



De segmentatiemachine kan heel precies de doelgroep van pashouders die je wil bereiken aflijnen. Ze laat toe om bv het segment “mannen tussen 25 en 45 die van theater houden in Waregem” af te bakenen. Het maakt dus de koppeling tussen de gegevens verkregen door de UitPASregistratie, het gebruik van UitPAS én de eventinformatie die in de UiTdatabank zit opgeslagen.

Je kan er enerzijds een bestaand publiek mee belonen, maar ook onbekenden motiveren om nieuwe bezoekers van je organisatie te worden. Dit zijn mensen die jij leert kennen, die jou leren kennen en die je nadien makkelijk kan bereiken. Bekijk het als de buitenwereld binnentrekken. UitPAS heeft zicht op de participatie van pashouders bij alle deelnemende organisatoren, wat een veel omvangrijker en interessanter beeld oplevert.

1. Analyseer de “Statistieken en inzichten” in de balie software;
2. Definieer je groeigroep;
3. Bedenk de boodschap die hen wil sturen en het voordeel dat je hen wil bieden;
4. Neem contact met de UitPASmanager om het mailtje in te plannen.
5. Evaluatie
  1. Hoeveel keer werd het mailtje geopend?
  2. Hoeveel keer werd er doorgedrukt?
  3. Hoeveel keer werd het omruilvoordeel omgeruild?

## Gesegmenteerde mails

# Mensen in armoede bereiken



### Tim, kom je voordeel ophalen tijdens het Familiepark van Theater aan Zee!

Jij hebt op vertoon van je UiTPAS met kansentarifief recht op 2 jetons voor een **gratis voorstelling of drankje**. Je kan dit éénmalig voordeel ophalen aan de **UiTPAS-stand** aan de kiosk in het Leopoldpark van **30 juli tot en met 6 augustus**.

Hoe krijg ik dit voordeel?



[Wil je meer weten over het Familiepark?](#)

Met vriendelijke groeten,  
Het UiTPAS-team

De stad Oostende en Theater Aan Zee wilden meer mensen in armoede betrekken bij het zomers theaterfestival.

De gesegmenteerde mail werd uitgestuurd naar alle mensen in armoede in Oostende met een actief kansenstatuut. Het criterium was dat ze minstens ooit 1 keertje een UiTpunt hadden gespaard.

De mail kende een click through rate van 45%, terwijl dit normaal gezien gemiddeld 4% bedraagt.

- 200 mensen in armoede ontvingen de mail
- 90 klikten op de groene button (45%)
- 20 van hen ruilden het omruilvoordeel om (22%)

## Gesegmenteerde mails

# Breek uit je eigen publiek



Film Fest Gent wilde uit het publiek van de film liefhebber breken en hun World Soundtrack Awards (filmmuziekconcert met filharmonisch orkest) bekend maken bij mensen die ook van klassieke muziek houden.

De gesegmenteerde mail werd verstuurd naar pashouders die ooit al een UITpunt hadden gespaard in een locatie waar klassieke muziek wordt gespeeld én die minstens 13 UITpunten op hun account hadden.

De mail kende een click through (mensen die op de rode knop drukten) van 15%. Gemiddeld genomen bij nieuwsbrieven is dit 4% .

- 596 pashouders ontvingen de mail
- 87 ervan klikten op de groene button (15%)
- 41 van hen wilden het omruilvoordeel omruilen (47%)



# Gesegmenteerde mails

## Last-minute



Cultuurdienst Oostende wou de valentijnsactie breder onder de aandacht brengen met een last-minute actie die de Oostendse regio oversteeft.

Het was een actie met een heel goede open rate, maar een lagere conversie dan bij andere segmented mailings.

We noteren 2 belangrijke aandachtspunten voor de volgende mailing:

- We verstuurden de mail erg laat (1 week voor het event). Zo geven we een aanbod voor laatbeslissers of impulsbeslissers maar een heel deel van de ontvangers zullen hun plannen voor volgend weekend al gemaakt hebben. Volgende keer versturen we de mail veel vroeger: 3 à 4 weken voor plaatsvinden?
- We verstuurden de mail over verschillende regio's waardoor je een erg lange afstand hebt tussen ontvanger en plek van plaatsvinden. Mensen participeren nu eenmaal veel minder op een afstand die verder is dan 30 km participeren van hun voordeur.

- 1277 pashouders ontvingen de mail
- 50% opende de mail
- 18% klikte op de button om om te ruilen
- 5% ruilde het voordeel daadwerkelijk om.



# UIT PAS



-  Nieuwe dossiers '16; start '17
-  start '17
-  Operationele UITPASsteden of -gemeenten

**UITPAS bestaat momenteel in 26 steden en gemeenten en tegen eind 2018 in minstens 40.**

Meer informatie over het gebruik van UITPAS en de segmentatiemachine via [www.uitpaspartner.be](http://www.uitpaspartner.be)

Schrijf je in op onze nieuwsbrief.  
Like UITPASpartner op facebook voor meer tips.  
Volg UITPAS op twitter voor de laatste nieuwtjes.

