

The Brownie Box enthousiast gebruiker brievenbuspakje

“Een verrassing waar je niet thuis voor hoeft te blijven”



Het lekkerste cadeautje door de brievenbus. The Brownie Box verstuurt verse handgemaakte brownies in een speciale brievenbusverpakking naar klanten. Voor 16.00 uur besteld, betekent vaak de volgende dag bezorgd. De ontvanger hoeft niet thuis te zijn, maar vindt bij thuiskomst een smakelijk cadeau, onbeschadigd op de deurmat. Een echte succesformule, zo blijkt.

Anne Reijnen is Marketing Communicatie Specialist bij The Brownie Box en houdt zich bezig met alle marketingacties voor zowel de zakelijke als particuliere markt. “Beide doelgroepen zijn voor ons even groot en even belangrijk. Omdat ons product door de brievenbus past is het ideaal om cadeau te doen, ook voor bedrijven aan hun medewerkers.”

Bedacht voor de brievenbus

“Het doosje met brownies is een echt brievenbusconcept,” vertelt Anne enthousiast. “Ons product is specifiek ontwikkeld om door de brievenbus te kunnen. We hebben doosjes van 6, 12 of zelfs 24 brownies en ook de grootste verpakking past gewoon door de bus. Daar hebben we bewust voor gekozen: mensen hoeven niet thuis te zijn voor de ontvangst, ze krijgen de box altijd thuis afgeleverd. Als ze dan later thuiskomen, vinden ze een echte verrassing op de mat.”

Duurzaam verzonden

Bij de keuze voor een brievenbuspakje speelde het duurzaamheidsaspect een belangrijke rol. Anne: “De box kan altijd bezorgd worden. De bezorger

hoeft geen tweede keer langs te komen, dus dat scheelt veel kilometers. Daarbij zit er nauwelijks lucht in de verpakking, waardoor er veel pakjes met één zending meekunnen. En zijn ze goed stapelbaar, dus gaan er meer op een rolkar. Bovendien worden ze door PostNL duurzaam verzonden.” Een goeie zaak, vindt Anne: “Daarom staat het ook op ons verzendlabel: duurzaam bezorgd.”

Het succesverhaal van The Brownie Box

The Brownie Box is een online winkel waar je allerlei verschillende brownies kunt bestellen en per post laten verzenden. Oprichtster Natascha te Nijenhuis is in 2018 vanuit haar eigen keuken begonnen met bakken. In een paar jaar tijd is het uitgegroeid tot een organisatie met zo'n 30 medewerkers. Inmiddels bakt The Brownie Box ongeveer **2.000.000** brownies per jaar.



“Ons product is specifiek ontwikkeld om door de brievenbus te kunnen. We hebben doosjes van 6, 12 of zelfs 24 brownies en ook de grootste verpakking past gewoon door de bus.”

Anne Reijnen, Marketing Communicatie Specialist



we bezorgen je meer



Goede prijs, hoge kwaliteit

“We hebben ook voor het brievenbuspakje van PostNL gekozen vanwege de goede prijs-kwaliteitverhouding. Zo zijn de verzendkosten heel scherp. Dat vinden wij fijn, maar onze klanten natuurlijk ook. We verzenden ook wel eens gewone pakketten, zoals met onze honden-service, dus we weten dat dit tegen een ander tarief gaat. Maar zo'n 95% van wat we verzenden is een brievenbuspakje.” Ook over het pakje zelf is Anne erg te spreken: “Het doosje dat wij van PostNL afnemen werkt heel eenvoudig. Het zijn een soort bouw pakketjes die al voor ons bestickerd en gevouwen zijn, door mensen met een beperking tot de arbeidsmarkt. Ons inpakteam zet ze in een paar seconden in elkaar. En heel belangrijk: ze gaan bijna nooit kapot.”

Nauwe samenwerking met PostNL

Niet alleen voor de logistiek werkt The Brownie Box met ons samen. Ook op het gebied van marketing worden de banden steeds nauwer.

Anne: “De laatste tijd leggen wat meer focus op de zakelijke doelgroep. Na een neuro-marketingssessie van PostNL, hebben we gekeken hoe we deze doelgroep beter konden bereiken. De learnings hebben we gebruikt voor een direct mailing. Hierop kregen we veel positieve reacties!”

Klant in beeld

Natuurlijk wil The Brownie Box de naamsbekendheid blijven vergroten. Het bedrijf weet inmiddels goed wie de kopers van hun box zijn. Maar waar vind je nieuwe klanten? “90% van onze klanten koopt het product als cadeautje. We weten precies wie dat zijn. Maar de ontvangers...? Die willen we heel graag kennen. Daarvoor hebben we ‘klant in beeld’ ingeschakeld. PostNL koppelde onze klantgegevens aan hun database en aan relevante adresdata. Hieruit bleek dat het profiel van onze ontvangers grotendeels overeenkomt met dat van onze kopers en volgers op social media. Nu we dit inzicht hebben, weten we goed hoe we hen kunnen benaderen.”

“We hebben ook voor het brievenbuspakje van PostNL gekozen vanwege de goede prijs-kwaliteitverhouding. Zo zijn de verzendkosten heel scherp. Dat vinden wij fijn, maar onze klanten natuurlijk ook.”



we bezorgen je meer