



WHITEPAPER

9 TIPS OM OPTIMAAL RENDEMENT TE BEHALEN MET **RELATIEGESCHENKEN.**

VOOR MARKETING- EN
COMMUNICATIEMANAGERS

OKTOBER, 2023
DELFT



- 1 Bepaal je doelstelling.** De fundering van een effectief relatiegeschenk.
- 2 Ken je doelgroep.** Maak échte impact met een praktisch relatiegeschenk.
- 3 Bepaal je budget.** De kunst van het kiezen van een impactvol relatiegeschenk.
- 4 Timing en gelegenheid.** Het perfecte moment voor je relatiegeschenk.
- 5 Personalisatie.** De sleutel tot een onvergetelijk relatiegeschenk.
- 6 Verpakking.** De eerste indruk van je relatiegeschenk.
- 7 Distributie.** Hoe krijgt je relatiegeschenk de juiste bestemming?
- 8 Meten en evalueren.** De sleutel tot een succesvol relatiegeschenkbeleid.
- 9 Feedback verzamelen.** De laatste schakel in een effectief relatiegeschenkbeleid.

1. Bepaal je doelstelling. De fundering van een effectief relatiegeschenk.

Een relatiegeschenk is meer dan een aardigheidje; het is een strategische zet in je marketingplan. Maar hoe zorg je ervoor dat je geschenk echt impact maakt? Het antwoord is simpel: door je doelstelling helder te hebben.

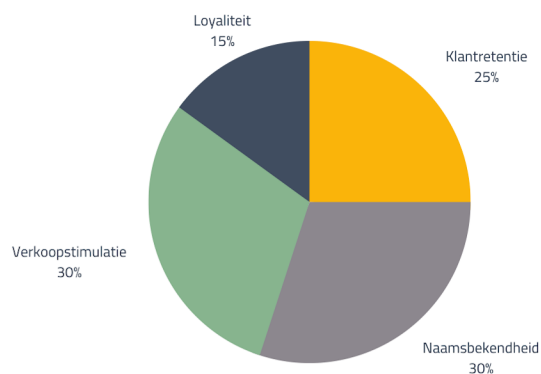
Waarom een doelstelling?

Een duidelijke doelstelling helpt je om gefocust te blijven. Het geeft je een meetlat om het succes van je relatiegeschenk te evalueren. Wil je klantloyaliteit verhogen, je merk versterken, of misschien een nieuw product promoten? Je doel bepaalt je aanpak.



Soorten doelstellingen

- **Klantretentie:** een geschenk kan een krachtige manier zijn om je waardering te tonen en klanten aan je te binden.
- **Naamsbekendheid:** een creatief en opvallend geschenk kan zorgen voor mond-tot-mondreclame, wat je naamsbekendheid vergroot.
- **Verkoopstimulatie:** een geschenk met een call-to-action kan leiden tot directe verkoop of upsell.



Hoe te meten?

Zorg voor meetbare KPI's (Key Performance Indicators) om het effect van je relatiegeschenk te evalueren. Dit kan variëren van klanttevredenheidsscores tot het aantal nieuwe leads of verkopen.

Conclusie

Het bepalen van je doelstelling is de eerste en meest cruciale stap in het effectief inzetten van relatiegeschenken. Het biedt je een duidelijke richting en maakt het mogelijk om het rendement van je investering te meten.

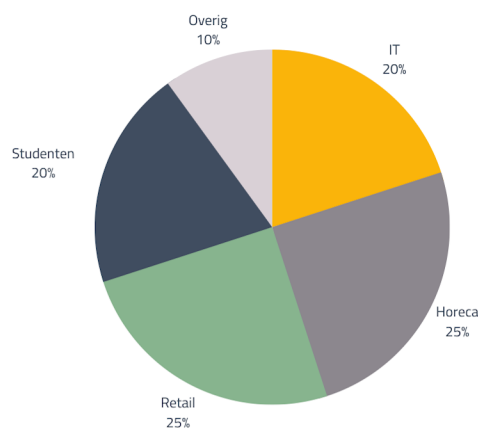
2. Ken je doelgroep.

Hoe zorg je ervoor dat je relatiegeschenk niet in de prullenbak belandt? De sleutel ligt in het kennen van je doelgroep.

Waarom is dit belangrijk?

Als je weet wie je doelgroep is, kun je een geschenk kiezen dat echt waarde toevoegt. Een goed gekozen geschenk kan de relatie met je klant versterken en zelfs nieuwe deuren openen.

Om een attentie te kiezen die echt aanslaat bij je doelgroep, zijn er een aantal belangrijke punten die je moet weten.



OVERZICHT

- **Behoeften en voorkeuren:** wat zijn de interesses en behoeften van je doelgroep? Een geschenk dat hierop inspeelt, heeft meer kans om goed ontvangen te worden.
- **Demografische kenmerken:** leeftijd, geslacht, beroep en locatie kunnen allemaal invloed hebben op de keuze van een geschikt geschenk.
- **Levensstijl en gewoontes:** is je doelgroep vaak onderweg, of juist veel op kantoor? Dit kan je helpen bij het kiezen van een praktisch en nuttig geschenk.
- **Waardeperceptie:** wat beschouwt je doelgroep als waardevol? Dit kan variëren van luxe items tot praktische gadgets.
- **Culturele en sociale normen:** zijn er culturele of sociale aspecten die je in overweging moet nemen?
- **Communicatiekanalen:** via welke kanalen communiceert je doelgroep het liefst? Dit kan je helpen bij het kiezen van een geschenk dat aansluit bij hun mediagebruik.
- **Eerdere interacties en feedback:** heeft je doelgroep eerder feedback gegeven op producten of diensten? Dit kan waardevolle inzichten bieden in hun voorkeuren.
- **Concurrentieanalyse:** wat doen je concurrenten op het gebied van relatiegeschenken? Kun je je op een unieke manier onderscheiden?

- Waar** bevindt je doelgroep zich op een specifieke locatie, werken ze veel thuis of zijn ze juist veel onderweg?
- Wanneer** Timing is alles. Geef je geschenk op een moment dat het maximale impact heeft. Op deze manier blijven de herinnering en het moment gedenkwaardig.
- Hoe** de verpakking en presentatie zijn net zo belangrijk als het geschenk zelf. Zorg voor een persoonlijke touch.
- Waarom** maak het doel van je geschenk duidelijk. Is het om dankbaarheid te tonen, loyaliteit te waarderen of misschien vanwege een behaald succes?



Conclusie

Het kennen van je doelgroep is cruciaal voor het succes van je relatiegeschenk. Het helpt je om een doordachte keuze te maken die niet alleen gewaardeerd wordt, maar ook je zakelijke relaties versterkt.

3. Bepaal je budget. De kunst van het kiezen van een impactvol relatiegeschenk.

Relatiegeschenken zijn een fantastische manier om je waardering te tonen en je merk te versterken. Maar hoe zorg je ervoor dat je binnen budget blijft zonder in te leveren op kwaliteit? Het antwoord ligt in slim budgetteren.

Waarom budgetteren?

Een goed gedefinieerd budget helpt je om gerichte keuzes te maken. Het voorkomt dat je te veel uitgeeft, maar zorgt ook dat je niet bezuinigt op kwaliteit en creativiteit.

Kwaliteit boven kwantiteit.

Een goedkoop geschenk kan averechts werken als het snel kapot gaat of niet functioneel is. Kies liever voor een kwalitatief hoogwaardig product dat echt waarde toevoegt voor de ontvanger.



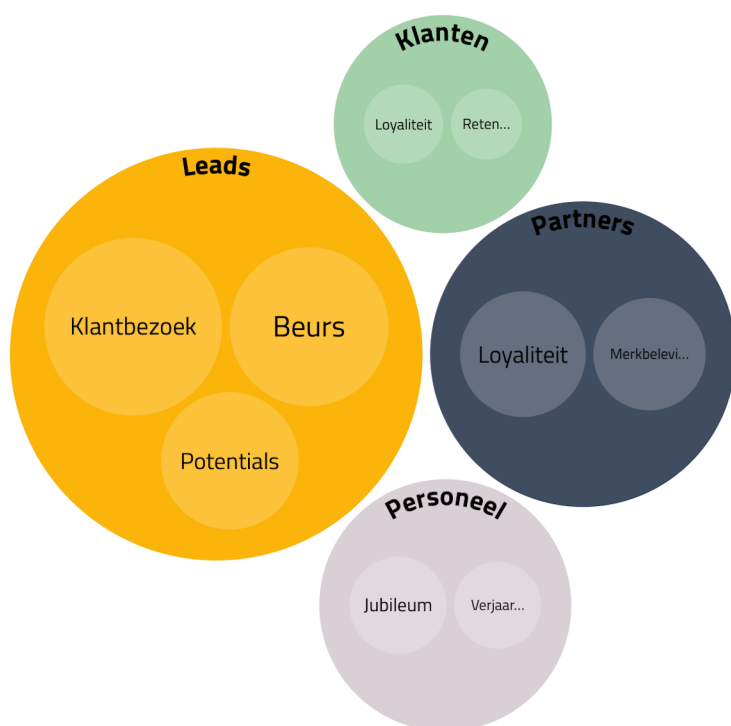
Ocean Bottle
(attentives.nl/oceanbottle)

Hoe te budgetteren.

- **Bepaal je doel:** wat wil je bereiken met het geschenk?
 - Wil je leads genereren? Hoeveel is één lead je waard? Maak een inschatting van de slagingskans, zodat je je ROI kunt beoordelen.
 - Wil je bestaande relaties bedanken? Hoeveel levert de relatie je bedrijf op?
 - Wil je loyale medewerkers waarderen? Hoe staat de waarde van het geschenk in verhouding tot de functie en de boodschap die je wilt geven?
- **Onderzoek de markt:** kijk welke leverancier van relatiegeschenken je goed kan adviseren over de verschillende mogelijkheden. Kan de leverancier verschillen opgeven over bijvoorbeeld kwaliteit, verpakking of successen die in het verleden zijn behaald?
- **Volume vs. waarde:** Soms kan het voordeliger zijn om in grotere hoeveelheden te kopen. Maar vergeet niet dat de waarde van het geschenk belangrijker is dan de kwantiteit. Relatiegeschenken die (te) lang in de kast blijven liggen hebben negatieve impact op de ROI.

Creatieve oplossingen

Heb je een beperkt budget? Wees creatief! Een persoonlijke boodschap of een unieke verpakking kan een eenvoudig geschenk bijzonder maken.



Conclusie

Budgettering is een belangrijke stap in het kiezen van een effectief relatiegeschenk. Het helpt je om een balans te vinden tussen wat je wilt uitgeven, de kwaliteit die je wilt leveren en wat het jouw bedrijf oplevert. En onthoud: een goed relatiegeschenk hoeft niet duur te zijn, maar het moet wel waardevol zijn voor de ontvanger.

4. Timing en gelegenheid. Het perfecte moment voor je relatiegeschenk.

Een goed gekozen relatiegeschenk kan een blijvende indruk maken. Maar wanneer is het beste moment om dit geschenk te geven? De timing en de gelegenheid kunnen net zo belangrijk zijn als het geschenk zelf.

Waarom timing en gelegenheid?

Het juiste moment kan de impact van je geschenk aanzienlijk vergroten. Het kan het verschil maken tussen een 'leuk gebaar' en een 'onvergetelijke ervaring'.



Feestdagen en speciale gelegenheden

Kerst, Nieuwjaar en jubilea zijn klassieke momenten voor relatiegeschenken. Maar wees niet bang om buiten de gebaande paden te treden. Denk bijvoorbeeld aan:

- Klantbezoek
- Productlancering
- Bedrijfsevenement
- Nieuwjaarsfeest
- Netwerkbijeenkomst
- Bedrijfsopening
- Teamuitje
- Beursdeelname
- Sponsorevenement
- Personeelsfeest

Onverwachte momenten

Soms is een onverwacht geschenk het meest effectief. Het toont aan dat je aan je klanten denkt, ook als er geen speciale aanleiding is.



Hoe te kiezen?

- **Relevantie:** zorg dat het geschenk en het moment goed op elkaar aansluiten.
- **Timing:** probeer je geschenk te geven op een moment dat het niet verloren gaat tussen andere geschenken.
- **Persoonlijkheid:** een persoonlijk moment zoals een verjaardag kan een goede gelegenheid zijn voor een meer individueel gericht geschenk.



attentives.nl/tree-by-tree/



Conclusie

Timing en gelegenheid zijn cruciale factoren in het succes van je relatiegeschenk. Door zorgvuldig het juiste moment en de juiste gelegenheid te kiezen, kun je de impact van je geschenk maximaliseren en een blijvende indruk achterlaten.

5. Personalisatie: de sleutel tot een onvergetelijk relatiegeschenk.

Een relatiegeschenk is een prachtige manier om je waardering te tonen en je zakelijke relaties te versterken. Maar hoe zorg je ervoor dat jouw geschenk opvalt tussen alle andere? Het antwoord is personalisatie.

Waarom personaliseren?

Een persoonlijke touch maakt je geschenk uniek en memorabel. Het toont aan dat je extra moeite hebt gedaan en dat je echt om de ontvanger geeft.

Soorten personalisatie.

- **Handgeschreven kaartje:** een simpel handgeschreven bericht kan een wereld van verschil maken.
- **Bedrijfslogo:** je logo op het geschenk kan bijdragen aan merkherkenning.
- **Naam van de ontvanger:** dit maakt het geschenk persoonlijk en uniek voor de ontvanger.



Hoe te personaliseren.

- **Kies het juiste moment:** een persoonlijk geschenk komt het beste tot zijn recht op een moment dat er echt toe doet voor de ontvanger.
- **Wees authentiek:** zorg dat de personalisatie past bij je merk en de boodschap die je wilt overbrengen.
- **Kwaliteit is belangrijk:** als je kiest voor bedrukking of graveren, zorg dan dat dit van hoge kwaliteit is.

Conclusie

Timing en gelegenheid zijn cruciale factoren in het succes van je relatiegeschenk. Door zorgvuldig het juiste moment en de juiste gelegenheid te kiezen, kun je de impact van je geschenk maximaliseren en een blijvende indruk achterlaten.

6. Verpakking: de eerste indruk van je relatiegeschenk

Ze zeggen weleens dat je maar één kans krijgt om een eerste indruk te maken. Dat geldt ook voor relatiegeschenken. Een prachtig geschenk kan zijn glans verliezen als hij wordt gepresenteerd in een slordige of goedkope verpakking. Daarom is de verpakking net zo belangrijk als het geschenk zelf.

Waarom een goede verpakking?

Een stijlvolle, duurzame verpakking verhoogt de beleving en kan zelfs de waargenomen waarde van het geschenk verhogen. Het toont aan dat je zorg en aandacht hebt besteed aan elk detail.



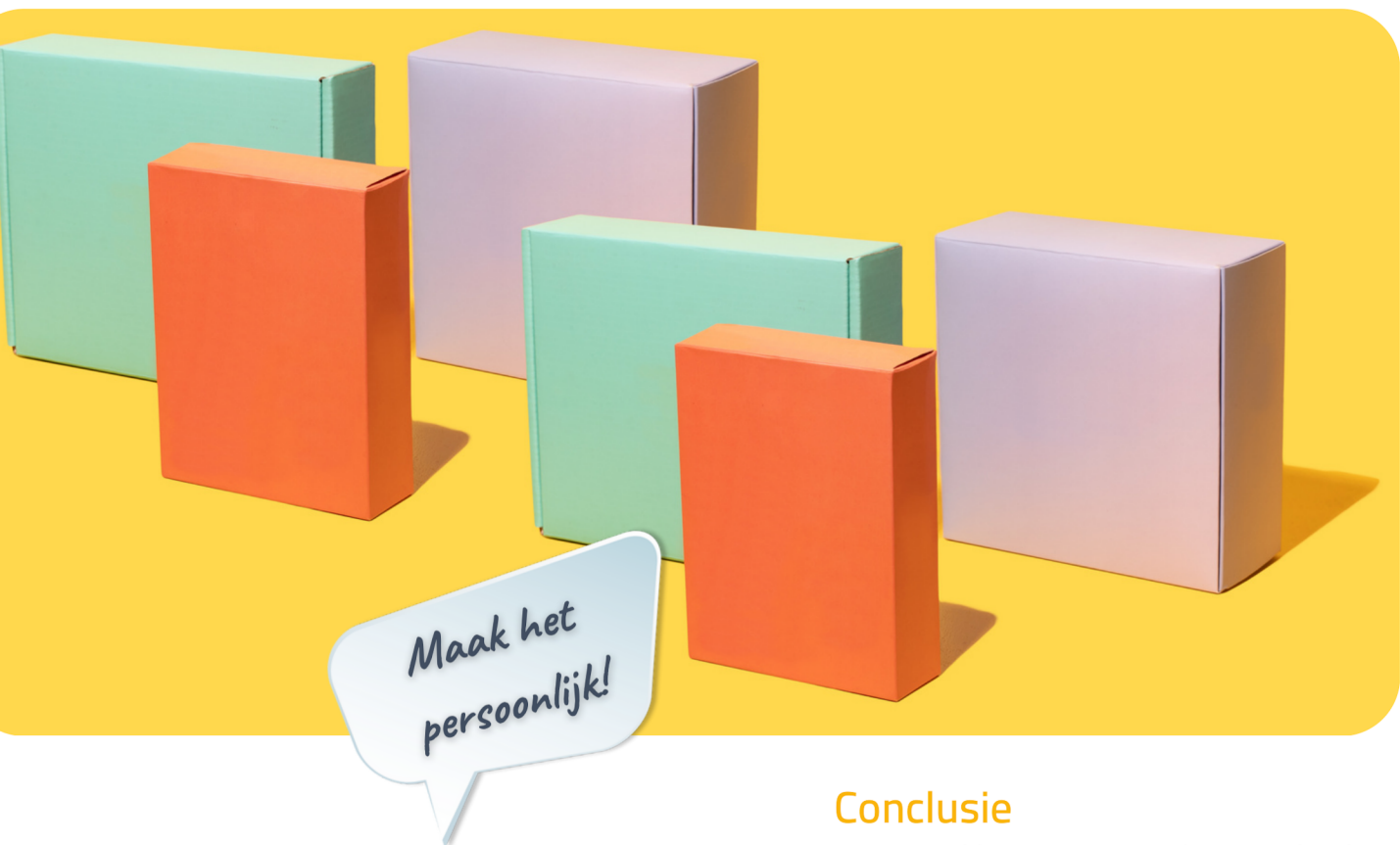
Soorten verpakkingen.



- **Gerecycled materiaal:** een milieuvriendelijke keuze die laat zien dat je duurzaamheid belangrijk vindt.
- **Luxe doos of tas:** voor een extra vleugje elegantie en klasse.
- **Thema-verpakking:** bijvoorbeeld een kerstthema tijdens de feestdagen of een zomerse look voor een seizoensgebonden geschenk.

Tips voor een goede verpakking.

- **Consistentie:** zorg dat de verpakking past bij je merk en de boodschap die je wilt uitdragen.
- **Functionaliteit:** de verpakking moet niet alleen mooi, maar ook praktisch zijn. Denk aan de grootte en het gemak van openen.
- **Personalisatie:** een gepersonaliseerde verpakking kan de ontvanger het gevoel geven dat het geschenk speciaal voor hem of haar is gemaakt.



Conclusie

De verpakking van je relatiegeschenk is meer dan een omhulsel; het is een verlengstuk van je merk en een kans om een blijvende indruk te maken. Besteed daarom net zoveel zorg aan de verpakking als aan het geschenk zelf.

7. Distributie: hoe krijgt je relatiegeschenk de juiste bestemming?

Je hebt het perfecte relatiegeschenk gekozen, prachtig verpakt en gepersonaliseerd. Maar hoe zorg je ervoor dat het ook daadwerkelijk bij de juiste mensen terechtkomt? De distributie wordt vaak over het hoofd gezien, maar een cruciaal onderdeel van het proces.

Waarom is distributie belangrijk?

De manier waarop je het geschenk verspreidt, kan de impact ervan maken of breken. Een persoonlijke overhandiging kan bijvoorbeeld veel meer indruk maken dan een anoniem pakketje in de post.

Waar moet je op letten?

- **Kosten:** verzendkosten kunnen flink oplopen, zeker bij zware of grote geschenken.
- **Timing:** zorg dat je geschenk aankomt op een moment dat het maximale impact heeft.
- **Ontvanger:** is de ontvanger vaak op reis of juist veel op kantoor? Dit kan invloed hebben op je keuze van distributiemethode.



Verspreidingsmethode.

- **Per post:** Handig voor grote aantallen en lange afstanden, maar minder persoonlijk.
- **Persoonlijke overhandiging:** Tijdsintensief, maar zeer effectief voor het opbouwen van een persoonlijke relatie.
- **Via evenementen:** Een goede optie als je veel geschenken tegelijk wilt uitdelen, bijvoorbeeld tijdens een beurs of bedrijfsfeest.



Conclusie

De distributie van je relatiegeschenk is een belangrijke laatste stap in het proces. Door zorgvuldig te kiezen hoe je het geschenk verspreidt, kun je de impact ervan aanzienlijk vergroten. Het is de moeite waard om hier goed over na te denken en een methode te kiezen die past bij je doelstellingen en je doelgroep.

8. Meten en evalueren: de sleutel tot een succesvol relatiegeschenkbeleid.

Je hebt je huiswerk gedaan: het perfecte geschenk gekozen, prachtig verpakt en zorgvuldig gedistribueerd. Maar hoe weet je of je inspanningen ook echt effect hebben gehad? Het antwoord ligt in meten en evalueren.

Waarom meten en evalueren?

Door de impact van je relatiegeschenken te meten, kun je inzicht krijgen in wat wel en niet werkt. Dit helpt je om in de toekomst nog effectievere keuzes te maken.



Wat kun je meten?

- **Klanttevredenheid:** Een directe enquête of feedbackformulier kan waardevolle inzichten bieden.
- **Verkoop en conversie:** Heeft het geschenk geleid tot meer verkoop of nieuwe leads?
- **Merkbekendheid:** Zijn er meer mensen die je merk kennen of volgen na het ontvangen van het geschenk?

Hoe te evalueren?

- **KPI's:** stel duidelijke en meetbare key performance indicators (kpi's) op.
- **Feedback:** Vraag actief om feedback van de ontvangers.
- **Data-analyse:** Gebruik tools om de data te verzamelen en te analyseren.

Conclusie

Meten en evalueren zijn cruciale stappen in het optimaliseren van je relatiegeschenkbeleid. Het stelt je in staat om je strategie aan te passen en te verbeteren, zodat je geschenken in de toekomst nog meer impact hebben. Door regelmatig de effectiviteit van je relatiegeschenken te evalueren, kun je een strategie ontwikkelen die niet alleen je klanten blij maakt, maar ook je bedrijfsdoelen dichterbij brengt.



9. Feedback verzamelen: de laatste schakel in een effectief relatiegeschenkbeleid.

Je hebt je relatiegeschenk met zorg gekozen, prachtig verpakt en op het juiste moment overhandigd. Maar hoe weet je nu of je geschenk echt het gewenste effect heeft gehad? Het antwoord is simpel: vraag om feedback.

Waarom feedback verzamelen?

Feedback geeft je directe inzichten in de beleving van de ontvanger. Het helpt je te begrijpen wat je goed hebt gedaan en waar er ruimte is voor verbetering.



Hoe verzamel je feedback?

- **Directe vragen:** een simpele vraag als 'Hoe vond je het geschenk?' kan al veel inzicht geven.
- **Enquêtes:** voor meer gestructureerde feedback kun je een korte enquête sturen.
- **Social media:** houd in de gaten of ontvangers iets posten over je geschenk en wat de reacties zijn.

Wat doe je met feedback?

- **Analyseren:** verzamel alle feedback en kijk naar de gemeenschappelijke punten.
- **Aanpassen:** gebruik de feedback om je toekomstige keuzes voor relatiegeschenken te verbeteren.
- **Waarderen:** vergeet niet om de mensen te bedanken die de tijd hebben genomen om feedback te geven.



Conclusie

Feedback verzamelen is een essentiële stap in het optimaliseren van je relatiegeschenkbeleid. Het biedt je de mogelijkheid om te leren, te groeien en je strategie aan te passen. Door actief om feedback te vragen en deze serieus te nemen, kun je een relatiegeschenkbeleid ontwikkelen dat echt impact maakt.

Je hebt nu een reis gemaakt door de wereld van relatiegeschenken, van het kiezen van het juiste geschenk tot het meten van de impact. Maar onthoud, een succesvol relatiegeschenkbeleid is een doorlopend proces van leren, aanpassen en optimaliseren.

Waarom kiezen voor Attentives?

Als je op zoek bent naar de perfecte relatiegeschenken, ben je bij Attentives® aan het juiste adres. Met meer dan 25 jaar ervaring in de branche hebben we de kennis en het netwerk om voor elk project een passend product te leveren. We bieden je zekerheid over kwaliteit, prijs en levertijd. Want betrouwbaar zijn voor onze klanten, dat vinden we het belangrijkste.

Bedankt voor het lezen van deze whitepaper. We hopen dat je de tips en inzichten kunt gebruiken om je relatiegeschenkbeleid naar een hoger niveau te tillen. Heb je nog vragen of wil je advies op maat? Neem dan gerust contact met ons op. We helpen je graag verder!



www.attentives.nl



**Promotieartikelen
Relatiegeschenken
Drukwerk
POS-materiaal
Merchandise**



www.attentives.nl



Attentives BV | Professor Snijdersstraat 2 | 2628 RA Delft | info@attentives.nl | 015-799 7003



[@attentives.nl](https://www.instagram.com/attentives.nl)



www.attentives.nl