

## Direct mail review

Mits goed uitgevoerd is en blijft Direct Mail een interessante manier om klanten te trekken en te binden. Daarom bespreken we ieder nummer mailings die de aandacht trekken.

# Zelfde uitdaging, andere oplossingen

Het is bijna onmogelijk om de Algemene Periodieke Keuring, kortweg APK, te vergeten. Ruim van tevoren vliegen de brieven met herinneringen daaraan je om de oren. Slim natuurlijk, want de APK is verplicht en vergeet het niet, want dat levert een fikse boete op. Bovendien zijn de benodigde gegevens, zoals keuringsdatum en NAW, voor dit soort acties openbaar en eenvoudig verkrijgbaar bij de RDW. Maar hoe garages die gegevens gebruiken, verschilt flink.

Met straatlengte voorsprong

## Kwik-Fit wint APK mailingrace

Onlangs ploften er maar liefst vier brieven van vier verschillende afzenders met dezelfde boodschap op de mat. Alle brieven waren verpakt in voorbedrukte vensterenveloppen. Bij Kwik-Fit waren alleen het retouradres en de frankeer-aanduiding in één kleur afgedrukt en geen logo's. Een zuinig bedrukte en daardoor minder opvallende envelop. Wel was de inhoud bij Kwik-Fit spannender, want onderaan de A4-brief zijn twee gemakkelijk afscheurbare persoonlijke kortingscoupons geïntegreerd. Daarmee sprong deze mailing er het meest uit. Bovendien was ook de achterzijde van deze mailing optimaal gebruikt om autobezitters te informeren over het 'hoe en wat' van APK en subtiel te wijzen op andere diensten van de Kwik-Fit garage. Daarnaast was ook de aanbieding het scherpst. Wel moest je daarvoor de coupon met je naam en kortingscode inleveren, maar wie wil dat nou niet? In deze APK mailingrace eindigde Kwik-Fit op de eerste plaats met straatlengte voorsprong op Profile Tyrecenter, de Vakgarage en de plaatselijke Bosch Car Service.



**BEORDELING** Kwik-Fit , de andere 

**PERSONALISATIE** In de ruimte achter het adresvenster NAW-gegevens en op de coupons naam en kortingscode.

**CALL TO ACTION** Maak een afspraak voor APK, in combinatie met een kleine of grote beurt nog meer voordeel.

**TIMING** Ruim op tijd, zes weken voor de verplichte APK.

**MAILPACK** C5-vensterenvelop met dubbelzijdig bedrukte brief met onderaan twee afscheurbare coupons.

**GESLAAGD** Prima uitgevoerd, onderscheidend en laagdrempelig om een afspraak voor de APK te maken.

**MINDER GESLAAGD** De envelop is alleen functioneel bedrukt, zonder extra attentiemogelijkheid.



WIJ NEMEN UW APK NET ZO SERIEUS  
ALS ONDERHOUD EN GARANTIE



Tekst Peter Zwetsloot

## Waarschuwing voor de APK

# Voordeel ver te zoeken

Op de voorkant van de A5-mailing van Volvo springt het navigatiescherm in het oog. Niet het scherm zelf, maar de volledig gepersonaliseerde boodschap trekt de aandacht. Het betreft een waarschuwing voor de APK. De melding in het scherm roept de geachte heer of vrouw berijder van de Volvo met het afgebeelde kenteken op om te bellen voor een afspraak. Uiteraard klopt alle variabele informatie. Om in aanmerking te komen voor een gratis APK moet wel gelijktijdig een onderhoudsbeurt worden afgesproken. Dus erg veel voordeel levert deze actie de trouwe Volvo-klant niet op. De mailing creëert een beetje een 'sigaar uit eigen doos'-gevoel. Daar is het wel een kostbaar geheugensteuntje voor.

**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒

**PERSONALISATIE** In de gehele mailing. Aan de voor en achterzijde van de gevouwen kaart, waarbij de achterzijde tevens adresdrager is en binnenin, in de aanhef en in de tekst.

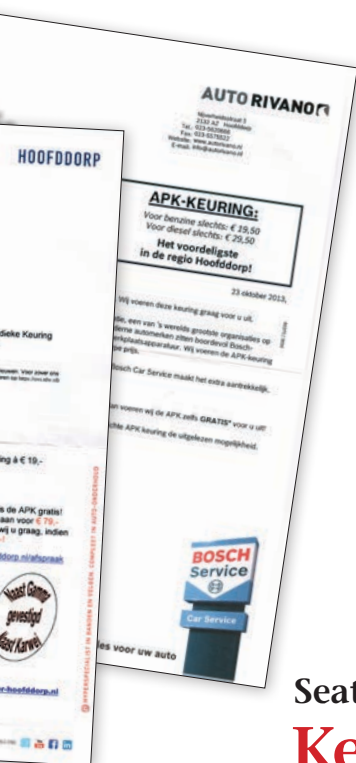
**CALL TO ACTION** Uw Volvo is toe aan de APK, bel voor een afspraak.

**TIMING** Twee maanden voor de wettelijke verplichte APK.

**MAILPACK** Vensterenvelop in Volvo-huisstijl en liggende A5 in tweeluikuitvoering.

**GESLAAGD** Creatief gebruikt gemaakt van (persoonlijke) gegevens uit de database.

**MINDER GESLAAGD** Het echte voordeel is ver te zoeken.



## Seat's slimme maatwerkmailing

# Kenteken en kleur kloppen

Bij Seat brengen ze de APK op een andere manier onder de aandacht. Seat-rijders, die hun auto bij de dealer in onderhoud hebben, ontvangen keurig op tijd een fullcolour A5-ansichtkaart. Aan de voorzijde is het front van de auto en een nummerplaat afgebeeld. Bijzonder? Toch wel, want het kenteken en de kleur van de auto kloppen helemaal met de werkelijkheid. De basisgegevens komen uit de database van de RDW en zijn verrijkt met informatie van de importeur. Daardoor ontstaat deze slimme maatwerkmailing. Iedere ansichtkaart is volkomen uniek. Het is en blijft wel de vraag of de ontvanger in de gaten heeft, dat aan deze mailing zoveel aandacht is besteed.



**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒

**PERSONALISATIE** Aan voorzijde kenteken en kleur van de auto en op achterzijde naam en adresgegevens, aanhef en type Seat in tekst.

**CALL TO ACTION** Oproep om naar de garage te komen voor de verplichte APK.

**TIMING** Twee maanden voor de APK.

**MAILPACK** Digitaal gedrukte A5-ansichtkaart in fullcolour.

**GESLAAGD** Slim, simpel en uniek tegelijk.

**MINDER GESLAAGD** De ansichtkaart is niet gelamineerd en komt daardoor geheid beschadigd over, zonde!



## MyCITROEN Card

# Alle voordelen op bankpasformaat

Citroën grijpt de Algemene Periodieke Keuring (APK) aan om de Citroën Card te promoten. Want voor wie zich hiervoor aanmeldt, is de APK helemaal gratis. De mailing voor de MyCITROEN Card is uitgevoerd op bankpasformaat. Het is een compact boekje, dat bestaat uit een boven- en onderkant, die door een zigzag gevouwen papierbaan één geheel vormen. De bovenzijde is gepersonaliseerd met naam en kenteken. Op de papierbaan staan alle voordelen van de MyCITROEN Card vermeld. Het woord 'Gratis' wordt in iedere kopregel gebruikt, dat kan niet missen. Precies de bedoeling natuurlijk, want dat spreekt ons zuinige Nederlanders altijd aan. Aan het einde van de voordelenreeks wordt opgeroepen om de card online aan te vragen of gewoon naar de Citroën Erkend Reparatriceur te gaan voor een gratis APK. Een professioneel staaltje klantenbinding.

**BEOORDELING** [XXXXXX]

**PERSONALISATIE** Aan de voorzijde van de mailing en op de envelop.

**CALL TO ACTION** Vraag aan en profiteer van gratis APK.

**TIMING** Zes weken voor de keuringsdatum.

**MAILPACK** Een kleine envelop (140 x 90 mm) met daarin de mailing.

**GESLAAGD** De mailing is klein uitgevoerd, maar het voordeelgevoel is groot.

**MINDER GESLAAGD** Je moet even zoeken naar het 'waarom' van deze mailing.

Toyota ziet klanten graag naar de garage komen

## Warm Winter Welkom en Vakantie Check

Toyota maakt er een goede gewoonte van om haar klanten tweemaal per jaar uit te nodigen voor een bezoek aan de garage. Eenmaal voor de zomer en eenmaal voor de winter. In het voorjaar richt de boodschap zich op een zorgeloze reis naar de vakantiebestemming. In het najaar organiseert het Japanse automerk een zogeheten Winter Welkom-week. Tijdens beide actieperioden wordt de Toyota op cruciale punten gecontroleerd. In de zomer op 15 en in de winter zelfs op 16 punten. In de winter is de check gratis, in de zomer niet. Dan is wel de Airco Check gratis. Een afspraak maken is zo gebeurd. Het liefst via [toyota.nl/winterwelkom](http://toyota.nl/winterwelkom) of /vakantiecheck. Bellen kan ook, want de gegevens van de Toyota-dealer staan ook in de mailing, uiteraard.

### WINTER WELKOM

**BEOORDELING** [XXXXXX]

**PERSONALISATIE** Naam, adres en in de aanhef.

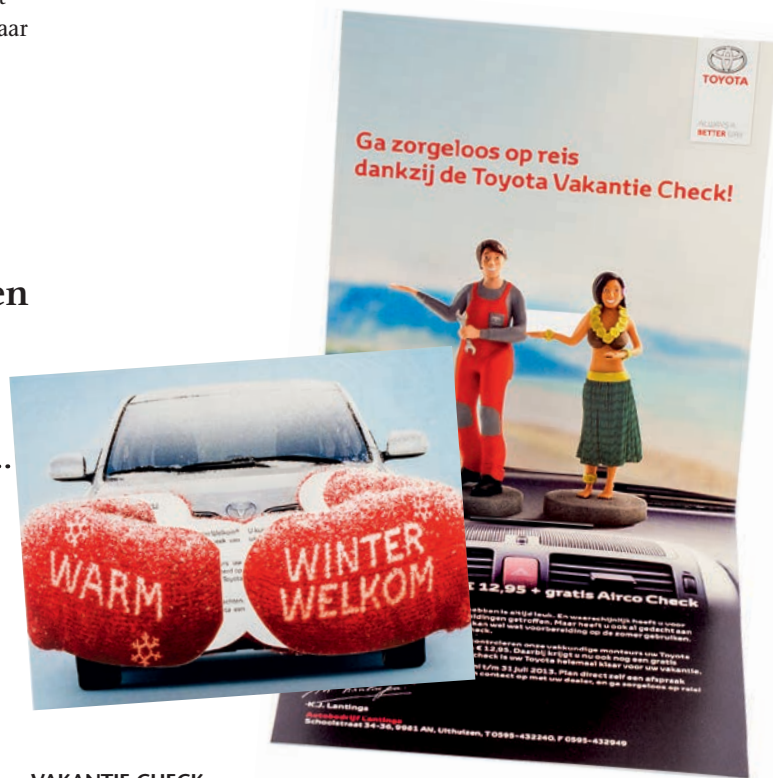
**CALL TO ACTION** Doe de gratis check tijdens de Winter Welkom Week.

**TIMING** Drie weken voor de actieweek begin november.

**MAILPACK:** Een dubbelzijdige A5-kaart, verstuurd in een sealverpakking.

**GESLAAGD** Deze mailing prikkelt en moet je openen om de boodschap te lezen. Leuk bedacht en het geeft je inderdaad een Warm Winter Welkom-gevoel.

**MINDER GESLAAGD** In de mailing zelf staat: 'maak kans op een winters weekend weg', maar daar wordt verder met geen woord over gerept.



### VAKANTIE CHECK

**BEOORDELING** [XXXXXX]

**PERSONALISATIE** Naam, adres en in de aanhef.

**CALL TO ACTION** Doe de Toyota Vakantie Check.

**TIMING** Kort voor de actieperiode van 1 juni tot en met 31 juli.

**MAILPACK** Een dubbelzijdig vierkante kaart, die je openklapt om de boodschap te kunnen lezen en verzonden in een sealverpakking.

**GESLAAGD** Een leuk en creatief idee met pop up-beelden die bij het openen van de mailing in één oogopslag duidelijk maken waar het over gaat.

**MINDER GESLAAGD** Aan de buitenzijde van de mailing wordt geen gebruik gemaakt voor extra attentie voor de boodschap aan de binnenkant. Nu oogt deze mailing door de sealverpakking wat saai, maar is dat niet.