

T-Mobile en fonQ fan van verhuisservice van PostNL

“De helft van de klanten komt terug voor een herhalingsaankoop”

Jaarlijks verhuizen zo'n 1,7 miljoen Nederlanders. Maar driekwart daarvan vergeet zelf organisaties te informeren over de verhuizing. Daardoor beschikken veel bedrijven niet over correcte klantgegevens. Waardoor zij hun klanten vaak niet kunnen bereiken met relevante boodschappen en dit onnodige kosten met zich meebrengt. Met de verhuisservice van PostNL is je bedrijf direct op de hoogte van een verhuizing. Bovendien kun je het moment gelijk benutten om je klanten een mooie aanbieding te doen.

Met de verhuisservice informeren consumenten op een gemakkelijke manier alle bedrijven waar zij een relatie mee hebben. Dit kan eenvoudig online. Wanneer zij hun nieuwe adres aan ons doorgeven, kunnen ze gemakkelijk de gewenste bedrijven selecteren. Zo hebben zij in één keer alles geregeld. En het grote voordeel voor bedrijven is dat ze direct over up-to-date informatie van hun klanten beschikken. Dit zorgt ervoor dat er geen onnodige en kostbare retourzendingen zijn, minder opzeggingen, minder teleurstellingen en meer kansen om de klant te verrassen of een passend aanbod te doen.

Informerend gebruik

Je kunt de verhuisservice informerend, maar ook wervend inzetten. T-Mobile gebruikt de dienst van PostNL op dit moment vooral informatief. “We krijgen één keer per dag een bestand, met daarin de gegevens van alle klanten die hun verhuizing doorgeven,” vertelt Marije van den Berg, Senior Knowledge Manager bij T-Mobile. “We krijgen dan de volledige naam en contactgegevens, verhuisdatum, oud adres en nieuw adres. We kijken vervolgens of dit matcht met onze gegevens en passen aan wat nodig is. Daarmee is ons klantenbestand direct up-to-date. En als er iets niet klopt sturen we de klant een e-mail ter verificatie.”



Marije van den Berg,
Senior Knowledge Manager bij T-Mobile

“We krijgen één keer per dag een bestand, met daarin de gegevens van alle klanten die hun verhuizing doorgeven. We krijgen dan de volledige naam en contactgegevens, verhuisdatum, oud adres en nieuw adres. We kijken vervolgens of dit matcht met onze gegevens en passen aan wat nodig is. Daarmee is ons klantenbestand direct up-to-date.”

Meer mogelijkheden

“Maar er zit meer in,” vervolgt Marije. “We hebben vier merken: T-Mobile Mobiel, T-Mobile Thuis, Tele2 en Ben. Voorheen werkten we met een robot-script, maar omdat we Tele2 en T-Mobile Thuis hebben toegevoegd aan het portfolio werken we op dit moment hard aan verder geautomatiseerde processen in onze systemen. Dat betekent dat we verschillende scenario's doorvoeren. Klopt het adres? Heeft een abonnee het zelf al doorgegeven? Komt een telefoonnummer overeen? Er zijn allerlei scenario's die we nu vormgeven. Zodat we straks nog veel meer kunnen met de data die we vanuit het product verhuisservice van PostNL krijgen.” Bovendien zien ze bij T-Mobile nog meer mogelijkheden, gaat Marije verder: “We kijken ook naar de opties voor werving. Want met T-Mobile Thuis hebben we een hele mooie propositie voor mensen die naar een nieuw adres gaan. Daar ligt echt een kans.”





Larissa Goorhuis Oude Sanderink,
Lead Online Marketing bij fonQ

“Het werkt voor ons echt heel eenvoudig, we hoefden eigenlijk alleen maar een logo en uiting met kortingspercentage aan te leveren. Ook de samenwerking is erg prettig. We hebben korte lijnen en eerlijk en open contact. We delen bijvoorbeeld alle cijfers en inzichten die we krijgen. En vice versa. Het is een samenwerking waarin we elkaar allebei vooruit willen helpen.”

Wervend gebruik

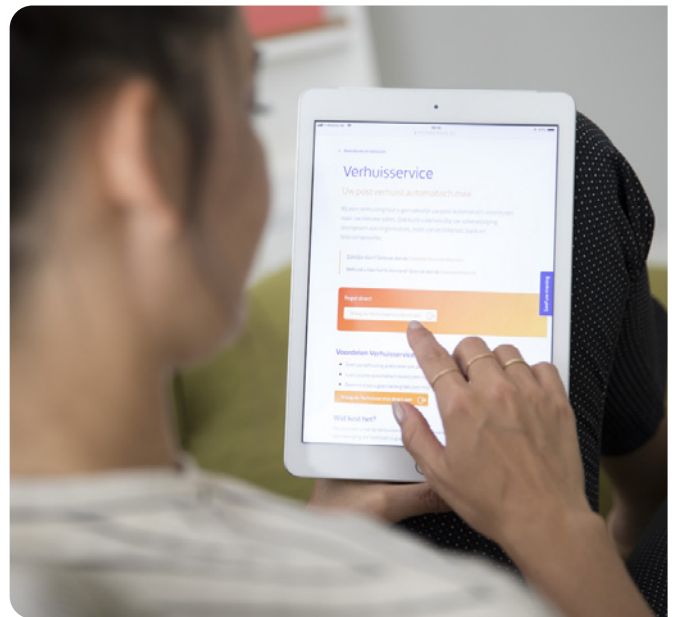
De wervende mogelijkheden van de verhuisservice worden al volop gebruikt door fonQ. En met groot succes. Larissa Goorhuis Oude Sanderink, Lead Online Marketing bij fonQ vertelt: “Wij willen mensen inspireren en helpen bij het creëren van een thuis waar ze trots op zijn. De verhuizende consument zit dan ook midden in onze doelgroep. Via de verhuisservice kan de consument aangeven of hij of zij eerder een aankoop heeft gedaan. De mensen die nog geen klant bij ons zijn krijgen vervolgens een mooi aanbod: als ze zich inschrijven voor de nieuwsbrief krijgen ze 10% korting in onze webwinkel. We krijgen dus alleen nieuwe leads.”

Nieuw adres? Nieuw meubilair

Volgens Larissa is het succes goed te verklaren: “Mensen willen altijd wel korting en wij bieden deze op een heel relevant moment. Want juist als je gaat verhuizen kom je erachter dat je andere, nieuwe meubels nodig hebt. Dan zijn consumenten bij ons aan het goede adres. En het werkt: De conversie via de verhuisservice is met 4% bijna twee keer zo hoog als het gemiddelde van al onze andere acties. Ook zien we dat 1 op 2 consumenten die de korting gebruikt heeft, bij ons terug komt voor een herhalingsaankoop. Daarnaast hebben de leads die binnenkomen via de verhuisservice gemiddeld een 6% hogere besteding dan andere klanten. Dat maakt de samenwerking met PostNL heel waardevol.”

Goede samenwerking

Beide bedrijven zijn erg te spreken over de samenwerking. Larissa (fonQ) zegt hierover: “Het werkt voor ons echt heel eenvoudig, we hoefden eigenlijk alleen maar een logo en uiting met kortingspercentage aan te leveren. Ook de samenwerking is erg



prettig. We hebben korte lijnen en eerlijk en open contact. We delen bijvoorbeeld alle cijfers en inzichten die we krijgen. En vice versa. Het is een samenwerking waarin we elkaar allebei vooruit willen helpen.” Dat ziet ook Marije van T-Mobile: “We hebben twee contactpersonen. Een accountmanager met wie ik veel contact heb en regelmatig status updates. En iemand die wat meer technisch onderlegd is. Die kan bijvoorbeeld aan onze technische afdeling goed uitleggen hoe we straks de API kunnen implementeren. Het werkt echt heel fijn samen. Ik ben altijd voor samenwerking met andere bedrijven. Ik geloof dat van kruisbestuiving iedereen wijzer wordt.”

Benieuwd wat de verhuisservice voor jouw organisatie kan betekenen?

Lees meer: <https://www.postnl.nl/campagnes/adreswijziging/>