



## Targeted direct mail Klantgroepen doelgericht benaderen: het werkt

Direct mail is een van de meest betrouwbare en efficiënte methodes om uw doelgroep te bereiken. Het stelt u in staat uw merk uit te bouwen, uw klanten heel gericht te benaderen en te meten wat de effecten zijn van uw marketinginspanningen. De informatie die u over uw klanten verzamelt, is dan ook goud waard. Consumenten hebben hun eigen kenmerken en behoeftes, en in marketing brengt een one-size-fits-all benadering zelden een hoge return on investment.

Met een volledig gepersonaliseerde direct mail kunt u uw klanten 1-op-1 aanspreken, maar dat vergt een uitgebreide, strak georganiseerde klantendatabase. Een gesegmenteerde benadering, oftewel *targeted marketing*, stelt u in staat uw klantengroepen doelgericht benaderen, ook als u (nog) niet veel verschillende gegevens over uw klanten heeft verzameld. Een targeted dm campagne is bovendien een geweldig instrument om uw database stapsgewijs en gestructureerd aan te vullen met waardevolle klanteninformatie.

### Doelgerichte klantbenadering

Je kunt het als marketeer soms benauwd krijgen als je denk aan gepersonaliseerde direct mail. Je weet dat het werkt, dat je er een prachtige resultaten mee kunt halen, dat de mogelijkheden oneindig zijn. Maar aan de andere kant: hoe kom je aan de benodigde klantendata en hoe krijg je al die losse stukjes informatie zo georganiseerd dat je er ook echt mee kunt werken? Veel bedrijven denken dat je pas kunt starten met een doelgerichte

klantbenadering als je je klanten het hemd van het lijf hebt gevraagd en al die informatie in één superstrakke database hebt verzameld en geanalyseerd. Dat valt gelukkig mee.

## Targeted direct mail

Bestaande klanten kunnen altijd worden verdeeld in segmenten, bijvoorbeeld naar geslacht, leeftijd, locatie en/of bestedingspatroon. Het op deze manier opsplitsen van uw doelgroep stelt u in staat verschillen tussen uw klanten te benoemen, waarbij het natuurlijk vooral gaat om die verschillen die van invloed zijn op het koopgedrag. Zo begrijpt u steeds beter door welke aspecten van uw aanbod de diverse groepen zich aangesproken voelen. En dus ook hoe u elk klantsegment het meest effectief kunt benaderen: met welk middel, welke boodschap, welk aanbod en welke tone-of-voice. Verkoopt u cosmetica en heeft u gegevens over leeftijd en geslacht van uw kopers? Dan kunt u bijvoorbeeld de groep vrouwelijke klanten tussen 40 en 55 jaar een direct mail sturen met uw aanbod van producten voor de rijpere huid, een proefmonster shampoo voor grijzend haar en een kortingscoupon voor antirimpel-dagcrème. U maakt daarmee ongetwijfeld meer vrienden (vriendinnen in dit geval) dan wanneer u dat aanbod aan uw totale klantenbestand zou sturen, dus ook aan jonge vrouwen en mannen. De vrouwen die met de kortingscoupon naar de winkel komen, vraagt u om hun mailadres en zo heeft u door deze *targeted DM* direct een mooie aanvulling op uw klantendatabase te pakken.

Een relevante marketing boodschap en aanbod is niet alleen effectiever als verkoopinstrument, het gaat ook om goede service naar uw klanten. Een communicatie-uiting waaraan klanten zien dat u weet waar hun interesses liggen en wat zij eerder hebben gekocht, komt beter aan dan een generieke boodschap. Zo'n doelgerichte boodschap maakt bovendien dat je je als klant gekend en gewaardeerd voelt.



*Gepersonaliseerde aanbiedingen op basis van klantgegevens.*

## De kracht van drukwerk

Als het om targeted direct mail gaat, geloven wij bij Lijnco nog altijd sterk in de kracht van drukwerk en geprinte uitingen. Een verkoopboodschap via email kan heel gemakkelijk ongelezen worden weggeklikt, terwijl op een geadresseerd stuk dat op de deurmat valt, altijd wel een blik wordt geworpen. Fysieke direct mail is een vorm van communicatie die bedrijven in staat stelt hun merk te bouwen, klant(groep)en gericht te benaderen en marktimpact te meten. *Targeting* van uw marketingprogramma's om het juiste aanbod te doen aan de juiste mensen, via de juiste kanalen, op het juiste moment: dat is de magische succesformule. Lijnco heeft alle technieken en de kennis in huis om klantendata te verwerken en doelgerichte direct mails en mailpacks te maken. We denken graag mee met onze opdrachtgevers, en zijn daarbij soms ook kritisch als dat een beter product met meer rendement oplevert. Zo helpen wij brandowners en marketingprofessionals maximale ROI te behalen met hun DM ideeën.



Over Lijnco

Lijnco biedt communicatie-oplossingen van A tot Z, met een focus op data-analyse en personalisatie. Meer weten? Neem vandaag nog contact op.

(050) 366 99 11 | [info@lijnco.nl](mailto:info@lijnco.nl)