

WAAROM PRINT PAKT!

Er komen voortdurend nieuwe middelen op de markt die marketeers en communicatie-professionals helpen om hun campagnes te verrijken. Drukwerk vervult in combinatie met alle nieuwe media een sleutelrol.

[1] VERTREKPUNT VOOR NEW BUSINESS

Uw product is via de webshop, de groothandel of gewoon in de winkel verkrijgbaar en u geeft daar aandacht aan via social media en uw website. Met behulp van digitale media vergroot u de voorkeur voor uw merk. Maar veel potentiële klanten bevinden zich net buiten uw digitale blikveld. Hoe leid je de doelgroep naar de bovenkant van de verkooptrechter? Drukwerk is de startknop voor een succesvolle pull-strategie. Via gedrukte media komt uw boodschap bij mensen die uw product of merk nog niet kenden.

[2] VERTROUWEN

Uit onderzoek naar leesbaarheid blijkt keer op keer: consumenten begrijpen gedrukte informatie beter dan informatie op het scherm. Drukwerk is een betrouwbaar medium. Mensen weten dat iemand de moeite heeft genomen om de boodschap op papier te brengen en dat maakt die boodschap sterker.

[3] PRESENTATIE

Drukwerk is tactiel, je kunt het voelen. Een mooi of origineel visitekaartje zorgt bij een ontmoeting in het echte leven voor een goed contactmoment. Een pitch is pas geslaagd als u bij het afscheid een visitekaartje kunt afgeven.

[4] SNEL, FLEXIBEL, BETROUWBAAR

Drukwerk bestellen is eenvoudiger dan ooit en de mogelijkheden zijn vrijwel onbegrensd. Grafische bedrijven in Nederland lopen in technologisch opzicht voorop. Kleine en grote oplagen, van visitekaartjes tot en met billboards ter grootte van een flatgebouw, supersnelle doorlooptijden – het is allemaal verkrijgbaar en betaalbaar. De kwaliteit is fantastisch en consistent. Elke klant zijn eigen persoonlijke magazine? De drukker draait er zijn hand niet voor om.

[5] AANTREKKELIJK

Een mooi gedrukt tijdschrift verslaat moeiteloos de prachtigste website. Waar web- en app-ontwerpers gebonden zijn aan protocollen, vaste indelingen en interaction design, hebben grafisch ontwerpers op papier volledige, creatieve vrijheid.

[6] RETURN ON INVESTMENT

De roi van een print-campagne was altijd al meetbaar. Via call-to-actions of door simpelweg omzetresultaten te vergelijken. In de wereld van de folders is dit een beproefde methode. Over de effectiviteit van folders bestaat dan ook weinig discussie. Dankzij online-toepassingen in combinatie met QR-codes en tags is de meetbaarheid nog verder toegenomen.

[7] MULTICHANNEL MARKETING

Kiezen voor slechts één kanaal is bij campagnes geen optie meer. Als marketeer of communicatiemanager zet u verschillende kanalen tegelijk in en daarbij houdt u goed in de gaten hoe deze kanalen elkaar versterken. Drukwerk is een onmisbaar stuk van de puzzel.

PRINT PAKT®