

# Ajouter de la valeur aux projets d'impression

Mohawk

Puisque la beauté est subjective, les imprimeurs ont une occasion unique d'amplifier l'aspect esthétique de l'encre sur papier en accordant une attention particulière à quelques composants essentiels qui sont uniques à l'impression en tant que support.

Ajouter de la valeur aux projets d'impression

Puisque la beauté est subjective, les imprimeurs ont une occasion unique d'amplifier l'aspect esthétique de l'encre sur papier en accordant une attention particulière à quelques composants essentiels qui sont uniques à l'impression en tant que support. Une fois que vous comprendrez de quels aspects il s'agit (et comment les vendre), vous augmenterez la satisfaction de vos clients et votre rentabilité. Assurez un service clientèle, et un résultat, optimal en prêtant particulièrement attention aux six éléments suivants de chaque projet d'impression :

1. Les matières employées sont importantes.

Qu'il s'agisse d'un publipostage imprimé pour permettre à une pizzeria locale d'attirer de nouveaux clients ou d'une photo souvenir commémorant la journée spéciale de jeunes mariés, les matières jouent un rôle monumental. Pour tout projet imprimé, le papier renferme sa propre identité.

Et lorsqu'il s'agit de laisser une première impression positive, vos clients sont généralement prêts à dépenser plus pour obtenir des supports de qualité supérieure.

Prenez par exemple les livres photo. Dans le cadre d'un sondage InfoTrends demandant aux consommateurs pour quelles caractéristiques ils seraient enclins à payer davantage, des matières de qualité supérieure étaient parmi les réponses les mieux classées. Près de 80 % ont déclaré qu'ils seraient prêts à payer un supplément de 10 % ou plus pour des supports de meilleure qualité. Et parmi ces répondants, plus de 20 % ont affirmé être prêts à payer un supplément de 40 % ou plus.

Conseil : aidez vos clients à comprendre l'influence des papiers de qualité supérieure. En gardant des livres d'échantillons et des échantillons à portée de main, vous pouvez aider vos clients à visualiser leur projet sur un papier haut de gamme. Proposez d'imprimer un échantillon pour eux; la couverture de leur imprimé suffit pour qu'ils se fassent une idée de la qualité.

2. Options durables.

La génération Y connaît la plus forte croissance parmi la population active des États-Unis et elle manifeste une forte préférence pour les produits durables. C'est la première génération prête à dépenser consciemment davantage pour des produits écologiques et à intégrer des messages environnementaux dans les messages de sa propre entreprise. Un sondage par Nielsen a déterminé que « 66 pour cent parmi les plus de 30 000 répondants ont déclaré être prêt à payer davantage pour des biens durables ».

Ce mouvement ne se limite pas aux États-Unis, mais touche également les marchés internationaux. Asia Pulp & Paper a mené un sondage et a conclu que « près de 70 % des consommateurs de Hong Kong sont prêts à payer un supplément de 5 % ou plus pour acheter des produits papetiers issus de sources durables ».

Conseil : faites appel au sens des responsabilités de vos clients en offrant et en favorisant des choix durables. Mohawk offre une collection diverse de produits écologiques, de papiers recyclés à teneur en fibre postconsommation extrêmement élevée aux produits certifiés FSC. Parcourez notre collection ici.

3. Enrichissements numériques.

Lorsque la plus grande priorité est de se faire remarquer, un simple imprimé CMJN ne suffit pas toujours. C'est là que les enrichissements numériques entrent en jeu. Les encres spéciales (comme métalliques, fluorescentes, blanches et transparentes), les imprimés texturés, les vernis, les pellicules, les encres IR/UV et bien plus encore, offrent un pouvoir de choc à vos travaux imprimés.

Vos clients sont prêts à payer un supplément pour ces caractéristiques; dans certains cas, jusqu'à 89 % plus que les imprimés CMJN uniquement, selon InfoTrends.

Conseil : discutez avec vos clients et voyez si c'est quelque chose qui les intéresse. Évaluez les possibilités en vue d'un investissement éventuel dans de l'équipement. De nombreuses presses numériques actuelles offrent des encres spéciales et des enrichissements numériques en ligne. De même, on trouve de nombreuses solutions quasi en ligne sur le marché, offrant de nouveaux moyens de rehausser les travaux en quatre couleurs.

4. Des supports plus grands que nature.

L'intégration d'une couleur néon ou d'une feuille métallique à votre imprimé ou publipostage n'est pas le seul moyen de se démarquer. Parfois, le format de votre imprimé peut être tout aussi efficace pour créer un effet de surprise.

Un imprimé publicitaire surdimensionné ou un papier couverture s'impose par sa présence physique et attire l'attention.

Conseil : présentez ces formats uniques à vos clients. Expliquez l'importance de se démarquer dans un océan de brochures publicitaires de même taille. Malgré les frais de port plus élevés, vos clients seront sans doute prêts à dépenser davantage pour obtenir des taux d'ouverture et de réponse plus élevés.

5. Dimensionnel.

Nous savons tous que le publipostage est plus efficace que le courriel, fort d'un taux de réponse de 3,7 % par rapport au taux de 0,2 % pour les courriels. Mais que se passe-t-il lorsque vous transformez des brochures publicitaires plates en imprimés en trois dimensions?

Disons que c'est un peu comme du courrier « dopé aux stéroïdes », surpassant les brochures publicitaires plates par 200 à 300 pour cent.

Conseil : le publipostage dimensionnel ne convient pas à toutes les campagnes ou parties prenantes. Il peut s'avérer très coûteux. Parlez à vos clients pour déterminer si un publipostage dimensionnel est la solution idéale pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs commerciaux. Lorsqu'il s'agit de produire des brochures publicitaires dimensionnelles, Mohawk offre un large éventail de choix, notamment des options préperforées et prérainées.

6. Des plis uniques.

Lorsqu'un destinataire ne parvient pas à mettre de côté un imprimé parce que celui-ci s'amuse avec les plis créatifs, vous savez que vous avez décroché le gros lot.

C'est exactement le genre de réactions puissantes que vos clients recherchent, même pour un prix fort. Moulin à vent, huître, multivolets, accordéon, pédale, fenêtre et croisé sont seulement quelques-uns des types de plis qui peuvent transformer un imprimé ordinaire en une expérience inoubliable.

Conseil : si vous recherchez des idées et sources d'inspiration pour intégrer des pliages fantastiques dans vos prochains travaux, consultez [www.foldfactory.com](http://www.foldfactory.com). Ce site est une ressource formidable de didacticiels de pliage, modèles de ligne de découpe et bien plus encore!

Récupéré de [Mohawk](#)

