

Interview: DHL Global Mail

Samen met Experian Value Added Services leveren



Tijd- en kostenefficiëntie. Optimalisatie van het logistieke proces en de respons. Maar vooral Value Added Services: in kleine én grote zaken meerwaarde bieden ten opzichte van de concurrent. Daar draait het om op de prijsvechters - postmarkt waar TNT Post, Selektmail en Sandd strijden om een aandeel. Selektmail en Experian sloegen samen met veel succes de handen ineen.

“Juist omdat we geen traditioneel postbedrijf zijn, zijn we extra attent op Value Added Services”

John Kuiper

Neutrale database

“Post bezorgen is een vertrouwenskwes- tie en cruciaal voor de omzet van veel ondernemingen”, weet John Kuiper, sinds anderhalf jaar CEO van DHL Global Mail waaronder Selektmail valt. “De keuze voor de juiste postbezorger wordt door klanten dan ook zorgvuldig afgewogen. Door middel van onder meer proef- mailings wil men graag weten welke aanbieder de meeste Value for Money biedt. Zo zijn we momenteel in onderhandeling met het postorder- bedrijf die haar marktaandeel in Nederland wil vergroten. Om tot een juiste beslissing te komen, doet dit bedrijf bijvoorbeeld proefmailings. Hierbij is het cruciaal de data op de juiste wijze te segmenteren om ze na afloop te onderzoeken op de reponse waarden. Experian is bij dergelijke analyses een belangrijke partner en zit samen met Selektmail en onze klant rond de tafel. Partnership maak je in zulke gevallen met z'n drieën.”

Klik

“Alweer enige tijd geleden klikte het tussen Experian en Selektmail”, ver- telt Pieter Stroop die al vele jaren bij Experian werkt, waarvan de laatste vier jaar als unitmanager van de divi- sie Marketing Services. “We zijn beide jonge flexibele organisaties op de Nederlandse markt, daarnaast zijn we onderdeel van internationale concerns. Selektmail was op zoek naar een betrouwbare aanbieder van volledige én actuele consumentenin- formatie. Dat is hét coreproduct van Experian. Selektmail zet deze infor- matie in voor het optimaliseren van verspreidplannen en voor het verbe- teren van de datakwaliteit van adres- bestanden van opdrachtgevers.”



John Kuiper en Pieter Stroop

Experian Nederland
Kantoorgebouw 't Schip
Verheeskade 25
2521 BE Den Haag
Postbus 13128
2501 EC Den Haag
tel: 070 - 440 40 00
fax: 070 - 440 40 40
email: info@nl.experian.com

Tientallen procenten hogere respons

Nu stelt Experian samen met Selektmail en –potentiële- klanten een verspreidplan samen. Stroop: 'Voor een postorderbedrijf hebben we na analyse meerdere verspreidplannen geschreven. Hierdoor kan het bedrijf de oplage slimmer inzetten tot een tientallen procenten hogere respons. Daarnaast helpen we opdrachtgevers van Selektmail bij het up-to-date houden van hun adresbestand. Als marktleider in Nederland pretenderen we niet alleen de meest volledige aanbieder van datakwaliteit, maar ook de meest actuele te zijn. Dat houden we hoog in het vaandel. De kwaliteit van adressering is immers zowel voor Selektmail als voor de klant van essentieel belang. Er zijn mensen overleden of verhuisd of de huis- en postcodecombinatie is onbekend. Overigens is dit ook een imago kwestie: je kunt het niet maken om post te zenden naar iemand die is overleden.'



Metten is weten

Een van de meest waardevolle aspecten van het proces is volgens Kuiper het meten van het uiteindelijke succes van een verspreidplan door middel van responsmetingen. 'Meten is weten. Na een mailing wordt de respons gemeten. Dat toont enerzijds richting klant hoe goed je het hebt gedaan. Anderzijds onderzoekt Experian de responsadressen om te achterhalen welke doelgroep het beste heeft gerespondeerd. En met die analyse kan de klant in een vervolgmailing weer rekening houden: in die groep heb je blijkbaar de hoogste respons.'

Betere beheersing

'Juist omdat we geen traditioneel postbedrijf zijn, zijn we extra attent op Value Added Services', vervolgt de CEO van DHL Global Mail. 'Zo vragen we de klant voordat ze de catalogi gaan drukken om de adressen eerst via de Bundelwijzer-software van Selektmail te laten lopen. Dan krijgen ze dezelfde adressen terug, verrijkt met een sorteerregel en in een andere volgorde. Dat is de volgorde waarop onze bezorgers hun logistiek inrichten. Er zijn 110 depots en die ontvangen ieder een bundel met daarin subbundels per bezorger. De Bundelwijzer werkt enorm tijd- en kostenefficiënt. Op deze wijze kunnen we niet alleen beter plannen, maar kunnen we ook in iedere schakel van het proces meten of de post nog compleet is. Tegelijkertijd maken we een scan van de kwaliteit van het adresbestand door middel van de software van Experian. Een betere beheersing van het proces is het resultaat.'

Segmenteren via Mosaic TrueTouch

Samen met Experian richt Selektmail zich op de toekomst, die volgens Kuiper zal liggen in de combinatie van virtuele en fysieke post. 'Experian heeft een segmentatiesysteem Mosaic TrueTouch, die we over de klantendatabase heen kunnen leggen en die mediavorkeuren van consumenten toont. Zo onderscheiden we in één oogopslag de doelgroep die bijvoorbeeld wel tv kijkt, maar nooit de krant leest. Of altijd online is, maar nooit naar de radio luistert. Het uiteindelijke doel is om een goedsluitende keten in elkaar zetten, zodat de klant die bijvoorbeeld veel online is een week na de fysieke bezorging van een catalogus een herinneringsemail ontvangt. Daar willen we naar toe. Samen met Experian.'

DHL Global Mail bestaat uit:

Global Mail: voor internationale post. Vanuit Nederland en België rechtstreekse verbindingen naar meer dan 220 landen.

Selekt Mail: voor zakelijke nationale post. Met een eigen netwerk in Nederland, 100% landelijke dekking en ruim 11.000 bezorgers.

Interlanden Mail: Next week delivery voor nationale post met minder haast.

Interlanden: voor ongeadresseerd reclaimedrukwerk, huis-aan-huis kranten en bladen door heel Nederland