

# Intermail: sterke historie, blik op de toekomst

Drie generaties werken tegenwoordig bij Intermail, dé direct mail-specialist uit Nieuw-Vennep. Vader, zoons en kleinzons vormen samen het hart van het bedrijf dat op hoge snelheid duizenden poststukken print, adresseert en in een envelop klaarmaakt voor verzending. Elke dag opnieuw.

De familie Rothert is betrokken bij Intermail vanaf het begin, bij de oprichting van het bedrijf in 1968. Het was een mooie periode, waarin het bedrijf adressen nog gewoon uit de telefoongids haalde. Met de typemachine zetten de medewerkers ze op adresstickers. Laserprinters? Computers? Dat kwam pas veel later.

## Nieuwe kansen grijpen

We spreken met Gert jr. en Jeroen Rothert over hun bedrijf. "Intermail blijft zichzelf vernieuwen en aanpassen om zo de hoge kwaliteitsnormen blijvend waar te maken. Op het gebied van direct mail, maar ook transactiemail en dataservices. Flexibel meebuigen en nieuwe kansen zien, zodat klanten op

het hoogste niveau bediend worden. Dat draagt eraan bij dat Intermail al ruim 50 jaar een goede naam heeft hoog te houden.", aldus Gert jr.

## Innovatie: QR-code

Wat zijn dan die nieuwste ontwikkelingen die de DM-specialist biedt? "Dat zijn er een heleboel." Geeft Jeroen aan, "De belangrijkste innovatie van de laatste tijd is de

QR-code op mailings. Dit is vooral interessant voor goede doelen, op zoek naar donateurs. De mailing toont aantrekkelijk en duidelijk waaraan het gevraagde bedrag bijdraagt. Maar het invullen van gegevens met een pen, werpt soms een barrière op. 'Een mooi doel, ik zal het later invullen', denken mensen. En het komt er niet meer van. Met de QR-code los je dat probleem op."



Elke lezer van papieren post heeft een mobiele telefoon onder handbereik. Dan is het een kleine stap om een QR-code te scannen, een bedrag naar keuze in te voeren en de donatie is akkoord. Zo eenvoudig en laagdrempelig kan het gaan. Dat maakt het voor donateurs wel héél gemakkelijk om bij te dragen aan een betere wereld. Slimme donateurs maken hiervan graag gebruik.

## Meer opvallen dan de rest

Mensen krijgen regelmatig post van goede doelen. Dan is het zaak voor organisaties om boven het maaiveld uit te steken en een onderscheidende mailing aan te bieden. Dat kan op verschillende manieren en er komen regelmatig innovatieve oplossingen bij. De QR-code is er één van, maar er is meer. Aantrekkelijk beeld, persoonlijk afgestemd op de ontvanger zorgt voor veel herkenbaarheid en vertrouwen. Bijzonder papier of een apart formaat van een mailing trekt ook de aandacht. Goede doelen in de groene sector vallen extra op met recyclebare materialen. Daarvan heeft Intermail er vele in het assortiment. En laten we vooral de 'bobbel' in de envelop niet vergeten. Een extraatje dat de nieuwsgierigheid opwekt en ontvangers motiveert de envelop te openen!

## Beeldpersonalisatie

Een persoonlijk geadresseerde mailing doet altijd meer met een ontvanger dan een algemeen 'aan de bewoners van dit huis'. Maar het kan nóg persoonlijker. Bijvoorbeeld met beeldpersonalisatie. Dat is een gepersonaliseerde printtechniek die de aandacht pakt van de ontvanger van een mailing. Met speciaal

geselecteerde foto's in de mailing is in één oogopslag duidelijk: deze is speciaal voor de ontvanger! Zoals een foto van de eigen woonplaats, of de eigen kerk. Er is veel mogelijk om potentiële donateurs een goed gevoel te bezorgen en ze over te halen te doneren.

## Papier en seals

Steeds vaker vragen klanten van Intermail om het gebruik van materialen die zijn geproduceerd en verwerkt met aandacht voor de CO2-voetafdruk. Gerecycled papier, of materiaal van bomen met het milieuvriendelijke FSC-keurmerk nemen toe in populariteit. Ook biedt Intermail folies, gemaakt van plantaardige materialen om mailings in te verpakken. Zo is er folie dat eruit ziet als plastic, maar is gemaakt van aardappelen, maïs of suikerriet. Prachtige, natuurlijke grondstoffen die compleet afbreekbaar en onschadelijk zijn. "Wij hechten veel waarde aan nieuwe technieken en bovendien het milieu. We merken dat er ook steeds meer vraag naar is en we denken daarin graag mee.", aldus Jeroen Rothert.

## Natuurbehoud steunen

Intermail zet zich dus graag in voor een betere wereld en adviseert om niet alleen gebruik te maken van afbreekbare materialen, maar de post ook CO2-neutraal te verzenden.

Een kleine bijdrage compenseert de uitstoot die de productie van een mailing oplevert. Met deze donatie worden goede doelen in het natuurbehoud gesteund.

## 'Bobbel' in de envelop

Gert jr. gelooft heilig in het onderscheidend vermogen van iets extra's bij een mailing. "Iedereen krijgt graag een cadeautje. Soms is het uitpakken van een verrassing nog het allerleukste! Datzelfde geldt voor een extraatje, mee-verpakt in een direct mailing. Het trekt de aandacht: wat zou dat zijn? Denk bijvoorbeeld aan ballpoints, potloden, gepersonaliseerde notitieblaadjes met plakrand, plastic of kartonnen cards die toegang bieden tot een speciale service of event voor donateurs, sachtjes, muntjes..." Intermail heeft ideeën te over en denkt graag mee over de meest effectieve manier om donateurs te verleiden. De meeste special items kunnen machinaal worden opgeplakt of bijgevoegd.

## Goede doelen versturen via Intermail

Meer weten over onze dienstverlening aan goede doelen? Bezoek [www.intermail.nl](http://www.intermail.nl) of neem direct contact op met Jeroen Rothert via [jeroen@intermail.nl](mailto:jeroen@intermail.nl)

