

versie
2012

uw **Direct Mail-** zendingen

definitie en voorbeelden



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



Een efficiënt instrument, het is bewezen

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 tarief¹ voor Direct Mail-zendingen. Wilt u ook een dergelijke tarief genieten, dan moet de inhoud van uw zendingen aan een van de drie hiernaast beschreven categorieën beantwoorden.

Definitie

Direct Mail is een **niet-verplichte communicatie** die **op naam** naar een groot aantal burgers of (potentiële) klanten wordt gestuurd in het kader van een campagne van één enkele afzender². Het doel is de geadresseerde te overtuigen om één of meer producten of diensten van een bepaald merk te kopen of te consumeren, of om te handelen in een algemeen belang, **zonder** dat daarbij **enige andere verplichting** wordt opgelegd. Een Direct Mail-campagne moet minimaal 50 zendingen bevatten voor een afgifte in een erkend bureau en minimaal 500 zendingen voor een afgifte in een MassPost (Hyper)Centrum. Die zendingen moeten identiek zijn, op de personalisatie na.

Inhoud en personalisatie van zendingen in het kader van een Direct Mail-campagne

De inhoud en de personalisatie van uw zendingen in een Direct Mail-campagne moeten beantwoorden aan de definitie van Direct Mail, zoals omschreven in deze brochure.

Controle:

De controle van de inhoud en de personalisatie van de campagne gebeurt in principe a posteriori, m.a.w. na de afgifte van een enkele Direct Mail-campagne³.

Als de inhoud van de zendingen van de campagne niet overeenstemt met de definitie van Direct Mail, zoals omschreven in deze brochure, wordt het tarief dat voor de zendingen van de volledige afgifte geldt, mogelijk aangepast aan het tarief dat overeenkomt met de aard van de afgifte. In dat geval wordt u daar schriftelijk van op de hoogte gebracht.

Prevalidatie van uw zendingen:

Om verrassingen te vermijden, kunt u uw Direct Mail-zendingen vooraf laten valideren.

Surf naar onze website

www.bpost.be/specimenvalidatie, onder 'Details' of stuur een e-mail met een PDF-specimen van uw zending(en) rechtstreeks naar uw Account Manager.

Kenmerken van een Direct Mail-afgifte

Direct Mail-zendingen die aan alle onderstaande criteria beantwoorden, kunnen gegroepeerd worden in **één en dezelfde afgifte**:

- hetzelfde gewicht;
- hetzelfde formaat;
- dezelfde afmetingen en verpakking;
- gesorteerd in één enkele sorteersequentie;
- met een retouradres in België;
- behorend tot één of meerdere Direct Mail-campagnes³.

Controle:

De controle van de bovenstaande criteria vindt plaats op het moment van de afgifte, na bezorging van 2 representatieve specimen van de Direct Mail-campagne waaruit de afgifte³ bestaat.



In geval van tegenstrijdigheid met wat in dit document beschreven is, primeren de volgende regels: de contractuele omschrijving van Direct Mail (beschikbaar op **www.bpost.be/directmail**, onder Details), de bepalingen van de algemene voorwaarden die van toepassing zijn op de betrokken dienst en de MassPost Gids.

¹ U vindt onze tarieven op **www.bpost.be/tarieven**.

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

³ Een afgifte van Direct Mail-zendingen kan verschillende Direct Mail-campagnes groeperen. Dit type 'multi-campagnes' afgiften moet nog vóór de eigenlijke afgifte gevalideerd worden. Daarvoor moet een fysiek specimen van elke campagne die van de afgifte deel uitmaakt, opgestuurd worden. Neem contact op met uw Account Manager of raadpleeg onze website **www.bpost.be/directmail**.

voorbeelden⁴

van Direct Mail-zendingen

1

Zendingen van commerciële of promotionele aard

Promotioneel doel

- > Promotionele boodschap met een gratis staal
- > Kortingsbonnen, aankoopbonnen en/of cadeaucheques die niet inwisselbaar zijn voor geld
- > 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

- > Catalogi (door de afzender gratis en proactief opgestuurd)
- > Uitnodigingen voor een opendeurdag

Doel van klantenbinding

- > Verzending van gratis verkregen getrouwheidskaarten zonder betalings- of kredietoptie
- > 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

- > Vragenlijsten in het kader van een marktstudie of een consumentenenquête
 - > 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 recyclen, met een gratis afvalzak bij de zending gevoegd
-

3

Informatieve magazines

- > Gemeentelijk blad
- > Nieuwsbrief of bedrijfsblad dat naar de werknemers wordt gestuurd
- > Informatieblad dat naar de leden van een vereniging wordt gestuurd

⁴ 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 **02 201 11 11**.

de volgende zendingen⁵ worden niet beschouwd als Direct Mail, maar komen onder bepaalde voorwaarden wel in aanmerking voor het voordelige Brieven-tarief⁶

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

Verplichting als gevolg van de wet

Bijvoorbeeld:

- > Fiscaal attest en belastingaangifteformulier
- > Uitnodiging voor de autokeuring
- > Proces-verbaal van de politie
- > Pensioenbericht of SIS-kaart ...

Contractuele verplichting

Bijvoorbeeld:

- > 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
- > Betalingsherinnering of financieel overzicht ...

Zendingen na verkoop van producten of diensten

Bijvoorbeeld:

- > Verzending van Digipass, pincode, ziekenfondsklevers
- > Document dat verwijst naar een precies en gepersoniseerd bedrag zoals het bedrag van een geplaatste bestelling, een kredietreserve of een voldane schenking
- > Formulier in verband met een meterstand (water, gas of elektriciteit)
- > Bevestiging van bestelling
- > Lidkaarten of verplichte toegangskarten 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
- > Kaarten die toegang verlenen tot sociale of contractuele rechten (kaart van aanvullende verzekering enz.)

Zendingen met waardedocumenten naar klanten, leden, werknemers

Bijvoorbeeld: maaltijdcheques, vakantiecheques ...

Zendingen met niet-promotionele informatieve communicatie

Bijvoorbeeld:

- > Medisch attest
- > Examenresultaten of schoolrapporten
- > Bankkaartnummer of een inschrijvingsnummer
- > 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'.

⁵ 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 **02 201 11 11**.

⁶ 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 uw Account Manager of ons Service Centre op **02 201 11 11**.

de personalisatiemogelijkheden

in het kader van een Direct Mail-campagne

Direct Mail groepeert 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 binnen een Direct Mail-campagne hebben een identieke inhoud. Enkel de hieronder opgesomde gepersonaliseerde velden, die tot doel hebben de doelgroepbepaling te verbeteren verschillen.

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 toegangscode 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.

Binnen eenzelfde Direct Mail-campagne hebben de geadresseerde zendingen **dezelfde inhoud, uitgezonderd naam, adres en identificatienummer van de geadresseerde.**

3

Informatieve magazines

Facultatieve zendingen die een **informatieve**, voornamelijk niet-commerciële, **boodschap** overbrengen, bestemd voor een **beperkte groep geadresseerden** die een band hebben met de afzender (zoals medewerkers of leden).

Binnen eenzelfde Direct Mail-campagne hebben de geadresseerde zendingen **dezelfde inhoud, uitgezonderd naam, adres en identificatienummer van de geadresseerde.**

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

meer weten? neem contact op met ons!

- ☎ Bel uw **bpost Account Manager**
- ☎ Bel ons Service Center op **+32 2 201 11 11**
- @ Neem contact op per e-mail op het volgende adres :
service.centre@bpost.be

