

Van data naar een hogere conversie

depl25yteq™



Kaartje2go

depl25yteq™ & Yelflow

Zo heractiveer je inactieve klanten met **fysieke post**

10 maart 2026

 **Kaartje2go**



May Eikelboom

Product Owner CRM & Campagne



Passie voor e-mailmarketing

Werkt al bijna **3,5 jaar** met
veel plezier bij Kaartje2go

De uitdaging

Waar liepen wij met Kaartje2go tegenaan?

Ongeveer 1.500 klanten per maand worden als inactief beschouwd binnen het e-mailkanaal.

Een klant wordt als inactief gemarkeerd wanneer in de afgelopen 6 maanden:

- Geen e-mails zijn geopend;
- Geen website bezoek heeft plaatsgevonden;
- Geen bestelling is geplaatst.

In deze 6 maanden proberen we klanten te heractiveren via een reactivatie campagne:



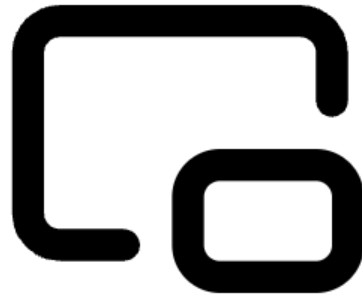
Vraagstelling

“Hoe kunnen we klanten die al meer dan 6 maanden op geen enkele manier activiteit vertonen, verleiden om opnieuw kaarten te versturen via Kaartje2go.”

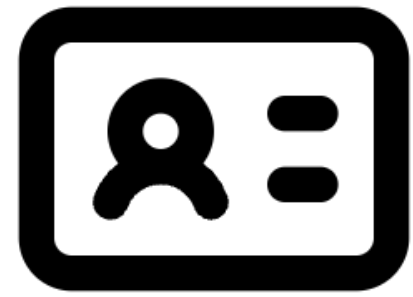
Hoe kunnen we deze klanten bereiken?



E-mail



Pop-up



Fysieke post



De voordelen van fysieke post

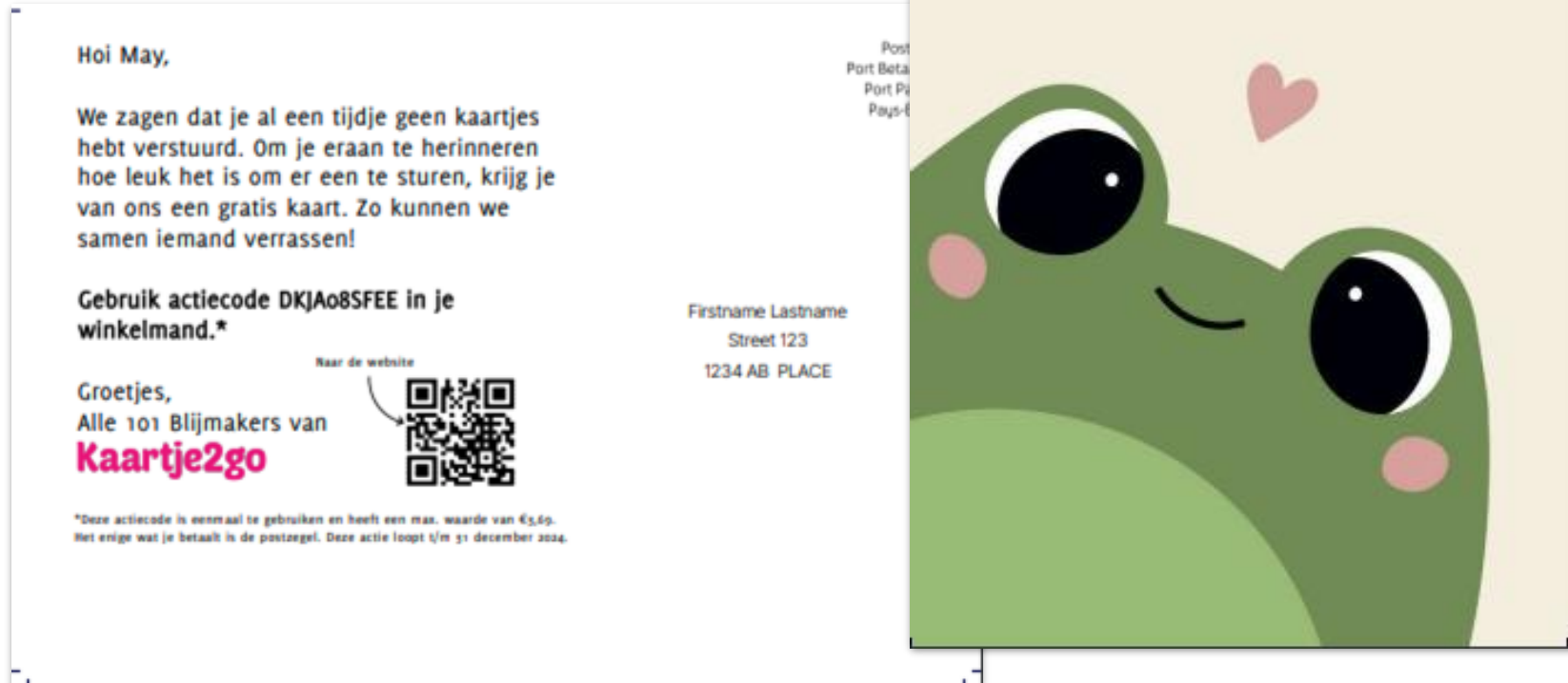
1. Als gemiddelde voor direct mail wordt vaak een conversiepercentage van 4 tot 5% genoemd.
2. 80 tot 90% van Direct Mail wordt geopend;
3. In tegenstelling tot e-mail, mag je fysieke post sturen zonder voorafgaande toestemming;
4. Mogelijkheden tot het personaliseren van de voor- en achterkant van de kaart obv de data in je CRM/CDP;
5. Mogelijkheid tot het geautomatiseerd versturen van fysieke kaarten.



print·one

Gestart met een eerste pilot

Een fysieke kaart naar ongeveer
5000 inactieve klanten van Kaartje2go,
verstuurd over een **periode van 3 maanden**.



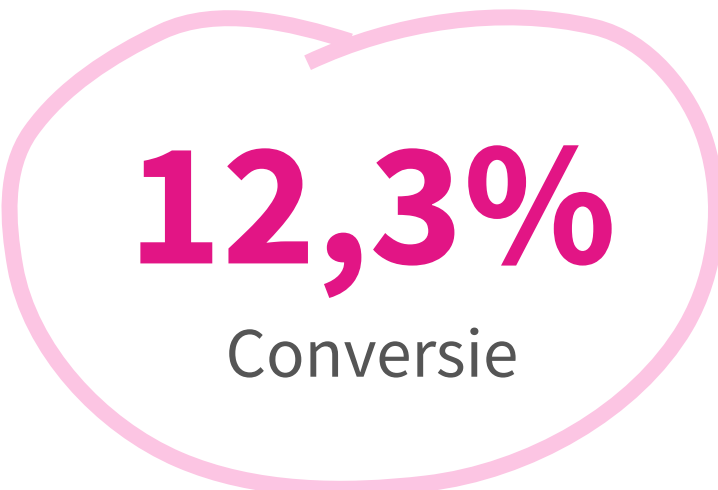
Koppeling DeployTeq & Print.one

1. **Maak en personaliseer je kaart** in de editor van Print.one;
1. Vanuit DeployTeq kun je een **API requests** versturen met daarin de gegevens die in de kaart moeten worden verwerkt (JSON);
1. Je kaart wordt automatisch **gedrukt en verzonden!**

```
{
  "recipient": {
    "name": "{{customer field='firstname'}} {{customer field='lastname'}}",
    "address": "{{customer field='address'}}",
    "postalCode": "{{customer field='zipcode'}}",
    "city": "{{customer field='city'}}",
    "country": "Netherlands"
  },
  "mergeVariables": {
    "firstname": "{{customer field='firstname'}}",
    "url": "https://print.one/nl/",
    "coupon": "[couponcode]"
  },
  "autoGenNextBatch": "true"
}
```



Resultaten



12,3%

Conversie

44,6%

Tweede
herhaalaankoop

50,2%

Opnieuw actief
via e-mail

De QR code maakt het converteren simpel

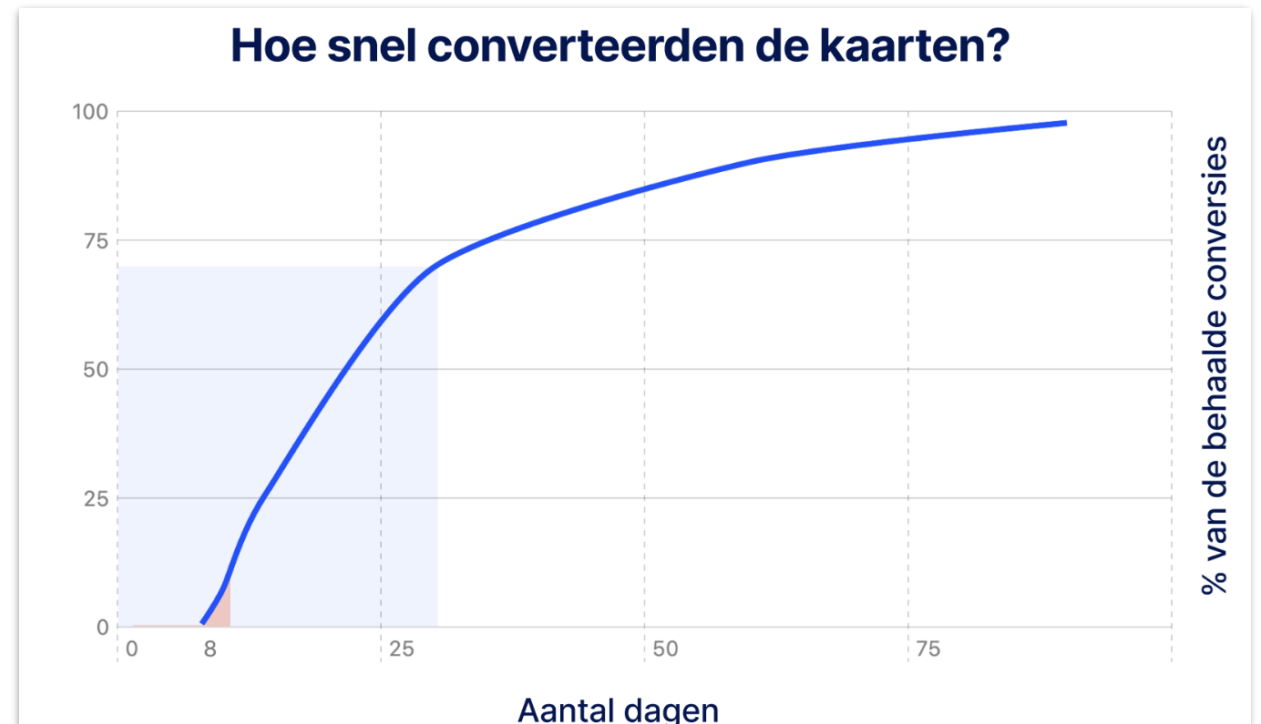
→ 22% van de bestellingen is geplaatst via de QR Code

→ Van de 198 gebruikers hebben er in totaal 136 een aankoop gedaan → 69%



Van verzending tot verzilvering

De meeste conversies vonden binnen de eerste 30 dagen plaats (69,5% van alle conversies), waarbij de grootste sprong werd gemaakt tussen de 14 en 30 dagen.



Resultaten

12,3%

Conversie

44,6%

Tweede
herhaalaankoop

50,2%

Opnieuw actief
via e-mail

De echte waarde zit in de herhaalaankoop

In eerste instantie leek de campagne minder rendabel:

€1 investering → €0,71 omzet.

Maar bijna de helft van de klanten (44,6%) kwam terug voor een **tweede aankoop**.

Door deze herhaalaankopen mee te nemen verandert het beeld compleet:

€1 investering → €1,97 omzet.



97%

ROI

Resultaten

12,3%

Conversie

44,6%

Tweede
herhaalaankoop

50,2%

Opnieuw actief
via e-mail

Heractivatie

Van de klanten die gebruik hebben gemaakt van de actiecode, heeft

50,2%

een **open rate** groter dan 0% in de afgelopen 6 maanden.

Het aantal uitschrijvingen ligt laag:

0,3%

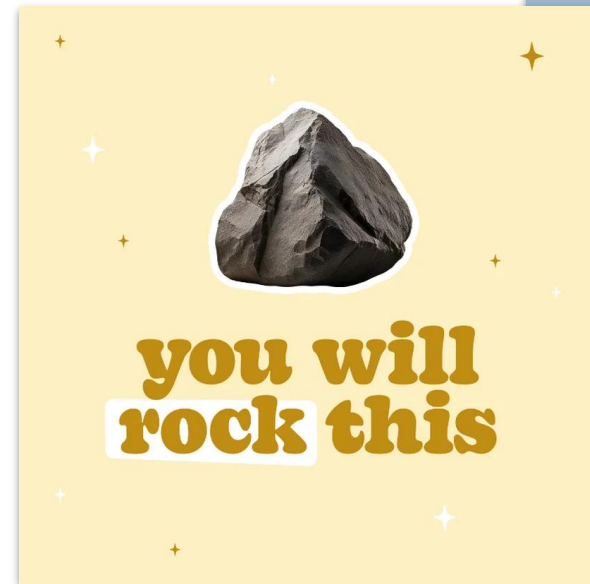
van de klanten heeft de **post-opt-in** op 'nee' gezet.

De vervolgstappen

De campagne is inmiddels live gezet als een geautomatiseerde campagne via DeploTeq, maar we blijven optimaliseren.

Mogelijke **A/B testen**:

- Verschillende incentives;
- Verschillende kaartontwerpen;
- Getypte kaart vs. een handgeschreven kaart;
- en verschillende kaartformaten.



Van data naar een hogere conversie

depl25yteq™ & YelFlow

