

## 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.

# Zomertijd

Een Ansichtkaartje doet het altijd goed in de zomer, zeker als die vergezeld gaat van een mooie actie. Maar een zomerse groet kan ook iets te ver gaan, bijvoorbeeld als een factuur op die manier wordt 'vermomd'.

## MultiCopy zet de joker in Zomertroeven

Welke joker zet u in deze zomer?', was de hamvraag in de voorjaarsmailing van MultiCopy The Communication Company. En dat MultiCopy kan helpen om jokers in te zetten, blijkt wel uit de bijlage. In een zigzag gevouwen folder wordt een aantal voorbeelden gegeven van nog persoonlijkere, opvallendere, modernere, gerichtere en effectievere communicatie. Voor MultiCopy is de zomer de tijd van het jaar om die troeven uit te spelen en te helpen met een communicatie-opfrisbeurt. Om dat nog aantrekkelijker te maken, wordt een bescheiden zomerkorting in het vooruitzicht gesteld. Allemaal goed bedacht. Veel MKB-ondernemers hebben zomers 'iets' meer rust, ruimte en inspiratie om achterstallig communicatie-onderhoud te (laten) plegen. MultiCopy The Communication Company wil hen daarin graag ontzorgen en zet in ieder geval met deze mailing zelf de joker in.



**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒

**AANBOD:** Communicatie-opfrisbeurt

**DOELGROEP:** MKB-klanten

**MAILPACK:** Brief en folder op A5-formaat in seal

**GESLAAGD:** Er wordt slim op het thema 'zomer' ingespeeld, de periode van het jaar waar vrijwel iedereen naar toe leeft. De voorbeelden in de folder maken helder welke zomertroeven MultiCopy wil helpen uitspelen.

**MINDER GESLAAGD:** Tja... ook MultiCopy-mailingen kunnen nog persoonlijker in de aanhef. In plaats van 'geachte heer achternaam'... 'beste voornaam', bijvoorbeeld. En de kans om de ontvanger een mooie zomer te wensen, wordt in deze mailing gemist.



## Niet omdat het moet, maar omdat het kan Gewoon internetten in buitenland

Tele2 is blij met haar klanten en laat dat regelmatig blijken. Zo stuurde Tele2 voor het zomerreces de trouwe gebruikers van zijn internetdiensten een grappig kaartje. De boodschap op dit kaartje was meer dan grappig, want Tele2 vertelde de geadresseerde dat zij of hij in het buitenland gewoon kan blijven internetten. 'Omdat we zo blij zijn met je als klant, krijg je deze zomer 100MB cadeau', viel er op de achterzijde van de kaart te lezen. Daar hoefde je verder niets voor te doen, alleen de grens over, natuurlijk. 'Trek het internet helemaal leeg', was het advies. Nou dat is zeker voor de jeugdige Tele2-klanten niet tegen dovemansoren gezegd. Een mooie actie, niet omdat het moet, maar omdat het kan.



**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒

**AANBOD:** 100MB internet in het buitenland cadeau

**DOELGROEP:** Tele2 klanten

**MAILPACK:** Ansichtkaart

**GESLAAGD:** Goede timing, zonnige aanbieding, op eenvoudig, maar grappig kaartje

**MINDER GESLAAGD:** Tele2 vergeet de klant een prettige vakantie te wensen, maar met zo'n aanbieding spreekt dat voor zich.



## Zomers verhuisbericht van Heidelberg Dubbele boodschap

De Nederlandse vestiging van Heidelberg, vooral bekend als fabrikant van degelijke drukpersen van Duitse makelij, is dit voorjaar verhuisd. Vanuit de nieuwe locatie in Haarlem stuurden zij daarom een kaartje met een dubbele boodschap. Op de achterzijde van de kaart staan de nieuwe adres- en contactgegevens en op de voorzijde staat: 'We wensen u een fijne zomer'. Daarmee vangt Heidelberg twee vliegen in één klap. Een zomergroet wekt altijd sympathie op. Ben nu al benieuwd naar volgend voorjaar. Valt er dan opnieuw een kaartje met 'zonnige groeten van Heidelberg' op de mat?

**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒

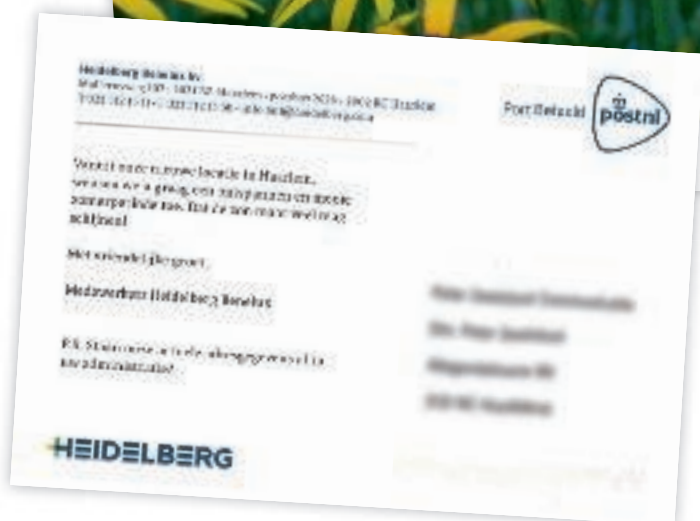
**AANBOD:** Verhuisbericht en zomergroet

**DOELGROEP:** Relaties van Heidelberg

**MAILPACK:** Ansichtkaart

**GESLAAGD:** Nuttige informatie in een sympathiek jasje

**MINDER GESLAAGD:** Wel gepersonaliseerd in de adresgegevens, maar verder niet. Het kaartje kan dus nog persoonlijker, dat maakt de boodschap nog warmer.





## Vier de zomer met *De Volkskrant* Dubbeldik

**D**e *Volkskrant* had dit voorjaar ook duidelijk zin in de zomer en stuurde een mailing met scherpe zomeraanbieding. Speciaal bedoeld om de krant eens te proberen, voor maar één euro per week. Geen geld natuurlijk en je krijgt er ook nog eens dat dubbeldikke zomermagazine bij. Vakantievierders hoeven er niet voor thuis te blijven, want het valt ook allemaal digitaal via de website en apps te lezen. Voor wie na de actieperiode uitgelezen is, stopt de aanbieding automatisch. Om gebruik te maken van deze zomeraanbieding kon je simpel een, al deels van NAW-gegevens voorziene, antwoordkaart invullen en opsturen. Online aanmelden kon ook natuurlijk. Dat leverde zelfs als extraatje een puzzelboekje op. Inzenders van de traditionele antwoordkaart lopen dit stukje van de puzzel mis.

**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒☒

**AANBOD:** 4 weken *De Volkskrant* met dubbeldik zomermagazine

**DOELGROEP:** Nog-niet-abonnees

**MAILPACK:** drieluiks selfmailer met geïntegreerde antwoordkaart

**GESLAAGD:** Goed verzorgde mailing, heldere boodschap en scherpe aanbieding

**MINDER GESLAAGD:** De actie zal liefhebbers die de krant en het magazine liever op papier lezen en op vakantie gaan, minder aanspreken.

## Zonnige groeten uit Hoofddorp Op verkeerde been

‘**W**at een grappig en leuk bedrukte envelop, een zomer-mailing van MultiCopy’, dacht ik. Dat bleek niet zo te zijn, in de envelop zat de factuur van een opdracht. Op zich prima, maar de bedrukking zette me wel even op het verkeerde been. Er zat wel een bijsluiter met ‘zonnige groeten uit Hoofddorp’ ingesloten. Daarop wenste het hele team van MultiCopy The Communication Company Hoofddorp me een prettige vakantie. Ook werd er fijntjes aangegeven dat zij zelf, tussen de vakanties door, doorwerken en dat het mogelijk is om via internet vanaf het vakantieadres drukwerk te bestellen. Allemaal goed bedoeld, meedenkend, sympathiek en passend bij de persoonlijke en servicegerichte ervaring die ik met de mensen van deze MultiCopy-vestiging heb. De volgende factuur zie ik dan ook graag weer tegemoet, maar graag in een minder uitbundig bedrukte envelop. Of nog liever digitaal, want dat is tegenwoordig voor facturen heel normaal. En ‘de zonnige groeten’? Als ansichtkaartje per post, bijvoorbeeld. Kaartje, kleine moeite, nog altijd groot plezier.



**BEOORDELING** ☒☒☒☒☒☒

**MAILPACK:** Factuur en zomerse boodschap in opvallend bedrukte envelop

**GESLAAGD:** Sympathiek, meedenkend en warm

**MINDER GESLAAGD:** De combinatie van een factuur met bijsluiter is in dit geval iets te enthousiast en daardoor – hoe goed bedoeld ook – een tikkeltje misleidend.