

# Checklist voor een goede mailing

**Titel van de campagne** -

**De envelop: zal de envelop opvallen in de brievenbus van de geadresseerde?**

Is er iets speciaals aan de envelop waardoor deze beter opvalt in de brievenbus?

- a. Materiaal,
- b. Kleur,
- c. Beelden,
- d. Formaat.

Hebt u erover nagedacht of uw logo voor de doelgroep een toegevoegde waarde biedt?

Gebruikt u een headline?

- a. Is die aangepast aan de doelgroep?
- b. Is die aantrekkelijk genoeg voor de doelgroep?
- c. Is dit de rode draad van uw verhaal?

Raadpleeg ook alle operationele regels voor bpost in onze [MassPost Gids \(www.bpost.be/masspost\)](http://www.bpost.be/masspost)

**De brief: body**

Is er een headline?

- a. Geeft de headline zin om verder te lezen?
- b. Is hij krachtig genoeg (teaser, aanbod, retorische vraagstelling, incentive, link met de vraag op de envelop ...)?

Is de aanspreking gepersonaliseerd?

Openingszin: is die relevant voor de lezer?

Welk probleem lost uw voorstel op voor de lezer? ("What's in it for me?") en hoe doet u dat?

Wat moet de lezer doen? ("call to action")

Hoe krachtig is de incentive die u biedt? (probeer liefst een "Wouw effect" te creëren)

Is het duidelijk voor welke datum de lezer ten laatste moet reageren?

Is het duidelijk wat de lezer krijgt en onder welke voorwaarden (betalingsvoorwaarden, recht op retour, aanleveringvoorwaarden ...)?

Zijn alle mogelijke antwoordkanalen vermeld? (antwoordkaart, telefoon, e-mail, website ...)?

Is er een handtekening + naam en functie (die de lezer gemakkelijk verstaat)?

Staat er een PS onderaan (herhaling van de "call to action", extra incentive, extra sterke argumenten waarom men nu zou moeten reageren, herinnering tot wanneer men kan reageren ...)?

## De brief: lay out

Staat uw logo op de brief?

Staan uw adresgegevens, internetsite en telefoonnummer op de brief?

Gebruikt u beelden:

- a. Zijn deze relevant in dit verhaal, voegen ze iets aan uw verhaal toe?
- b. Hebt u een evenwicht tussen tekst en beeld?

Maakt u gebruik van vet gedrukte ankerwoorden, tussentitels, bullet points, kaders?

## De antwoordkaart

De antwoordkaart moet alle belangrijke elementen uit de mailing hernemen:

Creëer geruststelling:

- a. Duidelijke omschrijving wat de lezer moet doen en wat hij/zij krijgt (call to action);
- b. Duidelijke opsomming van alle kanalen die de lezer kan gebruiken;
- c. Duidelijke vermelding van de opvolging:
  - Leveringsvoorwaarden
  - Betalingsvoorwaarden
  - Retourvoorwaarden.

Maak het de lezer gemakkelijk om te antwoorden:

- a. Wordt de frankering van het antwoordmiddel door de verzender op zich genomen? (Alle operationele details i.v.m. de [voorgefrankeerde antwoordkaartoplossing "MaxiResponse"](http://www.bpost.be/maxiresponse) vindt u op onze website ([www.bpost.be/maxiresponse](http://www.bpost.be/maxiresponse)).
- b. Zijn alle adresgegevens (naam, adres, woonplaats) van de lezer al ingevuld, zodat de antwoordkaart niet meer volledig hoeft ingevuld te worden?
- c. Wordt de mogelijkheid gegeven om een andere naam en adres op te geven?

Maak de lay-out aantrekkelijk en gemakkelijk leesbaar door tekst in kleur, enkel in hoofdletters, vooraf aangevinkte keuzes.

Disclaimer: Wordt het respect voor het privéleven correct vermeld?

- a. Recht op inzage persoonlijke gegevens en rechtzetting indien nodig;
- b. Recht om uit de database geschrapt te worden;
- c. Recht om de overdracht van uw gegevens aan derden te verbieden?

## Doe de 30 " test

Bezorg het ontwerp van uw mailing (envelop, brief, antwoordkaart ...) aan 5 neutrale personen (bij voorkeur potentiële klanten/prospecten).

Geef hen 30 seconden om uw mailing te bekijken en vraag hen dan om te antwoorden op de volgende vragen:

- a. Kunt u zeggen wie u deze mailing heeft gestuurd?
- b. Weet u wat men u voorstelt? Wat men u vraagt te doen?
- c. Spreekt deze mailing u aan, interesseert ze u? Zijn de gebruikte argumenten voldoende opdat u zou reageren?
- d. Weet u wat u moet doen om te antwoorden?