

# L'expérience du client et l'essor du marketing imprimé

Tammy Tufty | Domtar | Responsable des communications de marketing

L'expérience du client est au cœur de nombreuses conversations au sujet du marketing. L'émergence de nouvelles technologies a considérablement changé les attentes du client dans les dernières années.

L'expérience du client est au cœur de nombreuses conversations au sujet du marketing. L'émergence de nouvelles technologies a considérablement changé les attentes du client dans les dernières années. Mais malgré l'évolution des technologies, certains principes de base ne changent pas, notamment le développement de relations personnelles avec votre clientèle. Le marketing imprimé excelle dans ce domaine, car il peut être personnalisé, et il est dynamique et tactile. De nombreux spécialistes du marketing affirment que « rehausser l'expérience du client » est une priorité commerciale principale pour leur entreprise. Je vous propose des tactiques de marketing imprimé visant à améliorer l'expérience de votre clientèle.

Le contenu dynamique

Figurez-vous que vous pouvez adapter votre contenu pour cibler différents canaux clients. Les technologies de données variables peuvent être employées pour échanger les images selon les segments de clients. La pertinence est essentielle pour les clients d'aujourd'hui. Dans l'esprit de votre client, vous devriez pouvoir différencier si celui-ci aime plutôt les chiens que les chats. Adressez-vous à votre partenaire de solutions d'impression sur les moyens d'intégrer cette stratégie dans votre prochain projet d'impression.

La personnalisation

J'apprécie vraiment lorsqu'une marque me donne un sentiment d'importance. Je remarque toujours le courrier qui comporte mon nom (surtout lorsqu'il est juste). Notre relation avec une marque dépend des émotions qu'elle suscite en nous. D'après la Direct Marketing Association, la personnalisation de votre message par l'impression de données variables peut multiplier votre RCI de 2 à 15 fois par rapport au rendement normal. Dans l'article « What's My Name! How Personalization Campaigns Up your Direct Mail Game » (Comment je m'appelle? Les campagnes de personnalisation au service de vos publipostages), j'aborde comment la personnalisation peut transformer votre campagne ordinaire en une campagne d'exception.

Techniques d'impression

Les améliorations apportées à vos efforts de marketing imprimé comme le gaufrage en relief ou en creux, l'encre en relief, les encres métalliques et l'estampage offrent aux clients une expérience mémorable. La nature tactile de l'imprimé est cruciale pour favoriser une expérience inspirée par votre marque. Quoi de plus personnel que quelque chose que l'on peut toucher? Aussi bien la qualité du papier que la variété des techniques influencent la perception du client à l'égard de votre marque. Dans le paysage actuel de l'impression, il est facile d'intégrer des techniques d'impression haut de gamme pour mettre en valeur votre imprimé. Dans son article « Improving Overall Print Goals Through Collaboration » (Améliorer les objectifs d'impression globaux par la collaboration), notre collègue Jill Dinicolantonio discute en profondeur des encres métalliques numériques et de comment faire preuve de créativité en utilisant les technologies d'impression numériques. Ces dernières ont évolué de manière à combiner facilement ces techniques avec de faibles quantités et des délais d'exécution rapides.

Tout comme l'expérience du client d'aujourd'hui, le marketing imprimé évolue et se réinvente sans cesse. Tirez le meilleur parti du marketing imprimé et intégrez ces techniques dans votre prochaine campagne de marketing. L'impression est un élément fondamental de votre expérience du client. Étant donné que les clients ont soif d'interactions personnalisées avec leurs marques favorites, il est important pour les entreprises d'établir un lien personnel, étroit et des plus extraordinaires. Le marketing imprimé peut répondre à tous ces enjeux et bien plus encore.

Tammy est responsable des communications de marketing pour la division des papiers de Domtar. Elle est fille d'imprimeur; l'encre et le papier coulent donc dans ses veines. Lorsqu'elle n'est pas occupée à conquérir le monde du papier, vous la trouverez à une partie de football de Virginia Tech ou à la plage avec son mari et ses deux filles.

[Domtar Blueline](#)