



B2B E-mailflows Playbook

Zeven scenario's voor B2B e-mailflows.
Allen in de geest van de AVG, strategisch
onderbouwd en klantgericht uitgevoerd

Inleiding

De meeste e-mail automation faalt niet door tooling of strategie, maar door mindset. Organisaties zetten zichzelf centraal en behandelen elke mail als een kans om iets te vragen. Kom naar dit event. Download dit document. Plan een gesprek. Het gevolg is voorspelbaar: irritatie, uitschrijvingen en leads die afhaken precies op het moment dat ze bijna klaar zijn om in actie te komen.

De kern van effectieve automation ligt in een eenvoudig principe dat zelden consequent wordt toegepast: eerst geven, dan pas vragen. Het 'give-give-give-ask'-model dwingt je om waarde te leveren voordat je iets terugvraagt. Inzichten, antwoorden en relevante voorbeelden bouwen vertrouwen op. Pas daarna komt één duidelijke vraag. Wanneer iemand dan klikt, is dat geen reflex meer maar een bewuste keuze met echte intentie.

Maar een sterke mindset alleen is niet genoeg. Zonder duidelijke spelregels en structuur ontstaat alsnog ruis. Daarom begint dit playbook bij het fundament. Heldere opt-in regels, een scherp onderscheid tussen non intent en intent flows, en een lead scoring model waarin gedrag leidend is. Samen zorgen deze elementen ervoor dat je niet alleen meer relevante communicatie stuurt, maar ook beter herkent wanneer iemand klaar is voor de volgende stap.

Van daaruit bouwen we verder naar de praktijk. Met zeven concrete scenario's die de meest voorkomende B2B situaties afdekken, van nurture en download follow-up tot events en re engagement. Elk scenario heeft een eigen rol, maar volgt dezelfde logica: waarde eerst, intentie herkennen en pas vragen wanneer het moment klopt.

Inhoudsopgave

• Scenario 1: De volledige B2B nurture cyclus	3
• Scenario 2: Download follow-up flow	4
• Scenario 3: Event flow	5
• Scenario 4: Customer flow	6
• Scenario 5: Re-engagement en winback flow	7
• Scenario 6: Ad-campagne bridge flow	8
• Scenario 7: Scenario's combineren	9

De volledige B2B nurture cyclus

Non-intent → Intent → SAL/SQL → Re-nurture

Wanneer gebruik je dit scenario?

Het hoofdscenario voor B2B-leadgeneratie. Gebruik het voor een doorlopende relatie met nieuwe leads via thema-mailings. De non-intent flow loopt altijd door, ook als de intent flow is geactiveerd. Re-nurture is de fallback bij een "ja maar later" van sales.

Spelregels

Non-intent afzender	Expert op het thema van de mailing
Intent afzender	Persoon die de lezer straks spreekt
Give-give-give-ask	Min. 3 waarde-mails per ask
Non-intent stopt nooit	Loopt parallel aan intent flow
SAL bij 75+ of handopsteker	Gezamenlijk vastgesteld met sales



Download follow-up flow

Geen apart opt-in-vinkje — wel een duidelijk pakket

Wanneer gebruik je dit scenario?

Content-asset aanbieden zonder apart marketingopt-in. De follow-up mails bieden inhoudelijke meerwaarde bij de download en overtuigen de downloader om zich aan te melden voor de mailing. Deze flow verhoogt de kans van aanmelden, omdat de ontvanger ervaart dat je e-mails van toegevoegde waarde zijn. Niet een reeks van 'Ask' e-mails waar de organisatie voorop staat en niet de klant.

Spelregels

Formulier vermeldt pakket vóór submit

Zonder vermelding: geen mails sturen

Intent afzender

Persoon die de lezer straks spreekt

Give-give-give-ask

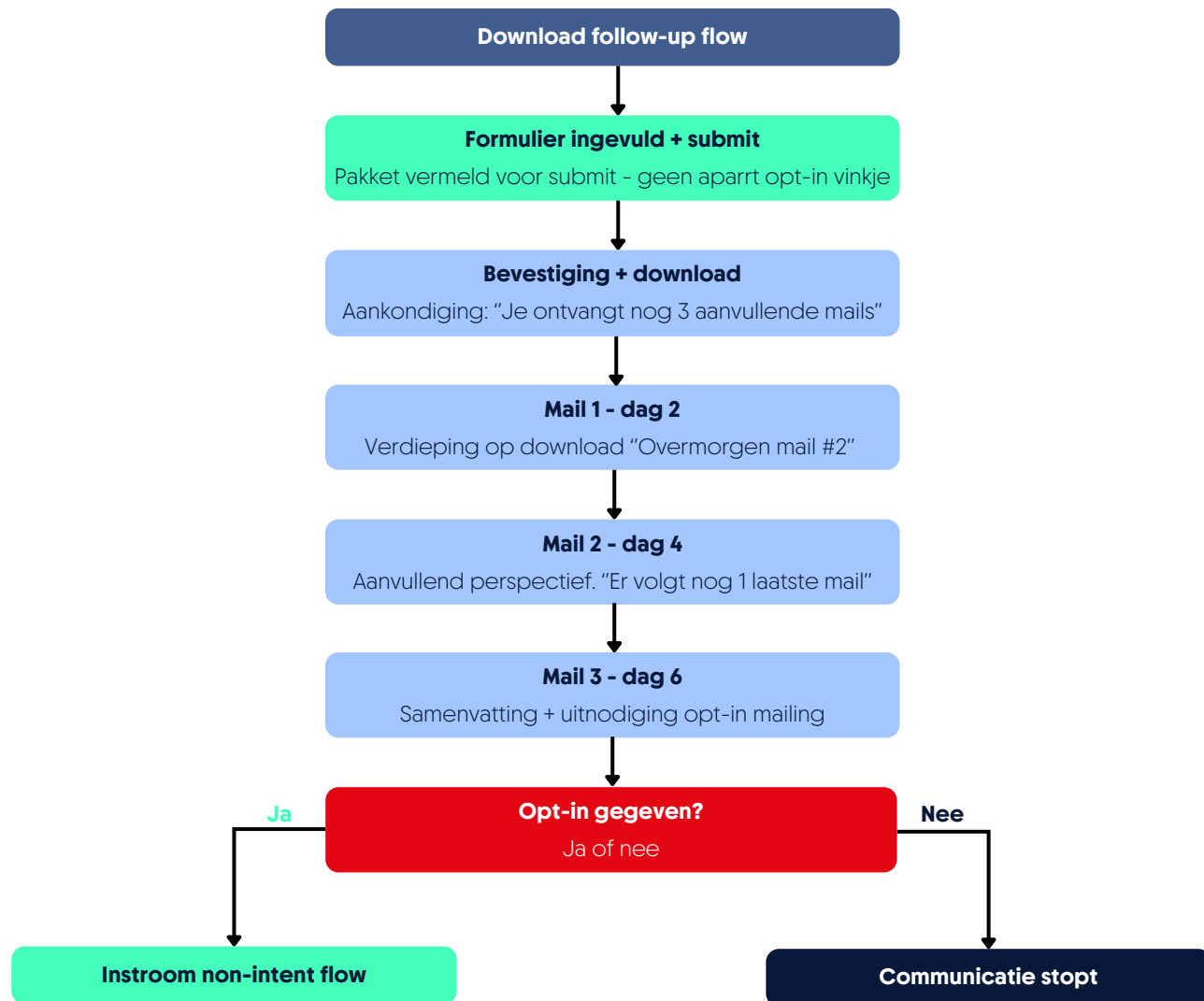
Min. 3 waarde-mails per ask

Non-intent stopt nooit

Loopt parallel aan intent flow

SAL bij 75+ of handopsteker

Gezamenlijk vastgesteld met sales



Scenario 3

Event flow

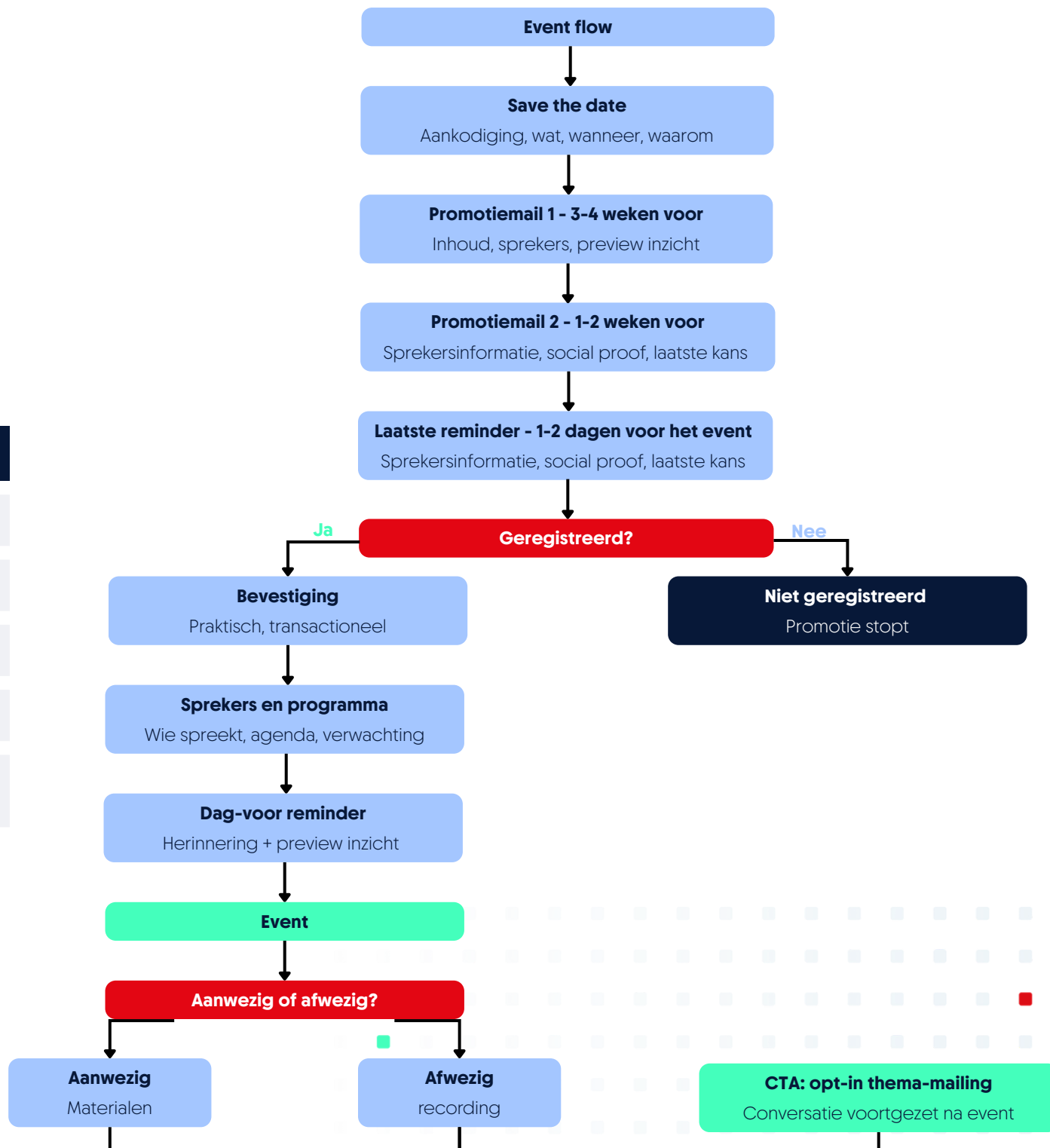
Save the date → Promotie → Bevestiging → Sprekers →
Dag-voor → After-event

Wanneer gebruik je dit scenario?

Gebruik dit voor elk event: webinar, live event, lunch & learn. Het event is een piek in de communicatie, niet het eindpunt. De after-event flow is minstens even belangrijk als de promotie. Altijd afsluiten met uitnodiging voor de thema-mailing.

Spelregels

Promotiemail 2	Sprekersinformatie en social proof
Extra mail na bevestiging	Sprekers, agenda en verwachting
Bevestiging is transactioneel	Geen promotie zonder opt-in
After-event gesplitst	Aanwezig en afwezig apart
Afsluit-CTA	Altijd de thema-mailing - geen directe sales



Customer flow

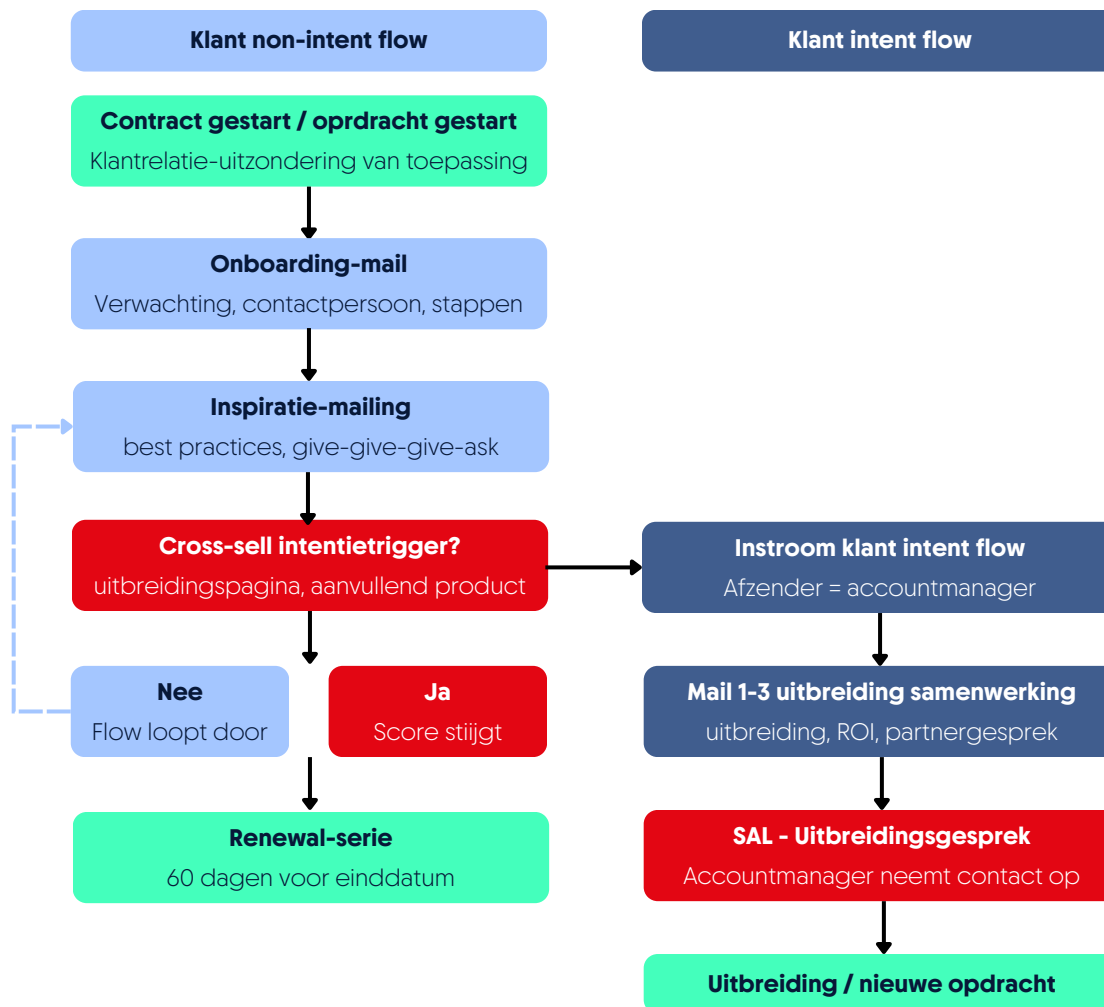
Bestaande klant - inspireren, verdiepen, cross-sell/upsell

Wanneer gebruik je dit scenario?

Voor bestaande klanten. Zelfde architectuur als Scenario 1, maar met klantrelatiesausje: andere toon, content en afzender. Intentietriggers zijn gericht op uitbreiding, niet op een eerste aankoop. Verplicht: check of de klant niet actief heeft uitgeschreven.

Spelregels

Klantrelatie-uitzondering	Geldt voor gelijksoortige producten/diensten
Opt-out checken	Vóór elke mailing — uitzondering vervalt anders
Afzender	Altijd de vaste contactpersoon
Renewal-serie	Starten 60 dagen voor contract-einddatum
Give-give-give-ask	Geldt ook voor klanten



Re-engagement en winback flow

Inactief contact — reactiveren of netjes afsluiten

Wanneer gebruik je dit scenario?

Als een contact met opt-in niet meer reageert op clicks of websitebezoeken. Apple Mail Privacy Protection maakt opens onbetrouwbaar. Gebruik altijd clicks en sessies. Een kleinere actieve lijst presteert beter dan een grote inactieve.

Spelregels

Nooit opens als trigger

Apple MPP maakt open rates onbetrouwbaar

Inactiviteit

Geen click of sessie in scorevervalperiode

Maximaal 3 mails

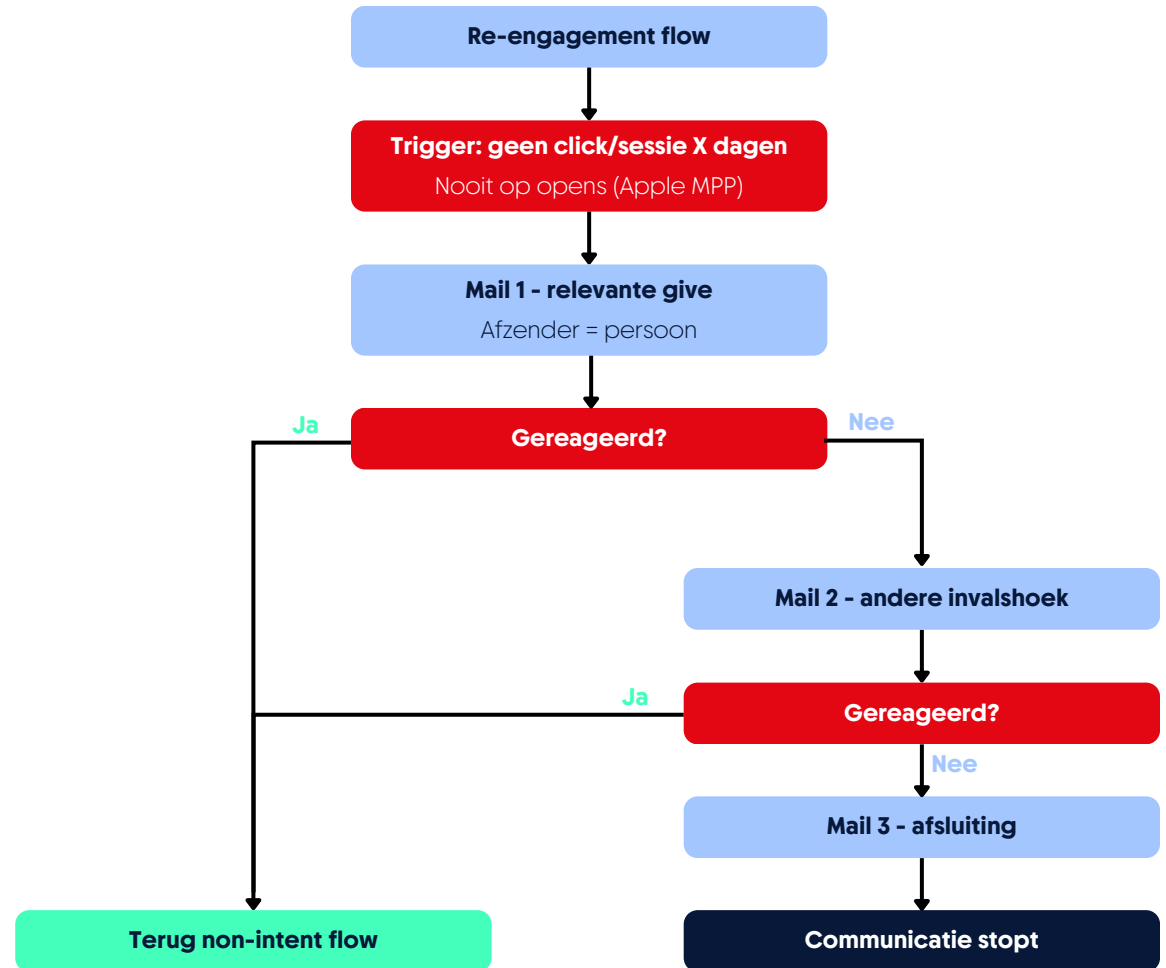
Dan transparante afsluiting of suppression

Afzender

Altijd een persoon — niet het merk

Exit is geen mislukking

Lijsthygiëne is strategisch



Ad-campagne bridge flow

Bottom-of-funnel advertentie → persoonlijke brug naar sales

Wanneer gebruik je dit scenario?

Na een bottom-of-funnel advertentie-conversie (LinkedIn, Google).
Direct naar sales sturen is vaak te snel. Drie mails vanuit de salesperson warmen het contact op. Opt-in op de landingspagina is verplicht.

Spelregels

Opt-in verplicht op landingspagina

Buiten klantrelatie-uitzondering

Alle mails vanuit salesperson

Plain-text — niet de merk-template

Aansluitend op de ad-belofte

Geen generieke bedrijfspresentatie

Max 3-4 mails in 7-10 dagen

Compacter dan reguliere intent flow

Exit

Geen reactie → instroom non-intent flow



Scenario's combineren

Playbooks staan niet op zichzelf - combineer slim

Wanneer gebruik je dit scenario?

De architectuur is steeds hetzelfde: non-intent + intent + overdracht. Wat verandert is het sausje per situatie. Combineer scenario's om het aantal flows beheersbaar te houden

Spelregels

S2 + S1

Download opt-in → instroom non-intent

S3 + S1

After-event opt-in → instroom non-intent

S6 + S1

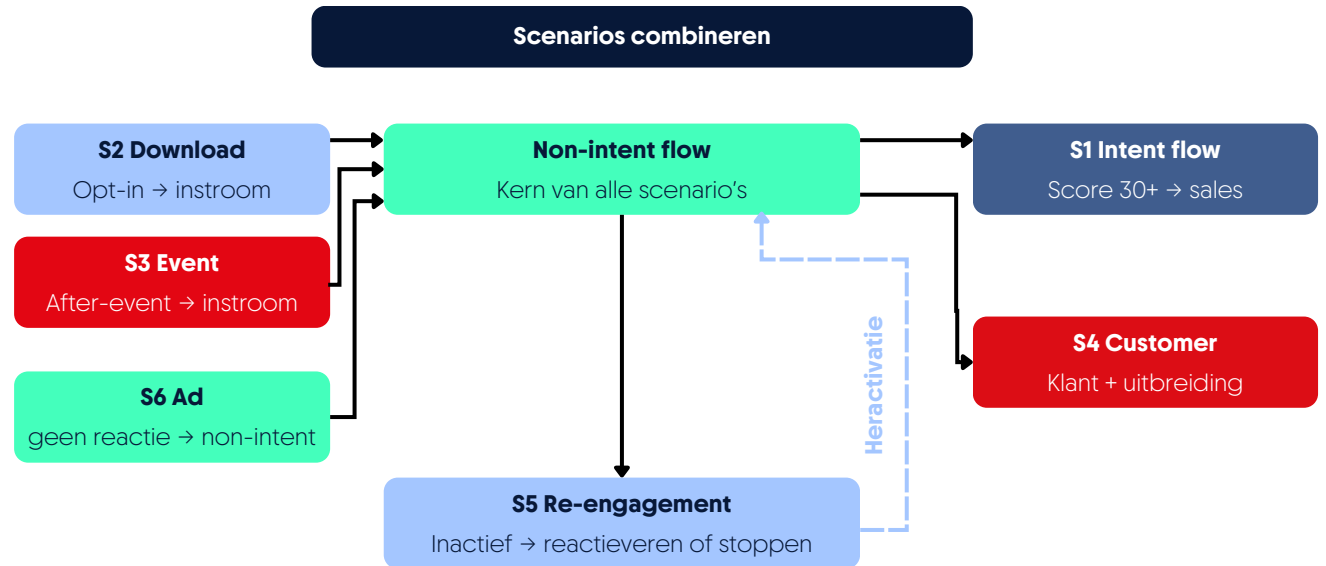
Geen ad-reactie → instroom non-intent

S4 = S1 + klantrelatiesausje

Zelfde architectuur, andere toon

S5 + S1

Heractivatie → terug in non-intent



Architectuur is steeds hetzelfde

Non-intent + intent + overdracht
Wat verandert: toon, inhoud en afzender

Op de hoogte blijven van AI en technologie?

Blijf op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen in technologie, AI en marketing.

Meld je aan voor de Tech & AI mailing en ontvang praktische inzichten, trends en inspiratie direct in je inbox.

[Meld je aan voor de Tech & AI mailing.](#)



Maanlander 39 ■ 3824 MN Amersfoort ■ +31(0)337370250

info@marketingguys.nl ■ www.marketingguys.nl