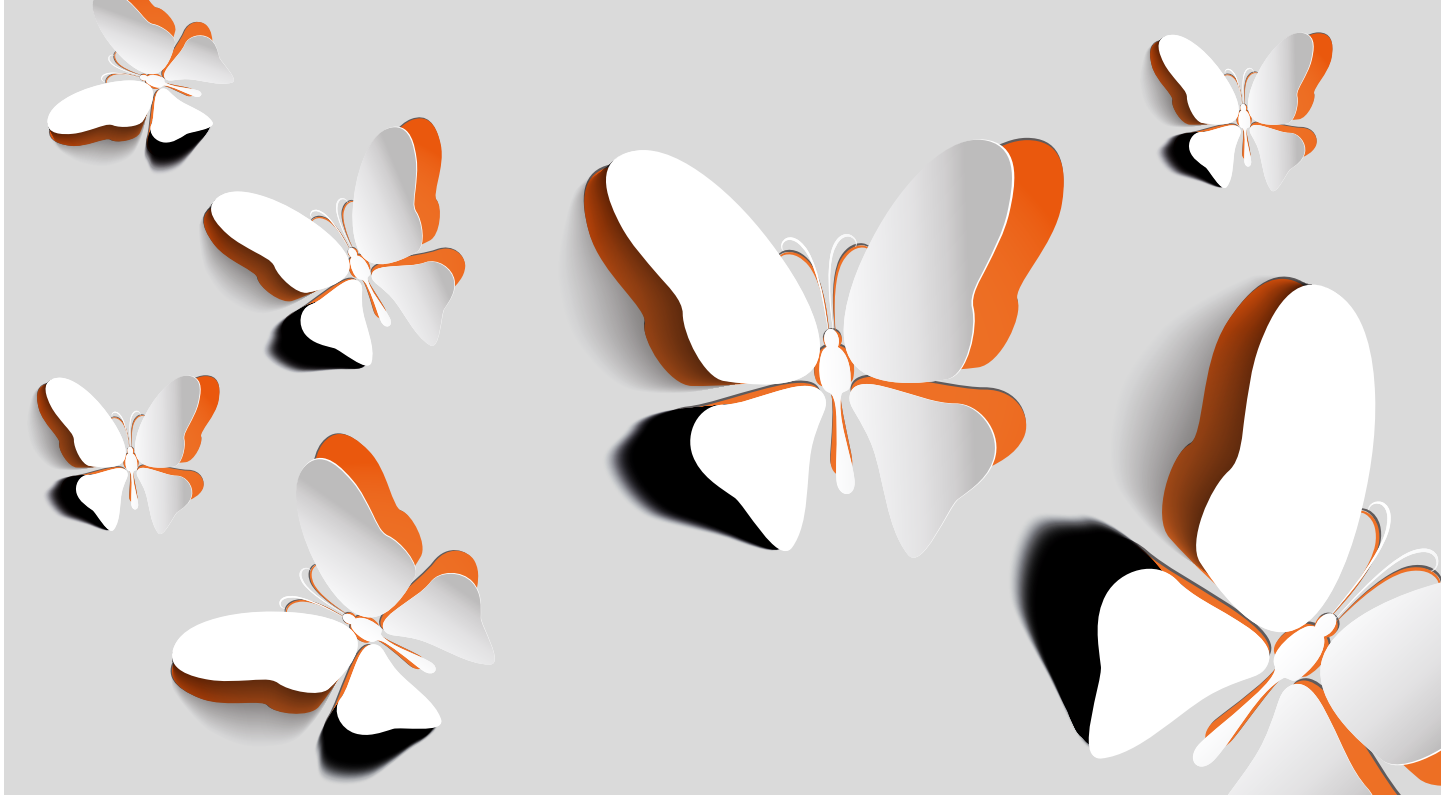




DIRECT MAIL KAN DE TOEKOMSTIGE GROEI VAN ZOWEL MERKEN ALS GRAFISCHE ONDERNEMINGEN BEVORDEREN

Consumenten ontvangen dagelijks talloze e-mails in hun postvak. Als het onderwerp hun interesse heeft of als ze een bepaalde loyaliteit voelen voor het merk waar de e-mail vandaan komt, kunnen ze besluiten deze te openen. Maar in een luidruchtig digitaal marketing landschap is de kans groot dat een e-mail ongeopend en mogelijk vergeten in het postvak achterblijft. In de praktijk bedraagt de gemiddelde respons op elektronische Direct Mail (e-DM) slechts 0,12%¹.

Stelt u zich eens voor dat een consument hetzelfde marketingbericht ontvangt, maar nu opvallend gepresenteerd in een creatief printformaat. Het is tastbaar, ziet er anders uit en wordt fysiek thuisbezorgd, waardoor het onmogelijk is om het te negeren. Het is persoonlijk geadresseerd en de binnenkant bevat een voor hen relevante en gepersonaliseerde inhoud. Het kan zich tot een pop-up 3D-model ontvouwen of uit verschillende onderdelen bestaan om een geheim bericht te onthullen.

Nu heeft u hun volledige aandacht.

Dankzij de verfijning van digitale print- en nabewerkingstechnologieën zijn de creatieve mogelijkheden van Direct Mail eindeloos. Dit nieuwe tijdperk van printinnovatie maakt het voor merken mogelijk hun klanten te werven op een manier die vertrouwen wekt en die onderscheidend is van hun concurrenten. De gemiddelde respons op Direct Mail bedraagt 4% – dat is 30 keer effectiever dan elektronische Direct Mail².

Canon

56% van de consumenten gelooft dat geprint materiaal de meest betrouwbare wijze van marketing is. Wat meehelpt is dat 66% van de consumenten hun post meer dan twee weken bewaart en het aannemelijk maakt dat deze op een bepaald moment wordt bekeken. Ook al is dat slechts door er een snelle blik op te werpen³.

De trend naar personalisatie benadrukt de rol van Direct Mail als een belangrijke speler binnen de marketingmix. Variabele data-printtechnologie zorgt voor een verschuiving van massaberichten naar hoge niveaus van personalisatie.

Direct Mail kan ook worden gebruikt om traffic te genereren voor een online campagne waarbij 44% van de consumenten een website bezoekt na de ontvangst van een Direct Mail, vergeleken met 3% bij alleen e-DM⁴. Dat wil niet zeggen dat e-DM totaal geen effect heeft. Indien Direct Mail in combinatie met e-DM als onderdeel van een marketingmix wordt gebruikt, kan dit een krachtige crossmedia-campagne opleveren.

Met de nieuwste printtechnologie kunnen grafische ondernemingen hun klanten nu Direct Mails leveren die in lage volumes on-demand kunnen worden geprint of in massavolumes die eerder waren voorbehouden aan offset pre-print en digitaal drukken. Ze kunnen nieuwe mogelijkheden en vrijheid bieden voor de content zelf, waardoor merken een veel grotere creatieve speelruimte hebben voor het personaliseren van tekst, beelden en printmedia. Ook analyses van big data stimuleren deze toename van geïndividualiseerde content. De analyses vormen een hulpmiddel voor bedrijven om inzicht te krijgen in het unieke koopgedrag van klanten, locaties en andere relevante voorkeuren, zodat zij hun Direct Mails hierop kunnen afstemmen.

1. DMA.org.uk
2. DMA.org.uk
3. DMA.org.uk
4. DMA.org.uk

[Ontdek omzetverhogende mogelijkheden op het gebied van retail – download ons Think Retail magazine >](#)

[Ga in gesprek met Canon over hoe wij u kunnen helpen >](#)

44%

van de consumenten bezoekt een website na de ontvangst van Direct Mail, vergeleken met 3% bij e-DM⁴

56%

van de consumenten is van mening dat print de meest betrouwbare vorm van marketing is³

Hoe Canon u kan ondersteunen

In een digitale wereld vol e-commerce en talloze online platforms, waar consumenten op elk uur van de dag gekluisterd zijn aan hun beeldscherm of display, bewijst geprinte communicatie dat het nog steeds het hart van de creatieve expressie vormt.

U heeft krachtige argumenten om Direct Mail in de marketingmix op te nemen, het potentieel ervan aan te tonen en uw activiteiten uit te breiden.

Als pionier op het gebied van printen kan Canon u laten zien hoe deze kansen met Direct Mail voor promotionele marketingdoeleinden voor u kunnen uitgroeien tot aanvullende omzetstromen. Wij kunnen op maat gemaakte oplossingen ontwikkelen die binnen uw strategie passen, uw bedrijfsactiviteiten veiligstellen en groeipotentie voor de toekomst bieden.

Canon Nederland N.V.
Brabantlaan 2
5216 TV 's-Hertogenbosch
Tel: 073 681 58 15
Fax: 073 612 06 85
canon.nl

 /company/canon-nederland-n-v-
 /CanonProPrintNL
 /CanonBusinessNL
 /CanonNL

Canon