

# uw **Direct Mail-** zendingen

definitie & voorbeelden



# Direct Mail, een efficiënt instrument tegen een voordelig tarief...

## Bewezen efficiëntie

U hebt besloten om Direct Mail in te zetten als communicatiemedium. Een uitstekende keuze!

Direct Mail is immers een efficiënt medium. Wist u dat **78% van de geadresseerde commerciële zendingen** wordt geopend en dat de consument gemiddeld **1 minuut en 52 seconden** besteedt aan het lezen van een Direct Mail? Direct Mail biedt u de mogelijkheid om de ROI van uw campagnes te vergroten. U spreekt uw doelgroep rechtstreeks en persoonlijk aan, wat hen aanzet om direct te reageren.

bpost wil dit medium dan ook promoten en biedt u een voordelig tarief<sup>1</sup> voor DM-zendingen. Maar om daarvan te profiteren moet de inhoud van uw zendingen aan een van de drie hiernaast beschreven categorieën beantwoorden.

## Definitie

Direct Mail is een **niet-verplicht communicatiemiddel** dat **op naam** naar een aantal burgers of (potentiële) klanten **wordt gestuurd**. Als direct communicatie-instrument, heeft Direct Mail één doel: de geadresseerde overtuigen om een of meer producten of diensten te kopen of te consumeren, of om te handelen in een algemeen belang. Dit gebeurt in een context van **totale vrijheid**, dit wil zeggen: zonder dat de geadresseerden enige wettelijke of contractuele verplichting hebben om te handelen.

## De kenmerken van Direct Mail

- > Een Direct Mail moet steeds **eenzelfde afzender<sup>2</sup>, gewicht en formaat hebben. Bovendien moet het steeds dezelfde commerciële actie betreffen** en moet de zending **verstuurd worden** naar een **aanzienlijk aantal personen<sup>3</sup>**.
- > De gepersonaliseerde **inhoud moet voldoen aan de vooropgestelde richtlijnen zoals verder beschreven in deze brochure**. Direct Mail-zendingen die beantwoorden aan deze criteria kunnen deel uitmaken van een en dezelfde afgifte.

**Bij afgifte van uw Direct Mail-zendingen wordt nagegaan of voldaan is aan deze voorwaarden. Wilt u er zeker van zijn dat de afgifte vlekkeloos verloopt, zorg er dan voor dat u bij afgifte van uw zendingen steeds 2 specimens aflevert.**



**In geval van tegenstrijdigheden met wat in dit document beschreven is, primeren de algemene voorwaarden die van toepassing zijn op de betrokken dienst, de MassPost-Gids en de postreglementering.**

<sup>1</sup> Vraag ons gerust de tarieven.

<sup>2</sup> 'Afzender' betekent elke natuurlijke persoon of rechtspersoon die aan de oorsprong ligt van de aan de geadresseerden gerichte boodschap.

<sup>3</sup> 500 zendingen voor de zendingen die in een MassPost(Hyper)Center worden afgegeven.

# voorbeelden<sup>4</sup>

## van Direct Mail-zendingen

---

# 1

## Zendingen van commerciële of promotionele aard

### Promotioneel doel

- > Verzending van promotionele boodschap met een gratis staal
- > Verzending van kortingsbonnen, aankoopbonnen en/of cadeaucheques die niet inwisselbaar zijn voor geld
- > Verzending van prospectiebrieven door bijvoorbeeld financiële instellingen ter promotie van nieuwe financiële diensten (verzekeringen, kredieten...)
- > Verzending van spontane communicatie met gratis bon voor deelname aan een trekking, een tombola of een wedstrijd
- > Verzending van brieven met als doel meer bezoekers naar een verkooppunt te krijgen (winkel, website)
- > Verzending van brieven in het kader van een informatieve en/of promotionele actie met een wachtwoord, login of toegangscode voor een website (zonder toegang tot gepersonaliseerde of beheersinformatie)

### Commercieel doel of aanzetten tot aankoop

- > Verzending van catalogi (door de afzender gratis en proactief opgestuurd)
- > Verzending van uitnodigingen voor een opendeurdag

### Doel van klantenbinding

- > Verzending van gratis verkregen getrouwheidskaarten zonder betalings- of kredietoptie
- > Verzending van (gratis) uitnodigingen voor een salon, een tentoonstelling, een handelsbeurs ...
- > Verzending van voorstel tot deelname aan een getrouwheidsprogramma, evenals het verzenden van een getrouwheidskaart of een afrekening van punten die werden verzameld in het kader van een gratis getrouwheidsprogramma en zonder betalings- of kredietoptie

### Marketingdoel

- > Verzending van vragenlijsten in het kader van een marktstudie of een consumentenenquête
- > Verzending van boodschappen met als doel het inzamelen van giften zonder verbintenis

# 2

## Promotionele zendingen van algemeen belang

### Doel van algemene informatie

- > Campagnes voor preventieve geneeskunde (mammografie, rookvrije dag)
- > Promotiecampagnes voor energiebesparing
- > Campagnes voor verkeersveiligheid
- > Campagnes die aanzetten tot recycleren, met een gratis afvalzak bij de zending gevoegd

# 3

## Informatieve magazines

- > Verzending van gemeentelijk blad
- > Verzending van nieuwsbrief of bedrijfsblad dat naar de werknemers wordt gestuurd
- > Verzending van informatieblad dat naar de leden van een vereniging wordt gestuurd

<sup>4</sup> Onder voorbehoud van naleving van de algemene principes beschreven in deze brochure en in de algemene voorwaarden. De lijst van voorbeelden is niet volledig. In elk geval van twijfel belt u best op (059)56.37.74 - Goekint Graphics, Divisie ZEN-DING.

## de volgende zendingen worden niet beschouwd als DirectMail<sup>5</sup>, maar komen onder bepaalde voorwaarden wel in aanmerking voor het voordelige brieven-tarief<sup>6</sup> AdminMail

### Zendingen die als gevolg van de wet of een contract een verplichte communicatie bevatten

#### Verplichting als gevolg van de wet

Bijvoorbeeld:

- > Verzending van fiscaal attest en belastingaangifteformulier
- > Verzending van een uitnodiging voor de autokeuring
- > Verzending van een proces-verbaal van de politie
- > Verzending van pensioenbericht of SIS-kaart ...

#### Contractuele verplichting

Bijvoorbeeld:

- > Verzending van groene/grijze kaart
- > Verzending van brieven die wijzigingen aankondigen in verband met producten of diensten als de wijzigingen een invloed hebben op de contractuele voorwaarden zoals de aankondiging van een prijsindexering
- > Verzending van een verzoek om betaling van een brandverzekering of factuur
- > Verzending van een verzoek om betaling van een voorschot, bijdrage of premie
- > Verzending van een betalingsherinnering of financieel overzicht ...

#### Zendingen na verkoop van producten of diensten

Bijvoorbeeld:

- > Verzending van Digipass, pincode, ziekenfondsklevers
- > Document dat verwijst naar een precies en gepersonaliseerd bedrag zoals het bedrag van een geplaatste bestelling, een kredietreserve of een voldane schenking
- > Verzending van een formulier in verband met een meterstand (water, gas of elektriciteit)
- > Bevestiging van bestelling
- > Verzending van lidkaarten of verplichte toegangskaarten om lid te worden van een sportclub of culturele club, een vereniging, een winkel, een partij of een vakbond
- > Brieven verstuurd in het kader van een getrouwheidsprogramma dat niet volledig gratis is en/of betalings- of kredietfaciliteiten omvat, de verzending van getrouwheidskaarten met betrekking tot dergelijke programma's
- > Verzending van kaarten die toegang verlenen tot sociale of contractuele rechten (kaart van aanvullende verzekering enz.)

#### Verzending van waardedocumenten naar klanten, leden, werknemers

Bijvoorbeeld: maaltijdcheques, vakantiecheques ...

#### Niet-promotionele informatieve communicatie

Bijvoorbeeld:

- > Verzending van medisch attest
- > Verzending van examenresultaten of schoolrapporten
- > Verzending van een bankkaartnummer of een inschrijvingsnummer
- > Verzending van gemeentelijke communicatie over openbare werkzaamheden ...

### Opmerking

*Valt uw zending op basis van de inhoud in de categorie Direct Mail, maar bevat ze ook gegevens of informatie die thuishoort in de categorie Brieven? Dan wordt uw hele zending beschouwd als 'Brief'.*

<sup>5</sup> Onder voorbehoud van naleving van de algemene principes beschreven in deze brochure en in de algemene voorwaarden. De lijst van voorbeelden is niet volledig. In geval van twijfel belt u best op (059)56.37.74.

<sup>6</sup> Het versturen van brieven komt in bepaalde gevallen in aanmerking voor tarieven die voordeliger zijn dan de (non-)Prior-tarieven. De definitie van briefzendingen is ruimer dan wat wordt afgebakend door de hierboven vermelde niet-exhaustieve lijst van voorbeelden. Neem voor meer informatie gerust contact op met Goekint Graphics, Divisie ZEN-DING.

# de personalisatiemogelijkheden van Direct Mail

We voorzien drie afzonderlijke categorieën:

# 1

## Zendingen van commerciële of promotionele aard

Zendingen met als doel **commerciële prospectie, klantenbinding** en/of **informatie** over producten en diensten, zonder verplichting vanwege de geadresseerde en/of de afzender.

Deze categorie van Direct Mail biedt u een grote vrijheid om uw campagnes te personaliseren en zo de impact ervan te verhogen. Geadresseerde zendingen met identieke inhoud, met uitzondering van de hieronder opgesomde **gepersonaliseerde velden** die tot doel hebben de **doelgroepbepaling** van eenzelfde Direct Marketing-campagne **te verbeteren**.

### Personalisatiemogelijkheden

- De gegevens, (voor)naam, adres, bedrijfsnaam, geboortedatum en e-mailadres
- De activiteitssector, de plaats en de datum van de zending
- De naam en de functie van de persoon die de communicatie ondertekent
- De datum, het uur, de locatie van een commerciële of promotionele manifestatie
- De toegangscade voor een website in het exclusieve en tijdelijke kader van een promotieactie
- De punten behaald in het kader van een klantenbindingsactie (niet inwisselbaar voor geld)
- Een gepersonaliseerd bedrag in specie in het kader van een actie waarbij de geadresseerde wordt aangemoedigd om een precieze aankoop- of giftdoelstelling te behalen, identiek voor alle geadresseerden
- De identificatienummers zoals het telefoon-, kaart-, contract- of klantnummer die de identificatie van de geadresseerde als persoon mogelijk maken
- De promotionele blikvangers (formulering van teksten, kleuren en/of afbeeldingen aangepast volgens de doelgroep, zonder de aard van de hoofdboodschap te veranderen)

# 2

## Promotionele zendingen van algemeen belang

**Niet-commerciële** en facultatieve zendingen met als doel promotie van algemeen belang **bestemd voor het grote publiek**. De doelstelling van de communicatie is informatief en heeft tot doel het gedrag van de geadresseerde te wijzigen of tot actie aan te zetten.

Geadresseerde zendingen met **identieke inhoud, behalve de naam, het adres en het identificatienummer van de geadresseerde**.

# 3

## Informatieve magazines

Facultatieve zendingen die een **informatieve**, voornamelijk niet-commerciële, **boodschap** overbrengen, bestemd voor een **bepaalde groep geadresseerden** die een band hebben met de afzender (zoals medewerkers of leden). Geadresseerde zendingen met **identieke inhoud, behalve de naam, het adres en het identificatienummer van de geadresseerde**.

**1, 2, 3: bijlage van al dan niet gepersonaliseerde toegelaten inhoud: gratis coupons, stalen of bonnen zonder geldwaarde, gratis getrouwheidskaarten**