**Wyróżnij się dzięki bezpośrednim kampaniom pocztowym!**

**OKI Europe odkrywa, dlaczego w przypadku marketingu bezpośredniego liczy się nie tylko to, co znajduje się w kopercie!**

Krążą pogłoski, że druk wydał już z siebie ostatnie tchnienie lub jest co najmniej w stanie agonalnym. Jednakże, jeśli pragniesz wyróżnić się na rynku, to właśnie druk może pomóc Ci zrealizować to marzenie. Niektórzy twierdzą, że cyfrowe trendy marketingowe wyeliminowały druk. W rzeczywistości wygląda to jednak zgoła inaczej. Obie metody idealnie ze sobą współgrają, tworząc wysoce efektywne podejście marketingowe, wykorzystujące zarówno rozwiązania cyfrowe, jak i druk.

Przewiduje się, że z uwagi na najnowsze regulacje dotyczące ochrony danych oraz nadmierne wykorzystywanie komunikacji e-mailowej nastąpi powrót do bezpośrednich kampanii pocztowych. To świetna wiadomość dla pracowników działów marketingowych, bowiem badanie przeprowadzone przez TrueImpact1 dowodzi, że 75% ankietowanych potrafi przywołać markę promującą swoją ofertę za pośrednictwem bezpośredniej kampanii pocztowej, a jedynie 44% pamięta markę reklamującą się w sieci. Co więcej, Enthusem2 donosi, że 51% potencjalnych klientów preferuje połączenie kampanii pocztowej z e-mailową.

**Najważniejsza jest koperta!**

Powszechnie uważa się, że liczy się jedynie zawartość koperty – to błędne założenie powoduje, że ważne komunikaty oraz istotne treści o charakterze sprzedażowo-marketingowym mogą zostać przeoczone, ponieważ koperta, w której się znajdują, w żaden sposób się nie wyróżnia i nie przyciąga uwagi. W efekcie adresat często wrzuca ją do kosza, nawet jej nie otwierając. Do każdej skrzynki w ramach kampanii pocztowych trafiają średnio cztery koperty dziennie3, dlatego przykucie uwagi odbiorcy jest niezwykle ważne.

Jeśli chcesz mieć pewność, że wysłana treść naprawdę dotrze do adresata, musisz zastanowić się, jakie wrażenie wywrze na nim sama koperta. Wyciąganiu ze skrzynki stosu listów w białych i szarych kopertach zawsze towarzyszy delikatna ekscytacja, ale dodaj do tego nieco intensywnego koloru lub wymyślnego wzoru, a powstanie list, który odbiorca będzie chciał otworzyć przed wszystkimi innymi.

**Siła koloru**

Kolory mają potężny wpływ na nasz umysł. Różne kolory przekazują różne emocje. Czerwony to pasja. Pomarańczowy niesie ze sobą energię. Żółty może wywoływać uczucie szczęścia. Niebieski kojarzony jest z zaufaniem. Pracownicy działów marketingowych od dawna zdają sobie sprawę z tego, że kolor jest niezwykle potężnym narzędziem. Jednokolorowe koperty już nikogo nie zaskakują. Aby naprawdę się wyróżnić, firmy muszą tworzyć bardziej kreatywne projekty graficzne, wykorzystujące więcej niż jeden kolor.

Pewnie myślisz teraz o kosztach i terminach. Dodanie kolorów i wykorzystanie złożonych projektów wiąże się z większymi nakładami, wyższymi kosztami oraz dłuższym czasem realizacji.

Jednak teraz to już nie ma większego znaczenia. Inwestując w drukarkę do drukowania kopert, która może nakładać jeden kolor na drugi, niewielkie i większe drukarnie, a nawet działy zajmujące się drukowaniem w firmach, mogą umożliwić prowadzenie opłacalnych, bezpośrednich kampanii pocztowych, zyskując rzeczywistą przewagę nad konkurencją. Jeszcze większym atutem jest drukarka, mogąca zapewnić wydruki w pięciu kolorach na żądanie – to wyjątek wśród typowych drukarek do kopert.

**Przekraczanie granic kreatywności**

Wyjątkową zaletą [systemu do drukowania kopert OKI serii Pro9000](https://www.oki.com/pl/printing/products/colour/graphic-arts/pro9000series-envelope-system/pro9542-envelope-feeder/index.html) jest możliwość dodania białego tonera do tradycyjnego druku czterokolorowego, dzięki zastosowanej innowacyjnej technologii druku cyfrowego LED firmy OKI. Urządzenie do druku pięciokolorowego (CMYK+W) umożliwia przekraczanie granic kreatywności. Pozwoli Twojej bezpośredniej kampanii pocztowej wyróżnić się na tle konkurencji, dzięki możliwości nakładania białego koloru na inne kolory lub jednego koloru na drugi i tworzenia w ten sposób atrakcyjnego, pełnego kolorów wydruku. Zapewnia to niezwykłe efekty w przypadku kopert o ciemnych kolorach. Tradycyjnie drukowanie w kolorze lub z wykorzystaniem bieli wiąże się z długimi i kosztownymi procesami, co często uniemożliwia niewielkim oraz nieco większym drukarniom oferowanie tej usługi klientom. W tym przypadku, przy minimalnej ilości wydruków jednej spersonalizowanej koperty drukowanie wysoce ukierunkowanych kampanii pocztowych na żądanie jest realną opcją, co umożliwia drukarniom rozszerzenie zakresu usług, jakie mogą zaoferować swoim klientom.

System do drukowania kopert serii Pro9000 obsługuje standardowe i niestandardowe rozmiary kopert oraz inne typy nośników, co pozwala uzyskać różnorodne formaty i wykończenia. To coś więcej niż drukarka do kopert. System do drukowania kopert serii Pro9000 zapewnia szerokie możliwości, umożliwia bowiem realizowanie wydruków na różnych powierzchniach – od zwykłego papieru, przez materiały syntetyczne, nośniki magnetyczne, poliester, przezroczyste folie, po grubszy karton (do 360 g/m) i inne.

Niskonakładowy druk kartek, na przykład kartek okolicznościowych, w ramach tradycyjnego druku realizowanego w firmach lub drukarniach do tej pory nie był opłacalny, ale drukarki do kopert serii Pro9000 pozwalają to robić w przystępnej cenie, umożliwiając niedrogie drukowanie na żądanie w krótkim czasie, zapewniające bezproblemową personalizację.

Kompaktowe, niedrogie i łatwe w obsłudze drukarki do kopert serii Pro9000 zapewniają firmom oraz drukarniom różnorodne i ekscytujące możliwości tworzenia bezpośrednich kampanii pocztowych.

Więcej informacji na temat drukarek do kopert serii Pro firmy OKI, mogących umożliwić rozszerzenie Twojej oferty wydruków, znajdziesz na stronie [www.envelope-printer.com](https://www.oki.com/pl/printing/products/colour/graphic-arts/pro9000series/pro9542/description/)

1 <https://www.forbes.com/sites/rogerdooley/2015/09/16/paper-vs-digital/#96b42a433c34>

2 <https://www.enthusem.com/blog/comparing-direct-mail-email-for-real-estate-marketing-campaigns>

3 <https://romax.co.uk/wp-content/uploads/2018/01/Romax-jicmail-annual-report.pdf>