

Programmatic print

Canon

A digitális marketing eszköztára szinte végtelen. A márkák igen sok erőforrást fektettek már bele az elmúlt évtizedben, és a fogyasztók életének szerve része lett az internetes közösségi kommunikáció. Ezzel összefüggésben is az elmúlt években kissé elhanyagolt nyomtatott anyagok visszatérnek a mindennapjainkba. A nyomtatott anyagok jobbák a fogyasztók figyelmének megragadásában, mert a meggyőzésben fontos szerepet kapnak az érzékszervek: a nyomtatott anyagoknak van fizikai megjelenése, érintéssel érzékeljük és kezeljük. MRI szkennerekkel a kutatók bizonyították, hogy a nyomtatott anyag tartalma mélyebben behatol a tudatunkba, az agynak azon a területén is kivált aktivitást, amelyet a termékek értékének felbecsülésére használunk. A nyomtatott anyagok magasabb fokú elkötelezettséget szimbolizálnak a márka részéről, többletértéket, igényességet bizonyítanak a fogyasztó felé.

Az online csatornákra az azonnali válaszadás és értékelés lehetősége vonzott sok márkát, és ehhez a fogyasztók is hozzászoktak. A nyomtatáshoz mindenképpen szükség van több időre, hiszen a megtervezést követően ki kell nyomtatni, és terjeszteni is kell. A programozott nyomtatás összeköti a marketing-automatizációs platformokat az automatizált digitális nyomtatási munkamenettel. Ugyanazt az aktuális ügyfélinformációt (amely elküld egy e-mailt vagy aktívál egy banner-t) használják olyan személyre szabott nyomtatási fájl generálására, amely érzelmekre ható, kiváló minőségű nyomtatott anyagokat juttat el a célszemélyeknek – akár 24 órán belül.

A promóciós nyomtatott anyagok teljes skáláját bevetheti: broszúrákat, katalógusokat, márkamagazinokat, útmutatókat és így tovább. A siker kulcsa a megfelelő időzítés. A vásárláshoz vezető úton abban a pillanatban kell a nyomtatott anyaggal segíteni az ügyféldöntést, amikor az érdeklődése mellett a lelkesedése is a legerősebb. Például egy autómárka weboldalán az érdeklődő által konfigurált modelltől másnap vagy néhány



napon belül érkezik az ügyfélhez a kiválasztott színekkel, felszereltséggel összeállított autó nyomtatott broszúrája, természetesen vásárlásra buzdító szöveggel és a kapcsolatfelvételi adatokkal, tesztvezetésre meghívással. Kiskereskedelmi vállalkozások az otthagyt online bevásárlókosarakban található termékekre hasonlóképpen felhívhatják a figyelmet, így szert téve nagyobb bevételekre.

A marketing-automatizációban egymást erősíti az online és offline. Számos nyomda rendelkezik automatizált nyomtatási munkafolyamatokkal, a Canon innovatív digitális nyomtatóival, papírválasztékával és környezetbarát tintáival, hogy a fogyasztókat élvezetes és emlékezetes nyomtatott kommunikációs eszközökkel tereljék a márka iránti elköteleződés felé és a digitális marketingbe fektetett erőforrásokat bevételre konvertálják.