

Guide pour discuter de l'impression numérique avec vos clients

Meredith Collins | Domtar | Customer & Brand Marketing Manager

Apprendre à communiquer efficacement vos points forts et vos avantages aux clients potentiels est l'une des meilleures compétences à acquérir et nous avons quelques conseils qui peuvent vous aider dans cet apprentissage

L'industrie du papier et de l'impression évolue au quotidien, au fur et à mesure que de nouvelles époques, technologies et figures remodelent son paysage. Le malaise ou la nervosité face au changement est normal, mais l'adaptabilité est la marque d'un grand imprimeur. Apprendre à communiquer efficacement vos points forts et vos avantages aux clients potentiels est l'une des meilleures compétences à acquérir et nous avons quelques conseils qui peuvent vous aider dans cet apprentissage. À mesure que les besoins de personnalisation, de marketing omnicanal et de faibles tirages dus à des délais d'exécution serrés augmentent, les demandes d'impression numérique suivent le mouvement. Pour parvenir à vendre l'impression numérique avec succès à vos clients, vous devez comprendre les avantages qu'elle offre et avoir la capacité de la placer dans le contexte d'applications réelles. Voici comment procéder grâce à notre Guide pour discuter de l'impression numérique avec vos clients.

Personnalisation

L'une des plus grandes influences que l'impression numérique peut avoir sur le plan marketing d'un client est sa capacité de personnalisation. Les acheteurs potentiels sont plus susceptibles de s'en tenir à une marque ou d'en essayer une nouvelle lorsqu'ils se sentent perçus comme une personne, et c'est là qu'intervient l'impression numérique. Demandez à vos clients si leur stratégie marketing varie en fonction de la démographie, des zones de marché ou d'autres variables. L'impression numérique peut les aider à tirer parti de ces possibilités. Les jeunes générations, comme les générations Y et Z, s'approprient cet aspect personnalisé et sont susceptibles de devenir une clientèle précieuse. Les consommateurs sont de plus en plus habitués à obtenir ce qu'ils veulent, et ils se tournent vers les marques qui le leur offrent à chaque étape de leur parcours. Communiquez la capacité de l'impression numérique à accompagner ce parcours et vous ferez fureur.

Collaboration numérique

Si une entreprise gère bien ses données, elle peut créer des profils clients solides, imprimer des communications personnalisées, qu'il s'agisse d'une carte postale ou d'un catalogue complet, et diriger son public vers le lieu de son choix. L'intégration de codes 2D et de la réalité augmentée dans une campagne de publipostage peut permettre aux destinataires de s'engager encore plus facilement. Par exemple, un client peut créer un code 2D qui ouvre une liste de lecture de Noël lorsqu'il est numérisé, l'imprimer sur ses cartes de vœux ou il peut extraire un itinéraire personnalisé de la maison du destinataire à la nouvelle vitrine de votre client. Expliquez clairement à vos clients que les données peuvent fonctionner en tandem avec les capacités numériques s'ils en disposent.

Cela signifie également que vous devez savoir quels avantages de l'impression numérique seraient intéressants pour votre client avant de communiquer. Avant d'aborder un client et de lui proposer l'impression numérique, assurez-vous d'effectuer vos recherches. Obtenez des détails sur son entreprise, étudiez sa concurrence et lisez ce que disent ses clients. Cette préparation vous aidera non seulement à faire une première impression positive, mais vous aurez également une réelle compréhension des solutions d'impression numérique qui méritent d'être mentionnées. Vous offrirez ainsi une expérience omnicanal complète, ce qui est très important, car elles comportent toutes des avantages différents.

Autres sujets de discussion

• Budget

o Pour les informations telles que les brochures de produits, les manuels, les imprimés de publipostage, le potentiel d'obsolescence des informations peut être réduit à des caisses de stock imprimé par rapport à des palettes identiques. Ou, dans certains cas, il n'y a pas de documents non utilisés. Cela rend le choix de l'impression numérique idéal pour les marques qui cherchent à optimiser leurs budgets. Sur presse, les fibres exposées offrent une excellente surface pour l'adhérence du toner ou de l'encre, ce qui signifie que l'imprimé de votre client a plus de chances d'être acheminé en toute sécurité dans une boîte aux lettres.

• Durabilité

o Si votre client économise sur les coûts d'encre et de papier, mais que les illustrations de son imprimé s'effacent, son message se perd et fait une mauvaise première impression. Le projet aura donc raté sa cible et votre client ne réalisera pas de réelles économies. Informez vos clients que sur presse, les fibres exposées offrent une excellente surface pour l'adhérence du toner ou de l'encre. Les images sont nettes, la couleur est brillante et ils peuvent avoir confiance que leur imprimé arrivera entier.

• Qualité

o Les fabricants de papier ont développé de nouvelles options pour les imprimeurs et les concepteurs au rythme de la demande d'impression numérique croissante. La collection de papiers d'impression numérique de Domtar comprend les marques LynxMD et CougarMD, toutes deux offrant un apprêt lissé et super lissé. L'apprêt super lissé non couché offre un fini si lisse qu'il est souvent confondu avec une feuille mate couchée.

Lorsqu'il s'agit de vendre de l'impression numérique, il s'agit en fin de compte de penser comme vos clients et d'anticiper leurs besoins. Quel sera le moyen le plus simple pour eux de passer de cet imprimé à l'action que vous souhaitez qu'ils entreprennent en vous assurant que leurs objectifs sont atteignables, tout cela sans se heurter à des obstacles? Comment peuvent-ils créer quelque chose qui trouvera un écho chez leur public? Qu'est-ce qui leur permettra de montrer à leur public qu'ils les considèrent comme des individus? Si vous parvenez à communiquer les avantages d'allier la personnalisation, les données et la facilité d'accès au monde numérique, vous aurez trouvé le juste équilibre pour créer un bel imprimé brillant et coloré et faire valoir votre un argument de vente auprès de vos clients.