

Materialele Promotionale - Cartea de vizita a unei afaceri

BUCURESTI - 3 septembrie 2019 ora 14:45

Comunicat tip General in Media / Publicitate, Retail, HR

Pentru a dezvolta modalitatile de comunicare in vederea generarii de rezultate, din ce in ce mai multe companii includ printre alte metode de comunicare si realizarea de materiale promotionale personalizate. In stabilirea unei bune strategii de marketing precum si in cadrul procesului de comunicare si promovare a unei companii, un rol foarte important il are, fara indoiala, calitatea materialelor promotionale. Fie ca vorbim de produse cu nume, logo, mesaj sau oferta unei companii, acestea sunt menite a creste vizibilitatea brandului companiei si a-i crea un nume bun si de incredere pe piata, transformand in realitate, ideile specialistilor in marketing si exprimand intr-o maniera creativa, originala, identitatea afacerii. Vorbind de originalitate si creativitate, o companie romaneasca, spre exemplu, a identificat un pachet de produse promotionale personalizate, numit kit-ul de team building.



Oferind un plus de expunere pentru afacere, ajutand la promovarea unui brand, a identitatii unei companii, materialele promotionale, ca important canal de comunicare, devin "cartea de vizita" a companiei. Studii recente arata ca aceste "carti de vizita", pot creste cu pana la 50% atat buna imagine a companie in fata clientilor sau a potentialilor clienti, cat si gradul de loialitate manifestat prin dorinta de a continua sa

cumpere produsele sau serviciile companiei si mai mult, sa le recomande si altora. Cele mai multe companii existente pe piata si care ofera servicii de calitate in realizarea de materiale promotionale personalizate, detin ateliere proprii si dispun de o serie de tehnologii de ultima generatie in procesul de tiparire, gravare, print de mari dimensiuni, serigrafiere sau tampografiere.

Tehnicile folosite in realizarea de materiale promotionale sunt actualmente, extrem de variate si vorbim aici de: tipar offset si digital (flyere, carti de vizita, postere, afise, brosuri, reviste, carti, cataloge, pana la mape, pungi de hartie in diverse formate); print digital indoor si outdoor (mesh-uri, bannere, roll-up, pop-up, colantari de vitrine, display-uri, litere volumetrice), print digital polikrom UV realizat direct pe obiectele promotionale. Una din metodele care se diferențiaza net fata de celelalte tehnologii este gravura, care se impune prin durabilitate extraordinara a marajelor executate, dar si prin rafinament si eleganta.

Tehnologiile de ultima generatie si oferta de servicii existenta pe piata sunt cat se poate de variate, insa printre criteriile de baza in alegerea pe care o facem raman cele referitoare la calitatea produselor si creativitate. Acest lucru influenteaza alegerea in ceea ce priveste materialele folosite in realizarea materialelor promotionale, dar si tipul de produse ales, care difera in functie si de domeniul de activitate al companiei. Daca materialele promotionale sunt folosite cu scop bine stabilit, iar compania stie foarte bine ce vrea sa transmita, aceste "carti de vizita", devin poate chiar mai eficiente decat reclamele din mass-media, si cu o audienta uneori chiar mai mare, cum afirma unii specialisti. Altfel spus, aceia care reusesc sa creeze o identitate vizuala puternica, care vor folosi materiale promotionale de calitate, vor alege obiectele promotionale adecvate domeniului de activitate al afacerii, atunci cu siguranta ca au ales materiale promotionale cu impact in rezultate pe termen lung.

COMUNICATEDEPRESA.RO