

Wyróżnij się z przekazem

Szerokie spektrum aplikacji Canon podczas RemaDays 2018

Firma Canon na tegoroczne targi RemaDays Warsaw 2018 (hala F, stoisko S25) przygotowała zupełnie inny od dotychczasowego sposób prezentacji swoich rozwiązań. W tym roku Canon skupi się na pokazaniu szerokiego spektrum zastosowań swoich urządzeń druku poprzez perspektywę aplikacji, czyli produktów, które mogą być wykonane na urządzeniach. W obecnych czasach to właśnie aplikacje druku są tym, co najbardziej interesuje klienta i o czym chce rozmawiać. Istotne dla niego jest to, jaki rodzaj aplikacji może przygotować na danym urządzeniu, nie zaś samo urządzenie. Najnowsze badania rynku i doświadczenia firm poligraficznych potwierdzają te trendy.

Dzisiaj, gdy marketerzy mówią o planowanych, wielokanałowych działaniach marketingowych, zwracają uwagę przede wszystkim na drogę, jaką pokonuje klient – od pierwszej interakcji z komunikatem reklamowym po dokonanie konwersji, czyli zakupu.

Wraz ze wzrostem ilości danych gromadzonych na temat klientów rośnie znaczenie informacji, które są niezbędne dla lepszego zrozumienia zachowań konsumentów i pozwalają dostosować przekaz oraz ofertę do każdego z nich indywidualnie. To z kolei sprawia, że dobór odpowiednich aplikacji druku, integracja działań offline-online oraz personalizacja przekazu stają się priorytetowe w relacjach z klientami. Aby dotrzeć do klienta kompleksowo, za pomocą wielu kanałów, konieczne jest przekazywanie mu odpowiednich informacji za pomocą odpowiedniego nośnika i we właściwym czasie przy jednoczesnym zachowaniu

spójności wizerunku marki. **70% badanych wskazuje, że personalizowane wysyłki pocztowe są lepiej odbierane niż komunikacja e-mailowa** (Royal Mail MarketReach, 2017).

Ogromne możliwości wykorzystania druku do działań promocyjnych to wspaniała okazja dla dostawców usług druku, aby pokazać klientom, jak za pomocą niestandardowych aplikacji uzupełnić kanały cyfrowe, wzbogacając doświadczenia końcowego odbiorcy. Zważywszy na wzrost kosztów pozyskania klienta, komunikowanie się ze stałymi klientami w sposób, który przyczynia się do wzmocnienia relacji z nimi, jest ważniejsze niż kiedykolwiek.

OPAKOWANIA

Wyróżnienie przekazu spośród produktów konkurencji na półce sklepowej to jedno z kluczowych wyzwań stojących nie tylko przed marketerami tworzącymi kampanie cyfrowe – w podobnym stopniu oddziałuje to na branżę opakowań.

Opakowanie to wciąż kluczowy element, który przyciąga uwagę klienta podczas pierwszego kontaktu z produktem – ciekawie zaprojektowane potrafi zainteresować, a nawet wywołać określoną decyzję zakupową. Nic dziwnego, skoro aż **8 na 10 marketerów wskazuje na wyższą efektywność działań promocyjnych w punktach sprzedaży niż działań online** (Creo, Point of Sale Industry Report, 2017).

Dobrze zaprojektowane i profesjonalnie wyprodukowane opakowanie to przede wszystkim ważny element komunikowania wartości związanych z produktem i marką – jego projekt i wykonanie nie tylko skłania do zakupu, ale – co ważniejsze – pomaga zapisać się w świadomości klienta na dłużej.

KOMUNIKACJA INDOOR

Jeśli mowa o aplikacjach druku wykorzystywanych w punktach sprzedaży, bardzo ważnym narzędziem promocyjnym są wewnętrzne drukowane materiały reklamowe. Banery, plakaty reklamowo-promocyjne czy bardziej innowacyjne wykorzystanie powierzchni witryn



sklepowych (np. window film) działają na klientów dwutorowo: z jednej strony zachęcają do wejścia do sklepu, jeszcze zanim klient podejmie tę decyzję; z drugiej zaś pozwalają lepiej odszukać konkretny produkt już w samym punkcie sprzedaży – przyciągając kuszącą ofertą czy wyróżniającą się kreacją graficzną.

OUT OF HOME

Warto jednak pamiętać, że obecne technologie druku cyfrowego pozwalają wyjść marketerom i dostawcom usług druku poza standardowe kanały komunikacji i rozwinąć dotychczasowe narzędzia o nowe zastosowania. Połączenie działań offline (druk plakatów z komunikatem marketingowym) z analizą konwersji dzięki narzędziom online (np. poprzez nadruk specjalnych QR Code'ów) sprawia, że dzięki wysokiej jakości materiałom drukowanym możemy przygotować i wyprodukować atrakcyjne materiały do wielokanałowej komunikacji dla naszych klientów.

Łączenie kanałów komunikacji tak, aby wykorzystać mocne strony każdego z nich, może pozytywnie wpłynąć na reakcje poszczególnych klientów. To doskonała okazja dla wszystkich dostawców usług druku zajmujących się komunikacją biznesową, niezależnie od tego, czy oferują druk transakcyjny, materiały do marketingu bezpośredniego czy kompleksowe usługi zarządzania komunikacją z klientem.

Te oraz inne innowacyjne aplikacje druku będzie można zobaczyć na stoisku Canon (hala F, stoisko S25) podczas zbliżających się targów RemaDays Warsaw 2018.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY