



eTeaser/Reminder

Voor meer respons op uw mailing

U wilt meer aandacht voor uw mailing én meer respons? Zet dan de eTeaser/Reminder in. De boost voor uw dm-succes! Dit crossmediale dm-concept combineert de voordelen van een fysieke mailing met die van digitale media. Door vooraf per e-mail of sms de eTeaser te sturen, vergroot u het bereik en de attentiewaarde van uw hoofdmailing. De eReminder achteraf verhoogt nog eens uw respons en conversie.

**‘Uitgekiende
mediamix en timing
vergroot
effectiviteit’**

sure *we can*



post

eTeaser/Reminder

Met de eTeaser/Reminder benut u de kracht van dm en digitale media optimaal. U kunt de juiste boodschap via het juiste kanaal overbrengen op het meest ideale tijdstip. Hiermee intensiveert u uw campagne en beïnvloedt u sterker de houding en het gedrag van uw doelgroep.



Eenvoudig en goedkoop

eTeaser/Reminder is een exclusief product van TNT Post.

Als innovatieve specialist op het gebied van logistiek en communicatie bieden we u hiermee graag een unieke meerwaarde. Een complete

oplossing voor de verzending van uw fysieke en digitale mailing bij één partner die alles voor u verzorgt. Inclusief het terugkoppelen van de resultaten. U levert de afbeelding en de eventuele data aan en wij regelen het voor u. Dat is heel wat eenvoudiger en goedkoper dan wanneer u zelf een digitale campagne zou moeten opzetten!

‘Opvallend op de mat én in de inbox’

Extra redenen om eTeaser/Reminder in te zetten:

- Uw mailing valt op tussen de overload aan commerciële informatie.
- Een boodschap via meerdere kanalen heeft een groter bereik en wordt beter onthouden.
- Het biedt u de marketingmogelijkheden van nieuwe media, zoals een geavanceerdere afstemming van tijd en plaats.
- Door de terugkoppeling van de resultaten verzamelt u gegevens die u kunt benutten voor toekomstige acties.

Case SPS Superstar

Doel

Modeketen SPS Superstar wil het winkelbezoek door vaste klanten laten toenemen. Niet alleen in de week na de mailing, maar gedurende een periode van vijf weken voor Kerst. Daarnaast wil men de toegevoegde waarde van de eReminder testen.

Oplossing

Er zijn twee varianten van de mailing verstuurd. De eerste bestond uit alleen de hoofdmailing; een magazine met kortingsbon. De tweede bestond uit dezelfde hoofdmailing opgevolgd door de eReminder, waarmee nogmaals de kortingsbon per e-mail werd verstuurd.

Resultaat

Van de ontvangers heeft 37% de winkel al bezocht. Op de meerderheid heeft de eReminder een positieve invloed. De mailing met eReminder heeft een groter bereik (88% vs 75%) en past beter bij het merk (91% vs 86%). De meerderheid is zeer positief over het fysieke magazine en spreekt voorkeur uit voor de digitale reminder. Ontvangers van de eReminder herkennen veel vaker de afbeelding van het magazine en de kortingsbon.



Opdrachtgever Petra van der Vooren, Marketing & PR manager Coltex B.V.:
“Deze mailing heeft aangetoond dat de combinatie van fysiek en digitaal elkaar versterkt. Door de eReminder hebben we veel langer en meer effect gehad van onze mailing!”

Wij zijn altijd bereikbaar

Neem contact op met uw accountmanager TNT Post of kijk op www.tntpost.nl

sure we can

