

Hans Anders wint prijs voor ‘Beste E-mailcampagne’

Wachten op Hans voelt toch anders...

De jaarlijkse DDMA-prijs voor de beste e-mailcampagne van 2020 is gewonnen door Hans Anders met hun ‘Post Purchase Campagne’. Met deze hyper-gepersonaliseerde e-mailcampagne weet Hans Anders klanten die een nieuwe bril hebben besteld positief betrokken te houden en de merkbeleving (‘toegankelijk, opmerkelijk en fun’) te verhogen.

Volgens de vakjury voegt de ‘Post Purchase-e-mailcampagne’ van Hans Anders relevantie en plezier toe aan de customer journey van klanten. De jury was unaniem in haar keuze voor de winnende campagne. Bram Bruijns, Director Marketing & Digital bij Hans Anders: “Als je een nieuwe bril op maat hebt besteld, duurt het één tot twee weken voordat de bril klaar is.

Wachten vindt niemand leuk en kan tamelijk stressvol zijn. Met deze campagne wilden we de wachttijd tussen het bestellen van een bril en het moment van aflevering veraangename met een aantal super gepersonaliseerde e-mails. Dit levert meer blije klanten op en zorgt voor minder vragen in de winkels en bij de klantenservice. De resultaten zijn verbluffend. We hebben deze

e-mailcampagne daarom inmiddels ook in België (en Zweden) uitgerold.”



Sonja Bertrand, Digital Manager, en Bram Bruijns, Director Marketing & Digital nemen trots de DDMA awards in ontvangst.

Vorige week werd Hans Anders ook bekroond als ‘Beste Winkelketen van Nederland’ in de categorie Audiciens (hoorzorg).

Over de DDMA E-mail Awards

De DDMA E-mail Awards worden normaal gesproken jaarlijks uitgereikt tijdens de DDMA Email Summit, die dit jaar is verplaatst naar volgend jaar. De uitreiking van de awards ging wél door en vond plaats op donderdag 24 september in Square by Gert Blom in Amsterdam. Het event is een initiatief van DDMA, de branchevereniging voor data en marketing, en wordt georganiseerd door de DDMA Commissie E-mail.

OVER HANS ANDERS

Hans Anders is de één van de bekendste optische retailers en volume-marktleider in Nederland en België. De keten maakt **oog- en hoorzorg** van goede kwaliteit betaalbaar voor iedereen. De keten is opgericht in 1982 en is een toonaangevende, **value-for-money** retailer met meer dan 400 winkels in Nederland en België.

40 jaar geleden transformeerde Hans Anders de optieksector in Nederland door het radicaal anders te doen en kwaliteitsbrillen voor verbazend lage prijzen te introduceren. Het bedrijf veroorzaakte daarmee een revolutie in de brillenmarkt. Tegenwoordig biedt Hans Anders een scala aan private label en merkbrillen, hoortoestellen, contactlenzen en zonnebrillen van hoge kwaliteit en vakkundige oog- en hoorzorg; nog altijd tegen de beste prijzen in de markt.

Maar liefst één op de drie brillen in Nederland en België is gekocht bij Hans Anders. Het bedrijf was én is toonaangevend in propositie ontwikkeling: het aanbieden van hoortoestellen naast brillen en lenzen, het unieke Bril Totaal Plan, de eerste brillen webshop. Anno 2021 is Hans Anders koploper in digitalisering en omnichannel-retail. Zo houdt Hans Anders zijn disruptieve heritage met méér dan 400 winkels in Nederland en België springlevend.



Hans Anders