Trouwe klanten activeren is gemakkelijker dan nieuwe werven

Lees hoe FuturumShop gericht DM inzet om een boost te geven aan de online verkoop

FuturumShop is met ruim 700.000 klanten de grootste online shop voor wielrenners, mountainbikers en triatleten in de Benelux. De online specialist gaat voor het grootste assortiment innovatieve producten. Twee jaar geleden zijn ze met DM-campagnes een nieuwe weg ingeslagen... en met succes.

In 1999 werd FuturumShop opgericht als webshop. Inmiddels heeft het merk ook fysieke locaties, echte Futurum Clubs. Die zijn niet gericht op verkoop, maar wél op service. Klanten kunnen er terecht voor het afhalen en passen van hun bestellingen en voor advies op maat. Marketeer Menno Kamp: "We hebben online 15.000 unieke producten in ons assortiment. Die zouden we niet eens kwijt kunnen in een fysieke club. De verkoop vindt dus nog steeds online plaats. De manier waarop we actieve sporters op ons assortiment wijzen, is de afgelopen jaren wel veranderd."

"Lange tijd hebben we een aardig budget gestoken in tv-reclame. Dan bereik je natuurlijk veel mensen, maar het grootste deel daarvan heeft niets met wielrennen en mountainbiken. We hadden dan ook het idee dat trouwe klanten activeren ons meer op zou leveren dan nieuwe proberen te zoeken."

Een goed beeld van de klant

"Twee jaar geleden hebben we de bewuste keuze gemaakt om heel gericht te gaan communiceren via DM. Door de jaren heen hadden we al een groot bestand aan klanten opgebouwd en de database met gegevens over deze klanten werd ook steeds rijker. Omdat we goed weten wie zij zijn en wat ze interessant vinden, kunnen we ze nu via DM-campagnes heel persoonlijk voorzien van goede informatie en aanbiedingen."

"We hebben regelmatig overleg over innovaties binnen PostNL die ook voor ons interessant kunnen zijn. Vooral op het gebied van duurzaamheid en CO2 neutraal bezorgen doen we graag mee met pilots van PostNL."

Menno Kamp, marketeer FuturumShop

“Het gaat om meer dan een miljoen poststukken per jaar.”

“We hebben meer dan 700.000 unieke klanten in onze database en ik denk dat we daar per jaar zo’n 200.000 van benaderen met een DM-campagne. In totaal gaat het om meer dan een miljoen poststukken per jaar. We hebben dit samen met PostNL opgepakt, omdat we daar al jaren een goede relatie mee hadden voor het verzenden van de bestellingen van klanten. Verder is PostNL ook qua service en prijs erg concurrerend.”

Profielschets FuturumShop

In 1999 is FuturumShop.nl gestart als online webshop. In zo’n 20 jaar tijd is het uitgegroeid tot een bedrijf met een miljoenenomzet in sportartikelen, gefocust op de high end fiets- en hardloopbranche.

Post op de deurmat valt op

“We hadden al wel gedacht dat de inzet van DM effect zou hebben, maar het scoort boven verwachting. Een brief of kaart op de deurmat valt echt op. De reacties die we krijgen op DM-campagnes is vele malen groter dan die op bijvoorbeeld e-mail en daarom hebben we ze in de afgelopen tijd steeds verder uitgebouwd.”

“Nu richten we ons vooral op een nóg betere segmentatie, op creativiteit én duurzaamheid. PostNL Communicatie Services onderzoekt voor ons allerlei mogelijkheden op het gebied van drukwerkinkoop. Ze adviseren ook rond duurzaamheid bij productiematerialen, zoals FSC-gecertificeerd papier en DM-sealingen van bio afbreekbaar folie. Samen met PostNL kijken we hoe we de bezorging kunnen verbeteren met fietskoeriers en e-bikes. En hoe we bij verpakkingen de beste oplossing bieden met herbruikbaar materiaal. Het fijne van PostNL is dat als wij met een idee komen, zij ook echt meedenken en op zoek gaan naar geschikte manieren en materialen. We zijn samen goed op weg.”

Meer weten over direct mail?

Neem gerust contact met ons op via **088 - 868 57 57**
of stuur een e-mail naar **communicatieservices@postnl.nl**