

- Verspreiding van drukwerk
- Consumenten- en zakelijke markt
- Optimaliseren adressenbestand

Om optimaal te scoren met drukwerk is het essentieel om je folder bij de juiste persoon in de bus te doen. Maar hoe regel je dat? Hoe kom je aan de juiste adressen? Stuur je het mee met de krant, in het folderpakket van Spotta of kies je voor direct mail of een mix hiervan? PRINTmatters sprak met Miranda en Frank Leijser, eigenaren van Verspreiden Enzo, die van adressenselectie hun *core-business* maakten.

INTERVIEW MET
VERSPREIDEN ENZO

Scoren met drukwerk



Miranda en Frank Leijser, eigenaren van Verspreiden Enzo, in het gloednieuwe pand in het Gelderse Bemmelen voor een selectie van door hen verspreid drukwerk. Miranda: 'Deze folderwand leidt altijd tot leuke gesprekken over opties en oplossingen.'

TEKST Robbert Delfos
FOTOGRAFIE Pim Ras

De zon schijnt, ik parkeer voor een gloednieuw pand in het Gelderse Bemmelen, schud een paar vrolijke mensen de hand, krijg koffie en merk dat mijn aandacht getrokken wordt door een kleurrijke wand vol folders. Op de wand van zo'n 2 x 4 meter zie je merken als Albert Heijn, een landelijke pizzaketten, maar ook regionale en lokale bedrijven. Dit is het domein van ondernemers Miranda en Frank Leijser met hun activiteit Verspreiden Enzo. Miranda: 'Zo'n folderwand werkte in ons vorige pand altijd al heel leuk. In dit nieuwe pand, waar we sinds 2021 zitten, maakten wij hem groter. Deze wand leidt altijd tot leuke gesprekken over opties en oplossingen.'

ADRESSEN B2B EN B2C

De naam van het bedrijf dekt de kern van de business. Miranda en Frank zijn specialisten in het verspreiden van drukwerk voor zowel de zakelijke- als de consumentenmarkt in Nederland. De kern daarbij is het verkrijgen van een optimaal adresbestand. Essentieel, want elk merk dat zichzelf op de kaart wil zetten, wil respons en traffic genereren. Vele kiezen drukwerk, vanwege de hoge attentiewaarde en de respons. Maar dat werkt alleen als je bij de juiste persoon in de bus valt. Welke route kies je als ondernemer? Miranda: 'We denken in oplossingen. Qua verspreiding en drukwerk is niks te gek. De klant komt met een idee. Dan bekijken



we samen de mogelijkheden. Om te beginnen willen we altijd weten wat de doelgroep is en waar de locatie zit waarvoor de werving gebeurt,' Frank: 'Dan bekijken we over welk klantenbestand het bedrijf zelf al beschikt en dat verrijken we voor een optimale werving.'

COMEBACK DIRECT MAIL

Je kan bij drukwerkverspreiding kiezen uit direct mail (DM), ongeadresseerd verspreiden via het Spotta huis-aan-huis-pakket of als bijlage bij lokale kranten. 'Direct mail is bezig met een comeback,' zegt Frank. 'In de jaren 80 en 90 was het heel populair, daarna zwakte dat af en nu neemt de attentiewaarde weer toe. Doordat er minder post is, valt de direct mail weer extra op. Wij putten uit een database die gevoerd wordt door 420 bronnen, waaronder het overlijdensregister en postfilter.nl (register van mensen die geen direct mail willen). Uiteraard werkt dat allemaal volgens de richtlijnen van de privacywet Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).'

LOOKALIKES

Er kan meer dan je zou denken. Zo wijst Frank op een interessante optie: 'Ondernemers kunnen vanuit het profiel van hun eigen klanten zoeken naar lookalikes. Miranda: 'Dat uitzoeken is voor ons en voor de klanten heel leuk werk. Elke ondernemer heeft grenzen aan het budget en daarom moet alles gericht zijn op maximale rendement uit je actie. Maar wij stellen ook de vraag of klanten een bepaalde respons wel aankunnen. Soms is het beter om de actie gefaseerd uit te voeren om te voorkomen dat nieuwe klanten in een "wachtrij" belanden.' Frank is duidelijk fan van DM: 'Als je dit goed aanpakt dan heeft 1.000 adressen via DM een grotere impact dan 30.000 huis-aan-huis verspreidingen. De attentiewaarde van losse geadresseerde post is hoger, mede doordat je naast de gepersonaliseerde tekst ook het beeld kan afstemmen op de doelgroep.'

Bij Verspreiden Enzo kan je ook terecht voor opmaak en drukwerkbegeleiding van het promotiedrukwerk. 'Van kleine tot grote oplages en van ongeadresseerd tot gepersonaliseerd,' aldus Verspreiden Enzo-eigenaar Frank Leijser.



'Groei in persoonlijk advies'

JA-STICKER

Rond het huis-aan-huis verspreiden van ongeadresseerd drukwerk is nogal wat te doen de laatste jaren. In steeds meer plaatsen mag alleen nog ongeadresseerd drukwerk bezorgd worden als er een Ja-sticker op de bus is geplakt. Verspreiden Enzo hoort tot de top 5 resellers van Spotta, de landelijke organisatie voor bezorging van huis-aan-huis-folders en ziet die verandering. Miranda: 'Ik denk dat het aantal 'Ja-steden' zich de komende jaren zich als een olievlek zal uitbreiden.' Frank: 'De positieve kant is dat je nu alleen terecht komt bij mensen die reclamedrukwerk graag lezen.' Gelukkig biedt automatisering de nodige oplossingen. Miranda: 'Wij kunnen in onze continu geüpdate bestanden zien waar een Ja-sticker geldt. Wil je in een plaats of wijk de consumenten bereiken, dan zie je wie via de Ja-sticker te bereiken is. Wil je op alle adressen bezorgen, ook adressen zonder de Ja-sticker, dan zijn die via DM te benaderen.'

BIJLAGE IN LOKALE KRANT

'Of als bijlage in de lokale krant,' aldus Frank, waarmee hij de derde verspreid-optie aandraagt. Met een aantekening: 'Als de verspreider dat nog wil. Er zijn regio's waar verspreiders door al die stickers, en daarmee te veel handling, afzien van bijlagen.' Verspreiden Enzo krijgt via een Excel periodiek een overzicht van alle weekkranttitels die nog wel bijlagen opnemen bij hun verspreiding. Frank: 'Met die informatiestromen realise-

Als Verspreiden Enzo naast de adresseselectie ook het drukwerk regelt, kan je bij hen ook geavanceerde extra's aangeven. Met digitaal drukwerk kan je tekst én beeld aanpassen op het adres.

HANDIGE SITE VOOR (ON)GEADRESSEERDE DRUKWERKPRODUCTIE- EN VERSPREIDING

De website van Verspreiden Enzo biedt veel informatie voor ondernemers en marketing- en brandmanagers die zich oriënteren op een responsvolle verspreiding van geadresseerd en ongeadresseerd drukwerk.

Zakelijke- en consumentenadressen
Zo vind je een duidelijk stappenplan voor zowel verspreiding naar zakelijke- als naar consumentenadressen. Bij verspreiding van direct mail naar consumenten kun je tot in de details selecteren. Denk aan inkomen, koop- of huurwoning, leeftijd van bewoners tot WOZ-waarde.

Ongeadresseerd
Bij het huis-aan-huis of via de weekkrant kun je direct zelf per doelgroep razendsnel van landelijk tot op postcode-niveau segmenteren. Daarbij heb je de keuze voor bijlage in de regiokrant of mee in het Spotta huis-aan-huis-pakket en krijg je direct een kostenbegroting.

Drukwerk
De druk- en printmogelijkheden die Verspreiden Enzo biedt zijn legio. Van basic folders voor de ongeadresseerde verspreiding tot gepersonaliseerde beeld uitingen, waarbij zelfs beeld kan wisselen, rekening houdend met de doelgroep en regio.
Verspreidenenzo.nl

ren we een continu geüpdate verspreidingsbeeld in Nederland. We zien meteen of het gaat om een 'Ja-stad' of niet.'

DM TOT 1 KILOMETER

Miranda: 'Wij merken, mede door de genoemde ontwikkelingen, een toename in de vraag naar persoonlijk advies en begeleiding bij adresseselectie. Je kan je budget tenslotte maar 1 keer inzetten.' Landelijke ketens weten de onderneming ook voor het precisiewerk te vinden. 'Juist voor regionale openingen of andere acties kloppen ze bij ons aan voor een optimale verspreiding. Recent adviseerde ik voor een heropening een direct mail voor de direct omliggende bureaus en iets verder dan een cirkel van 1 kilometer het folderpakket.' Dat lijkt een klein direct mail-gebied. Frank: 'In Twente is het normaal om met je auto 5 kilometer te rijden. In de (grote) stad moet alles bij wijze van spreken binnen 1 km te bereiden zijn, vaak minder. Daar hou je rekening mee in je verspreiding van promotioneel drukwerk. Dit is maatwerk, vandaar dat wij ons profileren als persoonlijke reis Leider bij iedere drukwerkverspreiding.' DM