections ondersteunt je hierbij, zodat informatie altijd gemakkelijk terug te vinden blijft.

In deze handleiding vind je praktische richtlijnen om jouw SMP georganiseerd, overzichtelijk en efficiënt te houden.

2 Naamgeving van zoekvragen

Als gebruiker van het SMP ben je volledig vrij in het kiezen van een naam bij het opslaan van een zoekvraag. Belangrijk om te weten is dat – net als bij records in tabellen – automatisch een uniek 'id' (identifier) wordt gegenereerd zodra een zoekvraag wordt opgeslagen. Op basis van deze identifier is elke zoekvraag altijd terug te vinden.

In de praktijk wordt vooral de naam gebruikt om zoekvragen te herkennen of terug te vinden, omdat deze herkenbaarder is en beter aansluit bij het doel van de zoekvraag.

Voor een consistente en duidelijke werkwijze adviseert Smart Connections om een vaste structuur te hanteren bij het benoemen van zoekvragen. Hieronder wordt de opbouw toegelicht die wij zelf hanteren:

Format voor zoekvraagnamen:

[X][1] - [2] - [3] - [4]

Toelichting:

X: Initialen van organisatie. Als Smart Connections je helpt met een zoekvraag dan plaatsen we vooraan de initialen van Smart Connections (SC).

1) Initialen: Start een zoekvraag altijd met je eigen initialen.

2) Moment: Geef een verzend-, maak- of gebruiksdatum aan de zoekvraag
JJJJMMDD (20170120)

3) Doel: Geef aan waarvoor je de zoekvraag gebruikt

Bijvoorbeeld: Selectie, Dashboard, Analyse, Rapportage etc.

4) Uiting: Geef een vaste noemer met daarachter een duidelijke en specifieke naam zodat de zoekvraag goed herkenbaar is.

Voorbeelden:

- SCTVD – 20190222 - Analyse – Leeftijdsverdeling personen
- SCTVD – 20170706 - Selectie – Maandelijks nieuwsbrief
- SCDS – 20170118 - Selectie – Promotie première Harry Potter
- SCBVB – 200170405 – Subzoekvraag – Alle kopers Harry Potter

3 Structuur en naamgeving van campagnes en campagnestappen

Als gebruiker van het SMP ben je volledig vrij in het aanmaken van campagnes en campagnestappen. Dankzij de gelaagdheid tussen beide onderdelen kun je werken volgens een 'paraplu-structuur': één overkoepelende campagne bevat daarin één of meerdere uitingen, in de vorm van campagnestappen die hieraan zijn gekoppeld.

Smart Connections adviseert daarom om niet voor elke losse mailing een nieuwe campagne aan te maken. Probeer deze te bundelen. Stuur je wekelijks een nieuwsbrief? Maak dan één campagne aan 'Nieuwsbrief jaargang 2028-2029' en maak dan wekelijks een campagnestap (e-mail) aan waarbij je verwijst naar deze campagne. Is het jaargang afgelopen, maak dan pas weer een nieuwe campagne aan. Op deze manier zorg je dat rapportages/dashboards overzichtelijk blijven.

Hieronder vind je we een aantal ideeën om een campagnestap te voorzien van een passende naam. Kleed deze vervolgens verder aan met het specifieke thema in de mailing. Op deze manier kan je jouw campagnestap goed herkennen.

Nieuwsbrief	Promotie
Direct Mail	Leads
Event	Promotie
Reminder	Tevredenheid
Aftermail/Beforemail	Upsell/Cross-sell

Let op: Maak bij het aanmaken van een campagnestap nooit gebruik van speciale tekens (karakters) in de titel! Denk onder andere aan tekens als: '/', '?', '&'. Deze kunnen namelijk problemen veroorzaken in het generen van URLs voor UTM parameters of verwijzingen naar formulieren.

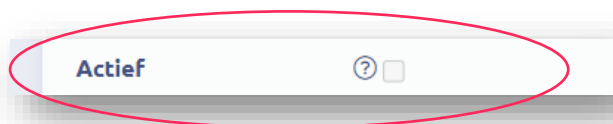
4 Opschoning

Naarmate het SMP langer gebruikt wordt groeit de hoeveelheid opgeslagen data. Dagelijks worden nieuwe zoekvragen gemaakt en campagnes ingericht en verzonden.

Smart Connections adviseert daarom om periodiek, bijvoorbeeld eens per jaar, oude of niet meer gebruikte zoekvragen, campagnes en campagnestappen op te schonen. Voor campagnes bestaat er ook de mogelijkheid om deze eerst te archiveren. In de volgende twee paragrafen lees je hoe dit werkt.

4.1 Campagnes archiveren

Om overzicht te behouden in het grote aantal campagnes is het mogelijk om campagnes te archiveren. Om een campagne te archiveren zoek je de campagne op in de Campagne tabel. Klik de gewenste campagne aan. Hier vind je in het tabblad details, binnen de sectie 'Campagnedetails' het veld 'Actief'. Standaard staat deze aangevinkt. Zodra je deze uitvinkt en klikt op 'Bewaren' dan is de campagne gearchiveerd.



Nadat een campagne is gearchiveerd is deze niet meer direct zichtbaar binnen het eerste zoekresultaat. Je zal dan bewust moeten filteren op het veld 'Actief' is 'Nee' om deze nog terug te zien.

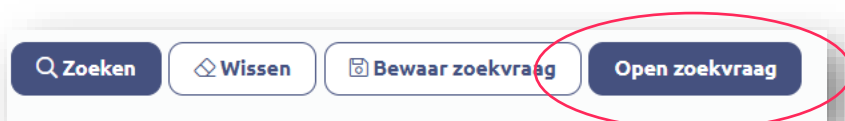
A screenshot of a search interface titled 'Zoeken campagne'. At the top, there are tabs: 'Filter' (active), 'Kolommen', 'Sortering', and 'Meer ...'. Below the tabs is a toggle switch labeled 'Uitgebreid'. The search form contains several input fields: 'Id' with a text input and 'Zoek tot en met' label; 'Campagnenaam' with a text input; 'Eigenaar' with a dropdown menu; 'Type campagne' with a dropdown menu; and 'Actief' with a dropdown menu currently set to 'Nee'. The 'Actief' dropdown is highlighted with a red oval. At the bottom of the form is a button labeled '+ Voeg een zoekveld toe'.

4.2 Verwijderen van zoekvragen, campagnes en campagnestappen

Afhankelijk van jouw gebruikersrechten is het mogelijk om zoekvragen, campagnes en campagnestappen te verwijderen.

4.2.1 Zoekvraag verwijderen

Een overzicht van alle zoekvragen en de mogelijkheid om zoekvragen te verwijderen heb je binnen het zoekvragen overzicht. Om hier te komen ga je naar de Personen tabel en klik je op de actieknop < Open zoekvraag >.



Gebruik hier de zoekvelden om de gewenste zoekvraag te vinden. Het zoekresultaat toont zich hier direct. Klik achteraan de regel in het zoekresultaat op 'Verwijderen' om de gewenste zoekvraag te verwijderen.

Klasse	Omschrijving	Gemaakt op	Maker	Datum laatste aanpassing	Kopiëren	Verwijderen
Persoon		21-03-2025 11:16				

Let bij het verwijderen van zoekvragen op het volgende:

Verwijder een zoekvraag alleen wanneer deze niet langer wordt gebruikt in een actieve campagne of dashboard. Bij een poging tot verwijderen verschijnt automatisch een waarschuwing als de zoekvraag nog ergens aan gekoppeld is. In dat geval kan de zoekvraag (nog) niet worden verwijderd. Ontkoppel de zoekvraag dan eerst van de betreffende campagnestap(pen) en/of dashboard(s) voordat deze definitief verwijderd kan worden.

4.2.2 Campagne of campagnestap verwijderen

Nadat je de gewenste campagne of campagnestap hebt opgezocht verwijder je met behulp van de actieknop < Verwijderen > de betreffende campagne of campagnestap. Deze actieknop is bovenaan zichtbaar.



Let bij het verwijderen van een campagne op het volgende:

Houd er rekening mee dat een campagne pas kan worden verwijderd wanneer er geen verwijzingen meer zijn naar onderliggende campagnestappen.

Let bij het verwijderen van een campagnestap op het volgende:

Verwijder eerst alle bijbehorende contactmomenten in de contactmomenten tabel. Let erop dat je alleen de contactmomenten verwijdert die bij de campagnestap horen.

Heb je de campagnestap nog niet uitgestuurd maar wel testmails verstuurd? Verwijder dan de testcontactmomenten via 'Administratie' bij de campagnestap.

Houd er ook rekening mee dat het verwijderen van een campagnestap gevolgen heeft voor de 'online versie' van eerder verzonden e-mails. Zodra een campagnestap is verwijderd, werkt de online weergave (bijvoorbeeld via een link in een oude e-mail) niet meer. Ontvangers die zo'n link openen, krijgen dan mogelijk een foutmelding of zien geen inhoud meer.

