

IMPACT



**Klanten laten uitkijken naar post van hun favoriete merken?
Dat is de impact van In-Home Advertising.**



IS 'M ER AL? WANNEER KOMT HIJ TOE? HEB JIJ HEM AL GEKREGEN?

Naar niets wordt zo hard uitgekeken als naar uw favoriete catalogus in de bus. De verdienste van het merk? Mogelijks. Maar zeker ook van het medium: In-Home Advertising van bpost. Want post, of dat nu huis-aan-huis is of Direct Mail, maakt altijd impact. Verrast altijd. Er wordt altijd naar uitgekeken. Het is dan ook niet voor niets één van de meest activerende media in uw mediamix.

Laat uw doelgroep minstens even hard uitkijken naar uw merk. Lees verder en ontdek de impact van In-Home Advertising van bpost.

IN-HOME ADVERTISING: HUIS-AAN-HUIS OF DIRECT MAIL

Wil u gaan voor een breed bereik?
Of voor doelgerichte impact?
Met In-Home Advertising van bpost kiest u zelf: uw campagne in de bus van elk Belgisch gezin met huis-aan-huis, of een Direct Mail perfect getarget op uw doelgroep.



WELKOM
92%

van alle Belgen maakt
dagelijks de brievenbus leeg.

Bron: Customer experience around
In-Home Advertising, GfK, 2017

THUIS IS WAAR MIJN POST LIGT

Met In-Home Advertising van bpost raakt u uw publiek in het hart van hun huis, daar waar alle beslissingen genomen worden. Direct Mail of huis-aan-huis, wat u ook kiest, u kiest met In-Home Advertising resoluut voor quality time met uw doelgroep. Niet voor niets het meest activerende en meest geliefde communicatiekanaal van de Belgen.



GOEIEDAG
86%

van de lezers bewaart z'n post
gemiddeld 4,5 dagen op een
zichtbare plek.

Bron: Customer experience around
In-Home Advertising, GfK, 2017

REMEMBER ME?

In-Home Advertising blijft lang zichtbaar in huis. Geen wonder dat Direct Mail een herinneringsgraad van **73%** heeft. Bij huis-aan-huis is dit **42%**.




BIOTOOP 89%

van alle In-Home Advertising wordt thuis gelezen.

Bron: Customer experience around In-Home Advertising, Gfk, 2017





CURIEUS
69%

opent uit nieuwsgierigheid
z'n post meteen.

Bron: Customer experience around
In-Home Advertising, GfK, 2017

GEKLUISTERD

1'52" De tijd die ontvangers gemiddeld
besteden aan In-Home Advertising.
Da's bijna twee volle minuten onvoorwaardelijke
aandacht, zonder ruis van andere
communicatie-uitingen. Geen enkel medium in
het huidige medialandschap doet het ons na.



IN-HOME ADVERTISING BRENGT MENSEN IN BEWEGING



GEKNIPT VOOR COUPONS

82% van de mensen geeft aan regelmatig coupons uit In-Home Advertising bij te houden. Het uitgelezen medium dus voor coupons en samples.

ONLINE SUPPORT

In-Home Advertising is het perfecte opstapje naar online: met een drive-to web van **30%** voor Direct Mail en **16%** voor huis-aan-huis.



SOUVENIR
93%

van alle In-Home Advertising blijft plakken, hangen of liggen.

Bron: Customer experience around In-Home Advertising, GfK, 2017



ROI SIZE
12%

ROI-boost wanneer u Direct Mail inzet in combinatie met uw above campagnes.

Bron: Royal Mail Market Reach, BrandScience, 2014

KATALYSEER UW CAMPAGNES

In-Home Advertising is niet enkel op zich activerend, het haalt ook het beste uit uw above campagnes. Geen wonder: u stopt letterlijk uw campagne in de handen van uw doelgroep. Resultaat? U haalt gemiddeld **12%** meer return uit uw campagnebudget.

ABOVE MEDIA



DIRECT MAIL



CASE /EMOTIE

Consumenten niet alleen in het hart van hun huis, maar ook simpelweg in hun hart raken? Dat doet Dreamland voor de volle **100%** met In-Home Advertising.

DREAMLAND KROONT ZICH TOT KONING VAN DE VERJAARDAGEN

Een persoonlijke attentie voor uw verjaardag doet altijd plezier, in welke sector u ook actief bent. Zo heeft Dreamland met een gepersonaliseerde verjaardagskaart de kinderen van hun klanten in de bloemetjes gezet.



RESULTAAT?

Een brede glimlach op het gezicht van de kinderen én ouders: de perfecte bouwsteen voor een langdurige band.



PROFICIAT
21%

van alle coupons die aan de mailing werden toegevoegd, werden gebruikt in de winkel. Van een mooie traffic builder gesproken!

CASE /RELEVANTIE

Uw diensten concreet maken en in de handen van de juiste doelgroep laten belanden? BMW bewijst dat In-Home Advertising hier het uitgelezen medium voor is.

BMW MAAKT Z'N MERK TASTBAAR MET EEN ORIGINELE MAILING

Hoe zet u op een originele manier uw carrosserieservice in de verf en genereert u traffic naar uw concessies? BMW deed dit door een opzettelijk gekraste 45-toerenplaat op te sturen.



DOEL

Het ongemak van een kras in uw prachtige BMW uitvergroten. Om hetzelfde ongemak niet met hun wagen te moeten ervaren, konden ze immers bij hun concessiehouder terecht voor een reparatie. En wie niet over een platendraaier beschikte, kon het effect ook ervaren met de QR-code op de achterzijde.



RELAXEN IN ZESVOUD

In-Home Advertising wordt zes maal vaker ervaren als een ontspanningsmoment dan massamedia. (en 10x meer dan digitale media)



IN-HOME ADVERTISING CREËERT EEN PERSOONLIJKE BAND MET UW DOELGROEP

DANKJEWEL

56%

voelt zich gewaardeerd door een merk door er post van te ontvangen.

Bron: Customer experience around In-Home Advertising, GfK, 2017



IN-HOME ADVERTISING BRENGT UW MERK IN HUISELIJKE SFEREN

Bereik uw doelgroep op een **100%** persoonlijke manier, op de plek waar hij of zij helemaal op z'n gemak is: thuis. Waar mensen de tijd nemen om uw boodschap rustig door te nemen. Geen wonder dat In-Home Advertising relevantie creëert en voor persoonlijk engagement zorgt.



HEBBES

1.000.000

huishoudens in onze database:
de grootste en meest actuele van
het land, én **100% GDPR-proof**.

Bron: Customer experience around In-Home Advertising, Gfk, 2017

HET JUISTE GEZIN VOOR DE JUISTE BOODSCHAP

Op zoek naar een specifieke doelgroep?
Huur een up-to-date adressenbestand en vind makkelijk
nieuwe klanten. Met info over meer dan 1 miljoen
Belgische gezinnen target u zo moeiteloos het perfecte
adressenbestand met uw reclamezending.



1. AUDIENCE PACKS:

Kies één van de standaard
Audience Packs die door onze
data-experts zijn geselecteerd.

2. ADRESSENBESTAND OP MAAT:

Maak samen met onze data-experts
een adressenbestand op maat en
GDPR compliant.

CASE /ACTIVERING

Campina bewijst dat In-Home Advertising in combinatie met above media een ontzettend sterke traffic driver is.

EEN PRODUCT LAUNCH VOOR CAMPINA MET IN-HOME ADVERTISING? RESULTATEN OM DUIMEN EN VINGERS BIJ AF TE LIKKEN!



Dankzij een slimme combinatie van Direct Mail en huis-aan-huis heeft Campina ervoor gezorgd dat hun gloednieuwe product van bij de start de nodige aandacht kreeg. Bovendien zorgden de coupons in de mailing er ook voor dat niet-gebruikers het product eens uitprobeerden in de supermarkt.



GEZONDHEID

12%

 INTENT TO ACT*

Hierbovenop steeg het merk ook in bekendheid als een product “zonder toegevoegde suikers”. Er ging ook meer aandacht naar de TV-spot, outdoor-campagne door de mensen die zich deze mailing herinnerden. Het perfecte voorbeeld van de synergiekracht van In-Home Advertising van bpost.

*het aantal mensen dat na het lezen van Direct Mail aangeeft actie te ondernemen, gaande van de winkel bezoeken tot het product aankopen.



Ontdekken hoe u uw mediamix kracht bijzet met In-Home Advertising?

Volg ons op www.bpost.media

 Of bel naar 02 201 11 11




bpost
zorgt ervoor

