

Doel:	verkopen van kleding
Doelgroep:	consumenten (eigen klanten)
Communicatiedoel:	winkeltraffic
Type mailing/verspreiding:	geadresseerd
Budget:	35.000 euro
Oplage:	80.000 (direct mail) + 11.000 (e-reminder)
Resultaat:	31% (winkeltraffic)
TNT-product:	e-reminder
Branche:	retail/detailhandel

Uitdaging

SPS superstar is een winkelketen voor dameskleding. Zij wil haar bestaande klanten in de periode voor kerst naar de winkel trekken. Hoe kan SPS Superstar ervoor zorgen dat de klanten niet alleen de week na de mailing naar de winkel komen, maar ook de periode daarna?

Aanpak

SPS Superstar kiest ervoor alle vaste klanten een brochure in de vorm van een magazine te sturen. In het magazine zit een kortingsbon voor kleding plus een cadeaubon voor een tas t.w.v. € 25,-. Een deel van de klanten ontvangt, een week na het magazine, een reminder per e-mail. Hierin wordt de klant nogmaals gewezen op de cadeaubon en kortingsbon. Met de Mail Monitor online van TNT Post is de communicatiekracht en effectiviteit van zowel de hoofdmailing als de e-mail reminder gemeten.

Resultaat

Ontvangers waarderen het magazine van SPS Superstar zeer. Ze vinden het blad opvallend, onderscheidend en niet opdringerig. Daarnaast heeft maar liefst 31% van de ontvangers de winkel bezocht. De e-reminder heeft op een aantal aspecten toegevoegde waarde naast het magazine; de doelgroep die zowel het magazine als de e-reminder ontving, is significant vaker bereikt (88% versus 75%) en vindt de mailing nog beter passen bij de organisatie (91% versus 86%). Daarnaast is door de e-reminder het aantal winkelbezoeken vijf weken lang hoger gebleven dan normaal. De meerderheid van de ontvangers geeft de voorkeur aan een digitale reminder boven een fysieke reminder. Kortom: de juiste boodschap via het juiste kanaal werkt: informeren via een fysieke mailing en een reminder van de actie per e-mail!

Inzet van TNT Post oplossingen



Doelgroep



Creatie

Cendris (e-mail reminder)



Productie

Cendris



Verzending

De fysieke hoofdmailing is verstuurd door TNT Post. De e-mail is verstuurd door Cendris



Verwerking & analyse

De resultaten van de mailings met en zonder reminder zijn gemeten met Mail Monitor Online. Daarnaast is de e-mail rapportage verzorgd door Cendris

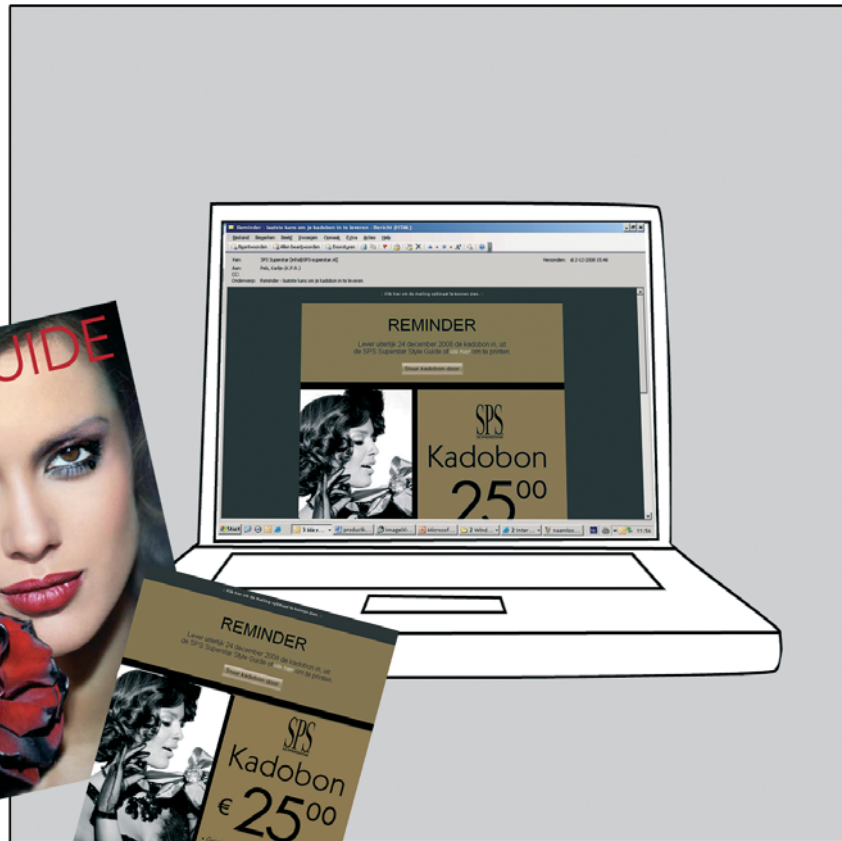
Testimonial:

Petra van der Vooren (Marketing & PR manager Coltex B.V.): 'deze mailing heeft aangetoond dat de combinatie van digitaal en fysiek elkaar versterkt! Door de digitale reminder hebben we veel langer plezier en effect gehad van onze mailing'.

Voorbeeld SPS Superstar



fysieke mailing (magazine)



e-mail reminder

