

5 façons dont les imprimeries peuvent fidéliser leurs clients durant la pandémie

Ashley Maydak | Domtar | Chef de la marque et de la création

C'est le moment idéal pour les imprimeries d'intervenir et de fidéliser leurs clients existants et leurs nouveaux clients.

La pandémie COVID-19 a changé le paysage commercial du jour au lendemain et a précipité de nombreuses organisations dans un territoire inconnu. Alors que les entreprises de nombreux secteurs - des restaurants aux universités, ainsi que les entreprises privées - commencent à ré ouvrir, c'est le moment idéal pour les imprimeries d'intervenir et de fidéliser leurs clients existants et leurs nouveaux clients.

Je suis ravi d'avoir l'opportunité de parler avec Jamie McLennan, responsable de comptes et stratège en impression chez [DMR Graphics](#). Vous connaissez peut-être Jamie pour la série très populaire #printerchatpodcast de [Podcasts from the Printerverse](#). En tant qu'activité essentielle dans la région de Philadelphie, DMR Graphics est restée ouverte tout au long de la pandémie pour aider les nouveaux clients et ceux déjà existants. Voici cinq stratégies qu'ils ont mises en place pour fidéliser leurs clients pendant la pandémie COVID-19.

5 stratégies utiles que les imprimeries peuvent mettre en place pour fidéliser leurs clients durant la pandémie

Stratégie n ° 1 - Soyez un stratège créatif pour votre client.

Qu'est-ce qu'un stratège créatif? En bref, cela consiste à amener votre client à vous faire confiance suite à la présentation d'un plan complet. Votre implication tôt dans le processus vous aidera à créer une stratégie afin que tout se passe bien et que le résultat soit celui souhaité.

"Nous essayons d'impliquer tout le monde le plus tôt possible. De cette façon, nous apprenons tous ce dont ils ont besoin et s'ils ont un budget fixe, nous pouvons le respecter. Si vous êtes plutôt un preneur de commande et que vous ne conseillez pas votre client, vous pouvez rapidement vous retrouver à la planche à dessin une fois que votre client se retrouve devant votre proposition."

Bien sûr, le service est essentiel. S'il y a quelque chose qui a été renforcé pour Jamie au cours de cette expérience, c'est l'importance d'être adaptable: «En tant qu'entreprise essentielle qui joue un rôle important dans la chaîne d'approvisionnement de nombreux clients, nous sommes restés ouverts tout au long de la pandémie. Au début, il y avait de nombreux zooms et conférences téléphoniques, et le processus a ralenti en raison du fait que de nombreux clients travaillaient à domicile. Une fois que tout a commencé à ré ouvrir, nous sommes devenus très occupés à faire des soumissions. J'ai fait quelques réunions face à face, où nous portions tous des couvre-visages, et j'ai déposé des épreuves dans des stationnements."

Une communication constante est également indispensable. "J'ai essayé essentiellement de rester en contact avec tout, et tout le monde." En plus des appels téléphoniques et des courriels, DMR a amélioré les communications avec les clients avec des conseils utiles dans le cadre de leur marketing. Ils ont commencé à envoyer des courriels «Prêt, partez!» détaillant les choses que les entreprises peuvent avoir besoin de prendre en compte avant de ré ouvrir, comme l'analyse du flux de trafic dans les bureaux ou les magasins. Ils ont également fourni une liste de contrôle de ce qui pourrait être nécessaire pour appliquer cette initiative, comme la signalisation intérieure et extérieure. L'effort a certainement été bénéfique. "Beaucoup de gens nous ont dit avoir trouvé ces listes de contrôle très utiles."

Stratégie n ° 2 - Investir dans les outils en ligne.

De nombreuses imprimeries se concentrent davantage sur l'ajout d'équipement d'impression que sur de nouveaux logiciels, mais le portail en ligne que DMR utilise pour communiquer avec les clients a apporté une valeur supplémentaire pendant la pandémie. Une fois que les entreprises ont commencé à ré ouvrir, DMR Graphics a été en mesure de réagir rapidement et de [créer des pages de destination](#) contenant de nombreux éléments dont ce que les entreprises ont besoin pour ré ouvrir en toute sécurité - tels que les décalques pour plancher, la signalisation directionnelle, les menus et les accroches fenêtre. Lorsqu'on leur a demandé comment ils étaient capables de réagir si rapidement, Jamie n'a pas tardé à vanter les outils en ligne dans lesquels ils avaient investi avant la pandémie. "Chaque client que nous avons, possède déjà son portail en ligne par notre flux de travail. Nous l'utilisons tous les jours pour communiquer avec les clients et les mettre à jour sur l'état de leurs projets, il est donc hautement adaptable. Nous venons de créer une page de destination dans l'outil et nous l'avons rendue publique. Comme l'outil est facile à mettre à jour et à configurer, nous sommes en mesure d'ajouter facilement des éléments de façon quotidienne."

Stratégie n ° 3 - Aidez vos clients en devenant un guichet unique

Il faut admettre que les gens aiment travailler avec d'autres entreprises qui leur facilitent la vie. Lorsqu'il s'agit de ré ouvrir une entreprise pendant une pandémie, toute aide est appréciée. Les entreprises et les bureaux en phase de réouverture se trouvent devant de l'inconnu - ils ne réalisent peut-être pas de tout ce dont ils ont besoin pour ré ouvrir en toute sécurité.

"Il semble que notre industrie se concentre sur les restaurants, mais de nombreux autres types d'entreprises, y compris les écoles préparatoires et les universités, prévoient leur réouverture à l'automne. Leur première question est «qu'est-ce que vous avez à nous montrer?». Les pages de destination sont un excellent point de départ pour travailler avec les directeurs de création et les responsables de marketing de ces organisations afin de fournir une solution personnalisée qui répond à leurs besoins. Ensuite, ils se rendent à leurs réunions en disant: "DMR / Allegra a déjà tout cela, prêt à utiliser." "

DMR Graphics soulage également les clients en leur offrant de la flexibilité. "Nous proposons des articles génériques déjà imprimés et prêts à être expédiés pour les entreprises qui ont besoin de ces articles rapidement. Pour les entreprises qui ont besoin que les articles soient personnalisés avec leur logo et leurs couleurs, nous avons créé un processus de travail pour en faciliter la rectification." Et souvent, les clients qui commandent les articles génériques reviennent et commandent des articles personnalisés une fois qu'ils sont en mesure d'ouvrir des emplacements supplémentaires.

Stratégie n ° 4 - Prenez les médias sociaux au sérieux.

Si vous ne prenez toujours pas les réseaux sociaux au sérieux, prenez note: c'est là que vous pouvez générer une grande sensibilisation pour votre entreprise et trouver votre prochain client d'impression. En fait, j'ai appris tout ce que DMR Graphics proposait aux clients grâce à une publication sur LinkedIn par Jamie et je lui ai utilisé comme un exemple positif dans ma récente présentation Print Media Center, [«Crafting a Business Narrative»](#).

"Les médias sociaux sont très importants pour la prochaine génération de clients imprimés, car c'est là qu'ils recherchent tout. Le client d'impression d'aujourd'hui n'est pas toujours facile à joindre, mais il regarde et il fait attention." Mais, prévient McClennan, l'engagement est essentiel. "Je dis toujours aux autres imprimeurs de ne pas simplement tout diffuser, mais de répondre aux gens et de proposer des suggestions.""

Stratégie n ° 5 - Redonnez à la communauté.

Les clients - en particulier la prochaine génération - aiment les entreprises qui redonnent. Afin de fidéliser la clientèle, le client d'aujourd'hui souhaite connaître les valeurs de votre entreprise en plus des services que vous fournissez. DMR Graphics était fier de créer et de lancer les articles [#BeWelladelphia](#) — comprenant des autocollants pour pare-chocs, des T-shirts et d'autres articles.

Les graphiques ont été créés par leur designer, et tous les profits de tous les articles vendus sont destinés à soutenir [Philabundance](#), une organisation de lutte contre la faim dans la région de Philadelphie. "Philabundance est une merveilleuse organisation dans la communauté qui est l'un des plus grands centres de dons pour la nourriture. Nous avons entendu qu'ils étaient assez durement touchés [à cause de la pandémie], alors nous voulions faire tout ce que nous pouvions pour aider. " L'initiative ne fait que commencer et DMR est ravi de pousser l'effort et de susciter la sensibilisation.

L'une de mes citations préférées de la Dr Maya Angelou est: «En fin de compte, les gens ne se souviendront pas de ce que vous avez dit ou de ce que vous avez fait, mais ils se souviendront de ce que vous leur avez fait ressentir.» Les entreprises qui s'efforcent de fidéliser leurs clients devront vivre en accord avec ces mots. Lorsqu'il réfléchit à des moments difficiles, votre client peut ne pas se souvenir exactement de ce que vous lui avez dit ou des détails du produit, mais il se souviendra si vous avez atténué le stress, aidé les autres et si vous étiez impératif pour redémarrer son entreprise. Et lorsque vous avez des clients qui pensent à vous en ces termes, vous ne pouvez pas vous empêcher d'être mieux positionné pour l'avenir.

Récupéré de [Domtar](#).