

Ενισχύοντας την αξία της έντυπης επικοινωνίας

Μιλώντας για ολοκληρωμένη επικοινωνία marketing, ζητούμενο από τον κάθε marketer είναι να θέτει στόχους, να κατανέμει τους διαθέσιμους πόρους και στη συνέχεια να αποτιμά την αποτελεσματικότητα των ενεργειών διαφήμισης, της δημοσιότητας και των δημοσίων σχέσεων, της προσωπικής πώλησης, της προώθησης πωλήσεων και του άμεσου marketing. Όπως έχουμε αναφέρει και σε προηγούμενες “PressiousTyping” στήλες, μπορεί στην εποχή του web 3.0, την οποία διανύουμε, η τάση να είναι να αξιοποιείται όλο και συχνότερα και όλο και εντατικότερα η ηλεκτρονική επικοινωνία, ωστόσο η πράξη αποδεικνύει ότι και η **έντυπη επικοινωνία είναι παρούσα** σε καθεμία από τις μεταβλητές της Ολοκληρωμένης Επικοινωνίας Marketing. Προϊοντικοί κατάλογοι, διαφημιστικά έντυπα, έντυπο προωθητικό υλικό, εταιρικοί απολογισμοί, newsletters, προσωποποιημένα έντυπα και πολλά ακόμη προϊόντα εξακολουθούν να αποτυπώνονται και να εκτυπώνονται στο χαρτί.

Το ζητούμενο τελικά –αλλά και ταυτόχρονα η πρόκληση για το σύγχρονο marketer– δεν είναι να εγκαταλείψει τα έντυπα και να αξιοποιεί μόνο τα ηλεκτρονικά μέσα. Στόχος είναι η **δημιουργία και η ενίσχυση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων έντυπης επικοινωνίας**, τα οποία τελικά θα προσθέσουν αξία στην ίδια την επικοινωνία. Πώς όμως μπορεί να επιτευχθεί αυτό;

Η αλήθεια είναι πως μιλώντας για έντυπη επικοινωνία αναφερόμαστε σε πολλές και διαφορετικές τεχνικές και τεχνοτροπίες. Δεν είναι άλλωστε τυχαίος και ο όρος «γραφικές τέχνες», ο οποίος αναφέρεται σε μια μορφή τέχνης. Πώς μπορεί ο σύγχρονος marketer, που αφενός έχει πολύ περιορισμένες τεχνικές γνώσεις, αφετέρου δεν αντιστοιχεί στο ρόλο του το να είναι πλήρως τεχνικά καταρτισμένος, να δημιουργήσει έντυπα που ενισχύουν την αξία της επικοινωνίας του και συμβάλλουν στην επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων που έχουν τεθεί; Στο σημείο αυτό διαπιστώνουμε ότι ο marketer που θέλει να επικοινωνήσει αποτελεσματικά δεν πρέπει να αρκείται στη συνεργασία με μια εκτυπωτική εταιρεία που απλώς θα αναλάβει την εκτύπωση του προϊόντος που έχει σχεδιαστεί. Μιλώντας για marketing και για ικανοποίηση αναγκών, κρίνεται στο σημείο αυτό **απαραίτητη η παρουσία ενός συμβούλου στον τομέα της έντυπης επικοινωνίας**, ο οποίος θα ακούσει το συνεργάτη του, θα αφουγκραστεί τις ανάγκες του, θα αντιληφθεί το ζητούμενο της κάθε ενέργειας και θα είναι σε θέση να προτείνει συγκεκριμένες λύσεις και προϊόντα έντυπης επικοινωνίας που θα ικανοποιούν τον επικοινωνιακό στόχο κάθε ενέργειας.

Η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών από τις εκτυπωτικές εταιρείες και η διαμόρφωση πιο στενής συνεργασίας μεταξύ marketer και εκτυπωτικής εταιρείας, η οποία ξεφεύγει από τα όρια της ποιοτικής εκτύπωσης αρχείων, είναι η τάση στην παγκόσμια αγορά. Μία τάση που μόνο προς όφελος του marketer μπορεί να αποβεί. Προς αυτή την κατεύθυνση είναι προσανατολισμένοι και οι σύμβουλοι έντυπης επικοινωνίας της PressiousArvanitidis, αποσκοπώντας στο να κάνουν κάθε λευκή κόλλα χαρτί πολύτιμη για τους συνεργάτες τους.