

PRINT PAKT

LIVE

20 MEI SCHERPENZEEL

EERSTE EDITIE PRINT PAKT LIVE IN SCHERPENZEEL EEN SUCCES

Op 20 mei gaf om 16.00 uur dagvoorzitter Ed Boogaard het startschot voor de eerste editie van Print Pakt Live in het Warehouse in Scherpenzeel. Ruim honderd aanwezigen genoten van een informatief en vrolijk evenement.

Ed Boogaard (foto) verbaasde zich in zijn openingswoord over drukkers die menen dat de laatste zo ongeveer wel het licht kan uitdoen. Mr. Print Pakt – Alex Kunst – schetste doel en achtergronden van de campagne. Marlous Spaven ging gedetailleerd in op een succesvolle DM-campagne van PSA, de bank van onder andere Peugeot. Daarna deed het Print Pakt-petje goede dienst bij de kennistest.

In de hal werd een wat saaie, witte auto beletterd tot een spetterende rijdende Print Pakt reclamezuil. Bram ter Beek riep op in actie te komen en mee te doen met de campagne, daarin ondersteund door mr. Print Pakt. Ondernemer Willem Overbosch bestreek de hele zaal met een dynamische presentatie. Hoe al die MKB-bedrijven te bereiken met de inzet van sociale media en waarom print een onmisbaar deel is van zijn webbedrijf vormden de hoofdmoot van zijn verhaal. Na een perfect verzorgd walking dinner vertrokken de bezoekers met een – uiteraard papieren - PP goody bag naar huis.



TWEE NIEUWE KEY VISUALS

Tijdens de pauze van Print Pakt Live werden twee nieuwe 'key visuals' gelanceerd. De vectorbestanden zijn op te blazen tot A0-formaat. Na het downloaden kan elk grafisch bedrijf zijn eigen look & feel aan het promotiemateriaal geven.

FACEBOOK FOTOBOEK RESULTAAT



PRINTPAKT.NL

PRINT
PAKT

TABLET TABLOID RESULTAAT



PRINTPAKT.NL

PRINT
PAKT

Print Pakt Live

Postbus 220 | 1180 AE Amstelveen
T 020 543 56 78 | F 020 543 54 75
info@printpakt.nl | www.printpakt.nl

Redactie

w.gielissen@kvgo.nl

Opmaak en productie

Jurriaans Lindenbaum Grafimedia, Amsterdam ZO

Foto's

NFP Utrecht/Pieter Magielsen



The Warehouse van gastheer Interface in Scherpenzeel heeft een leven achter de rug als fabriekshal en biedt nu onder andere onderdak aan bijzondere evenementen. Het gebouw vormde het sfeerrijke onderkomen voor de eerste editie van Print Pakt Live.

MARCEL LAMAIN WINT PETJE OP PETJE AF



**De Print Pakt Live Petje Op Petje af kennis-
test zorgde naast nieuwe inzichten vooral
voor veel plezier.**

Na onder andere vragen over grafische geschiedenis, de oplages van boeken, de Europese kampioen kerstkaarten versturen kwam het tot een shoot out tussen twee kandidaten die overbleven van de ruim honderd mensen die met een petje op aan de test begonnen.

Marcel Lamain was van iedereen het slimst, of kon het beste gokken. Hij won een entreekaartje plus NS-dagkaart voor de Werkman-tentoonstelling in Groningen en het stripboekje 'De Omslag' van Barbara Stok.



MARLOUS SPAVEN: "KLANT VROEG DIGITAAL, MAAR WE KOZEN OOK VOOR DRUKWERK"

De klant vraagt, zoals tegenwoordig vaak het geval is, om een campagne per e-mail, maar het bureau adviseert drukwerk.

Mooi uitgevoerd, sterk gepersonaliseerd. En met succes: terwijl een campagne gemiddeld drie procent respons oplevert, mikken het bureau en de opdrachtgever hier op liefst tien procent.

Het draait dan om de direct mail campagne die TIM Dialogue Marketing – 'een bureau dat online net zo sterk is als offline' – heeft ontworpen en uitgevoerd voor PSA Finance, de 'bank' van Peugeot.

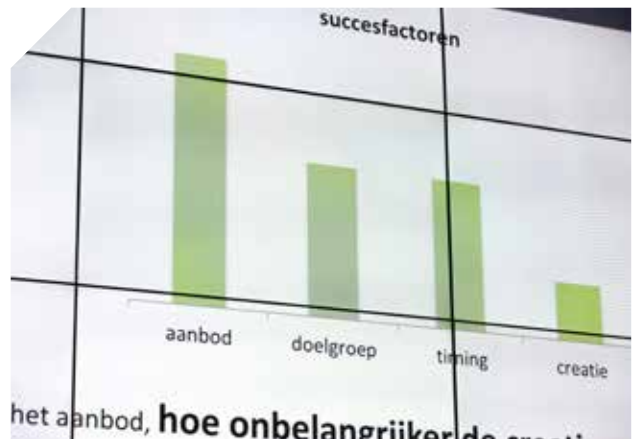
Doel is om Peugeot-rijders van wie het financieringscontract afloopt een nieuw aantrekkelijk aanbod voor te leggen.

TIM koos samen met de opdrachtgever voor mail – drukwerk dus – vanwege de effectiviteit maar ook omdat er over de klanten van PSA Finance veel bekend is.

GOUDMIJNTJES

"Het zijn ware goudmijntjes," zegt Marlous Spaven, mede-eigenaar van TIM. Niet alleen zijn de NAW-gegevens bekend maar ook in wat voor auto de klant rijdt en zelfs wat het kenteken is. "De kleur weten we helaas niet dus dat kunnen we niet gebruiken."

De klant krijgt zodra de financiering af gaat lopen – 'timing is van groot belang' – een envelop van speciaal formaat met daarin een uittrekbare kaart.



"Eigenlijk heb je geen apart formaat meer nodig, mensen krijgen tegenwoordig zo weinig post dat elke envelop die op de mat valt opvalt."

DEALER BELT

De mailing laat op 't eerste gezicht de huidige auto zien terwijl bij uittrekken een glanzende nieuwe wordt vertoond. In een persoonlijke brief wordt het aanbod duidelijk omschreven. De mailing wordt gekoppeld aan de dealer die wordt geacht de klant vervolgens te bellen.

"Daar ligt soms nog wel de zwakke schakel. Eerst stuurden we de informatie een keer per maand door maar dan krijgt de dealer soms een heel pak, dat werkte niet. Nu doen we dat wekelijks."

EFFECTIEF

Spaven zegt over de discussies met de opdrachtgever:

"De eerste vraag die je krijgt: is direct mail niet een ouderwets middel? Doen je dat nog wel in deze tijd? Wij vinden dat het een heel effectief middel is, maar dan moet je meer doen dan een stukje papier door de brievenbus duwen. En vergeet niet, het moet wel mooi zijn, maar creatie is alleen de verpakking van de boodschap. Je moet de klant steeds vertellen waarom dit aanbod zo interessant voor hem is."



PRINT PAKT MAZDA CX-5



Na afloop van Print Pakt Live rijdt er een Print Pakt Mazda door Nederland. Wie oplet ziet dat Bram ter Beek van het KVGGO achter het stuur zit.

Het ontwerp en de werktekeningen voor de belettering kwamen van Novente vormgevers te Lunteren. Op basis van de huisstijlregels presenteerden ze een flitsend en dynamisch geheel.

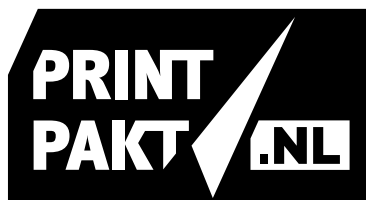


Accent Graficenter in Putten nam het printen en beletteren van de auto voor zijn rekening. In het bedrijf werden al de nodige voorbereidingen getroffen waarna medewerkers van Accent de klus binnen in het Warehouse voor de ogen van de bezoekers afmaakten.

STICKER

Niet iedereen zal voor het volledige Print Pakt autostickerpakket willen gaan.

Ter aanmoediging en inspiratie zit bij deze speciale editie een monochrome sticker die een mooi plaatsje op de bedrijfsauto kan krijgen. Wie zijn auto graag de volledige Print Pakt-jas aantrekt, kijk op www.printpakt.nl > PP Promo > Beletteren.



MR. PRINT PAKT OP PPL 2015: "GOOGLE WERFT KLANTEN MET DRUKWERK"

"ICT is het beste wat ons als grafische sector is overkomen." Dat zei Mr. Print Pakt – Alex Kunst – tijdens Print Pakt Live voor een uitverkochte zaal in Scherpenzeel.

"Omdat het internet zo groot is, denken we vaak dat het drukwerk volledig heeft vervangen. Maar ICT is ook de C van Communicatie en wij, de grafische bedrijven, zijn de communicatie-industrie bij uitstek. In die communicatie blijft drukwerk een essentiële rol spelen. Zelfs een internetgigant als Google maakt gebruik van gedrukte flyers om nieuwe klanten te werven, dan zegt dat toch genoeg.



We moeten erkennen dat drukwerk al lang niet meer het enige kanaal is voor die communicatie, maar daarmee is de rol van print nog niet uitgespeeld. Integendeel, Print pakt al nooit tevoren."

LANGSKOMEN

Met jarenlange grafische ervaring, zowel in de drukkerij zelf als bij een vakblad, is Kunst bij uitstek de man om de boodschap van Print Pakt uit te dragen. Mr. Print Pakt komt daarvoor desgewenst ook naar grafische bedrijven die een open dag voor hun klanten willen organiseren.

"Vaak zie je in communicatieland door de bomen het bos niet meer. Daardoor blijft de rol van drukwerk aan het oog onttrokken. Het is dan aan ons als grafische sector om onze klanten steeds weer te vertellen dat print een onmisbare rol voor hen speelt.

Uitgangspunt is toegevoegde waarde. Wat voegen de gedrukte producten die wij kunnen leveren toe voor onze klanten én vooral ook voor de klanten van die klanten? Met drukwerk kan heel veel, dat willen en moeten we uitdragen. Kijk naar de reclamebureaus, die moeten voortdurend met nieuwe ideeën aankomen. Wij kunnen ze daarbij ondersteunen en duidelijk maken hoe drukwerk een doorslaggevende rol kan spelen in hun campagnes."

DOORSLAGGEVENDE ROL

"U moet uzelf steeds de vraag stellen: wat kan ik doen voor mijn klanten en dat dan vervolgens ook aan die klant gaan vertellen. Print Pakt biedt daarbij alle mogelijke ondersteuning."

SPREAD THE WORD

Mr. Print Pakt is te boeken als gastspreker.

Voor KVGO-leden zijn daar geen kosten aan verbonden. Open huis, een bijeenkomst met klanten of met medewerkers. Schakel Mr. Print Pakt in. Kijk op printpakt.nl voor de voorwaarden.

WILLEM OVERBOSCH: "COMMUNICEREN MET ONDERNEMERS: DIGITAAL EN DE ZAAK"

Dutch Network Group, het bedrijf achter MKB Servicedesk en ZZZ Servicedesk, communiceert intensief met duizenden ondernemers in heel Nederland: digitaal en op papier.

DNG beoogt die ondernemers – maar ook starters – antwoord te geven op de vele vragen waar ze mee rondlopen. Die communicatie gebeurt veel digitaal, met veel bezochte sites, een snelle digitale antwoordservice en een elektronisch tijdschrift, maar ook met De Zaak. Dat tijdschrift voor 'ondernemers onder elkaar' heeft kans gezien de omzet in twee jaar tijd te verdubbelen. Inmiddels worden er ook maandelijks meer dan 150.000 van gedrukt.

DNG heeft dat gedrukte magazine aangeworven en nadrukkelijk in de communicatiemix opgenomen vanuit de wetenschap dat mensen gemiddeld 44 minuten per dag de krant of een tijdschrift lezen.

VERHALEN VERTELLEN

"Het zal door de week soms wat minder zijn, maar ik zit ook graag rustig op zondagmorgen even een paar kranten te lezen," zegt Willem Overbosch, oprichter en 'storyteller' van DNW.

"Grafische ondernemers kunnen mij daarbij deskundig advies geven. Hoe presenteert je zo'n blad, hoe maak je het zo mooi mogelijk? Daar weet ik verder weinig van, geef ik onmiddellijk toe, maar daar zijn jullie ondernemers uit de grafische sector juist voor.

Maar uiteindelijk gaat het niet om print, gaat het niet om papier, het gaat om de verhalen die je te vertellen hebt, de plaatjes die je wilt laten zien."

KLANT OPZOEKEN

Overbosch vindt dan ook dat drukwerk in combinatie met digitale media nog vele kansen en mogelijkheden biedt. "Zoek je klant op, gebruik tools als Google Analytics. Kijk, ik kan zo vinden wie er in Nederland op dit moment over drukwerk twittert. Of over Print Pakt, om wat te noemen. Daar kan je gebruik van maken, volgens mij doen jullie dat nog veel te weinig. Wie gebruikt z'n smartphone voor andere zaken dan alleen maar bellen of e-mailen? Een andere tool geeft een uitstekend beeld van het gebruik van sites van winkeliers, daar kan je hele interessante dingen mee doen. Winkeliers zoeken allemaal naar nieuwe klanten, daar ligt toch een markt.

Kijk ook naar nieuwigheden op jullie eigen markt. Stone paper, een mooi voorbeeld. Maak er een klein boekje van en bied dat je klanten of zelfs potentiële klanten aan. Dan heb je wat om over te praten, een uitstekende binnenkomer."





BRAM TER BEEK: "GEBRUIK HET MATERIAAL DAT PRINT PAKT BIEDT"

Print Pakt en het KVGGO bieden de leden waardevolle ondersteuning als ze drukwerk – al dan niet in combinatie met digitaal – bij hun klanten over het voetlicht willen brengen.

Zo staan er op de site van Print Pakt niet alleen voorbeelden van de rol die drukwerk speelt, maar ook interessante onderzoeken over de effectiviteit van gedrukte én digitale communicatie.

"Maak er gebruik van om je klanten te overtuigen. Als je bijvoorbeeld ziet dat gedrukte lesboeken een beter resultaat opleveren dan digitale stof, zoals je kunt lezen op Print Pakt, dan kan je daar toch prachtig mee naar de school in die buurt stappen," onderstreept Bram ter Beek, manager branchevernieuwing bij het KVGGO.

Print Pakt biedt daarnaast ook handig promotiemateriaal met allerlei uitingen die grafische bedrijven in hun eigen campagnes kunnen gebruiken. Een goed voorbeeld zijn de stickers die tijdens Print Pakt Live ook 'live' op een auto werden toegepast. Print Pakt drukt die niet 'want daar zijn de grafische bedrijven zelf bij uitstek toe in staat', maar levert wel een kant-en-klaar ontwerp.

ASSERTIEF

"Het promotiemateriaal gaan we de komende tijd verder uitbreiden. Laten we daarbij benadrukken dat Print Pakt geen defensieve campagne is, zoals je wel eens hoort beweren. Het is een assertieve campagne, we zijn er samen mee bezig om de boodschap dat drukwerk een essentieel onderdeel is van de communicatiemix wijd en zijd uit te dragen."

NIET INGEWIKKELD

Ter Beek herhaalt ook graag zijn boodschap dat er voor grafische ondernemers veel kansen liggen maar dat ze die dan wel moeten pakken.

"Je kunt wel rustig op je bureaustoel blijven zitten en wachten op de offerte-aanvragen maar daar kom je er vandaag de dag niet meer mee. Kom uit die stoel en zorg vooral dat je de klanten van die klanten kent. Pas dan kan je je opdrachtgevers goed en effectief adviseren over hun communicatiemix en uiteraard ook over de rol die drukwerk daarin moet spelen.



Die boodschap lijkt simpel en het is ook allemaal niet zo ingewikkeld, maar dan moet je het wel doen. Daarbij kan Print Pakt en alles wat dat biedt vaak uitstekend van pas komen."

PP PROMO

PP promo is het winkeltje op de website van Print Pakt waarvan de schappen steeds meer gevuld zullen raken met promotiemateriaal.

Kijk ernaar, download de voorbeelden, produceer ze en doe mee om Print Pakt tot een succes te maken.

PAPIEREN GOODY BAG



Wat kregen de bezoekers van Print Pakt Live mee in de – vanzelfsprekend – papieren goody bag?

- > Het eenmalige Print Pakt Live petje;
- > Een houten usb-stick met gelaserd PP-logo, gevuld met digitaal promotiemateriaal;
- > Een folder met 'Drukwerk als onmisbare schakel bij multichannel marketing';
- > Drie papieren A4-key visuals, na downloaden van de digitale file op te blazen tot A0;
- > Het ontwerp van de eerste beletterde Print Pakt Mazda CX-5 van Nederland;
- > Het affiche met de winnaars van de Kalenderwedstrijd;
- > Boekje van Tim Dialogue marketing met 'De essentiële succesfactoren van actiemarketing';
- > Een exemplaar van De Zaak.

GRATIS NIEUWSBRIEF

SUPPORT PRINT PAKT DOOR EEN
GRATIS ABONNEMENT OP DE
NIEUWSBRIEF TE NEMEN.
GA NAAR WWW.PRINTPAKT.NL
EN MELD JE AAN.



INTERESSANT? MELD JE AAN VOOR
DE PRINT PAKT NIEUWSBRIEF

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®