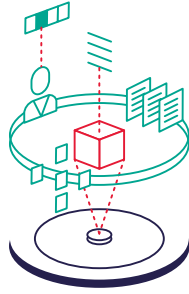


# Checklist direct mail maken

Projectnaam

## 1 Uitgangspunten

- Bepalen doel:  
wat wilt u bereiken (nieuwe klanten werven, klanten binden, meer verkopen aan bestaande klanten, klanten informeren)
- Bepalen doelgroep:  
wie is uw doelgroep en wat weet u van hen, hoe kan u hen het beste bereiken, om hoeveel mensen of adressen gaat het
- Check wat er mag volgens de regels (www.autoriteitpersoonsgegevens.nl)
- Omschrijven van de boodschap
- Kies de media-inzet: de fysieke direct mail eventueel combineren met e-mail, landingspagina of sociale media



## 3 Productie

- Kiezen van de verzending: spoed of langere verzending, de hele oplage tegelijk of in 'plukjes'
- Aanleveren van de opgemaakte direct mail bij de drukker en/of de verwerker van de direct mail
- Aanleveren van het definitieve adresbestand
- Controleren van een testbestand
- Collega's informeren over de direct mailing, vooral degenen die vragen krijgen of respons verwerken



## 2 Uitwerking

- Bepalen van de matdatum
- Contact opnemen met een reclame- of DM-bureau (of u doet het zelf)
- Contact opnemen met een partij die de direct mail kan produceren en verzenden
- Bepalen van het type direct mail dat zorgt voor het grootste effect en de inhoud van het mailpack: brief, kaart, selfmailer, ludiek formaat, klein presentje
- Bepalen of drukwerk of printwerk handig is (o.a. afhankelijk van de oplage), eventueel onderscheid maken tussen onderdelen van het mailpack, bijv. een gedrukte flyer en geprinte brief
- Bepalen van het papiersoort: slijk, stevig, duurzame uitstraling (voorbeeld beoordelen)
- Doorgeven van de oplage voor het bestellen van papier
- Kijken in de database of alle benodigde informatie beschikbaar en actueel is en of u kunt personaliseren in tekst en/of beeld
- Data extern huren wanneer u nieuwe klanten wilt werven
- Bepalen hoe ontvangers van de direct mail kunnen reageren: antwoordkaart, kortingscode, pasje, telefoon, website of QR-code
- Bepalen waar de retouren naartoe gestuurd moeten worden
- Schrijven van de tekst
- Regelen van de opmaak: fotografie, kleur, huisstijl
- Inrichten van de responseverwerking: doet u dit zelf of besteedt u dit uit
- Vorbereiden van het databestand, inclusief controle adressen



## 4 Na de matdatum

- Verwerken van de response
- Verwerken van de retouren
- Analyseren van de resultaten



### Notities

○ \_\_\_\_\_

○ \_\_\_\_\_

○ \_\_\_\_\_

○ \_\_\_\_\_

○ \_\_\_\_\_

○ \_\_\_\_\_

Aan de slag met direct mail?  
Onze DM-specialisten helpen u van data tot deurmat.