

# De rol van post tijdens het vakantieproces

Met post pak je de aandacht



Post en vakantie: de ideale combinatie! Want maar liefst 40% van de consumenten denkt bij vakantie aan het ontvangen of versturen van een kaartje. Met direct mail speel je daar als reisorganisatie of vakantiepark slim op in.

## 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.

## Post voor een intensere vakantiebeleving

We zochten uit welke invloed direct mail kan hebben op de travelbranche. Daarvoor ondervroegen we 519 personen via Factsnapp. En wat blijkt? Een mooi glimmend kaartje met vakantiethema in de brievenbus, dat doet iets met je.

Wat betekent het ontvangen van post van een reisorganisatie voor de ontvanger?

klantvriendelijkheid irritant reclame persoonlijk weinig  
papierverspilling interesse leuk voorpret  
herinneringen attent aardig niets prima  
belangstelling handig aanbiedingen inspiratie  
waardering commercieel bedankje betrokken aandacht info

# 53%

vindt dat post over de vakantiebestemming iets toevoegt aan de reisbeleving

# 63%

vindt het makkelijk om vooraf entree- of sleutelkaarten per post te ontvangen

# 57%

zegt dat post na afloop van de vakantie hen weer even terugbrengt

## Aan de slag met vakantiepost

Direct mail werkt het beste als deze op het juiste moment wordt ontvangen en als de inhoud aansluit op de behoeften van de ontvanger. Maar liefst 51% van de ondervraagden ontvang, vooraf de vakantie, graag informatie over activiteiten in de omgeving. Vooral 50- tot 59-jarigen worden blij van bijvoorbeeld een folder met de leukste uitjes en restaurants op de vakantiebestemming.

Bij 37% van de ondervraagden is een aanbieding of korting op een volgende vakantie meer dan welkom. Dit geldt vooral voor 40 tot 49-jarigen. Een mooie kans dus om na de vakantie nogmaals in contact te komen met de doelgroep, via de brievenbus. Denk bijvoorbeeld aan een leuk ansichtkaartje met een afbeelding van een vorige vakantiebestemming. Daarmee zorg je voor een instant vakantiegevoel bij de consument!

## 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](#)



# 60%

krijgt een positief gevoel over de reisorganisatie als zij daar post van zouden ontvangen



# 52%

zegt dat post ervoor zorgt dat ze de reisorganisatie weer overwegen voor een volgende vakantie



# 52%

denkt na over een nieuwe vakantie na het ontvangen van aanbiedingen of korting via de post