



<b>Marketingdoel:</b>	verhogen omzet 'Fa Men Extreme Cool'
<b>Doelgroep:</b>	consumenten
<b>Communicatiedoel:</b>	genereren trial, marktinformatie + database opbouw
<b>Type mailing/verspreiding:</b>	sampling op aanvraag (Try Now)
<b>Budget:</b>	onbekend
<b>Oplage:</b>	50.000 (samples op aanvraag)
<b>Resultaat:</b>	92% trial, 29,3% opt-in Henkel
<b>TNT-Product:</b>	Try Now
<b>Overige middelen:</b>	Advertentie Try Now huis-aan-huis, Try Now e-mailnieuwsbrief + website
<b>Branche:</b>	FMCG

## Uitdaging

Henkel wil de omzet van 'FA Men extreme Cool' verhogen. Zij wil dit bereiken door het versterken van de brand awareness, het genereren van meer trial en het vergroten van de aankoopintentie. Daarnaast wil zij het aantal opt-in adressen uitbreiden zodat de doelgroep rechtstreeks benaderd kan worden. Hoe kan Henkel dit het beste aanpakken? En hoe kan zij een succesvolle sample campagne opzetten die specifiek gericht is op mannen?

## Aanpak

Henkel heeft gebruik gemaakt van vraaggestuurde sampling via Try Now. Voor deze sampling campagne richtte zij zich vooral op de doelgroep 'mannen' en zette zij meerdere communicatie-uitingen in. Henkel maakte gebruik van 50.000 e-mailadressen van Try Now, allen van mannen, en plaatste een advertentie in de Try Now huis-aan-huisfolder (oplage 1 miljoen). Verder werd de actie geplaatst op de website van Try Now. Het complete proces, van productie verzendverpakking, verwerking van de aanvragen tot en met bezorging, is verzorgd door TNT Post. Met behulp van het Try Now kooponderzoek is zowel de trial als aankoopintentie gemeten.

## Resultaat

Er zijn 50.000 samples op aanvraag verstuurd. Hiervan was ruim 71% man en heeft 92% gebruik gemaakt van het sample 'Fa Men Extreme Cool'. Het aanvragen van samples en het kooponderzoek hebben geleid tot directe interactie tussen het product en de consument, waardevolle klantgegevens en extra marktinformatie. De database is uitgebreid: 29,3% van de internet-aanvragers wil op de hoogte gehouden worden van de producten van Henkel. De actiecoupon heeft een redemptie gehaald van 3,1%. Vanwege de goede resultaten bij deze geslaagde sample campagne, heeft Henkel daarna meerdere keren voor diverse producten gebruik gemaakt van Try Now (o.a. Diadermine).

## Inzet van TNT Post oplossingen



### Doelgroep

De doelgroep selecteerde zichzelf



### Creatie



### Productie

Productie (verzendverpakking en leaflet) en handling mailpacks



### Verzending

De mailing is verstuurd door TNT Post



### Verwerking & analyse

De aanvragen + resultaten van het kooponderzoek zijn verwerkt door TNT Post.

## Testimonial:

Maaïke Greven (Brand Manager Schwarzkopf & Henkel): 'We zijn zeer tevreden over de behaalde resultaten en de begeleiding vanuit TNT bij het gehele proces'

# Voorbeeld Henkel - Fa Men



Try Now-logo



Actiecoupon Fa Men



Banner op www.try-now.nl



Verzendverpakking Fa Men