



# Klantcase

## VERDRIEVOUDIGING VAN CONVERSIE DOOR GEPERSONALISEERDE CONTENT

Opleidings- en mediabedrijf MindCampus wilde de respons op e-mailmarketing verhogen. Door personalisatie toe te passen werd de conversie verdrievoudigd.



“Wij verliezen geen tijd meer met interne afstemming en zoekacties, maar kunnen focussen op output.”

“Met de softwareoplossingen van Ternair kunnen wij op een gestructureerde manier met onze doelgroep communiceren.”

Om de doelgroep op de hoogte te houden over de opleidingen en evenementen werden er standaard conversiemailings gestuurd naar grote gedeelten van de database. Deze bulkmails hadden wisselend succes.

MindCampus stond voor de uitdaging: “Hoe kunnen we er voor zorgen dat de communicatieprogramma’s structureel verbeteren zodat deze meer conversie opleveren?”

### E-mail op basis van gedrag

Om te beginnen werd de e-mailmarketing in Ternair Campaign anders ingericht. In plaats van alleen een bulkmail te versturen waarin de opleidingen werden gepusht worden nu gedragselementen gebruikt om de klant te laten bepalen wanneer iets interessant is.

Het klikgedrag van klanten, zowel naar aanleiding van de e-mailnieuwsbrieven als van het websitebezoek, vormt de basis voor de commerciële benadering. Er wordt gehandeld naar de interesse in bepaalde content van een prospect of klant en op basis daarvan wordt de toegepaste vorm van remarketing gekozen. Van commerciële e-mail, Facebook tot AdWords. Alle mogelijke kanalen kunnen worden ingezet om de klant tot conversie te brengen.

### Conversie verdriedubbeling

MindCampus kan met de nieuwe opzet veel gericht communiceren. Er worden nu mailings uitgestuurd met honderd of minder ontvangers. Dat heeft geresulteerd in een vele malen hogere inschrijving voor de opleidingen.

MindCampus had op de bulkmails een openingsratio van rond 20 procent, in de nieuwe aanpak is dat nu tot twee keer zo

hoog, 35 tot 45 procent. Het samenspel met Google en Facebook zorgt er vervolgens voor dat ze een hogere en stabielere stroom inschrijvingen voor de opleidingen zien.

### Over MindCampus

MindCampus verzorgt opleidingen op gebied van personeelsmanagement en facilitaire dienstverlening, de zogenoemde HR-Academy en F-Academy. Daarnaast worden er evenementen georganiseerd en biedt MindCampus nieuwsplatforms voor de twee doelgroepen. Ternair en Mindcampus – toen nog onder de naam Weka Business Media – werken sinds 2012 samen. Het bedrijf gebruikt Ternair Campaign in combinatie met de Ternair Marketingdatabase.

### Testimonial Pieter Lieverse, Algemeen Directeur bij MindCampus:

“De kracht van Ternair is dat zij zich snel kunnen verplaatsen in de problematiek. Wij hebben nooit met salesmensen gesproken, maar alleen met vaklieden. Omdat zij een kleine club zijn, is het makkelijk schakelen en zijn de lijnen kort. Dankzij hun oplossing kunnen wij op een gestructureerde manier met onze doelgroep communiceren. Wij verliezen geen tijd meer met interne afstemming en zoekacties, maar kunnen focussen op output.”