

VAN ZENDER NAAR ONTVANGER

ENVELOPPENGIDS



FLYERALARM

made to impress

Intro

Ga je ook voor enveloppen in je eigen huisstijl?
Dan zijn er wel wat zaken waar je rekening mee moet
houden. **Welk formaat kies je, en welke afwerking?**
En hoe zit het met de richtlijnen van PostNL?

In deze gids vind je alles over enveloppen.
Plus veel **praktische tips** voor het ontwerpen
van je eigen envelop. Die je natuurlijk
laat drukken bij FLYERALARM.

Veel succes!

01 Het aanbod

6

FORMATEN

Enveloppen ontwerpen begint met het kiezen van het juiste formaat.

14

PAPIERSOORTEN

Je weet het formaat... maar waar ga je op drukken?

02 Het ontwerp

20

UITSTRALING

Een ongeopende envelop wil je vermijden.

22

POSTNL

Alle richtlijnen die je nodig hebt voor een correcte opmaak

26

ONTWERPEN

Klaar om te beginnen met je ontwerp? Neem dan deze tips door.

03 Direct mail

34

WAT IS DIRECT MAIL MARKETING?

Persoonlijk en toch een groot bereik? Ontdek de mogelijkheden van direct mail.

04 Wist je dat

42

WIST JE DAT

Verbaas iedereen met je kennis over enveloppen

05 Enveloppen bij FLYERALARM

47

ENVELOPPEN BIJ FLYERALARM

Ontdek waarom we er van overtuigd zijn dé enveloppenspecialist te zijn

06 Verzenden naar FLYERALARM

50

NOG EEN LAATSTE CHECK?

Kijk deze puntjes nog even na.

52

NAAR FLYERALARM

Tijd om je envelop te laten drukken



Stick a stamp
on me,
I'm going
envelope

01 Het aanbod

Ga je aan de slag met je eigen enveloppen?
Maak dan gebruik van de mogelijkheden
in dit handige overzicht.

FORMATEN

Het standaard papierformaat A4 ken je vast wel. Maar zoek je een envelop, dan kom je ineens B-formaten, C-formaten en E-formaten tegen. En welk formaat kies je dan?

WAS HET NU A, B, C OF E?

Bij die verschillende formaten geldt dat het ene formaat altijd net iets groter is dan het andere. Zo is er altijd een envelop die perfect aansluit bij de post die je wil versturen. En met deze twee eenvoudige regels onthoud je heel gemakkelijk welk formaat je nodig hebt.

Zorg dat het cijfer in het envelop- en papierformaat overeenkomen. Wil je bijvoorbeeld een ongevouwen A4 brief versturen, dan heb je waarschijnlijk ook een envelop nodig waar het cijfer ‘4’ in zit.

Voor de letters in envelopformaten geldt: E is groter dan B, B is groter dan C en C is groter dan A. Ofwel: $E > B > C > A$, of nog korter: EBCA.

Een A4 vel past dus perfect in een C4 envelop.

Maar een A4 brochure is hiervoor wellicht net iets te dik en past beter in een B4 envelop.



TIP

Vraag bij FLYERALARM gratis een ‘enveloppenposter’ aan. Op deze poster zie je in een oogopslag alle enveloppen met de juiste afmetingen.



B4 248 x 346

B5
175 x 245

OVERZICHT (afmetingen in mm)

B5	B4
175 x 245	248 x 346



EA5 220 x 156

Vierkant 155 x 155

US 220 x 110

OVERZICHT (afmetingen in mm)

EA5	Vierkant	US
220 x 156	155 x 155	220 x 110

OVERZICHT (afmetingen in mm)

C4	C5/6	C5	C6
229 x 324	229 x 114	229 x 162	162 x 114



C4 229 x 324

C5/6 229 x 114

C5 229 x 162

C6 162 x 114



A4 brief in een EA5 envelop met venster rechts

VENSTER LINKS OF RECHTS?

Kies je nu voor een venster links of recht? Deze vraag wordt nog vaak gesteld.

Tegenwoordig zijn de regels niet meer zo strikt als vroeger. De ‘adreszone’ – de zone waar je volgens PostNL een adres mag plaatsen – is vrij ruim. (zie pagina 25) Het maakt dus niet zoveel uit waar je het venster plaatst.

Dat was vroeger wel anders, omdat je rekening moest houden met de lay-out van officiële brieven. In de meeste landen waar A4 papier de standaard was, werd het adres aan de rechterzijde van de brief geplaatst, evenwijdig aan het adres van de afzender.

Landen zoals de Verenigde Staten kennen nog steeds afwijkende papierformaten. Waar wij A4 gebruiken, hanteren zij “legal”, dat in de lengte langer is. Het adres van de afzender en het adres van de geadresseerde worden hier vaak onder elkaar geplaatst, aan de linkerzijde.

FORMATEN (afmetingen in mm)

A4	Legal
210 x 297	216 x 356

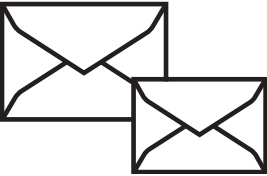
PLAKSTRIP OF GEGOMD?

Wil je enveloppen bestellen die automatisch worden gevuld, of ben je nostalgisch aangelegd? Kies dan voor een gegomde plakstrook. Met een vulmachine wordt de plakstrook automatisch bevochtigd, zodat de envelop kan worden dichtgeplakt.

Maak je het jezelf graag gemakkelijk, of heb je een hekel aan de smaak van gom? Dan is een plakstrip voor jou de beste keus.

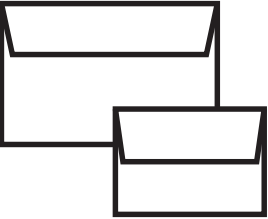
DE PLAKSTROOK OF SLUITKLEP

Het zal je niet verbazen: ook bij de plakstrook heb je keuze uit diverse varianten:



DE FORMELE PLAKSTROOK

Deze past heel goed bij traditionele enveloppen. Door de driehoekige vorm en diepe punt voelt deze plakstrook heel formeel aan en wordt daarom vaak gebruikt voor formele uitnodigingen, gelegenhedsdrukwerk en aankondigingen. Vaak kun je kiezen uit een groot aantal formaten en kleuren.



DE INFORMELE PLAKSTROOK

Deze moderne versie van de formele plakstrook wordt voor hetzelfde doel gebruikt, maar ziet er wat gelikter uit. Je komt deze plakstrook relatief weinig tegen.



DE STANDAARD PLAKSTROOK

De meeste enveloppen zijn voorzien van een standaard plakstrook. Deze plakstrook is niet alleen makkelijk te sluiten, maar biedt ook economische voordelen. De strook is lichter en verbruikt minder papier.

Verzendmap



Ansichtkaart

Verzenddoos

UITZONDERINGEN

Niet alles dat je verstuurt, gaat in een envelop. Er zijn ook andere mogelijkheden om iets van a naar b te sturen.

De kracht van eenvoud: **de postkaart**. Een steviger kaart met op de achterzijde ruimte voor je boodschap en de adressering.

Een **selfmailer** is een document dat op een speciale manier wordt gevouwen en gesloten, zodat het zonder envelop kan worden verstuurd. Vaak wordt deze voor commerciële doeleinden gebruikt. Het grote voordeel? Je hoeft maar één ontwerp te maken en te laten bedrukken.

Verzendmappen en -dozen zijn dé oplossing als je zwaardere objecten wil versturen. En je kunt ze ook nog eens perfect personaliseren.

Natuurlijk kun je ook drukwerk in **een speciale vorm** verzenden. Bijvoorbeeld een flyer in de vorm van een hart voor Valentijn. Daarmee maak je zeker indruk. Maar houd er wel rekening mee dat je ook deze in een envelop of verpakking met een rechthoekig formaat moet verzenden. Wil je toch een uniek formaat zonder envelop? Laat je drukwerk dan huis-aan-huis bezorgen.



Stansvorm hart

TIP

Wist je dat je ook plakband kunt laten bedrukken? Zo doe je net weer iets meer dan je concurrent.



PAPIERSOORTEN

Waarom het gewicht van een envelop enorm belangrijk is.

Net als voor gewoon papier worden voor enveloppen allerlei papiersoorten gebruikt, die worden uitgedrukt in een bepaald gewicht. En dat gewicht speelt een belangrijke rol bij het kiezen van de juiste papiersoort. Zeker als je grote hoeveelheden gaat versturen en geen torenhoge portokosten wilt betalen.

HOE BEPAAL JE HET GEWICHT VAN JE POSTPAKKET?

De beste manier om het exacte gewicht van je postpakket te bepalen, is je zending wegen op een weegschaal die is afgesteld op kleine gewichten. Verstuur je vaak drukwerk, overweeg dan om zo'n weegschaal te kopen.

Een andere, weliswaar minder nauwkeurige manier, is aan de slag te gaan met een rekenmachine, pen en papier.... Elke papiersoort heeft een gewichtsaanduiding in gram. Bijvoorbeeld een visitekaartje is gemaakt van 400 grams papier. Briefpapier van 100 grams papier of een envelop van 80 grams papier.

Deze aanduiding geeft altijd aan hoeveel 1 m² van de papiersoort weegt. 1 m² briefpapier van 100 gram weegt dus... exact 100 gram. Je weet ook de afmeting van bijvoorbeeld een A4 brief. Met deze gegevens ga je aan de slag om het gewicht van je brief en envelop te berekenen.

- 100g = 1 m²
 - 100g = 100 cm x 100 cm
 - 100g = 10.000 cm²
 - 1 A4 briefpapier = 21 cm x 29,7 cm
 - 1 A4 briefpapier = 623,7 cm²
- **1 A4 briefpapier** = $\frac{100g}{10.000 \text{ cm}^2} \times 623,7 \text{ cm}^2 = 6,237g$

TIP

Als je samples aanvraagt om het gewicht te kunnen bepalen, zorg dan altijd dat je bedrukte samples aanvraagt. Want ook de bedrukking en afwerking heeft invloed op het uiteindelijke gewicht.

Voor een envelop ligt het iets lastiger, omdat je rekening moet houden met de randen waar de envelop wordt vastgelijmd. En natuurlijk met het feit dat een envelop is gevouwen. Je neemt daarom 2 keer de afmeting plus een veilige marge van 5%.

- 80g = 1 m²
- 80g = 100 cm x 100 cm
- 80g = 10.000 cm²
- 1 C4 envelop = 22,9 cm x 32,4 cm x 2 (zijden) + 5%
- 1 C4 envelop = 741,96 cm² x 2 + 5%
- 1 C4 envelop = 1.558,116 cm²

► **1 C4 envelop** = $\frac{80g}{10.000 \text{ cm}^2} \times 1.558,116 \text{ cm}^2 = 12,464g$

Je A4 brief en C4 envelop wegen dus samen
6,237g + 12,646g = 18,702g.

Vergeet niet dat de postzegel ook iets weegt. En dat geldt ook voor de inkt waarmee je het adres schrijft, de sticker die je op een envelop plakt en de lijm waarmee de envelop wordt dichtgeplakt. Zorg dus altijd voor een veilige marge als je op deze manier gaat berekenen.



Envelop met spot-UV afwerking



Stickers op rol

AFWERKING

Natuurlijk wil je dat je envelop een bijzondere uitstraling krijgt, want je wilt dat deze wordt geopend. Kies daarom voor een extra afwerking.

Hierbij is je ontwerp het allerbelangrijkst. Dat moet aanspreken. Zorg dat je alles correct aanlevert en dat je alles goed hebt gecontroleerd. Meer informatie hierover vind je op pagina 50.

Je kunt er ook voor kiezen om nog iets toe te voegen aan je envelop:

- Persoonlijke, unieke postzegels. Eenvoudig te bestellen via PostNL.
- Een kleine ronde sticker of sluitzegel om de envelop mee te sluiten.
- Of een oude wasstempel om je envelop mee te sluiten. Het is wat werk, maar het valt wel op!

Ook druktechnisch zijn er voldoende mogelijkheden. Wil je bepaalde elementen in je ontwerp extra onder de aandacht brengen?

Kies dan voor spot-UV, en voorzie deze elementen van een extra glanzende laag. Hoe je dit doet, lees je op pagina 30.

HOE KIES JE DE JUISTE PAPIERSOORT EN AFWERKING?

De belangrijkste vraag die je jezelf moet stellen, is wat je wil uitstralen en wat je wil bereiken.

Welke boodschap wil je overbrengen? En waar staat je merk voor?

Voor een stijlvolle look and feel kies je een zwaardere papiersoort die klasse uitstraalt.

- Is milieubewustzijn belangrijk voor je? Ga dan voor kringlooppapier.
- Wil je echt opvallen? Overweeg dan spot-UV of voeg extra veredelingen toe.
- Richt je je met je actie op een brede groep prijsbewuste consumenten, dan zijn standaard enveloppen een goede keuze.

OKÉ, MAAR HOE ZIT HET MET DE KOSTEN?

Het is logisch dat hoe meer je gaat versturen, hoe duurder het wordt. Zeker als je kiest voor duurder papiersoorten of veredelingen. Mocht je vanwege de kosten een goedkoper alternatief overwegen, bedenk dan even hoe je zelf zou reageren als je deze brief in de bus zou krijgen. Zou je er aandacht aan besteden, of zou de brief direct bij het oud papier belanden? En wees steeds eerlijk tegen jezelf, het gaat tenslotte om heel wat geld. Daar wil je wel iets voor terug hebben.

LESS IS MORE.

Uiteindelijk gaat het om het resultaat. En dan kun je soms beter kiezen voor minder. Want zeg nou zelf: verstuur je liever 1.000 brieven waarvan 10% wordt geopend of 5.000 brieven waarvan 1% wordt geopend?



Every great design,
begins with
an even better story.

02 Het ontwerp

Je hebt een envelop gekozen,
maar nu komt het ontwerp.
Waar moet je rekening mee houden?
En waar begin je?

UITSTRALING

Je staat er misschien niet zo bij stil. Maar wie een brief ontvangt, ziet eerst de verpakking, de envelop. Die zorgt dus voor de eerste indruk. En daarmee kun je echt het verschil maken.

DENK AAN JE HUISSTIJL

Of je nu veel of weinig brieven verstuurt, of vooral pakketten, ook de enveloppen en verpakkingen moeten zijn voorzien van je huisstijl. Het is het eerste dat je klanten en prospects zien. Hoe komt het over als je een goedkoop ogende envelop opent en er een luxe folder uithaalt? Of als je je nieuwste bedrijfsbrochure, waar je heel trots op bent, verstuurt in een envelop die eigenlijk te licht is voor het gewicht van de brochure?

Verstuur je direct mail, dan is de kans groot dat deze wordt geopend dankzij de envelop of verpakking. Besteed er dus aandacht aan!

TIP

Wil je weten hoe je envelop of pakje wordt ontvangen? Stuur dan gewoon een exemplaar naar een vriend of familielid en kijk wat er gebeurt.

C5 envelop

HET ONWTERP



Elke envelop die je wilt versturen, moet aan een aantal richtlijnen van PostNL voldoen. We zetten de belangrijkste hier voor je op een rij.

HOUD REKENING MET DE RICHTLIJNEN

Alle post en pakjes worden automatisch gesorteerd en verwerkt. Zo kan PostNL die enorme hoeveelheid zendingen binnen strakke levertermijnen verwerken. Maar dit betekent wel dat je rekening moet houden met een aantal richtlijnen.

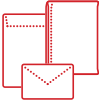
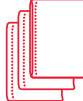
WAAROM KAN IK MIJN ENVELOP NIET GEWOON ZO OPMAKEN ALS IK WIL?

De belangrijkste reden is helder. Vroeger was er iemand die handmatig elke brief sorteerde. Maar vanwege de enorme hoeveelheden zijn inmiddels alle postbedrijven overgeschakeld op een automatisch sorteersysteem. Je envelop komt langs een digitaal oog, dat in een fractie van een seconde de essentiële informatie op de envelop moet kunnen lezen. En hoewel die machines ongelooflijk intelligent zijn, hebben ze niet de nuance van het menselijk oog. Kalligrafie, een extreem slordig handschrift, gecorrigeerde adressen of een adressering in een inkt die vrijwel dezelfde kleur heeft als de envelop zelf, maken herkenning nog lastiger. En daarmee wordt de kans groter dat je brief uiteindelijk nooit aankomt. Ook de vorm, de afmetingen en de dikte van je poststuk zijn bepaald door wat de sorteermachines aankunnen.

TIP

Gebruik je een envelop met venster, zorg er dan voor dat de brief die in de envelop zit niet kan verschuiven zodat het adres onleesbaar wordt.

HET FORMAAT

					
Soort poststukken	Uiterlijk, formaat en gewicht mogen verschillen	Hetzelfde uiterlijk, formaat en gewicht	Hetzelfde uiterlijk, formaat en gewicht	Hetzelfde uiterlijk, formaat en gewicht	Uiterlijk, formaat en gewicht mogen verschillen
Vorm	Rechthoekig				
Minimumafmetingen	140 x 90 mm				
Maximumafmetingen	Brievenbus (380 x 265 x 32 mm)	C5 (162 x 229 mm)	C4 (229 x 324 mm)	Brievenbus (380 x 265 x 32 mm)	Brievenbus (380 x 265 x 32mm)
Maximumdikte	32 mm	5 mm	10 mm	32 mm	32 mm
Maximumgewicht	2000 gram	50 gram	350 gram	2000 gram	2000 gram
Inhoud	Alle soorten, ook goederen	Papier	Papier	Alle soorten, ook goederen	
Soort verpakking	Alle soorten, bijvoorbeeld folie	Papier: gesloten envelop, kaart of selfmailer*	Papier: gesloten envelop, kaart, selfmailer*	Alle soorten, bijv. folie, karton	Beschermende verpakking zoals brievenbusdoos of bubbeltjes envelop

* Zie voor meer informatie postnl.nl/selfmailer.

Indien je poststukken niet voldoen aan de hiervoor omschreven vorm (rechthoekig), de hiervoor omschreven formaten (minimum afmeting), het adres van de geadresseerde niet leesbaar is of er meer dan één afzendadres op het poststuk aanwezig is, brengt PostNL extra verwerkingskosten in rekening. Let op: dit geldt voor alle partijgroottes.

HET ONTWERP

Elke envelop bestaat uit 4 zones:

- **Adreszone.** De zone waarbinnen je het adres van de geadresseerde plaatst. Afhankelijk van de grootte van je envelop moet dit adres centraal in de adreszone staan. Laat rondom het adres minimaal 10 mm witruimte vrij, waar geen bedrukking komt.
- **Frankeerzone.** In deze zone (altijd de rechterbovenhoek) plak je een postzegel of wordt het Port Betaald-logo gedrukt. Zorg voor een veilige afstand tot de rand van de envelop.
- **Indexzone.** Hierbinnen print PostNL de sorteercodes. Bedruk deze zone dus niet. Hoewel de achtergrondkleur niet per se wit hoeft te zijn, adviseert PostNL wel om deze zone wit te houden. Let op: bij een staande envelop is deze zone rechts van het adres. Bij een liggende envelop rechtsonder het adres.
- **Zone voor afzenderadres.** Het wordt vaak vergeten, maar vermeld ALTIJD een afzenderadres op je poststuk. Bij partijenpost is dit zelfs verplicht. De zone is vrij te bepalen, zolang je rekening houdt met de drie bovenstaande zones.

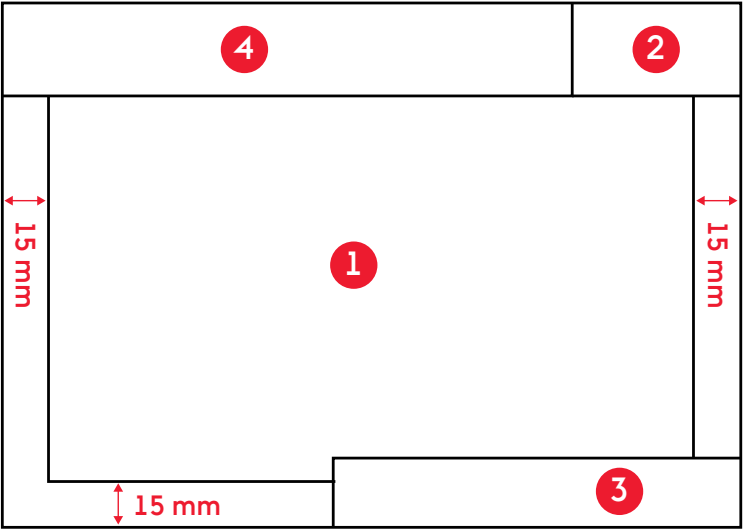
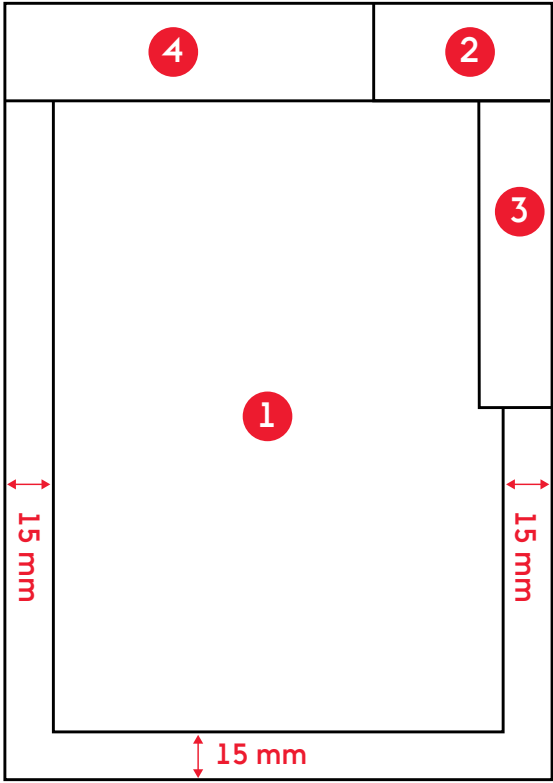
Al de verschillende zones hebben een specifieke plek op een envelop. Hieronder zie je een voorbeeld van een liggende en een staande envelop.

HET ADRES

Houd ook hier rekening met een aantal richtlijnen:

- Minimaal 3 regels, maximaal 6.
- Hou ook de volgorde in de gaten: (bedrijfs)naam, straat, postcode, woonplaats.
- Laat het adres bij voorkeur drukken op de envelop, of print het op een sticker en plak deze op de envelop. Een handgeschreven adres is uiteraard toegestaan, maar zorg er wel voor dat dit duidelijk leesbaar is.
- Gebruik een duidelijk leesbaar lettertype. Met een cursief, gotisch of speels lettertype loop je het risico dat het adres niet kan worden ingelezen.
- Zorg dat de lettergrootte voldoende is: minimum 7 pt, maximaal 17 pt.
- Gebruik voldoende spaties, maar gebruik geen dubbele spaties.
- Plaats het adres evenwijdig aan de onderkant van de envelop.

- 1: adreszone
- 2: frankeerzone
74x40mm
- 3: Indexzone
140x20mm
- 4: afzenderadres



TIP

Geen zin om een afzenderadres steeds met de hand te schrijven? Overweeg dan om een stempel, lekker makkelijk.

ONTWERPEN

Genoeg over richtlijnen, laten we eindelijk aan de slag gaan met het ontwerp!

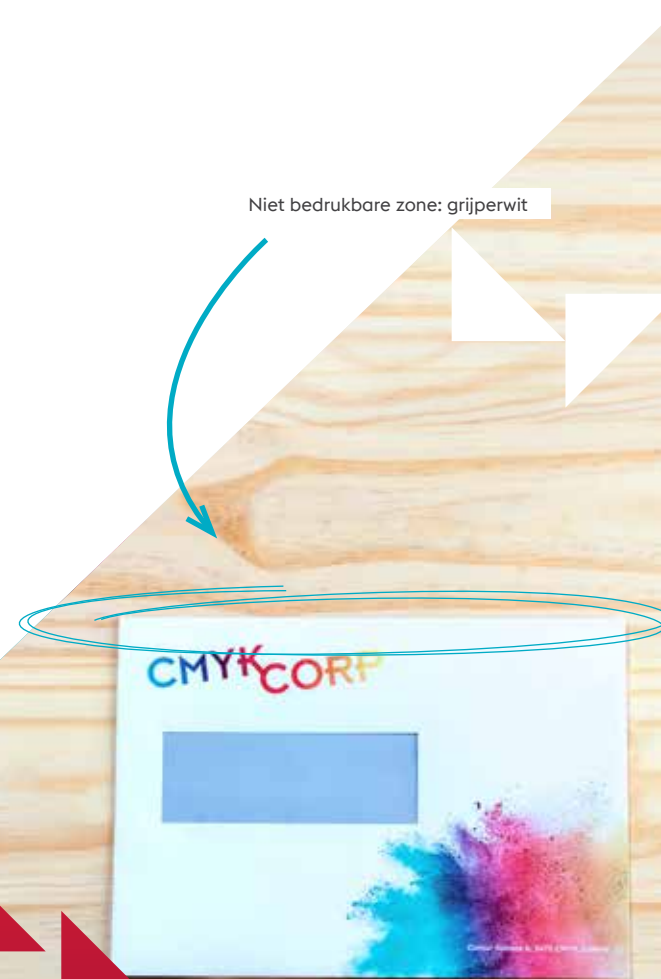
DE INFORMATIESHEET

Hoe simpel het ook lijkt, een envelop ontwerpen is geen eenvoudige klus. Zeker niet als je kiest voor een volledige bedrukking. Maar met onze informatiesheet wordt het een stuk makkelijker. De informatiesheet bevat niet alleen alle relevante info met betrekking tot de afmetingen, maar geeft vaak ook een indicatie van de leesrichting.

Zo zie je in het voorbeeld hiermaast dat zone B en C omgekeerd moeten worden ontworpen, zodat het ontwerp uiteindelijk correct op de envelop wordt gedrukt.

TIP

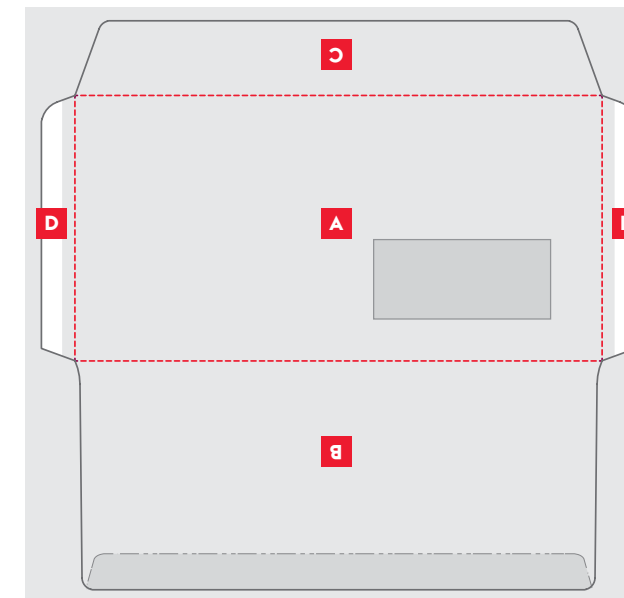
Wil je er 100% zeker van zijn dat je de informatiesheet helemaal goed hebt gelezen? Ga dan met schaar en papier aan de slag. Druk de informatiesheet af, knip de vorm uit en vouw deze op de vouwlijnen. Schrijf of teken een schets op de gevouwen envelop en vouw deze weer open. Nu heb je een duidelijk beeld van hoe het ontwerp moet worden gemaakt.



GRIJPERWIT

Vaak worden enveloppen pas bedrukt als ze al hun uiteindelijke vorm hebben. Dat maakt de verwerking makkelijker, maar betekent wel dat je rekening moet houden met 'grijperwit'.

Grijperwit is een zone op de envelop die niet kan worden bedrukt. Hier 'pakt' de machine de envelop 'vast' om deze te kunnen bedrukken. Met wat creativiteit los je dit op in je ontwerp, maar het is vaak toch een beperking.



VOLLEDIG BEDRUKTE ENVELOP.

De witte zones (D) worden vrijgehouden van bedrukking om de envelop aan elkaar te kunnen lijmen. Deze witte zones (D) zijn niet zichtbaar wanneer de envelop nadien wordt samengesteld.

ENVELOP MET GRIJPERWIT

De witte zone (B) bovenaan de envelop is vrij van bedrukking. De envelop wordt in deze zone 'vastgehouden' door de drukpers om zo de rest van de envelop (A) te kunnen bedrukken. Dit heet grijperwit.

WEETJE

Bij FLYERALARM worden de meeste enveloppen eerst gedrukt en dan pas gevouwen en gelijmd. Zo heb je geen last van 'grijperwit' en kun je je envelop volledig bedrukken.

AAN DE SLAG

Om te beginnen maak je eerst een keuze tussen een eenvoudige bedrukking of een volledige bedrukking.

Bij een **eenvoudige bedrukking** plaats je vaak gewoon je bedrijfslogo en adresgegevens op een standaard witte envelop. Je hoeft dan geen rekening te houden met gespiegelde delen in je ontwerp. Zorg er wel voor, zoals bij elk ontwerp, dat je een logo in vector-formaat gebruikt of dat het een voldoende hoge resolutie heeft. En controleer ook of de adresgegevens zijn omgezet naar vectoren, of stuur het font met het ontwerp van de envelop mee.

Kies je voor een **volledige bedrukking**, dan kun je je envelop helemaal bedrukken, zowel op de voorzijde als op de achterzijde. Controleer eerst of je rekening moet houden met 'grijperwit' (zie pagina 27), de zone op een envelop die niet kan worden bedrukt. Is dat niet het geval, dan wordt je creativiteit alleen begrensd door de richtlijnen van PostNL (zie pagina 22).

KIEZEN VOOR EXTRA VEREDELING?

Wil je nog een stap verder gaan? Kies dan voor een **extra veredeling** zoals spot-UV op je envelop. Je maakt dan gebruik van een zogenoemde 'steunkleur' of vijfde kleur, die wordt gebruikt om de spot-UV aan te brengen.

Houd in dit geval rekening met het volgende:

- De 'steunkleur' of vijfde kleur is geen echte kleur en wordt niet gedrukt. Deze geeft alleen aan waar de spot-UV moet komen.
- Een 'steunkleur' ligt altijd bovenop de andere kleuren.
- Elk document bevat slechts één 'steunkleur'.
- Geef de 'steunkleur' in je document de benaming 'lak'.
- Een 'steunkleur' moet altijd een waarde van 100% hebben.
- Pas geen effecten toe op een 'steunkleur'.
- Schakel de functie 'overdrukken' in voor alle grafische elementen of vlakken waarvoor je de 'steunkleur' gebruikt.

En houd ook hier rekening mee:

- Zorg dat de letters niet te klein zijn. De minimale lettergrootte is 12 pt.
- Houd voor lijndiktes minimaal 2 pt of 0,7mm aan.
- Houd voor negatieve lijndiktes minimaal 3 pt of 1 mm aan.



DE LAY-OUT SERVICE VAN FLYERALARM

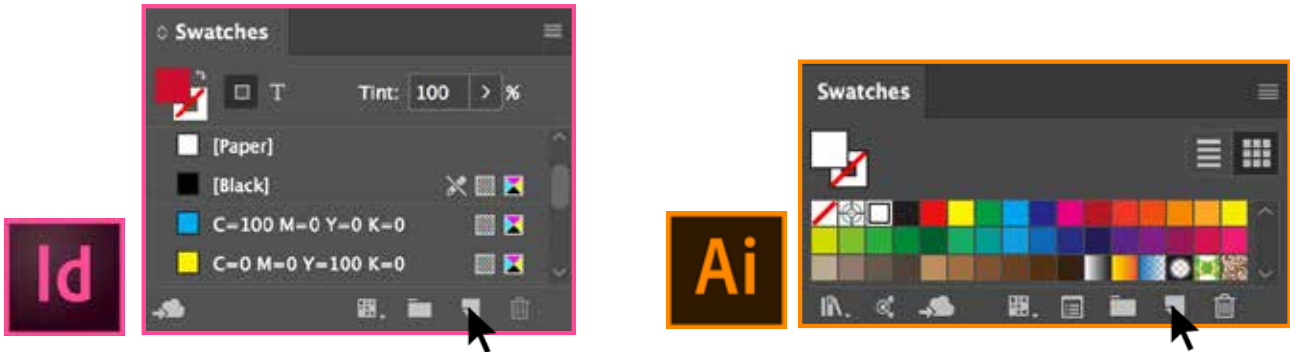
Ben je nog niet 100% zeker van je ontwerp? Dan kun je altijd even contact opnemen met onze lay-out service. We helpen je niet alleen graag met het maken van jouw perfecte ontwerp, maar geven ook advies over papiersoorten, veredelingen en oplages.

TIP

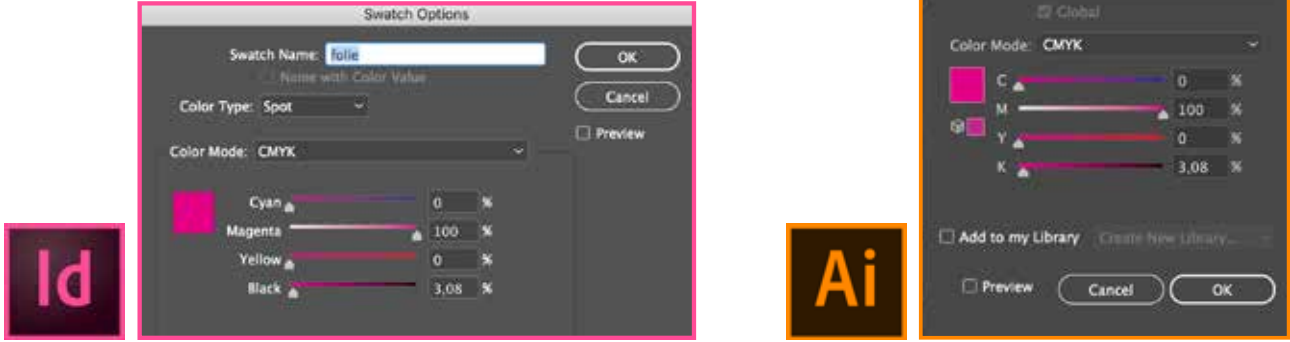
Heb je vragen, neem dan contact op met onze klantenservice. Onze grafische experts helpen je graag. Bel naar +31 20 703 81 68 of mail naar info@flyeralarm.nl.

HOE MAAK IK EEN STEUNKLEUR AAN?

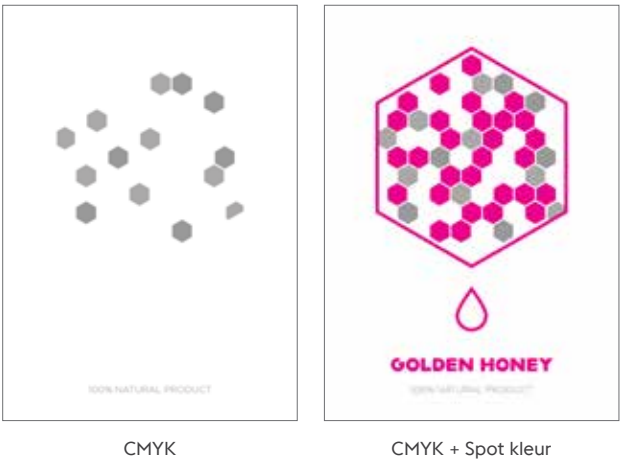
Stap 1: Maak een nieuwe swatch (of staal) aan



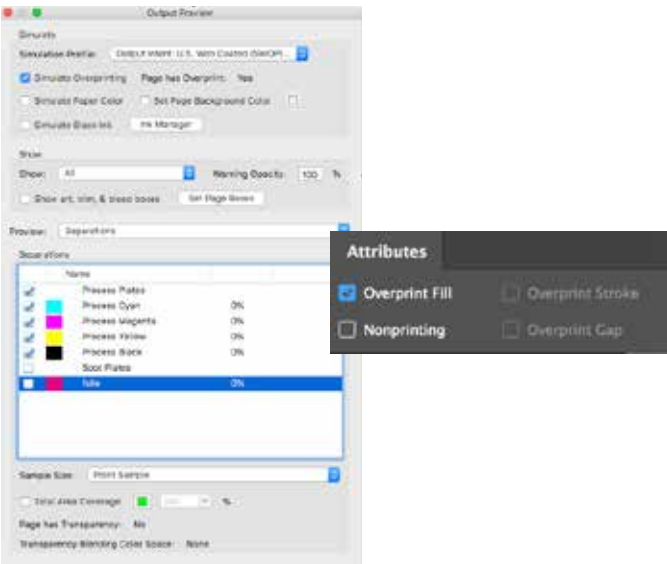
Stap 2: Geef je swatch de correcte naam en waarde



Stap 3: Geef aan waar de spot-UV of folie moet komen door het de kleur van de nieuwe swatch te geven



Stap 4: Controleer of de optie 'overprint' (of overdruk) aan staat



Goudfolie



I ♥ mail

03 Direct mail

Heb je veel enveloppen nodig? Dan is de kans groot dat je een direct mail actie aan het plannen bent. En dan is het altijd handig om de belangrijkste zaken nog even op een rij te hebben.

WAT IS DIRECT MAIL MARKETING?

Heel persoonlijk, tot op de deurmat van de klant.

Direct mail marketing is een specialisatie binnen de marketing waarbij je met een directe communicatie-uiting zoals een brief, een groot aantal (potentiële) klanten probeert te bereiken om tot actie aan te zetten. Dat kan een aankoop zijn, een uitnodiging om een afspraak te maken, de mogelijkheid om een sample aan te vragen of een andere stap in het verkoopproces.

In het slechtste geval is een direct mailing een boodschap die snel in de prullenbak belandt.

Maar als je het goed aanpakt, kun je met direct mail op een relatief goedkope manier een hele grote doelgroep bereiken, zeker als je het vergelijkt met radio- of tv-reclame.

Dé truc is om je success rate te verhogen, en daar helpen we je graag bij.

MAAK JE DOELEN SMART

Natuurlijk probeer je zo 'slim' mogelijk te werk te gaan, maar is je aanpak ook SMART?

SMART staat voor:

- **Specifiek** - Focus je op één doel en maak die doelstelling zo concreet mogelijk.
- **Meetbaar** - Koppel er een getal aan. Door je doelen meetbaar te maken, kun je beoordelen of je actie succesvol was of niet. Is het je eerste actie, dan bepaal je een streefwaarde. En het uiteindelijke resultaat wordt je referentiepunt voor de beoordeling van toekomstige acties.
- **Ambitieuw** - Mik hoog genoeg. Gezonde ambitie kan geen kwaad.
- **Realistisch** - houd het realistisch. 10.000 brieven uitsturen en verwachten dat je 10.000 reacties krijgt, is niet realistisch.
- **Tijdsgebonden** - Een duidelijke tijdslijn geeft je een begin- en eindpunt waarbinnen je kunt meten.

WAAROM ZOU JE JE DOELEN SMART MAKEN? EEN VOORBEELD

Vergelijk maar eens de inhoud van deze twee direct mailings van de fictieve fashion shop Lilly's Fashion uit Amsterdam: Lilly's Fashion is al jaren een begrip in Amsterdam en heeft sinds 2012 een relatief succesvolle e-commerce shop. Die e-shop begint steeds belangrijker te worden in het totale omzetcijfer van Lilly's Fashion. Ze beseffen dat ze meer moeten inspelen op hun online publiek en besluiten om al hun klanten aan te schrijven met een **direct mailing**.



Het idee van Fien

Fien bekijkt de kostprijs van de hele actie: een kleine € 4.000. Daar wil ze zoveel mogelijk uithalen. Haar idee is om zich niet alleen op het werven van ambassadeurs te richten. Ze communiceert ook gelijk de grote lenteactie met kortingen tot 25% én de grote opening van hun pop-up store op het Leidse Plein in Amsterdam in augustus. Klanten kunnen zich tot eind juni via een formulier inschrijven voor een late night shopping in de pop-up store. Dat formulier zit ook bij de direct mailing.

Het doel van Fien en Amy is hetzelfde: ze willen hun huidige klanten aanschrijven om hen in te zetten als online ambassadeurs voor de e-shop.

Wat denk jij: wie behaalt het beste resultaat? Fien, die drie boodschappen probeert te combineren, of Amy, die zich op één duidelijk doel concentreert? Welke direct mailing vind jij het duidelijkst?



Het idee van Amy

Amy houdt echter het doel voor ogen. Zij richt zich op de ambassadeurs, ook al weet ze dat ze daarmee niet direct de kostprijs van € 4.000 terugverdient. In haar direct mailing focust ze op de drie sterke punten van Lilly's Fashion: de unieke stukken, de gratis verzending vanaf € 0 en niet te vergeten de persoonlijke aanpak van Fien en Amy. Daarnaast geeft ze drie tips hoe je als ambassadeur reclame kunt maken voor Lilly's Fashion.

PRAKTISCHE TIPS

Wil je een direct mailing versturen, dan is het goed om met een aantal zaken rekening te houden. En goed doordachte keuzes te maken.

HOUD REKENING MET DE LANGE WEG DIE JE ENVELOP OF JE PAKJE MOET AFLEGGEN.

Voordat je direct mailing bij de geadresseerde in de bus ligt, heeft deze al een lange weg vol ‘hobbels’ afgelegd. Je brief zal er dan ook nooit zo netjes uitzien als jij hem hebt verstuurd. Wil je dat je poststuk in goede staat wordt afgeleverd, zorg dan dat je stevig (verpakings) materiaal gebruikt.

ZELF DOEN OF UITBESTEDEN?

Wil je de kosten laag houden, dan kan het zinvol zijn om zelf brieven te vouwen, enveloppen te vullen en stickers te plakken. Maar kijk wel goed naar de tijd die je hiermee kwijt bent. Je kunt deze handelingen namelijk ook prima automatiseren – wellicht een interessantere optie.

Een snelle rekensom. De ervaring leert dat je ongeveer 13 seconden nodig hebt om een standaard envelop te vullen met een brief die nog in drieën gevouwen moet worden, hier een voorgedrukte adressticker en postzegel op te plakken en de envelop te sluiten. In één uur kun je dus maximaal 276 enveloppen vullen.

WEL OF NIET EEN BREDE DOELGROEP AANSPREKEN?

Het is belangrijk dat je direct mailing zo nauw mogelijk aansluit bij je doelgroep. Is je doelgroep alle dertigers in Leiden, houd daar dan aan vast. Probeer je er ook veertigers bij te betrekken of uit te breiden naar Den Haag, dan zal dit alleen maar negatief uitwerken op het succes van je campagne.

WEGEN. WEGEN. WEGEN.

Verzendkosten zijn de grootste kostenpost van een direct mailing-campagne. Kijk hier goed naar en voorkom onverwacht hogere kosten omdat je mailing ineens 1 gram meer blijkt te wegen. Meer tips hierover vind je op pagina 14.

HOUD DE KOSTEN IN DE GATEN.

Vooraf dus de verzendkosten. PostNL heeft verschillende programma's die je kunnen helpen. Maar door de vele mogelijkheden is het soms lastig om een helder beeld te krijgen van de kosten. Wil je geld besparen, laat je dan goed informeren.

EEN DIRECT MAILING VALT EN STAAT MET EEN GOEDE OPVOLGING

10.000 brieven verstuurd en nu maar duimen dat de klanten komen? Zo werkt het natuurlijk niet. Je direct mailing is een momentopname en het is belangrijk dat je je boodschap blijft herhalen.

Gelukkig zijn er heel wat online mogelijkheden om voor een beperkt bedrag je direct mailing op te volgen en zo

onder de aandacht te blijven. Heb je een actiemailing met een leuke kortingsbon uitgestuurd in de regio Maastricht? Plaats dan een Facebook-advertentie met diezelfde korting en richt deze op gebruikers in de regio Maastricht.

Je kunt natuurlijk ook nabellen, een tweede direct mailing sturen of posters ophangen in de stad. Als je maar zorgt voor een goede opvolging.

TIP

Laat je direct mailing vooraf zien aan een aantal mensen uit de doelgroep. Vraag of ze eerlijk hun mening willen geven en luister oprecht naar hun commentaar.

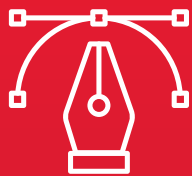




CHECKLIST DIRECT MAILING

Ga je een direct mailing uitsturen? Neem dan nog even deze handige checklist door. Kun je alle hokjes aanvinken? Dan ben je er helemaal klaar voor!

- ☐ Heb je één duidelijk doel dat je met de direct mailing wilt bereiken?
- ☐ Is je doel meetbaar? Kun je er een getal aan koppelen?
- ☐ Is je doel voldoende ambitieus?
- ☐ Is je doel realistisch en haalbaar?
- ☐ Heb je voor je actie een duidelijke tijdslijn bepaald?
- ☐ Heeft de direct mailing de gewenste uitstraling?
- ☐ Heb je bij de opmaak van je envelop en eventueel ander drukwerk rekening gehouden met de specificaties op de informatiesheet?
- ☐ Weet je exact hoeveel je direct mailing weegt?
- ☐ Weet je wat de verzendkosten zijn?
- ☐ Heb je een testexemplaar verstuurd om na te gaan hoe je envelop overkomt?
- ☐ Weet je welk formaat en welke papiersoort je wilt en heb je eventueel gekozen voor een extra afwerking?
- ☐ Heb je de richtlijnen van PostNL voor het versturen van een envelop goed gelezen?
- ☐ Ga je de mailing zelf versturen of schakel je een professionele partner in?
- ☐ Heb je de direct mailing laten zien aan iemand uit de doelgroep en om feedback gevraagd?
- ☐ Heb je al een follow-up actie gepland?



I'm hoping
for a battle
of wits

04 Wist je dat

Leuke weetjes om te delen
met vrienden of collega's.

WIST JE DAT

Wordt wat wijzer en overtroef vrienden en collega's met leuke enveloppenweetjes.

DE EERSTE ENVELOPPEN

De eerste enveloppen zijn niet te vergelijken met de enveloppen die wij tegenwoordig kennen. Rond 3500 v Chr. werden in het Midden-Oosten kleine ronde buisjes uit klei gemaakt. Die hadden tot doel om kleine munten op een makkelijke en veilige manier te vervoeren en werden gebruikt tijdens verkooptransacties.

De eerste enveloppen van papier vinden we terug in China. Chih poh, zoals ze daar werden genoemd, waren papieren enveloppen die werden gebruikt om geld op te bergen of cadeau te geven. Het keizerlijk hof van de zuidelijke Song dynastie uit de 12e en 13e eeuw gebruikte de envelop om geld te geven aan overheidsmedewerkers.

Daarnaast zijn er nog voorbeelden van enveloppen die werden gemaakt van papyrus of dierenhuiden.

'ENVELOPPER'

Wist je dat het woord envelop afkomstig is van het Franse woord 'enveloppe', dat 'omhullen' betekent? Eigenlijk best vreemd, want de eerste envelop zoals wij die kennen, werd gemaakt in Groot-Brittannië.

DE EERSTE ENVELOPMACHINE

De eerste machine die enveloppen kon produceren, was een uitvinding van twee Britten. Edwin Hill en Warren De La Rue kregen een patent op deze machine. Tot die tijd werden enveloppen met de hand gemaakt. Die eerste enveloppen zagen er ook niet uit zoals de enveloppen die we nu kennen. Opengevouwen hadden ze de vorm van een ruit. De punten van de ruit werden naar binnen gevouwen. Zo werd een 'envelop' gevormd.



De rode, Chinese envelop

HET BRIEFGEHEIM

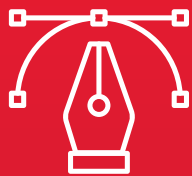
Het is absoluut verboden om een brief gericht aan iemand anders te openen en te lezen. Dit heet het briefgeheim en is zelfs opgenomen als artikel 8 in het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens. Maar er is wel een kanttekening. Een rechter of bevoegde instantie kan dat briefgeheim altijd opheffen als daar dwingende redenen voor zijn. Ook tijdens militaire conflicten kan het briefgeheim worden opgeheven. Zo bestond er tijdens de grote oorlogen uit de geschiedenis altijd een kans dat je post werd gelezen door een 'censor' of iemand die bevoegd was om de inhoud van je brieven te censureren.

DE RODE, CHINESE ENVELOP

Mocht je ooit een rode envelop krijgen van een Chinese relatie ter gelegenheid van een huwelijk, geboorte of andere speciale gelegenheid, dan wil die relatie gewoon aansluiten bij een oude Chinese traditie. In zo'n envelop zit meestal een geldbedrag. En dat is meestal een even bedrag, want oneven bedragen schenk je uitsluitend bij een overlijden. De enige uitzondering hierop is 9 omdat dit het grootste unieke getal is en 9 in het Chinees staat voor eeuwigdurend en daarmee voor een lang leven. De rode envelop staat voor 'geluk' en 'voorspoed'.

AMERIKAANSE ENVELOPPEN

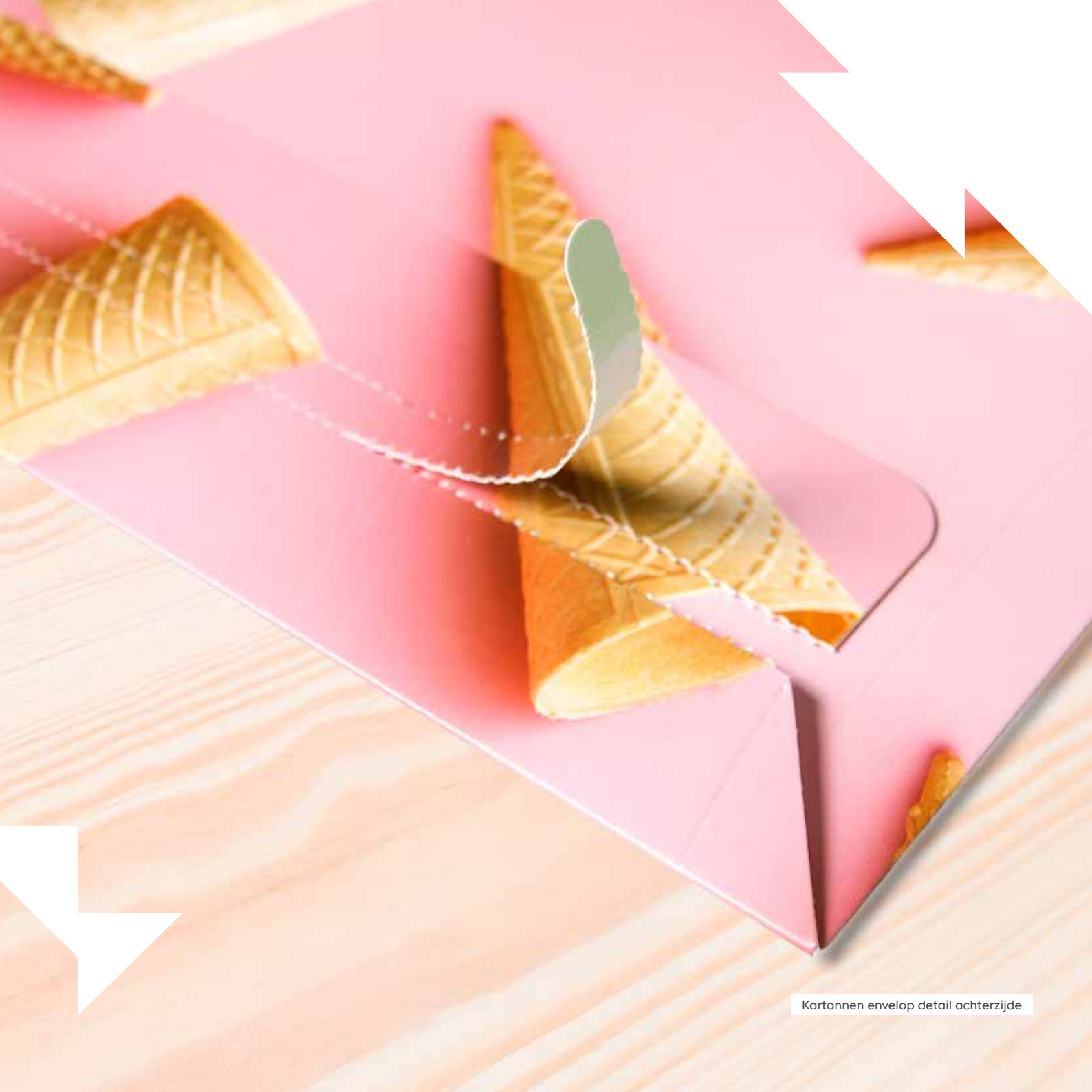
Wij kennen formaten als C4, C5/6, EA5 of EA5/6, benamingen die relatief weinig zeggen. In de Verenigde Staten lijkt dat veel eenvoudiger. Daar zijn de formaten ingedeeld van 1 tot 14½. Maar wat dan weer niet logisch is, is dat formaat 1 groter is dan formaat 8, terwijl formaat 2 groter is dan formaat 1. Rare jongens, die Amerikanen.



Never do
what a
specialist
can do
better.

05 Enveloppen bij FLYERALARM

We hebben je hopelijk wegwijs gemaakt in de wereld van enveloppen, maar we hebben je nog niet verteld waarom FLYERALARM dé enveloppenspecialist is.



Kartonnen envelop detail achterzijde

ENVELOPPEN BIJ FLYERALARM

FLYERALARM is de enige online drukkerij die de enveloppen van begin tot eind zelf produceert.

Dit begint met het bedrukken van een vel papier, dat daarna wordt gesneden op maat, voorzien van een venster, gevouwen en afgewerkt tot envelop. Dat doen we zowel op papier als op karton, met of zonder exclusieve afwerking zoals spot-UV.

- ☐ De meeste van onze enveloppen zijn **volledig bedrukbaar**. Je hoeft dus geen rekening te houden met grijperwit.
- ☐ We bieden zowel papieren als **kartonnen enveloppen** aan.
- ☐ Naast **alle standaardformaten** bieden we de meest populaire Europese formaten aan.
- ☐ Zelfs met een volledige bedrukking kun je al een **oplage van slechts 10 stuks** bestellen. Want waarom zou je meer moeten bestellen dan je nodig hebt?
- ☐ Onze prijs is **één van de scherpste** in de markt.
- ☐ Naast enveloppen vind je bij ons ook een **ruim assortiment** verpakkingen en verpakkingsmateriaal.
- ☐ Bij ons is veredeling door middel van **spot-UV** op je enveloppen mogelijk.

NOG NIET HELEMAAL OVERTUIGD?

Vraag dan een samplepakket aan via **+31 20 703 81 68** of **info@flyeralarm.nl**.



Ink is the
blood of a
printing press

06 Verzenden naar FLYERALARM

Je drukwerk is ontworpen en klaar voor druk.
De laatste stap: alles even checken
en opsturen naar FLYERALARM.

NOG EEN LAATSTE CHECK?

- ☐ Heb je alle informatie uit de informatiesheet grondig doorgenomen?
- ☐ Heb je bestand de juiste afmetingen?
- ☐ Heb je de juiste bleed meegenomen in je ontwerp?
- ☐ Heb je rekening gehouden met de juiste veiligheidsafstand?
- ☐ Heeft je ontwerp voldoende Dots Per Inch?
- ☐ Heb je rekening gehouden met de eventuele rug van je drukwerk?
- ☐ Heb je de juiste ondergrond gekozen? De juiste papiersoort?
- ☐ Zijn de kleuren in je ontwerp opgebouwd in CMYK of Pantone-kleuren? Indien ze opgebouwd zijn in andere kleuren dan CMYK, is dat de bedoeling? Standaard wordt het omgevormd naar CMYK.
- ☐ Wordt de totale inktbezetting niet overschreden?
- ☐ Druk je in 1 of meerdere kleuren (full colour)?
- ☐ Heb je de overprint instellingen gecontroleerd?
- ☐ Heb je rekening gehouden met transparante elementen in je ontwerp?
- ☐ Is je tekst 100% zwart?
- ☐ Zijn de lijnen voldoende dik voor je type drukwerk?
- ☐ Zijn je afbeeldingen van voldoende kwaliteit, of zijn ze gevectoriseerd?
- ☐ Is je tekst omgezet naar lettercontouren?
- ☐ Heb je al een geschikte druktechniek gekozen?
- ☐ Heb je de verschillende papiersoorten getest en een keuze gemaakt?
- ☐ Is je bestand correct geëxporteerd naar een PDF-bestand, met het juiste kleurprofiel en de juiste instellingen?
- ☐ Heb je deze checklist volledig doorgenomen?

BESTANDSCONTROLE

FLYERALARM controleert alle bestanden automatisch en gratis op een aantal criteria. Kunnen we je bestanden echt niet drukken, dan ontvang je automatisch een e-mail met het resultaat van deze controle. Heb je je bestand gecorrigeerd? Dan kun je het opnieuw uploaden bij je bestelling.

Kies je voor de (betaalde) profi-controle? Dan controleren we je bestand op een aantal extra criteria. Ook hier brengen we je per e-mail op de hoogte van het resultaat van de controle en kun je, indien nodig, het correcte bestand daarna uploaden.

	BASISCONTROLE	PROFI-CONTROLE
Is het formaat incl. nodige bleed correct?	✓	✓
Zijn alle lettertypes ingesloten?	✓	✓
Is het bestand beveiligd?	✓	✓
Is het bestand beschadigd?	✓	✓
Is het aantal pagina's correct?	✓	✓
Zijn de speciale kleuren/kleurkanalen, indien van toepassing, aanwezig?	✓	✓
Is de kleurreimte correct?		✓
Is de resolutie correct?		✓
Is er sprake van overdruk?		✓
Zijn er specifieke steunkleuren aanwezig?		✓
Zijn er transparantiefouten?		✓
Worden er JPG2000-afbeeldingen gebruikt?		✓
Zijn er PDF-lagen aanwezig?		✓
Zijn er OPI-commentaren toegevoegd?		✓

NAAR FLYERALARM!

Dé enveloppespecialist van Nederland

Tijd om je envelop te laten drukken.

Bij FLYERALARM.nl, één van de grootste online drukkerijen van Europa, ben je verzekerd van een perfecte drukkwaliteit en uitstekende service. Bovendien drukken we alles zelf om die kwaliteit en continuïteit te garanderen!

We zijn in 15 landen actief en in onze webshop vind je ruim drie miljoen producten.

Bekijk ons aanbod op

FLYERALARM.nl

of bel de FLYERALARM hotline op

+31 20 703 81 68

(ma-vr. van 9:00 -19:00 uur)

FLYERALARM Store Amsterdam

Van Baerlestraat 83

1071 AS Amsterdam

☎ +31 20 237 47 30

✉ store-amsterdam@flyeralarm.com

Open: ma-vr. van 9:00-18:00 uur

FLYERALARM Store Maastricht

Ambyerstraat Noord 12

6225 EE Maastricht

☎ +31 43 362 60 05

✉ store-maastricht@flyeralarm.com

Open: ma-vr. van 10:00-18:00 uur

FLYERALARM.nl