

Whitepaper

DUURZAAMHEID ALS EEN MERKVER- SNELLER: GROTERE IMPACT DOOR SLIMME MATERIAAL KEUZES

DM Anno 2025

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1	4
-------------	---

INTRODUCTIE	4
Waarom is verduurzaming in marketing en communicatie urgent?	5
De paradox: Kosten vs. waardecreatie	5
Doel en opzet van deze whitepaper	6

Hoofdstuk 2	7
-------------	---

DE UITDAGINGEN VOOR MARKETING- EN COMMUNICATIEBUREAUS	7
Duurzaamheid als vereiste: De druk van klanten, wetgeving en consumentverwachtingen	8
Kosten als drempel: Waarom duurzaamheid niet per definitie duurder hoeft te zijn	8

Hoofdstuk 3	11
-------------	----

TRENDS IN DIRECT MAIL ANNO 2025	11
Hyperpersonalisatie: Hoe AI en data-analyse direct mail effectiever maken	12
Hoe werkt het?	12
Waarom werkt het?	13
Paragon's rol	13

Hoofdstuk 4	14
-------------	----

DUURZAAM PRINTEN & DRUKKEN: VERDER DAN ALLEEN 'GROEN'	14
Waarom CO2-neutraal papier slechts een eerste stap is.	15
Alternatieve materialen	15
Hoe een duurzame aanpak kostenneutraal of zelfs voordeliger kan uitpakken	16

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 5	17
CERTIFICERINGEN EN TRANSPARANTIE: VOLLEDIGE ZEKERHEID MET EEN UITGEBREID KEURMERK	17
Hoofdstuk 6	19
CASE STUDY: FUTURUMSHOP'S DUURZAME DIRECT MAIL SUCCESS	19
De Uitdaging:	20
De Oplossing	20
Het Resultaat:	21
Hoofdstuk 7	202
VAN STRATEGIE NAAR ACTIE: HOE BEGIN JE MORGEN?	22
Stappenplan voor marketing- en communicatiebureaus	23
Quick Wins voor verduurzaming zonder grote investeringen	25
Samenwerking met de Juiste Printpartner: Volledige Ontzorging	25
Hoofdstuk 8	26
SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN	26
Hoofdstuk 9	28
HOE WIJ HELPEN	28
Hoe wij helpen	29



Hoofdstuk 1

INTRODUCTIE



Introductie



Waarom is verduurzaming in marketing en communicatie urgent?

- Duurzaamheid is niet langer een trend, maar een vereiste. Merken worden steeds vaker beoordeeld op hun ecologische voetafdruk en hun inzet voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Consumenten verwachten transparantie en duurzame keuzes, terwijl overheden strengere regelgeving introduceren rondom CO₂-uitstoot en afvalreductie.
- Voor marketing- en communicatiebureaus betekent dit dat zij niet alleen hun eigen processen moeten verduurzamen, maar ook hun klanten hierin moeten begeleiden. Print en drukwerk blijven krachtige communicatiemiddelen, maar de manier waarop deze worden ingezet, geproduceerd en verwerkt, vraagt om een nieuwe benadering.
- Bij Paragon begrijpen we deze uitdagingen. Wij helpen bedrijven en bureaus met het maken van duurzame keuzes, zonder in te leveren op impact, creativiteit of effectiviteit. Als full-service partner bieden we niet alleen CO₂-neutraal drukwerk, maar denken we actief mee over de volledige keten: van materiaalkeuze en productie tot distributie en impactmeting.



De paradox: Kosten vs. waardecreatie

Een veelgehoord bezwaar tegen duurzame marketing is de vermeende hoge kosten. Duurzame materialen en productiemethoden worden vaak als duurder gezien, waardoor bedrijven vasthouden aan traditionele alternatieven. Maar klopt deze aanname wel?

In werkelijkheid biedt duurzame direct mail meer dan alleen een milieuvriendelijk alternatief. Door innovatieve materialen zoals Paperwise te gebruiken, krijgt communicatie niet alleen een duurzamer karakter, maar ook een onderscheidende look and feel. Dit verhoogt de merkwaarde en draagt bij aan een sterke positionering. Bovendien bewijst data keer op keer dat goed doordachte direct mail hogere conversiepercentages oplevert dan digitale alternatieven.

Bij Paragon helpen we bedrijven deze paradox te doorbreken. Door schaalvoordelen, slimme inkoop en geoptimaliseerde productieprocessen kunnen we duurzame opties aanbieden die concurrerend geprijsd zijn. We combineren technologie en creativiteit om direct mail niet alleen duurzamer, maar ook effectiever te maken—met een hogere ROI als resultaat.



Introductie



Doel en opzet van deze whitepaper

Deze whitepaper is bedoeld voor marketing- en communicatieprofessionals die verder willen kijken dan alleen CO2-neutraal drukwerk. We laten zien hoe bureaus hun klanten kunnen helpen verduurzamen zonder in te leveren op effectiviteit en creativiteit. We bespreken de grootste uitdagingen, de belangrijkste trends in direct mail anno 2025 en laten aan de hand van een praktijkcase zien hoe duurzaamheid en commercieel succes hand in hand gaan. Tot slot bieden we een concreet stappenplan en een checklist waarmee je direct aan de slag kunt.

Bij Paragon geloven we dat duurzaamheid en resultaatgerichte marketing elkaar niet uitsluiten—ze versterken elkaar. De vraag is niet óf je ermee aan de slag gaat, maar hóe. En daar helpen we je bij.

Hoofdstuk 2

DE UITDAGINGEN VOOR MARKETING- EN COMMUNICATIEBUREAUS



De Uitdagingen voor Marketing- en Communicatiebureaus



Duurzaamheid als vereiste: De druk van klanten, wetgeving en consumentverwachtingen

De vraag naar duurzame marketing groeit sneller dan ooit. Dit komt niet alleen door de ambities van bedrijven zelf, maar vooral door druk vanuit drie belangrijke hoeken: klanten, wetgeving en consumentenverwachtingen.

- **Klanten** – Steeds meer merken hanteren strikte duurzaamheidsdoelstellingen en verwachten hetzelfde van hun partners, waaronder marketing- en communicatiebureaus. Grote bedrijven rapporteren over hun CO₂-uitstoot en willen dat hun leveranciers – inclusief bureaus en printpartners – bijdragen aan het verlagen van hun ecologische voetafdruk.
- **Wetgeving** – Overheden in Europa en daarbuiten stellen steeds strengere eisen aan milieu-impact, CO₂-uitstoot en afvalbeheer. Initiatieven zoals de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) dwingen bedrijven tot transparantie over hun impact en ketenverantwoordelijkheid. Dat betekent dat ook marketingactiviteiten onder een duurzaamheidsvergrootglas komen te liggen.
- **Consumenten** – Duurzaamheid is voor veel consumenten een doorslaggevende factor in hun aankoopgedrag. Onderzoek laat zien dat klanten eerder geneigd zijn om loyaal te blijven aan merken die duurzaamheid serieus nemen. Dit geldt niet alleen voor fysieke producten, maar ook voor de manier waarop merken communiceren. Print wordt soms gezien als milieuvriendelijk, maar met de juiste aanpak kan het een krachtig en duurzaam kanaal zijn.
- Bij **Paragon** zien we dat marketing- en communicatiebureaus steeds vaker voor deze uitdaging staan. Hoe kun je je klanten helpen bij duurzame marketing zonder in te boeten op effectiviteit en zonder dat de kosten de pan uit rijzen? De oplossing ligt in slimme materiaalkeuzes, duurzame productiemethoden en een geïntegreerde communicatiestrategie waarin print en digitaal elkaar versterken.



Kosten als drempel: Waarom duurzaamheid niet per definitie duurder hoeft te zijn

Een van de grootste misvattingen over duurzame marketing is dat het altijd duurder zou zijn. Veel bureaus en hun klanten aarzelen om de overstap te maken naar duurzamere materialen of productiemethoden omdat ze bang zijn voor hogere kosten. Maar de werkelijkheid is anders.

De Uitdagingen voor Marketing- en Communicatiebureaus

Duurzaamheid hoeft geen kostenpost te zijn, het kan juist waarde toevoegen:



Slimmere materiaalkeuzes

Door innovatieve materialen zoals Paperwise te gebruiken, kan direct mail niet alleen duurzamer worden, maar ook een unieke look & feel krijgen die merken onderscheidt. Dit versterkt de merkbeleving en vergroot de effectiviteit van campagnes.



Efficiëntere productiemethoden

Dankzij technologische innovaties in drukwerkproductie kunnen we nu duurzamer produceren zonder extra kosten. Denk aan slimmere papiersneden, in-line verwerking en CO₂-neutrale productieprocessen.



Hogere ROI

Direct mail blijft een van de meest effectieve marketingkanalen. Door personalisatie en targeting slim in te zetten, worden conversiepercentages verhoogd en wordt de investering in direct mail sneller terugverdiend dan bij veel digitale campagnes.



Veel marketeers en klanten gaan ervan uit dat digitale communicatie duurzamer is dan print. E-mails, online advertenties en socialmediacampagnes lijken milieuvriendelijker, maar de realiteit is complexer.

CO₂-impact van digitale communicatie. *De digitale sector is verantwoordelijk voor 2% tot 4% van de CO₂-uitstoot in Europa, terwijl de papier- en pulpindustrie ongeveer 1% bijdraagt.*



Datacenters, servers en netwerken verbruiken enorme hoeveelheden energie, en de vraag naar data blijft exponentieel groeien. Streaming, e-mail en cloudopslag zijn grote energieverbruikers.

Digitale vervuiling en 'e-mail waste'

Dagelijks worden er miljarden ongewenste e-mails verstuurd, wat leidt tot digitale verspilling. De effectiviteit van e-mailmarketing neemt af; in de B2C-sector daalde de Click Through Rate (CTR) van 8,77% in 2020 naar 5,92% in 2023.

De Uitdagingen voor Marketing- en Communicatiebureaus



Ondanks de lage respons blijft de milieu-impact van deze ongeopende e-mails groeien.

De tastbare impact van print

Fysieke mailings vallen op en worden vaker en langer bekeken dan digitale advertenties of e-mails. Direct mail heeft een gemiddelde responsratio van 4,4%, terwijl e-mailmarketing slechts 0,12% behaalt.



Bovendien kan print duurzaam worden geproduceerd met gerecycled papier en FSC-gecertificeerde materialen. In Nederland bestaat 87% van het geproduceerde papier uit gerecycled materiaal.



Bij Paragon geloven we dat de keuze tussen digitaal en print niet zwart-wit is. De kracht ligt in de combinatie. Door print en digitaal slim te integreren, creëer je een hybride strategie die zowel duurzaam als effectief is.

Conclusie



Duurzaamheid in marketing is geen keuze meer, maar een vereiste. De uitdaging ligt in het vinden van de juiste balans tussen kosten, impact en effectiviteit. Met de juiste partner en strategie kunnen marketing- en communicatiebureaus deze transitie soepel maken, zonder in te boeten aan resultaat.

Hoofdstuk 3

TRENDS IN DIRECT MAIL ANNO 2025



Trends in Direct Mail anno 2025

Direct mail blijft een krachtig marketingkanaal, maar de manier waarop het wordt ingezet, evolueert snel. In 2025 zijn er vier belangrijke trends die de toekomst van direct mail vormgeven: hyperpersonalisatie, duurzaamheid als must-have, omnichannel-integratie en tactiliteit als onderscheidende factor.



Hyperpersonalisatie: Hoe AI en data-analyse direct mail effectiever maken

Personalisatie is niet langer beperkt tot het simpelweg noemen van een naam in een brief. In 2025 is hyperpersonalisatie de standaard, en dat is te danken aan de opkomst van AI en geavanceerde data-analyse. Deze technologieën maken het mogelijk om direct mailcampagnes te creëren die volledig zijn afgestemd op de individuele ontvanger, waardoor de impact en effectiviteit van campagnes aanzienlijk worden vergroot.



Hoe werkt het?

Hyperpersonalisatie begint bij data. Door gegevens uit CRM-systemen, online gedrag, aankoopgeschiedenis en zelfs sociale media te analyseren, kunnen we een gedetailleerd profiel van elke ontvanger opstellen. Deze data wordt vervolgens gebruikt om campagnes te ontwikkelen die niet alleen persoonlijk zijn, maar ook uiterst relevant.

- **Gepersonaliseerde aanbiedingen:** Op basis van eerdere aankopen of interesses kunnen we aanbiedingen op maat maken. Bijvoorbeeld: een klant die regelmatig sportartikelen koopt, ontvangt een aanbieding voor een nieuw gepersonaliseerd hardloopshirt.
- **Dynamische content:** Met behulp van AI kunnen we variabele content creëren die per ontvanger verschilt. Denk aan afbeeldingen, teksten of zelfs kleuren die aansluiten bij de voorkeuren van de ontvanger.
- **Variabele ontwerpen:** Dankzij geavanceerde druktechnieken kunnen we elke brief of folder uniek maken. Zo kan de ene ontvanger een andere coverafbeelding of lay-out krijgen dan de andere, afhankelijk van hun interesses of gedrag.

Trends in Direct Mail anno 2025



Waarom werkt het?

Uit onderzoek blijkt dat gepersonaliseerde direct mail tot wel 50% meer respons oplevert dan generieke campagnes. Dit komt omdat hyperpersonalisatie niet alleen de aandacht trekt, maar ook een emotionele band creëert.

- **Het voelt persoonlijk:** Een brief die specifiek is afgestemd op de ontvanger, voelt niet als reclame, maar als een waardevolle toevoeging. Dit verhoogt de kans dat de ontvanger de mail opent, leest en erop reageert.
- **Verhoogde betrokkenheid:** Door aan te sluiten bij de interesses en behoeften van de ontvanger, wordt de betrokkenheid bij het merk vergroot. Dit leidt niet alleen tot directe actie, maar ook tot langdurige loyaliteit.
- **Hogere ROI:** Gepersonaliseerde campagnes zijn niet alleen effectiever, maar ook efficiënter. Door gericht te werken, worden middelen optimaal ingezet, wat resulteert in een hogere return on investment.



Paragon's rol

Bij Paragon begrijpen we de kracht van data en personalisatie. We helpen marketing- en communicatiebureaus om data slim in te zetten en te vertalen naar campagnes die werken.

- **Data-analyse en segmentatie:** We analyseren beschikbare data en segmenteren doelgroepen op basis van gedrag, interesses en demografie. Dit vormt de basis voor hypergepersonaliseerde campagnes.
- **Creativiteit en technologie:** We combineren creatieve concepten met geavanceerde technologieën, zoals variabele druk en AI-gestuurde contentgeneratie, om campagnes te ontwikkelen die zowel persoonlijk als visueel aantrekkelijk zijn.
- **Duurzaamheid:** Ook bij hyperpersonalisatie staat duurzaamheid centraal. We zorgen ervoor dat campagnes niet alleen effectief zijn, maar ook op een verantwoorde manier worden geproduceerd. Denk aan het gebruik van FSC-gecertificeerd papier, CO2-neutrale drukprocessen en slimme logistiek om verspilling te minimaliseren.

Hoofdstuk 4

DUURZAAM PRINTEN & DRUKKEN: VERDER DAN ALLEEN 'GROEN'





Duurzaam Printen & Drukken: Verder dan alleen 'Groen'



Waarom CO₂-neutraal papier slechts een eerste stap is.

Het gebruik van CO₂-neutraal papier is een belangrijk beginpunt, maar het is slechts één aspect van een bredere duurzaamheidsstrategie. Hoewel dit type papier helpt de CO₂-uitstoot te reduceren, richt het zich uitsluitend op de materiaalkeuze en laat het andere cruciale duurzaamheidsfactoren buiten beschouwing. Denk hierbij aan het energieverbruik tijdens de productie, de herkomst van inkt en coatings, en het eindverwerkingsproces. Een echt duurzame benadering vergt een integrale blik op de gehele productieketen. Bij Paragon weten we dat alleen het kiezen voor CO₂ - neutraal papier niet voldoende is; we streven naar een holistische aanpak waarbij elke stap in het proces bijdraagt aan een duurzame en transparante keten



Alternatieve materialen

Paperwise en de merkwaarde van een unieke uitstraling. Naast de traditionele duurzame opties is het gebruik van alternatieve materialen zoals Paperwise een echte game changer. Paperwise biedt niet alleen een milieuvriendelijk alternatief, maar geeft drukwerk ook een unieke tactiliteit en uitstraling. Dit onderscheidende karakter versterkt de merkbeleving en helpt campagnes op te vallen in een overvolle markt. Duurzaamheid hoeft dus niet te betekenen dat je concessies doet aan creativiteit of esthetiek; integendeel, met innovatieve materialen geef je jouw boodschap een extra dimensie. Met Paragon als partner profiteer je van de nieuwste innovaties en kun je jouw klanten laten zien dat duurzaamheid en visuele impact perfect samengaan



Duurzaam Printen & Drukken: Verder dan alleen 'Groen'



Hoe een duurzame aanpak kostenneutraal of zelfs voordeliger kan uitpakken

Een veelgehoorde misvatting is dat duurzaam printen en drukken automatisch leidt tot hogere kosten. In werkelijkheid kan een doordachte duurzame aanpak op de lange termijn kostenneutraal of zelfs voordeliger zijn. Enkele factoren die hieraan bijdragen:

- **Slimmere materiaalkeuzes:** Door innovatieve materialen zoals Paperwise te gebruiken, krijgt je drukwerk niet alleen een duurzame, maar ook een andere milieu bewuste uitstraling die de merkwaarde verhoogt.
- **Efficiëntere productiemethoden:** Technologische vernieuwingen en optimalisatie van productieprocessen zorgen voor minder verspilling en een hogere kwaliteit van het eindproduct.
- **Hogere ROI:** Direct mail blijft een van de meest effectieve marketingkanalen. Door personalisatie en een doordachte aanpak stijgen de conversiepercentages, wat de investering sneller terugverdient dan bij veel digitale campagnes.

Hoofdstuk 5

CERTIFICERINGEN EN TRANSPARANTIE: VOLLEDIGE ZEKERHEID MET EEN UITGEBREID KEURMERK

Certificeringen en transparantie: Volledige zekerheid met een uitgebreid keurmerk

Transparantie en vertrouwen zijn essentieel in elke duurzame strategie. Om dit te waarborgen, is het belangrijk dat de gehele productieketen voldoet aan de strengste milieunormen en kwaliteitsstandaarden. Bij Paragon staan we hier volledig voor in, wat blijkt uit onze uitgebreide certificeringen. Deze certificaten tonen onze inzet voor zowel duurzaamheid als de veiligheid en betrouwbaarheid van onze processen:

Milieu en Duurzaamheid:

- ✓ **ISO 14001:** Bevestigt onze systematische aanpak voor milieumanagement.
- ✓ **ISO 26000:** Onderstreept onze maatschappelijke verantwoordelijkheid en inzet voor duurzaamheid in alle bedrijfsprocessen.
- ✓ **FSC CoC (Forest Stewardship Council Chain of Custody):** Garandeert dat al ons papier afkomstig is uit verantwoord beheerde bossen.
- ✓ **ClimateCalc:** Een betrouwbare methode om de CO₂ - voetafdruk van onze productie nauwkeurig te berekenen.
- ✓ **Ecovadis:** Een extern beoordelingssysteem dat onze duurzaamheidsinspanningen valideert.
- ✓ **Groene stroom:** Wij maken gebruik van duurzame energiebronnen om onze productieprocessen te ondersteunen.

Kwaliteit en Beveiliging:

- ✓ **ISO 27001:** Garandeert de beveiliging van informatie en data binnen onze processen.
- ✓ **NEN 7510:** Richt zich op de beveiliging van gevoelige informatie, wat onze toewijding aan dataveiligheid benadrukt.
- ✓ **ISAE 3402 en SOC 2 (BAVAK):** Deze certificeringen bevestigen de betrouwbaarheid van onze interne controles en processen, zodat je erop kunt vertrouwen dat jouw data en projecten veilig zijn.



Door deze uitgebreide certificeringen bieden we niet alleen zekerheid op het gebied van duurzaamheid, maar ook op het vlak van operationele en dataveiligheid. Dit maakt Paragon tot een partner die met transparantie en integriteit de weg vrijmaakt naar duurzame en efficiënte toekomst in print en drukwerk.

Hoofdstuk 6

CASE STUDY: FUTURUMSHOP'S DUURZAME DIRECT MAIL SUCCESS



Case Study: FuturumShop's Duurzame Direct Mail Succes



De Uitdaging:

Van generieke marketing naar gerichte klantactivatie

FuturumShop, de grootste online shop in de Benelux voor wielrenners, mountainbikers en triatleten, kampte met een traditionele, generieke marketingaanpak. Lange tijd investeerde het merk in brede TV-campagnes die weliswaar een groot publiek bereikten, maar niet leidden tot de gewenste klantbetrokkenheid. Menno Kamp, marketeer bij FuturumShop, merkte op dat veel van het bereik niet aansloot bij de kernklanten – de trouwe sporters die een diepere band met het merk hebben. De uitdaging was om deze passieve ontvangers om te zetten in actieve klanten door middel van gerichte communicatie, waarbij de bestaande database optimaal werd benut om de juiste boodschap op het juiste moment te leveren.



De Oplossing

Hyperpersoonlijke en duurzame direct mail

Om de uitdaging aan te gaan, koos FuturumShop voor een strategische heroriëntatie: inzetten op hyperpersoonlijke direct mailcampagnes in samenwerking met Paragon Customer Communications. Door de rijke klantdata in te zetten, werden de DM-campagnes precies afgestemd op de interesses en aankoopgeschiedenis van de ontvangers. Deze persoonlijke benadering maakte de communicatie relevant en wendbaar.

Daarnaast werd duurzaamheid een integraal onderdeel van de campagne. Paragon adviseerde over het gebruik van milieuvriendelijke materialen, zoals FSC-gecertificeerd papier en biologisch afbreekbare DM-sealingen, om zo niet alleen de boodschap van persoonlijke aandacht, maar ook van verantwoord ondernemen te benadrukken. Deze combinatie van hyperpersonalisatie en duurzame uitvoering zorgde ervoor dat de direct mail opviel en een extra dimensie toevoegde aan de merkbeleving.



Case Study: FuturumShop's Duurzame Direct Mail Succes



Het Resultaat:

Meer engagement, hogere conversie en duurzame impact

De overstap naar een gerichte en duurzame aanpak leverde indrukwekkende resultaten op. FuturumShop benadert jaarlijks ongeveer 200.000 klanten met direct mail, wat neerkomt op meer dan een miljoen poststukken per jaar. De respons was significant hoger dan bij de eerdere, meer generieke campagnes. Ontvangers waardeerden de persoonlijke benadering en de kwalitatieve uitstraling van het duurzame drukwerk, wat resulteerde in een hogere betrokkenheid en een verbeterde conversie.

Volgens Menno Kamp heeft de samenwerking met Paragon Customer Communications geleid tot een krachtigesynergie: door creativiteit, segmentatie en duurzaamheid te combineren, werd de marketingcampagne zowel commercieel als ecologisch succesvol. Deze case benadrukt dat het inzetten op hyperpersoonlijke, duurzame direct mail niet alleen de klantbetrokkenheid vergroot, maar ook bijdraagt aan een sterker, verantwoord merkimago.



Kortom, FuturumShop heeft met de hulp van Paragon bewezen dat de transitie van generieke marketing naar gerichte klantactivatie via duurzame direct mail leidt tot meer engagement, hogere conversie en een blijvende positieve impact. Deze aanpak onderstreept dat duurzaamheid en personalisatie elkaar versterken in de hedendaagse marketingstrategie.

Hoofdstuk 7

VAN STRATEGIE NAAR ACTIE: HOE BEGIN JE MORGEN?



Van Strategie naar Actie: Hoe Begin Je Morgen?



Stappenplan voor marketing- en communicatiebureaus

 Analyseer & Stel Doelen	• Evalueer je huidige campagnes en identificeer duurzaamheidskansen. • Formuleer duidelijke, meetbare duurzaamheidsdoelstellingen (bijv. vermindering van CO₂-uitstoot, overstap op duurzame materialen).
 Identificeer Quick Wins:	• Kijk naar bestaande campagnes: kun je direct overstappen op gerecycled of FSC-gecertificeerd papier? • Experimenteer met alternatieve materialen zoals Paperwise om de impact te testen zonder grote investeringen.
 Integreer Hyper-personalisatie:	• Gebruik klantdata om je direct mailcampagnes nauwkeurig af te stemmen. • Een gerichte aanpak verhoogt de relevantie en effectiviteit van je communicatie.
 Kies de Juiste Partners:	• Werk samen met een specialist als Paragon. • Zij bieden advies en uitvoering, zodat je verzekerd bent van duurzame materialen, efficiënte productie en volledige ontzorging.
 Meet en Evalueer:	• Implementeer een monitoringssysteem om zowel commerciële resultaten als milieueffecten te meten. • Gebruik de feedback om processen continu te optimaliseren.

Van Strategie naar Actie: Hoe Begin Je Morgen?



Samenwerking met de Juiste Printpartner: Volledige Ontzorging

Advies & Implementatie:

- Een partner als Paragon biedt strategisch advies en neemt het hele proces van concept tot uitvoering uit handen.

Transparantie & Certificering:

- Met uitgebreide certificeringen (ISO 14001, ISO 26000, FSC CoC, ClimateCalc, Ecovadis, Groene stroom, ISO 27001, NEN 7510, ISAE 3402 en SOC 2 (BAVAK)) kun je vertrouwen op een verantwoorde en kwaliteitsvolle productie.

Focus op Kerncompetenties:

- Laat de specialist de technische en logistieke uitdagingen oplossen, zodat jij je kunt richten op creativiteit en strategische marketing



Quick Wins voor verduurzaming zonder grote investeringen

Optimaliseer Materiaalkeuze:

- Schakel over op gerecycled en FSC-gecertificeerd papier of innovatieve alternatieven zoals Paperwise voor een unieke look.

Hergebruik & Update Content:

- Geef bestaande campagnes een duurzame upgrade met minimale extra kosten, maar met een frisse, persoonlijke aanpak.

Kleine Experimenten:

- Test duurzame materialen in pilotcampagnes. Meet de resultaten en schaal succesvolle initiatieven op.

Van Strategie naar Actie: Hoe Begin Je Morgen?



Quick Wins voor verduurzaming zonder grote investeringen

Optimaliseer Materiaalkeuze:

- Schakel over op gerecycled en FSC-gecertificeerd papier of innovatieve alternatieven zoals Paperwise voor een unieke look.

Hergebruik & Update Content:

- Geef bestaande campagnes een duurzame upgrade met minimale extra kosten, maar met een frisse, persoonlijke aanpak.

Kleine Experimenten:

- Test duurzame materialen in pilotcampagnes. Meet de resultaten en schaal succesvolle initiatieven op.



Samenwerking met de Juiste Printpartner: Volledige Ontzorging

Advies & Implementatie:

- Een partner als Paragon biedt strategisch advies en neemt het hele proces van concept tot uitvoering uit handen.

Transparantie & Certificering:

- Met uitgebreide certificeringen (ISO 14001, ISO 26000, FSC CoC, ClimateCalc, Ecovadis, Groene stroom, ISO 27001, NEN 7510, ISAE 3402 en SOC 2 (BAVAK)) kun je vertrouwen op een verantwoorde en kwaliteitsvolle productie.

Focus op Kerncompetenties:

- Laat de specialist de technische en logistieke uitdagingen oplossen, zodat jij je kunt richten op creativiteit en strategische marketing



Hoofdstuk 8

SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE INZICHTEN

Samenvatting van de belangrijkste inzichten

	Verduurzaming is essentieel Marketing- en communicatiebureaus moeten duurzaamheid omarmen vanwege de toenemende druk van klanten, strengere wetgeving en veranderende consumentenverwachtingen.
	Kosten versus waardecreatie: De misvatting dat duurzaamheid per definitie duurder is, wordt weerlegd door slimme materiaalkeuzes en efficiënte productieprocessen. Innovatieve oplossingen, zoals het gebruik van Paperwise, kunnen zelfs leiden tot kostenbesparingen en een hogere ROI.
	Print en digital: een complementaire aanpak: Hoewel digitale communicatie vaak als groener wordt gezien, bewijst duurzaam drukwerk dat een combinatie van beide kan leiden tot meer impact. Duurzame print, mits slim ingezet, biedt een unieke merkbeleving en versterkt de effectiviteit van je campagnes.
	Hyperpersonalisatie als sleutel tot succes: Werk samen met een specialist als Paragon. Zij bieden advies en uitvoering, zodat je verzekerd bent van duurzame materialen, efficiënte productie en volledige ontzorging.
	Van strategie naar actie: Met een helder stappenplan en quick wins kunnen bureaus zonder grote investeringen direct beginnen met verduurzamen. Kleine, doordachte aanpassingen vormen de basis voor een grootschalige transitie.
	Samenwerking met de juiste partner: Een partner als Paragon biedt volledige ontzorging – van strategisch advies tot uitvoering – ondersteund door uitgebreide certificeringen (ISO 14001, ISO 26000, FSC CoC, ClimateCalc, Ecovadis, Groene stroom, ISO 27001, NEN 7510, ISAE 3402 en SOC 2 (BAVAK)). Deze certificeringen staan garant voor een transparante en betrouwbare productie.

Door deze inzichten te combineren, kunnen bureaus een krachtige, duurzame direct mailstrategie implementeren die zowel commercieel succes als een positieve impact op het milieu realiseert

A close-up photograph of green, heart-shaped leaves with prominent white variegation, filling the top half of the page.

Hoofdstuk 9

HOE WIJ HELPEN

Hoe wij helpen

In uw streven naar happy klanten, medewerkers en een gesmeerde operatie heeft u ongetwijfeld een stip op de horizon. Een inspirerende ambitie waarvoor u en uw collega's zich dagelijks inzetten. Maar hoe vertaalt u uw strategie naar concrete activiteiten?

- Paragon helpt organisaties met de **realisatie van hun strategie**.
- Maakt de vertaling naar **efficiëntere werkprocessen** en een nog betere klantbeleving.
- Wij leveren brede business en communicatie oplossingen, met services rondom data, consultancy, creatief design, technologie tot en met **succesvolle implementatie en uitvoering**.
- Zodat organisaties steeds **slimmere 'experiences'** aan hun eindklanten kunnen bieden. Of dit nou consumenten, burgers, leden of cliënten zijn.

Paragon is al vele jaren een betrouwbare en deskundige partner voor legio multinationals, MKB-bedrijven en (semi-)overheidsorganisaties. We bouwen aan uw langdurige succesvolle klantrelaties, met blijde klanten én blijde medewerkers.



De business lines van Paragon

Consulting & agency	Customer Communications	Business Process Services	Fulfilment & More
Combineer data, creatie en technologie en creëer zo een Customer Experience die alle verwachtingen overtreft	Slimme multi- en omnichannel klantcommunicatie, gericht op operational excellence en groei	Intelligente en geautomatiseerde diensten voor back- en frontoffice- processen	Innovatie en efficiency in e-commerce en logistieke oplossingen Full service dienstverlening voor impactvolle POD



Maria Montessorilaan 25
2719 DB Zoetermeer

Postadres

Postbus 94
2650 AB Berkel en Rodenrijs

T: +31 (0) 88 110 35 40

E: info@paragon-cc.nl

W: <https://www.paragon.world/nl>

Openingstijden

Maandag t/m vrijdag van 9-17 uur

PARAGON