

## **Direct mail**

Is geadresseerde post of mail aan (potentiele)klanten uit je adressenbestand.

Je maakt hen daarmee attent op acties, aanbiedingen of reclame voor je bedrijf je product of dienst.

Het belangrijkste onderdeel van direct mail is de verkoopbrief.

De verkoopbrief is opgebouwd uit de onderdelen Aandacht, Interesse, Verlangen en Actie.

Spreek de lezer persoonlijk aan (beste meneer Pietersen/dag Carolien).

Een goede foto en headline trekt de aandacht van de lezer. Met het benoemen van de voordelen van het aanbod voor de lezer houd je de aandacht vast en wek je interesse. Een extraatje (cadeautje, korting, voordelig tarief) speciaal voor deze lezer kan hen over de streep trekken en ontstaat het verlangen. De papieren verkoopbrief sluit je af met een antwoordkaart waarop duidelijk staat aangegeven waar en hoe het product/dienst besteld kan worden, dit leidt tot actie (het doen van de aankoop). De elektronische verkoopmail heeft geen aanhef, is korter van tekst en begint met de call-to-action met een link naar de bijbehorende website of het bestelformulier waarmee het product/dienst besteld kan worden. Sluit de verkoopbrief af met een persoonlijke ondertekening.

Je benadert klanten persoonlijk, het is dus zaak dat je eerst de doelgroep(en) definieert en dan een adressenbestand opbouwt of aankoopt. Houd het Adressenbestand actueel door de gegevens van de antwoordkaarten/bestelformulieren te verwerken en ook door nieuwe klanten uit te nodigen om in het adressenbestand te worden opgenomen. Door het registreren van de aankopen kunnen doelgroepen nog beter in beeld gebracht worden. Houd bij het opbouwen van een adressenbestand rekening met de privacy en de daarvoor geldende wetgeving.

Schenk aandacht aan de vormgeving van de verkoopbrief en de andere onderdelen van de directmail, de envelop, het drukwerk, de antwoordkaart en eventuele extraatjes. De lay-out van de elektronische verkoopmail in HTML-formaat ziet eruit als een webpagina. Het moet er aantrekkelijk en overzichtelijk uitzien. Schenk extra aandacht aan de voorkeursplaatsen in de verkoopbrief, de illustraties, de kopregel, de aanhef de handtekening en de p.s.