met vivabox geef je aandacht.

Lyreco

Klantprofiel

Lyreco is Europees leider in kantoorbenodigdheden. Voor de b2b-markt verwerkt het dagelijks 60.000 leveringen, wat neerkomt op 230.000 dozen per dag. De Lyreco Group is actief in 27 landen en telt ruim 10.000 medewerkers, die allemaal de vier kernwaarden delen: passie, respect, professionalisme en perfectie.

Voor de Benelux-tak van Lyreco, opgericht in 1957, werken ruim 750 mensen. Zij bedienen samen meer dan 30.000 klanten. Het professionele distributiecentrum kan jaarlijks 1,25 miljoen leveringen aan, of 20.000 dozen per dag. Ondanks deze grote aantallen hebben alle Lyreco-medewerkers persoonlijk contact, service en maatwerk hoog in het vaandel staan.

Uitdagingen

Elke tien weken brengt Lyreco een promotiefolder uit voor het MKB-segment (waterloos gedrukt, met het oog op sustainability). ‘Vooral het papier en de toners kunnen vaak een boost gebruiken,’ zegt marketing- en communicatiemanager Luc de Beule. ‘Sowieso moet elke folder meer omzet genereren, anders heeft het geen enkele zin. Een incentive leek ons een goed idee. Niet alleen zet je daarmee de klanten aan tot kopen, je beloont hen ook meteen voor hun loyaliteit.’

De incentive moest worden uitgevoerd door een cadeauleverancier die genoeg “Benelux-bestendige” geschenken in het assortiment had zitten. ‘Je hebt bijvoorbeeld leveranciers die met cadeaubonnen werken die alleen bij Nederlandse ketens kunnen worden ingeruild, en dat is voor onze Belgische klanten geen doen,’ vindt Luc. ‘We willen zelf ook geen logistieke handelingen moeten uitvoeren; we willen er geen omkijken meer naar hebben. Van onze incentive-partner verwachten we dus dat hij ons én onze klanten het werk uit handen neemt.’

Lyreco werkte al eerder samen met vivabox. ‘Nieuwe klanten die een bepaald target haalden, kregen een vivabox “parfum” van ons. De omgang met vivabox liep toen heel goed, vandaar dat we voor deze incentive weer aan vivabox dachten. Vivabox is een naam waarmee je kunt uitpakken, zeker in België. In Nederland wordt de naamsbekendheid ook al groter.’

Voor de huidige incentive werden 3.500 vivaboxes besteld in de categorieën “best of music” (keuze uit 10 cd’s), “must-see movies” (keuze uit 10 dvd’s), “disney movies” (keuze uit 8 dvd’s) en “elektro” (keuze uit 32 producten). Luc: ‘Vivabox maakte voor ons een witte sleeve met de woorden “Bedankt voor uw bestelling” en ons logo erop, en ook een bedrukte strik om het cadeau-idee te benadrukken. Zo’n personal touch vinden we belangrijk.’

Resultaten

De actie duurde drie maanden, en al snel werd duidelijk dat het succes vroeg om een bijbestelling. ‘Gelukkig was dat makkelijk te regelen,’ zegt Luc. ‘Bovendien kregen we wegens de grote afname de garantie dat we de boxes later ook nog konden gebruiken, zelfs als de bonnen een vervaldatum hadden. Die flexibiliteit vonden we zeer aangenaam.’

Vooral de vivabox “best of music” en de vivabox “elektro” – niet toevallig de goedkoopste en duurste categorieën – werden het vaakst gekozen. In totaal bestelden de klanten van Lyreco meer dan 4.000 vivaboxes. ‘In de categorie Papier & Toners, waaraan deze actie was gekoppeld, hebben we de omzet met “double digit”-cijfers zien toenemen. De samenwerking met vivabox was dus een geweldig succes.’

Ook de klanten waren tevreden. ‘Zelf heb ik geen contact met klanten, maar ik ontving wel complimenten van onze salesmensen, die zelf schouderklopjes hadden gekregen,’ zegt Luc. ‘We hebben van geen enkele klant vragen of klachten ontvangen. Ook niet over de aflevering of iets dergelijks. Het concept zit dus zeer goed in elkaar.’

Toekomstperspectief

Lyreco is zo tevreden over de incentive in samenwerking met vivabox dat binnenkort het startschot klinkt voor een nieuwe Benelux-actie. ‘We hebben deze keer gekozen voor de vivabox “pretparken”,’ vertelt Luc. ‘In deze box zit een grappig helikoptertje voor de kinderen en een zakje met snoepjes, en natuurlijk de cadeaubon. Deze is in te ruilen voor 1 tot 4 toegangstickets – het aantal hangt af van het pretpark dat je kiest, en dat wordt nog moeilijk want je kunt uit 12 parken kiezen.’

Wat Luc van de actie verwacht? ‘Je kunt het nooit op voorhand weten, maar ik heb zo’n gevoel dat we weer wat vivaboxes zullen moeten bijbestellen! En wie weet, als vivabox zo verrassend uit de hoek blijft komen, zie ik onze samenwerking zeker verlengd worden.’