

### Prinses Beatrix Fonds werft nog steeds succesvol nieuwe donateurs via Direct Mail.

Met behulp van de jarenlange ervaring van WDM binnen de goede doelenbranche houdt het Prinses Beatrix Fonds het rendement op haar wervingsmailings op peil. Dit wordt bereikt door een combinatie van stabiel scorende lijsten en positieve uitschieters met uitrolpotentieel.

### Uitdaging voor het Prinses Beatrix Fonds

Voor een relatief klein fonds als het Prinses Beatrix Fonds is het altijd een uitdaging om met beperkte middelen nieuwe donateurs te werven. Omdat het Prinses Beatrix Fonds een doelgroep heeft die gevoelig is voor traditionele media ligt Direct Mail binnen de scope van mogelijke middelen. De uitdaging was om een Direct Mail programma te ontwikkelen waarbij een aantal keren per jaar werd gemaïld, met stabiel blijvende responscijfers. Hierbij zijn de totale kosten, de responscijfers en de gemiddelde bijdrage per respondent leidend.

### WDM biedt de oplossing met een combinatie van eigen data, externe lijsten en analyses

WDM heeft ruim 15 ervaring als doelgroepadviseur voor goede doelen. Met die kennis is gekozen voor externe adressen die aantoonbaar goed hebben gescoord bij soortgelijke fondsen. Uit WDM's eigen data, voornamelijk uit de GCE zijn meerdere selecties meegenomen.

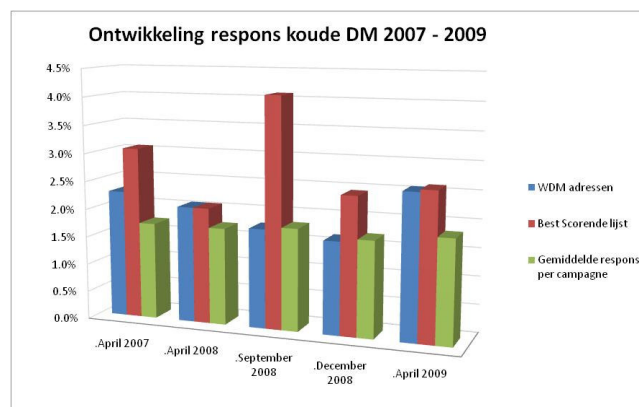
### Een stabiel responspercentage en enkele positieve uitschieters

Doordat de WDM adressen elke keer boven of rond de gemiddelde respons zaten en er veel WDM adressen beschikbaar zijn zorgden deze adressen voor stabiliteit in de resultaten. Daarnaast zijn enkele zeer goed scorende lijsten gevonden die zijn ingezet totdat alle beschikbare adressen waren benaderd. In april 2008 heeft WDM een scoremodel ontwikkeld dat in april 2009 opnieuw is toegepast. Daarmee is bijna 1% extra respons heeft opgeleverd.

### Mijke Bol, Fondsenwerver Prinses Beatrix

**Fonds:** *“Door deze aanpak hebben we op continue basis een goede en behoorlijk stabiele respons weten te behalen. Ook de analyses van WDM zoals het scoremodel leverde resultaat.”*

**Erik van Dorp, WDM:** *“Het blijft altijd een uitdaging om de juiste adreslijsten te vinden. De mogelijkheid om zowel eigen data als externe bestanden in te zetten werkt dan erg prettig. Op deze manier kunnen we het programma nog wel even voortzetten.”*



### Meer kennis, beter resultaat

WDM is één van de leidende direct marketing dienstverleners in Europa op het gebied van consumentendata, data intelligentie en databased marketing diensten. WDM werkt samen met haar klanten om op de meest rendabele manier consumenten te vinden, te werven, te ontwikkelen en te behouden. Voor meer informatie over wat WDM voor u kan betekenen op het gebied van prospectadressen kunt u terecht bij uw account manager of bij Erik van Dorp, 030-6002722/e.vdorp@wdm.nl