

Hoe je de NPS én loyaliteit kunt verhogen

Met post pak je de aandacht



De NPS (Net Promoter Score) zegt iets over je klanttevredenheid. Hoe hoger de score (max. 100 punten) hoe meer tevreden je klanten. Maar een tevreden klant is niet per se een loyale klant. Daar is meer voor nodig. Loyaliteit bouw je onder andere op door merkbeleving, de interactie met je klanten en door het tonen van waardering. Een belangrijk aspect in het verhogen van de NPS en de loyaliteit is de aandacht voor je klanten. Post kan daarbij helpen, zo blijkt uit onderzoek (Factsnapp onder 504 respondenten in de leeftijd van 16+ jaar, aug 2023).

Met post pak je de aandacht

Met direct mail pak je direct de aandacht. Want tussen de duizenden online reclames die we elke dag zien, valt het geluid van een klepperende brievenbus goed op. En al die folders, kortingscoupons en kaartjes hebben bewezen effect. Zo is de gemiddelde leestijd van een direct mail maar liefst 2,2 minuten. Deze grote hoeveelheid aandacht zorgt voor een sterke conversie.

Trouwe klanten zijn goud waard

Het onderzoek laat zien dat mensen je organisatie hoger waarderen als je post stuurt. Ze kunnen zelfs een ambassadeur voor jouw bedrijf zijn. Let wel op dat je niet overdrijft: 54,1% vind twee keer per jaar post ontvangen genoeg. Terwijl 26,5% het leuk vindt om regelmatig post te ontvangen. Maar als je post verstuurt, schiet de waardering voor je organisatie omhoog (64%). Mensen blijven langer klant (42%) en bevelen je eerder aan bij anderen (48%).

Wat betekent het ontvangen van post van een organisatie waar men klant is?

Attent Post Leuk
Blij Geen nummer zijn
Waardering
Aandacht Goed gevoel
Persoonlijk Niets
Betekenis Gewaardeerd

Eerder willen winkelen

Over de momenten waarop men graag post ontvangt zijn mensen duidelijk: op hun verjaardag (66,5%). Maar ook als men bijvoorbeeld een jaar klant is (23,6%), bij de geboorte van een kind (16,9%), pensionering (16,1%) of een verhuizing (15,1%). Het loont dus om je klanten goed te kennen. Weet je hun geboortedatum? Mis de verjaardag dan niet! Maar je mag ook 'zomaar' een mailing sturen: maar liefst 45,3% geeft aan dat leuk te vinden en 69% vindt dat een kaartje laat zien hoeveel moeite de afzender voor je heeft gedaan.

Benieuwd wat post voor jouw merk kan betekenen?

PostNL organiseert creatieve inspiratiesessies, genaamd PostLab: het is een 1-op-1 sessie op maat waarbij je inzicht krijgt welke rol post kan spelen als onderdeel van jouw mediamix. Dat doen we met een groot netwerk van partners op het gebied van creatie, data en een schat aan onderzoek inzichten. Zo hebben we alle troeven in handen om 'een boodschap ook echt binnen te laten komen bij jouw doelgroep.'

Benieuwd wat post aan jouw mediamix kan toevoegen?

[Meld je aan voor PostLab via dit formulier](#)



64%

vindt het iets toevoegen aan de waardering voor het bedrijf dat post verstuurt



42%

geeft aan dat post ervoor zorgt dat men langer aangesloten blijft bij de organisatie



48%

zou door post een commerciële organisatie eerder aanbevelen bij anderen

