



CASE BESCHRIJVING

"Postbank gaat de dialoog aan via e-mail" (Winnaar van de Gouden EMMA 2006)



Probleem- en doelstelling

Studenten worden door veel bedrijven als aantrekkelijke klanten gezien. Daardoor ontvangen zij vanuit veel verschillende kanten informatie en aanbiedingen. Als gevolg hiervan gaan jongeren en studenten zich steeds meer als kritische consumenten gedragen en wordt de impact van commerciële uitingen onder deze doelgroep steeds lager. De probleemstelling is geformuleerd als: "Hoe kan Postbank de relatie met jeugd en studenten intensiveren en productafname stimuleren?"

Alleen boodschappen die direct aansluiten op wensen en behoeftes van individuele jongeren en studenten worden nog gelezen en hebben nog impact. Om die reden gaat Postbank de dialoog met deze doelgroep aan. De doelstelling is daarom:

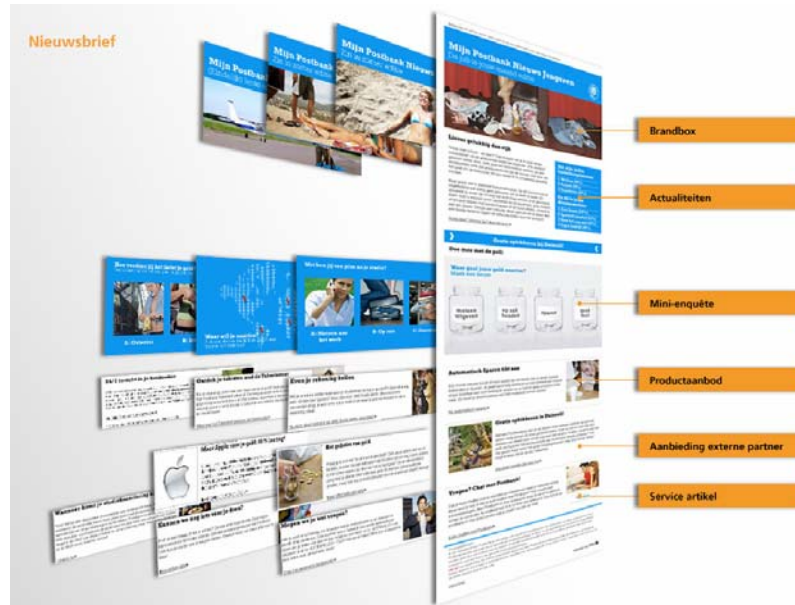
- Betrokkenheid van jongeren en studenten bij de bank vergroten en productafname vergroten
- Ontwikkelen nieuwsbrief die aansluit op de individuele klant.

Het programma

Het unieke aan deze case is dat er enerzijds een intelligent selectieproces is ontwikkeld en anderzijds een flexibel framework is gebouwd. Waardoor we in staat zijn de e-mail communicatie te laten variëren, afhankelijk van profiel, vertoont gedrag en dialoog input van de klant. En 1 nieuwsbrief in meer dan 5500 verschijningsvormen te versturen.

De Persoonlijke Nieuwsbrief

De persoonlijke situatie van de klant (productbezit, demografie, financiële events, klikgedrag in eerdere nieuwsbrief én door de klant afgegeven zachte informatie) bepaalt welk stuk content op een zeker verzendmoment in het framework wordt geladen. Hierdoor zijn de mogelijkheden oneindig en krijgt vrijwel elke klant zijn eigen nieuwsbrief. Klanten worden in dit systeem dus niet ingedeeld in groepen maar iedere klant vormt een unieke groep op zichzelf.



De Teaser

Er wordt getest of jongeren en studenten meer tot reactie geneigd zijn wanneer zij eerst een teasende e-mail ontvangen. Deze 'samenvatting' geeft in beeld de onderwerpen weer van de nieuwsbrief en linkt door naar een persoonlijke landingpage.



De Special

De klant krijgt een Special (een enkel relevant onderwerp) op basis van eerder vertoond gedrag. Bijvoorbeeld een verhuisbericht waaruit blijkt dat een student op kamers gaat wonen. In de Special wordt dan aan de student een OpKamersPakket aangeboden. Als er geen trigger is geweest, wordt er geen Special verstuurd! Natuurlijk staat er een groot aantal Specials klaar die passen bij verschillend klantgedrag.

Special

Bekijk hier de vorige versie. Om er zeker van te zijn dat de Postbank e-mail goed aankomt, heb je alvast een postadreslijstje gemaakt en je aan je adresboek of gsm toegevoegd.

Mijn Postbank Nieuws Studenten

Handig om te weten



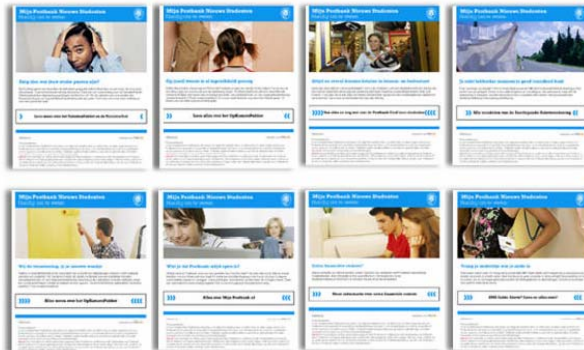
Met de Studentenrekening haal je eruit wat erin zit

Studenten hebben het helemaal voor elkaar bij Postbank. Want wist je dat je alleen als student gebruik kunt maken van de StudentenAdviesLijn (voor al je vragen) en de Postbank Studietoelagen? En dat alleen studenten om de haverlap waardevolle aanbiedingen krijgen? Om het misen maar even helemaal af te maken, is de Studentenrekening ook nog 'ns gratis.

Alle voordelen van een Studentenrekening

Uitsluitend onderdeel van ING

Privacyafklemmer
In de nieuwsmail van Postbank je ontvangen om vragen te beantwoorden. Je antwoorden op deze vragen kunnen door Postbank worden gebruikt om je persoonlijke productaanbevelingen te doen. In de nieuwsmail kan de voor de mogelijkheid worden geboden om button's aan te klikken. Postbank registreert welke button's je aanklikt en gebruikt deze informatie uitsluitend voor de afzender van de nieuwsbrief.
Let op! De verspreiding van niet je persoonlijke gegevens. Mijn Postbank.nl is niet persoonlijk. Medewerkers van Postbank zullen daarom nooit naar je gebeloven naam, wachtwoord, afrekeningcode of tariefcode vragen. Niet via e-mail, telefoon of op welke andere manier dan ook. Als je wilt controleren of deze e-mail van Postbank afkomstig is, ga dan naar Postbank.nl en klik op Check de laatste e-mailing onder Klantenservice.



Testen

De effectiviteit van een dergelijk innovatief programma is nog niet eerder bewezen. De eerste resultaten zijn echter zeer positief. Dit jaar wordt er uitgebreid getest met het programma om de beste combinatie van communicatie-uitingen te vinden. Aan het eind van het jaar wordt bekeken welk concept het meest effectief is en welke de hoogste klanttevredenheid scoort.

Dit e-mailprogramma is een samenwerking tussen:



Postbank

www.postbank.nl



www.rapidsugar.nl

Woedend!
communicatiedingen

www.woedend.nl