

Marketingdoel:	introductie van Bolletje Fruitige Ontbijtkoek
Doelgroep:	consumenten
Communicatiedoel:	genereren trial + naamsbekendheid + database opbouw Bolletje
Type mailing/verspreiding:	sampling op aanvraag (Try Now)
Budget:	onbekend
Oplage:	100.000 (samples op aanvraag)
Resultaat:	78% trial Fruitige Ontbijtkoek, 24% opt-in Bolletje
TNT-product:	Try Now + kooponderzoek (Try Now)
Overige middelen:	Print-uitingen Bolletje, Try Now e-mailnieuwsbrief + website
Branche:	FMCG



Uitdaging

Voor de introductie van Bolletje Fruitige ontbijtkoek zijn sampling via de brievenbus en printadvertenties ingezet. Om de productintroductie extra te stimuleren, heeft Bolletje gebruik gemaakt van vraaggestuurde sampling. Wat levert vraaggestuurde sampling (pull) op bij een productintroductie?

Aanpak

Try Now is ingezet in verschillende communicatie-uitingen van Bolletje en TNT Post. Consumenten zagen in verschillende print-uitingen de productintroductie van het tussendoortje 'Fruitige Ontbijtkoek' en konden online of via sms een proefpakket aanvragen. 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 zijn zowel de trial als aankoopintenties gemeten.

Resultaat

Er zijn ruim 100.000 samples op aanvraag verstuurd. Hiervan is 79,6% vrouw en heeft 48% een gezin. Bolletje heeft met het Try Now-concept een grote groep kennis laten maken met Fruitige Ontbijtkoek: maar liefst 78% heeft door het aanvragen van een sample dit product voor het eerst uitgeprobeerd. Bovendien is Bolletje door de aanvragen en het kooponderzoek direct in contact gekomen met haar doelgroep en heeft zij waardevolle klantgegevens en extra marktinformatie verkregen. Dit biedt Bolletje de mogelijkheid om de directe interactie met haar doelgroep in de toekomst op een effectieve manier uit te bouwen. Uit het kooponderzoek is gebleken dat 83% van de aanvragers het liefst Bolletje Fruitige Ontbijtkoek eet als tussendoortje. Daarnaast geeft ruim 3/4 van de ondervraagden zeer positieve terugkoppeling over de nieuwe productintroductie van Bolletje.

Inzet van TNT Post oplossingen



Doelgroep

De doelgroep selecteerde zichzelf



Creatie



Productie

Productie (verzendverpakking + leaflet) en handling mailpacks



Verzending

De mailing is verstuurd door TNT Post



Verwerking & analyse

Het kooponderzoek en de aanvragen zijn verwerkt door TNT Post.

Testimonial

Annemieke Bouwmeester (Senior Product Manager Bolletje): 'Try Now is een goede methode om een productintroductie te begeleiden. De consument komt op een sympathieke manier in aanraking met het product'

Voorbeeld Bolletje



Banner

Voorkant doosje



Voorkant coupon



Achterkant coupon



Advertentie spits