

Dit zijn onze klanten

Wat wil de Nederlandse consument van PostNL en wie is die klant eigenlijk? Het antwoord op deze vragen is heel belangrijk als we willen dat onze klanten tevreden zijn. Daarom hebben we drie zogeheten persona's ontwikkeld: fictieve klanten met hun eigen interesses en behoeften. Even voorstellen: Yvonne, Lieke en Daan. Drie doorsnee Nederlanders met ieder een eigen verhaal. In wie herken jij je?

Een persona, hoe werkt dat?

Nederland telt ruim 16,5 miljoen inwoners. En al deze mensen hebben verschillende wensen als het gaat om bijvoorbeeld de openingstijden van het Postkantoor of online winkelen. Maar ook: Lezen ze folders? Zijn ze veel op social media te vinden? Vinden ze het leuk zelf kaartjes te knutselen of sturen ze amper kaartjes? Dit soort informatie is heel belangrijk voor iedereen die binnen PostNL met de consumentenmarkt bezig is. Of het nu om reclamecampagnes gaat of om het bedenken van nieuwe producten en diensten.

Daarom kwamen marketingmedewerkers van Pakketten, e-Commerce en Post bij elkaar om te brainstormen. "We hebben allerlei kenmerken en wensen van consumenten op papier gezet", vertelt Mark-Jan Pieterse, manager Consumentenmarkt. "Hoe ziet hun dagelijks leven eruit, wat willen ze van PostNL, welke producten gebruiken ze? Die kenmerken hebben we gebundeld in drie persona's: Yvonne, Daan en Lieke."

Met maandelijkse nieuwsbrieven worden sinds juli regelmatig berichten van Yvonne, Daan en Lieke het bedrijf rondgestuurd. "Zodat iedereen deze

drie personen op het netvlies krijgt. Met een concreet beeld van de klant kun je namelijk veel beter invlechten in je werk, bijvoorbeeld als je een campagne moet uitwerken. Je weet veel beter wie je wilt bereiken en hoe. Dit zijn de klanten voor wie we 's ochtends opstaan en naar ons werk gaan."

Yvonne



Lieke



Daan

