

De rol van post als onderdeel van het vakantieproces

Het onderzoek is uitgevoerd via Factsnapp onder 519 personen, van 16+.
Er kan onderscheid gemaakt worden tussen verschillende leeftijdsgroepen.
Uitgevoerd eind juni 2023



Met post pak je de aandacht

• Hoe zorg je voor impact en conversie als (travel)organisatie?

We leven in een overloaded wereld met een versnipperend medialandschap. Nog nooit was het voor marketeers zo moeilijk om de kostbare aandacht naar je toe te trekken.

Met post krijgt elke boodschap de aandacht die het verdient.

Post is fysiek, het ligt op je mat of in je brievenbus. Je maakt het open, je draait het om, je kijkt ernaar, je leest het. Post vraagt automatisch aandacht. En krijgt die ook. Deze aandacht zorgt voor impact en een hoge conversie.

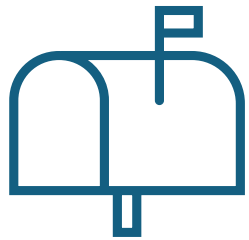
- De gemiddelde leestijd van een direct mail is 2,2 minuten.
- Een direct mail wordt bewaard en herzien
- Een direct mail komt letter én figuurlijk binnen
- Gemiddeld onderneemt 17% actie naar aanleiding van een direct mail en is 18% dit van plan

- Bron: DM benchmark van ruim 400 cases



Post van een reisorganisatie

“Door een persoonlijk kaartje/bedankje zou ik me als klant gewaardeerd voelen en eerder geneigd zijn om weer bij die organisatie te boeken. Vooral als er geen commerciële boodschap in vermeld wordt (kortingsactie o.i.d.). De commerciële waarde voor het bedrijf zou vooral in de klantenbinding door het persoonlijke karakter moeten zitten.”



51%

heeft wel eens post
ontvangen voor
zijn/haar vakantie



49%

kreeg geen post, maar
17% zou dit wel
leuk vinden
16-29 jarigen: 24%

inspiratie aandacht weinig aanbiedingen
niets **leuk** persoonlijk
info prima voorpret
klantvriendelijkheid irritant **reclame**
papierverspilling interesse
herinneringen **attent** aardig
belangstelling handig
waardering commercieel betrokken
bedankje

Post en de vakantiebeleving

82% vindt het fijn om de vakantiebeleving langer vast te houden. Post helpt hierbij.

Post over mijn vakantiebestemming zou iets toevoegen aan mijn reisbeleving



Makkelijk om vooraf entreekaarten, sleutelkaarten per post te ontvangen



Na afloop brengt post over mijn vakantiebestemming mij weer even terug



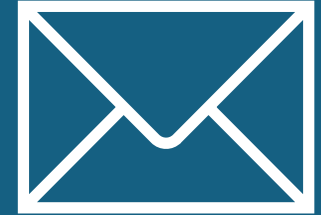
Post van mijn reisorganisatie zou mij een positief gevoel geven over de afzender



Post zorgt ervoor dat ik de reisorganisatie weer overweeg voor een volgende keer



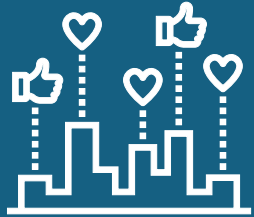
Aanbiedingen of korting zorgen ervoor dat ik ga oriënteren op een nieuwe vakantie



40%

associeert vakantie met het ontvangen en versturen van een kaartje

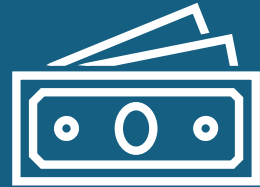
Post die gewaardeerd wordt



51%

Informatie over activiteiten in de omgeving

Vooraf 50-59 jarigen



37%

Aanbieding of korting voor een volgende vakantie

Vooraf 40-49 jarigen



35%

Entreekaart of sleutelkaart van huisje of appartement



28%

Wil geen post ontvangen

Vooraf 60+ jarigen



13%

Een uitnodiging voor het plaatsen van een review