

Un moyen unique de maximiser économiquement l'influence de votre marque

Ariva

Parfois, revenir aux bases et évaluer comment tirer le meilleur parti de ce que l'on possède déjà peut engendrer une myriade d'idées.

Ce n'est un secret pour personne que plus un client est exposé au logo d'une marque, plus il est probable qu'il se souvienne de cette marque ultérieurement et surtout, qu'il l'achète. L'essor de la technologie et de la numérisation a permis aux entreprises de s'imposer de nombreuses manières, les unes les plus créatives que les autres. Des milliards de dollars sont injectés dans le marketing et la publicité chaque année pour permettre aux entreprises d'établir leur image de marque et de développer un message plus percutant dans un marché très concurrentiel. Mais un prix plus élevé se traduit-il toujours par un gain d'efficacité?

Parfois, revenir aux bases et évaluer comment tirer le meilleur parti de ce que l'on possède déjà peut engendrer une myriade d'idées. Souvent, les entreprises expédient des boîtes de carton avec impression personnalisée. Bien que cette option risque certainement d'influencer le destinataire ou le spectateur, les capacités d'impression du carton peuvent être limitées et coûteuses. Ces mêmes cartons ont certainement été scellés avec du ruban, mais les rubans avec impression personnalisée ne sont pas forcément envisagés, et encore moins exploités, par les entreprises.

En fonction de vos objectifs et de votre message, le ruban peut vous permettre de communiquer au-delà du positionnement de la marque de votre entreprise. Le ruban gommé (ou ruban à réactivation à l'eau) est fabriqué en papier et représente une option plus durable que les rubans autocollants. Il peut s'avérer être beaucoup plus économique d'imprimer sur un ruban gommé que sur du carton, et celui-ci offre généralement plus de capacités d'impression. Et ce n'est pas tout : il peut également offrir une efficacité et une stabilité 21 % supérieures au ruban en plastique.

De nombreuses marques qui sortent des sentiers battus ont employé cette technique avec succès. Un exemple est Amazon, le géant du commerce électronique, qui a exercé une grande influence ces dernières années. Amazon utilise un ruban gommé à réactivation à l'eau avec une conception saisissante et elle joue sur le contraste entre le noir et la couleur bleue unique de Prime. En outre, elle utilise son ruban pour offrir une expérience interactive à ses clients dans l'espoir qu'ils effectuent un achat ultérieur. Lorsque les clients balaient leur ruban adhésif avec leur téléphone intelligent sur l'application d'Amazon, cette dernière les récompense avec un coupon de 5 \$ de réduction.



Chez Ariva, nous reconnaissons les nombreux avantages du ruban adhésif avec impression personnalisée, et nous souhaitons que nos clients en fassent également l'expérience. Pour en savoir plus, communiquez avec votre représentant(e) des ventes Ariva et découvrez notre offre de rubans à réactivation à l'eau avec impression personnalisée.