



**AVG RAAKT ONS  
ALLEMAAL**

[www.nettl.com](http://www.nettl.com)



## “ We moeten je ons excuus aanbieden

We doen er alles aan om marketingmateriaal leuk en kleurrijk te presenteren. We proberen je enthousiast te maken met manieren om je bedrijf te laten groeien.

Maar vandaag moeten we het even over serieuze zaken hebben. De wet gaat veranderen.

Dit heeft effect op ons allemaal. Het is namelijk niet alleen voor grote bedrijven.

We moeten ons dus gaan voorbereiden. Wij willen helpen om deze veranderingen in jouw bedrijf door te voeren.

We zullen ons best doen om zo helder als mogelijk te zijn om je stap voor stap klaar te maken voor AVG.

Maar het is een taai stuk om doorheen te komen. Dat was het in ieder geval voor ons.

Laten we beginnen. Er is geen tijd te verliezen.



## “Waar gaat het nou eigenlijk over?”

Als jouw bedrijf gebruik maakt van e-mailmarketing, direct mail of telefonische verkoop, verandert de wet over wat je wel en niet mag doen.

Sommige dingen die vandaag gebruikt worden, zijn misschien niet langer toegestaan.

Vanaf 25 mei 2018 is, General Data Protection Regulations - of GDPR - van kracht gegaan. In Nederland hebben we het over de Algemene Verordening Gegevensbescherming - of AVG.

Het is makkelijk te denken “Ik pak dit later wel op”.

Maar er zijn wat simpele dingen die je nu direct kunt uitvoeren, dit scheelt je straks een hoop werk.

De AVG is complex en uitgebreid. Het gaat verder dan wat we kunnen bespreken in deze gids. Maar toch hebben we praktisch advies voor je om je een goede start te geven.



# “Welke data verzamel je over mij?”

Je denkt misschien, “Mwa, ik verzamel geen data”.

Als je trackingtools op je website gebruikt, bijvoorbeeld Google Analytics, dan ja. Je verzamelt wel degelijk gegevens.

Mensen hebben het recht om te weten welke persoonlijke informatie je over hen opslaat en wat je doet met die gegevens.

De wet is van toepassing op gegevens die kunnen herleiden naar een individu. Dit gaat zelfs over dingen als het IP adres van deze individu's computer.

Als je site nog geen Privacybeleid heeft, is deze nodig om te voldoen aan de AVG. Deze moet vertellen wat je doet met data. Wij kunnen je voorzien van een template, deze voor je aanpassen en de niet relevante onderdelen verwijderen.

Vraag ons om een **Privacybeleidspagina**, vanaf **€75**.



## “ Hebben ze kunnen weigeren?

Je moet expliciet vragen om toestemming voordat je iemand e-mailmarketing toestuurt. Ze moeten hier zelf voor kiezen.

Het is **niet** oké om aan te nemen dat je toestemming hebt. Het is **niet** oké om het te verstoppen in je privacybeleid. En het is **niet** oké om een checkbox standaard aangevinkt te hebben. Deze dingen werden voorheen toegestaan. Nu niet meer.

Op je contactpagina's, registratieformulieren of afrekenpagina's voegen we checkboxes toe. Als je ze al hebt, zorgen wij voor de juiste instellingen.

Als wij je website hebben ontworpen, vraag dan naar de **Opt-in, tune-up service** die start vanaf **€125**. Als we dit nog niet hebben gedaan, laten we dan kijken hoe we jouw website geschikt kunnen maken.

## “Maar wanneer heb je gezegd dat het oké is?”

Dus we weten nu dat mensen zelf moeten kiezen om zich in te schrijven. Is dat genoeg?

Nee. Er is meer.

Je zult moeten bijhouden **wanneer** ze jou toestemming hebben gegeven. En je moet exact bijhouden **wat** ze te zien kregen toen ze toestemming gaven.

Als je een e-mail ontvangt wanneer iemand zich registreert of afrekent, dan kan dit genoeg zijn om te voldoen. Ervan uitgaande dat je de e-mail op een veilige plek bewaart en duidelijk weergeeft waar de checkbox voor stond.

Als je toestemmingen beter wilt beheren, dan adviseren wij je over het toevoegen van een klantendatabase aan je website.





## “ En bestaande klanten dan?

Dit is een lastige...

AVG zegt dat als er andere regelgeving conflicteert, je die regelgeving als leidend moet beschouwen.

Als we het hebben over telefonische en e-mailmarketing, is de Wet bescherming persoonsgegevens - Wbp - leidend.

Het goede nieuws is: Wbp staat 'soft opt-in' toe.

Wbp zegt, als je iemands e-mailadres hebt verkregen toen diegene iets kocht of onderhandeld heeft om bij jou te kopen, het oké is om marketing te sturen over hetzelfde onderwerp als waar ze in geïnteresseerd waren. Gelukkig.

Het slechte nieuws is dat er door de overheid gesproken wordt over strengere regelgeving. Niemand weet of soft opt-ins dan nog toegestaan zijn. Dus zorg vanaf nu voor expliciete toestemming van mensen.

## “Laat me nu gewoon met rust!”

Mensen hebben het recht om aan te geven geen marketing meer van jou te willen ontvangen.

En jij moet het ze zo makkelijk mogelijk maken om zich uit te schrijven voor de ontvangst van nieuwe marketing.

Zorg vanaf vandaag dat je e-mailings de mensen vertelt hoe ze zich kunnen uitschrijven. Dat kan door te zeggen ‘reageer met “uitschrijven” in het onderwerp’. Of slimmer, door middel van een link waarop ze kunnen klikken.

Vertel op geprinte mailers wat de mensen moeten doen om deze niet meer te ontvangen. Een nummer om te bellen, een adres om te mailen of een link om uit te schrijven. Wacht hier niet te lang mee.

Het tweede - en meeste belangrijke - deel, is het bijhouden van een ‘niet benaderen’ lijst. Wanneer iemand zich heeft uitgeschreven is het zaak om geen nieuwe spullen meer op te sturen. Je riskeert namelijk flinke boetes.

Vraag ons over het bouwen van een **Opt-out landingspagina**. Deze start vanaf **€249**.



Do Not  
Disturb



## “ Mag ik je misschien bellen? ”

Je hebt vast wel eens van het Bel-me-niet Register gehoord.

Het is al jaren beschikbaar voor mensen om daar hun telefoonnummer te registreren en zo geen telefonische verkoop meer te ontvangen.

Als je tijdens telefonische verkoop een nummer belt dat in het register staat, breek je de wet. Hier kun je een boete voor krijgen. Dit wordt vanuit de Telecommunicatiewet door de overheid gehandhaafd.

Wbp zegt dat je de toestemming niet expliciet nodig hebt voor een verkoopgesprek. Je moet echter wel vooraf het register op inschrijving controleren.

Voor meer informatie kun je terecht op <http://www.bel-me-niet.nl>



# “Maar is mijn website veilig genoeg?”

Ken je dat kleine hangslotje in de adresbalk van je browser? Die laat je zien of de bezochte website veilig is.

Technisch gezien betekent het dat de website beschikt over een SSL certificaat. (Voor als je het je afvraagt, SSL staat voor Secure Sockets Layer. Goed om te weten.)

Als je persoonlijke data opslaat op je website, moet je absoluut een SSL certificaat hebben. Dit zorgt voor versleutelde data tijdens het verzenden.

In oktober 2017 implementeerde Google het tweede deel van haar plan om elke website **zonder SSL** certificaat te labelen als **niet veilig**.

Zelfs als je site alleen maar een contactformulier heeft, krijgen bezoekers waarschuwingen. Jaag bezoekers dus niet weg, onderneem nu actie voor SSL.

Wij kunnen een SSL certificaat toevoegen vanaf **€29** per jaar.



## “Maar hoe zit het met de dingen die ik mail?”

De nieuwe AVG wetgeving heeft bewonderingswaardige doelen: het beschermen van je persoonlijke data en het vervolgen van organisaties die er misbruik van maken.

Maar het maakt het leven van eerlijke bedrijven die nieuwe klanten willen winnen een stuk lastiger. Tot nu toe klinkt het als een hoop gedoe, nietwaar?

Een korte samenvatting: je moet expliciet toestemming hebben om iemand te mailen (of vertrouwen op 'soft opt-in' zolang dit toegestaan wordt) en vooraf controleren of een telefoonnummer wel of niet geregistreerd staat in het Belme-niet register.

Er is echter **een** lichtpuntje.

Je hoeft niet expliciet toestemming te hebben om een mailer, brief, brochure of catalogus op te sturen, zolang je maar duidelijk aangeeft hoe ontvangers zich kunnen uitschrijven. En zolang je relevant bent met de inhoud, dan valt het zenden van je mailer onder 'legitieme interesse'.



# “Niemand verstuurt tegenwoordig nog direct mail... Toch?”

Het fantastische aan direct mail is dat het volledig is omgedraaid. We krijgen steeds minder post.

En toch laat onderzoek zien dat het een betere response heeft dan ooit tevoren. Onderzoek, uitgevoerd door MarketReach, verschaft ons een wonderbaarlijk inzicht...

87% van de mensen vertelden dat ze werden beïnvloed om een online aankoop te doen door het ontvangen van direct mail. En vier van de vijf zeiden dat ze met een bedrijf in contact kwamen na het ontvangen van een direct mail.

Wist je dat een gemiddelde mailer rond de 17 dagen in een huishouden rondhangt? En dat 29% van de mensen deze deelt met iemand anders?

72% van de mensen krijgt minder dan drie poststukken per dag. Echter gaf 70% aan dat ze dagelijks te veel e-mail ontvangen.

Is het tijd om weer eens naar direct mail te kijken?



## “ Noem je mij dik?!

Is elke direct mail hetzelfde? Krijgen ze altijd dezelfde response?

Absoluut niet.

Dus. Wat maakt het dat mensen eerder zullen reageren? Er zijn een paar tips en trucs die je in je voordeel kunt gebruiken.

Haal voordeel uit 'dikke mail'.

Wat is dat? Stel het je voor. Je krijgt een envelop. Deze is dik. Er zit iets in. Kan jij de drang om hem te openen weerstaan? Nee, natuurlijk niet. Het toevoegen van gewicht zorgt voor interesse. Probeer een pen of een kleine gadget met je eigen logo.

Of ga een stap verder. Zet 'Dik' om in 'Fit'.

Maak een stuk dat te groot is om te negeren. Stuur een dikke folder. Of een geprinte doos. Laat mensen tekenen voor ontvangst. Als je iets waardevols verkoopt is het zeker de investering waard om zo je conversie significant te laten groeien.



## “Hoe kunnen ze dat nou negeren?”



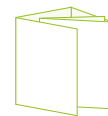
Een kleine postkaart trekt misschien de aandacht. Maar als je echt wilt opvallen, is grootte wel degelijk van belang.



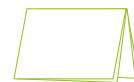
Hoe groter je mailer, hoe minder mensen hem negeren.



Het is net als het kijken van een film op je mobiel of in de bioscoop. De ervaring is totaal anders. Een grote mailer zuigt mensen je boodschap in.



Om gebruik te kunnen maken van de laagste Port Betaald tarieven is het van belang dat je maximaal A5 formaat gebruikt. Maar hoe kunnen we een grote mailer versturen zonder veel kosten kwijt te zijn aan de verzending? Vouwen natuurlijk!



Je kunt starten met A2 - dat is hetzelfde formaat als vier vellen A4 papier. Vouw deze door de helft, en dan nog eens en dan een laatste keer en je hebt een A5.

Of maak een A5 brochure bestaande uit 10 panelen.



## “Waarom blijven ze staren?”

De laatste truc is om de zintuigen van mensen te activeren.

Geef ze niet de kans om je te negeren.

Print is emotioneel. Het is krachtig. En het is divers. Direct Mail kan mensen raken op een manier waarop andere media dat niet kunnen.

Maak een mailer bestaande uit meerdere delen om jouw verhaal te vertellen. Maak gebruik van verschillende texturen en effecten. Combineer glossy met folie. Emboss dingen. Gebruik verschillende diktes papier.

Dit is waar wij komen kijken. Wij zijn creatievelingen. Wij denken elke dag, de hele dag na over dit soort dingen. Dat is ons werk. Nee, dat dekt de lading niet, het is ons levenswerk. Het is onze taak om jou er geweldig uit te laten zien en de resultaten te laten behalen waar je naar verlangt.



## “Weet je nog: “eat, sleep, sell, repeat”?”

Herken je haar nog? Wij noemen haar Ashley Dog. Ze stond centraal in onze “Hoe Krijg Ik Meer Klanten – De Super Geheime Gids.” En ze blijft zo af en toe weer terugkomen.

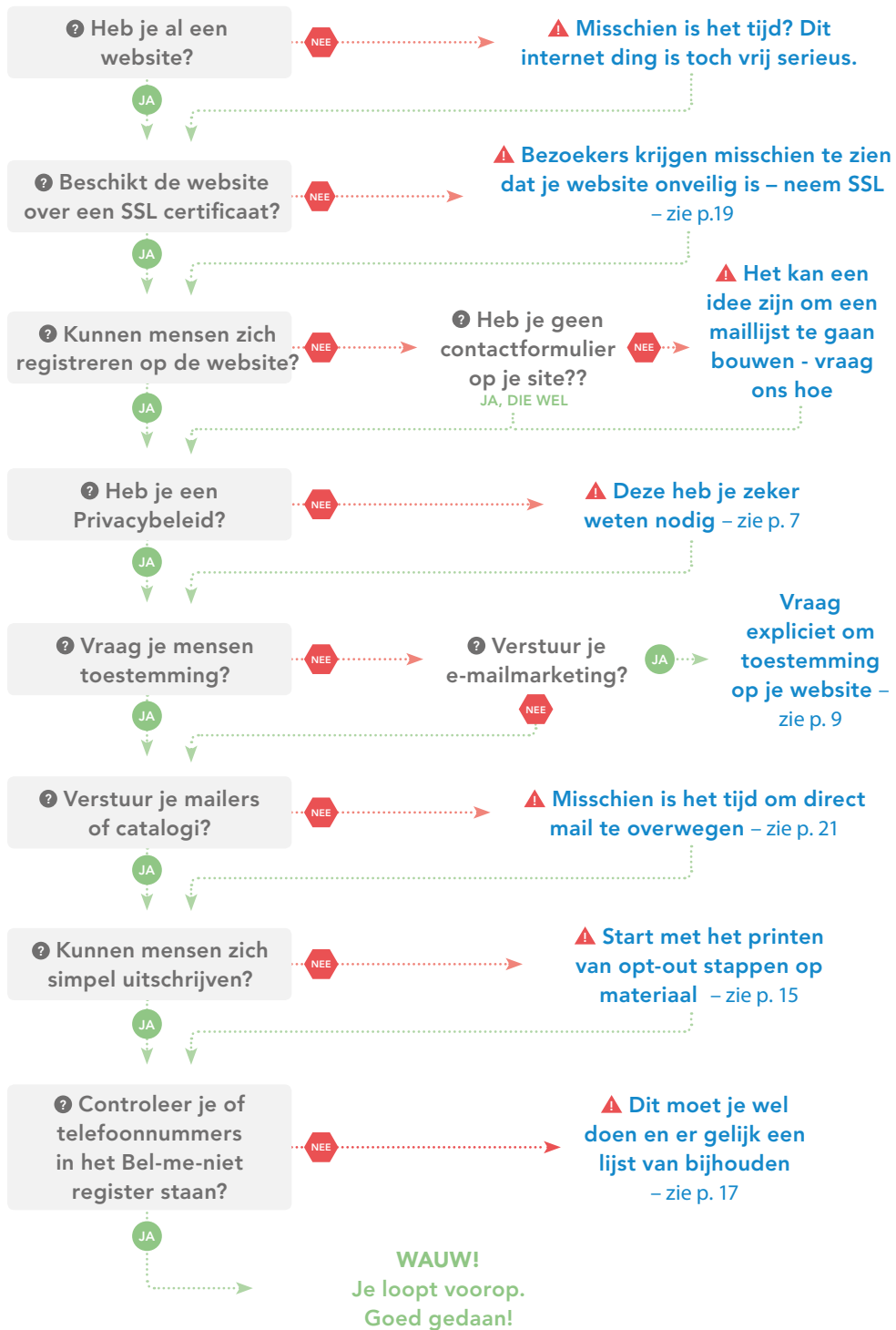
Waarom? Nou. Hier een tip. Bijna niemand koopt iets na het eerste contact.

Het kost tijd om een relatie op te bouwen. Het kost tijd voordat mensen je vertrouwen. Ashley Dog is een voorbeeld van onze snelkoppelingen om je herinnering aan ons op te roepen.

Onderzoek laat zien dat het aannemelijker is dat je een aankoop doet na meerdere contacten. En toch geven veel bedrijven op na de eerste poging.

Herhaal. Herhaal nogmaals. Blijf in contact. Gebruik meerdere methodes. Gebruik verschillende media. Maar blijf proberen. Vergeet alleen niet om de mogelijkheid om uit te schrijven te bieden.






# “Waar zou ik moeten beginnen?”

Er is veel om in één keer te onthouden.

Werp eens een blik op dit schema. Het helpt je bij de verschillende stappen die je moet zetten.

Een vaak voorkomend misverstand is dat AVG alleen gaat over persoonsgegevens en dat bedrijven er geen onderdeel van uitmaken. Zelfs als je alleen B2B verkoopt, is AVG van toepassing. Zelfs als je alleen maar zakelijke mails verstuurt, geldt de wet.

A close-up photograph of a typewriter's internal mechanism, showing various metal parts like the carriage and typebars. The words "The End." are printed in a classic typewriter font on a piece of paper that is partially visible at the top of the frame.

The End.

“ Is dat alles?!

Daar zijn we dan. Het eindpunt van onze reis om jou te informeren over AVG, is bereikt.

We hebben een hoop besproken. Het stoom komt je misschien wel uit de oren en je denkt misschien 'Gaat dit net zo'n overdreven verhaal als de cookie-wet worden'?

Het internationale karakter en de boetes die in het vooruitzicht zijn gesteld liegen er niet om. Er gaat zeker gehandhaafd worden. Misschien niet direct bij kleine organisaties maar dat is geen reden om niet nu al te beginnen met je voor te bereiden. Want denk eens wat het voor je reputatie doet, als je echt aandacht hebt gegeven aan andermans privacy-bescherming?

Laten we samen uitzoeken hoe wij jou verder kunnen helpen.



[www.nettl.com](http://www.nettl.com)

Alle prijzen zijn exclusief BTW en ontwerp. Alleen deelnemende studio's. De 'vanaf' prijzen zijn onze starttarieven. Meerdere factoren bepalen de definitieve prijs - vraag een offerte aan.  
Niets in deze gids vormt juridisch advies.