

# Jak wykorzystać katalog do budowania marki

Rozwój technologii drukarskich sprawił, że katalog jest jednym z najskuteczniejszych produktów w ofertach drukarni.

O jego sile sporo wie IKEA, która od 71 lat wydaje na niego dużą część swojego budżetu. W 2019 roku do polskich domów IKEA rozeszło 5,2 mln drukowanych katalogów. Mniejsze firmy takiej liczby materiałów nie potrzebują, ale tak samo chcą docierać bezpośrednio do klientów.

Katalog to publikacja, która przedstawia ofertę firmy. Forma tej prezentacji może być najróżniejsza. Zwykle katalogi zawierają spis produktów i usług, są wysyłane bezpośrednio do klienta, a także prezentowane w sklepach, na targach, giełdach bądź wystawach.

## Papier kontra piksele

Na skutek rozwoju internetu papier w reklamie stał się dla odbiorców synonimem jakości. Potwierdziło to badanie przeprowadzone dekadę temu przez firmę Millward Brown. Porównano w nim skuteczność identycznych reklam w dwóch wersjach: cyfrowej i papierowej. Uczestnicy oglądali obie reklamy, a w tym czasie aktywność ich mózgów badano za pomocą fMRI. Komunikat zawarty w materiałach papierowych pozostawił w mózgu mocniejszy ślad i został lepiej zapamiętany. Dzieje się tak, ponieważ fizycznie dostępne materiały:

Papierowe katalogi najbardziej sprawdzają się, gdy:

- zakup produktu wiąże się przede wszystkim z emocjami,
- potrzebne jest podkreślenie prestiżu i dobrej marki,
- zakup drogiego produktu poprzedzony jest starannym zbieraniem informacji,
- w grę wchodzi produkty z kategorii design,
- dla wyników sprzedaży liczą się zdjęcia wysokiej jakości,
- klientowi warto przedstawić różnorodne produkty.

- oddziałują na więcej zmysłów,
- wywołują większą aktywność w obszarze mózgu odpowiedzialnym za orientację przestrzenną.

## Dobry katalog drukowany

W ten sposób działają również dobre katalogi. Można je poznać po tym, że klienci gromadzą je i wielokrotnie oglądają. Wymaga to jednak wysokiej jakości wykonania. Drukowanie w **drukarni internetowej Chroma ([www.chroma.pl](http://www.chroma.pl))** daje możliwość wyboru wielu konfiguracji tego produktu. W zakładce „produkty” pod hasłem „katalogi” do wyboru są katalogi klejone PUR lub szyte.

Gdy klient zdecyduje się na katalog w odpowiedniej dla siebie oprawie, drukarnia daje możliwość złożenia zamówienia w dowolnym, własnym nakładzie, udostępniając już bardzo niski, np. wydruk pięciu czy sześciu sztuk. Przy konfiguracji produktu jednym kliknięciem ustalimy

liczbę stron, gramaturę papieru, dodamy uszlachetnienia. Wśród tych ostatnich są m.in. okładki błyszczące lub matowe pokryte odpowiednią folią, z wybiórczym wyróżnieniem wybranych elementów lakierem UV 3D, złotem lub srebrem.

## Dziś katalog to pojęcie dużo szersze niż kiedyś

Katalogi to narzędzie biznesowe. Za sprawą rozwoju technologii druku wzrosły możliwości, spadły natomiast koszty ich wydawania. Dzisiaj drukarnia Chroma oferuje m.in. katalogi PUR klejone elastycznym klejem, dzięki któremu nie ma mowy o wypadaniu kartek. Jedni klienci zamawiają i drukują online katalogi na papierze powlekanym, inni wybierają druk na papierach niepowlekanym, offsetowych, które w ich ocenie sprawiają wrażenie bardziej naturalnych. Już niedługo w ofercie znajdą się również papiery ekologiczne dla klientów, którzy cenią sobie rozwiązania ekologiczne.

„Katalog” oznacza dużo więcej niż tworzenie publikacji ze zdjęciami i cenami produktów. To także np. raporty roczne zawierające dane z działalności firmy. Forma drukowana dodaje firmie prestiżu i wiarygodności, można prezentować ją na spotkaniach z potencjalnymi klientami. Dla specjalnie wymagających w ofercie niestandardowej są katalogi spiralowane. Ma to znaczenie, gdy w grę wchodzi większy format, gruby papier i potrzeba wielokrotnego używania. Są po prostu trwalsze.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY

