

Aandacht van uw doelgroep? Stuur een DM!

7 tips voor uw Direct Mail

Als er iets is wat steeds schaarser wordt, is het aandacht. Op tv zappen mensen weg als de reclame begint. Reclame tussen YouTube filmpjes worden weg geklikt zodra dit mogelijk is en men ergert zich kapot aan Spotify reclame tussen de nummers door, waardoor ze al snel overgaan naar een premium account. Daarbij: met een overload aan internetadvertenties, neemt de aandacht voor dergelijke advertenties ook hard af. Mensen besteden steeds minder tijd op websites en zijn sneller afgeleid. Om dan toch op te vallen tussen de menigte, moet u wel wat anders doen. Waarom geen offline mailing, zoals een Direct Mail?

Een direct mailing wordt eigenlijk alleen maar aantrekkelijker

Met de strengere AVG wetgeving en alle maatregelen hieromheen wordt het steeds lastiger om consumenten een e-mail te sturen. Dit is niet zomaar toegestaan. Een Direct Mail versturen mag nog wel. Deze gepersonaliseerde mailingen (DM) worden bovendien aantrekkelijker, doordat er waarschijnlijk in steeds meer steden Ja/Ja stickers worden ingevoerd ter vervanging van de Nee/Nee sticker. In deze steden (nu alleen nog in Amsterdam) mogen er alleen nog maar huis aan huis zendingen verstuurd worden naar mensen met een Ja/Ja sticker op hun voordeur.

Maar waarom offline in deze digitale wereld?

Juist om die digitale wereld! Bovenstaande tekst geeft de reden eigenlijk al, maar waar men vroeger nog 30 mailtjes op een dag kreeg, kregen ze er vorig jaar 60 en nu misschien wel 120 (afhankelijk van de mate van onmisbaarheid van de persoon in kwestie 😊). Daarnaast onderhoudt u ook nog het contact met familie en vrienden via Whats app en social media. Iedereen is druk, druk, druk en alles bij elkaar levert het veel stress op. De kans dat iemand uw e-mail goed en rustig doorneemt en uitgebreid beantwoordt wordt steeds kleiner.

Nieuwsgierigheid overwint

Dit is bij een brief of post heel anders. Wanneer iemand post ontvangt met daarop zijn/haar eigen naam, dan is de kans groot dat hij/zij te nieuwsgierig is om uw DM rechtstreeks in de papierbak te gooien (tenzij die van de loterij is, dan weet hij/zij zeker dat hij weer wat “gewonnen” heeft). Uw direct mail wordt gelezen en blijft veel beter hangen.

Als u wat geld wilt investeren in de direct mail actie (of er periodiek één stuurt/ wil sturen), dan zult u zien dat de respons op uw Direct Mail veel hoger zal zijn, dan op die ene e-mail van laatst. (Dit betekent overigens niet dat u helemaal geen e-mailmarketing meer moet toepassen. Dit heeft zo zijn eigen voordelen en een crossmediale inzet zorgt voor nóg meer aandacht!)

En? Gaat u voor die Direct Mailing? Wij zeggen doen! Neem nog wel even de volgende 7 tips mee:

1. Relevant aanbod

Een belangrijke voorwaarde voor een Direct Mail is dat de inhoud relevant is. Dat hij aansluit bij de behoefte van die klant of die doelgroep (of genereer die behoefte). Anders zal de ontvanger nooit overgaan tot actie. Doelgroepsegmentatie helpt hierbij (speel in op demografische kenmerken, levensfase of eerder koopgedrag).

2. Juiste moment

Uw mailing met daarin cadeau ideeën voor Moederdag moet natuurlijk wel ruim voor Moederdag op de mat liggen, zodat de ontvanger nog tijd heeft om een cadeau aan te schaffen. Daarnaast werkt het goed om een mailing te koppelen aan een persoonlijke gebeurtenis van de klant zoals een verjaardag, trouwerij, verhuizing o.i.d. Mensen voelen zich speciaal, doordat u van de gebeurtenis afweet en koppelen uw bedrijfsnaam of merk aan dit positieve gevoel. Deze informatie is vaak allemaal te halen uit uw klantdata. Daar haalt u meer informatie uit dan gedacht.

3. Voeg sample of voucher toe

Mensen geven het liefst zo min mogelijk geld uit en willen er zeker van zijn dat ze waar krijgen voor hun geld. Laat men uw product testen, voordat zij geld uit moeten geven. Voeg bijvoorbeeld een sample toe van uw product of biedt een proefrit of testversie aan.

4. Maak het aanbod tastbaar en schaars

Door een kortingscoupon toe te voegen, maakt u het aanbod tastbaar. Door het aanbod een korte periode geldig te maken met een korte actieperiode, zorgt u ervoor dat de ontvanger het gevoel krijgt dat hij deze kans nú moet grijpen. Men wil natuurlijk niet achter het net vissen.

5. Maak respons gemakkelijk

Als de ontvanger geneigd is om respons te geven, dan is het belangrijk om dit zo makkelijk mogelijk te maken. Voeg bijvoorbeeld een retourenvelop toe of maak het, in het geval van online respons, duidelijk wat mensen moeten doen om de korting te ontvangen of het product aan te schaffen. Communiceer hierbij een duidelijke URL, die gemakkelijk in te typen is, dus niet vogelaargroep.nl/4Ade0980lhulsJML72 (Fictief), maar bijv. Vogelaargroep.nl/contact.

6. Duidelijke contactgegevens

Mensen laten zich graag goed informeren voordat zij tot actie overgaan. Helemaal in het geval van 'specialty goods'. Zorg er dan ook voor dat zij gemakkelijk contact met u op kunnen nemen voor extra informatie. Maak het persoonlijk en laagdrempelig. Voeg bijv. ook nog een foto toe. Een DM dat ondertekent is *Met vriendelijke groet, H. Bakker, Directeur Particulieren* met een noreply/algemeen e-mailadres erachter maakt contact opnemen niet echt laagdrempelig.

7. Volg op

Na het lezen van uw mailing, verslapt de aandacht toch ook wel weer snel. Indien u er een coupon/kortingsvoucher bij heeft gedaan komen ze die nog wel een paar keer tegen, waardoor ze aan het aanbod herinnerd worden, maar het is zeker goed om mensen nogmaals te herinneren aan uw aanbod door er een e-mail achteraan te sturen met als onderwerp n.a.v. de DM/ brief die u gisteren heeft ontvangen. De openratio



Vogelaar

MAAKT UW BELOFTEN WAAR

van deze e-mails zijn altijd erg hoog. Opbellen kan ook, maar pas op dat het niet te opdringerig wordt! Dit komt voor veel mensen toch te dichtbij.

BONUSTIP: Wel iets kostbaarder, maar nog weer effectiever voor de openratio: gebruik een postzegel i.p.v. gefrankeerd en geen zakelijk briefpapier. Niet echt professioneel? Klopt, maar het trekt wel de aandacht en met die mooi opgemaakte, professioneel ogende DM trekt u dit wel weer recht.

Meer informatie? Of bent u nieuwsgierig wat Vogelaar voor u kan doen op het gebied van Direct Mail? Wij helpen u graag! Neem contact op met [Mark Bonenkamp](#) of bel naar +31 30 60 33 514.

Einsteinweg 45
3404 LJ IJsselstein

tel +31 (0)30 603 3514
info@vogelaargroep.nl

IBAN NL74 ABNA 0430 3535 02
BIC ABNANL2A

KVK 08096916
BTW NL810126163B01