

# Practiquette en Easy Response Twee keer zoveel succes

Het tweede goede voorbeeld van succesvolle direct-mailacties betreft etikettenproducent Practiquette. Met behulp van een mailing met de Easy Response Card verdubbelde het conversiepercentage.

**Doel:** bevorderen verkoop van persoonlijke etiketten

**Doelgroep:** consumenten (klanten waarvan geen e-mailadres bekend is)

**Communicatiedoelstelling:** aankoop producten

**Budget:** 17.000 euro

**Oplage:** 25.000 (via TNT Post) en 15.000 (via alternatieve verspreider)

**Resultaat:** bijna verdubbeling van het conversiepercentage

**Dm-middel:** Easy Response Card

**Branche:** thuiswinkelbedrijven



Vorkant Easy Response Card



Achterkant Easy Response Card

## Uitdaging

Practiquette BV richt zich op het produceren en afleveren van persoonlijke etiketten. Via de website kunnen bedrijven en consumenten diverse soorten etiketten bestellen. De uitdaging voor Practiquette is om klanten van wie geen e-mailadres bekend is, met een fysieke mailing te bewegen tot aankoop.

## Aanpak

Klanten van wie het e-mailadres niet bekend is bij Practiquette ontvangen normaal gesproken een brochure met een bestelcoupon. TNT Post was van mening dat de respons op de mailing vergroot kon worden door gebruik te maken van de Easy Response Card. Snel en laagdrempelig. Uit-

eindelijk zijn 25.000 Easy Response Cards via TNT Post verstuurd en 15.000 van de gebruikelijke brochures via een alternatieve verspreider. Op de achterkant van de kaart het gewenste product aanvinken, op de voorkant de gegevens voor op het gewenste product invullen. Door het verwijderen van de sticker kon men de kaart eenvoudig (en gratis!) terugsturen. Of een bestelling plaatsen via het websiteadres, vermeld op de achterkant van de kaart.

## Inzet van middelen

Creatie door Use, productie door Borrias, mailverzending door TNT Post (via Economy). Verwerking en analyse in eigen beheer.

## Resultaat

De mailing met de Easy Response Card heeft geleid tot bijna een verdubbeling van het conversiepercentage. Het conversiepercentage van de gebruikelijke brochure bedroeg 1,6 procent terwijl het conversiepercentage van de Easy Response Card op 2,9 procent uitkwam.

## Vervolgactie

Een nieuwe website met nieuwe producten. Voor Practiquette reden genoeg om binnenkort nogmaals de Easy Response Card in te zetten. Ook de klanten met e-mailadres zullen dit keer benaderd worden, middels Budgetmail van TNT Post.