

# Conversie verhogen in de check-out?

Lees hoe Prénatal haar online conversie verbetert met de PostNL Adrescheck

Veel mensen in Nederland kennen de winkels van Prénatal, waar je alles vindt wat je nodig hebt voor ouder en kind. Ook online wordt de winkel druk bezocht. Daniel Dunk, manager e-Commerce: “Wij hebben vooral veel jonge klanten, tussen de 25 en 35 jaar oud. Die zijn bijna volledig mobiel en daar willen we graag op inspelen. Vooral om het bestelproces zo gemakkelijk en snel mogelijk te maken. De producten van PostNL Data Solutions helpen daarbij.”

Daniel Dunk is manager e-Commerce bij Prénatal: “Het komt erop neer dat ik van A tot Z verantwoordelijk ben voor wat er in de webshop gebeurt. Van de resultaten, acties, marges, marketing tot aan het webdesign en user design toe. Samen met een team sta ik voor de online kant van Prénatal. Daarbij werken we ook met producten van PostNL, waaronder de Adrescheck.

## Het juiste adres voor bestellingen

Sinds de huidige versie van de webshop in 2017 werd gelanceerd zet Prénatal de Adrescheck in. Daniel Dunk: “Voor een webshop is het cruciaal dat je de conversie kunt verhogen in de check-out. Dan helpt het ook dat bepaalde velden automatisch worden ingevuld voor de klant. Doordat de adresgegevens meteen worden gecheckt,



halen we ook de foutmarge omlaag. Hiermee voorkomen we bijvoorbeeld dat bestellingen kwijtraken. Onze online en mobiele klantvriendelijkheid is flink toegenomen door de inzet van de Adrescheck en dat is erg belangrijk voor ons.”

## Ervaring met 1000+ webshops

Daniel Dunk heeft positieve ervaringen met PostNL en de samenwerking: “We versturen al jaren heel wat pakketjes via PostNL. Het was fijn te merken dat ze als ervaren partij pro-actief met ons meedachten en Adrescheck direct in het contract meenamen. Wij zijn daarin goed geholpen. Voor alle partijen is het toch fijn dat die Adrescheck aanstaat. Voor ons als verzender, voor PostNL als bezorger en natuurlijk ook voor onze klanten.”



“Het mooie van PostNL is dat ze zo’n breed aanbod hebben. Van Data Solutions, Pakketten, Extra@Home, ze kunnen helpen bij een stuk marketing, inkoop van dozen... alles kan. Het is fijn dat er op dat vlak een hoop synergie is en dat er met ons wordt meegedacht over de mogelijkheden.”

Daniel Dunk, Manager e-Commerce Prénatal

### Dankzij data een relevante boodschap

Voor de toekomst ziet Prénatal nog wel uitdagingen en die liggen ook bij de inzet van data en slimme data oplossingen. Daniel Dunk: “Prénatal heeft een goede naamsbekendheid met daaraan een uitstekende klanttevredenheid gekoppeld. Dat is in 60 jaar opgebouwd. Dus we zijn heel voorzichtig als het gaat om de inzet

van data, maar in die data zit ook een grote kans om persoonlijker en relevanter te zijn in je communicatie en aan te sluiten op de customer journey. Bijvoorbeeld door alle verschillende datastromen te bundelen in één systeem, om zo de klant optimaal te kunnen bedienen, zowel online als offline. Zo komen we dichterbij de klant te staan en kunnen we ze nóg beter bedienen.”

