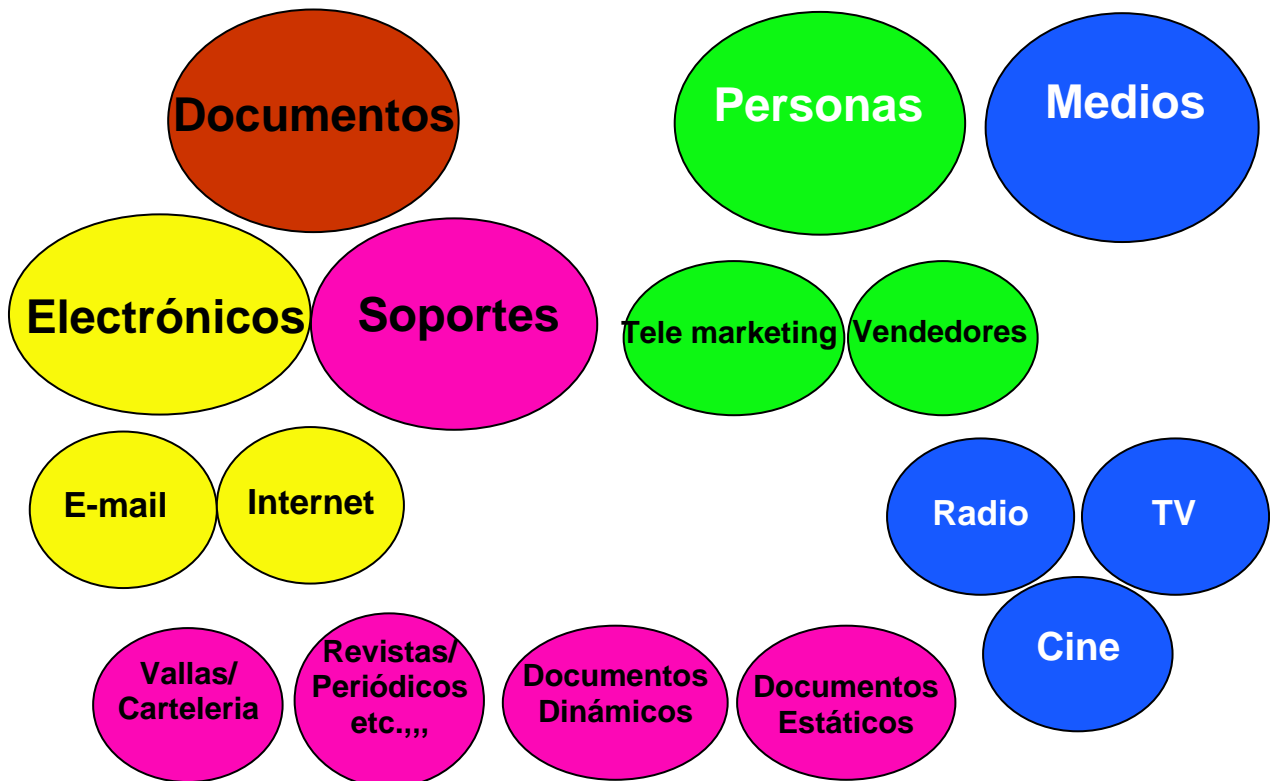


¿Por qué se imprimen documentos?

¿De que hablamos de impresión o comunicación?

¿Cómo se comunican nuestros clientes y prospectos?



Empresas

- Todos venden algo
- Todos necesitan dar a conocer su marca
- Comunicados dirigidos a la consecución de una venta o para que dicha venta permanezca
- Fidelizar a los clientes
- Vender mas de un producto
- En un mercado muy competitivo
- Retos de negocio
- Oportunidades de negocio
- Mejorar la claridad y comprensión de sus documentos
- Que se lean sus comunicados
- Que generen acción
-”La necesidad de una comunicación mas eficaz para competir en el mercado”

Cuatro tipos de clientes en el Mercado

Volumen de compra grande – compra de vez en cuando:

Objetivo: Crecer las relaciones

Estrategia: Comunicación frecuente, incentivarles con otros productos

Volumen de compra grande – compra habitual:

Objetivo: No perder este tipo de cliente

Estrategia: Marketing de fidelidad contacto personal

Volumen de compra pequeño – compra de vez en cuando:

Objetivo: Identificar a estos clientes

Estrategia: No invertir mucho dinero en estos clientes

Volumen de compra pequeño – compra habitual:

Objetivo: Compartir porfolio de productos

Estrategia: Elevar el valor de servicio

Qué ha cambiado en el mercado

- De un producto a muchos
- De menos a más competencia
- De cantidad a calidad de contacto
- De mayor producción a producción bajo demanda
- De poco a mucho cambio
- De crear nuevos clientes a fidelizar
- De un Marketing genérico a un Marketing personalizado



Qué ha cambiado en el mercado

- La necesidad de comunicarse
- La intención del Marketing

El primer mandamiento del Marketing: Conoce a tu cliente y comunícame con él en base a lo que conoces

La diferenciación está en el acercamiento comercial: El vendedor escucha y entiende las metas de negocio de su cliente

Son necesarios cambios substanciales para generar beneficios substanciales

Tendencia

- El crecimiento en la integración de la Web con la Impresión

La llave para que un proyecto de impresión tenga éxito

- Documentos más eficaces: Utilizar la información para motivar
- Flujos de trabajo más eficientes

Factores que influyen en la eficacia de un documento

- El color
- El contenido es conocido



- El contenido es interesante
- Una oferta específica para un determinado individuo
- Producir un documento en respuesta a un requerimiento
- Imágenes
- Clara colocación de los elementos en dicho documento
- Campañas eficaces: Son creadas con imágenes en color, con un contenido interesante y/o conocido las cuales van personalizadas a determinados individuos

¿Cómo se mide la eficacia?

- Respuestas más altas
- Respuestas más rápida
- Un tamaño de compra mayor

Flujos de trabajo más eficientes

- Automatizar la información dentro de un flujo de trabajo
- Imprime el contenido que el destinatario necesita
- Sin saturar al destinatario
- Reduciendo costes de papel, almacenamiento y envío

Aplicaciones



1. Marketing directo

- 1.1 Diseñados para ofertar y cerrar una venta de un tirón
- 1.2 Generan interés pero no el pedido final, incentivan el pedir mas información
- 1.3 Motivar al destinatario para que visite nuestra tienda
- 1.4 Potenciar satisfacción del cliente (Fidelidad)

2 Reposición (Fulfillment) y control de folletos

- 2.1 Folletos personalizados (apoyan la actividad de venta)

3. Transaccional

- 3.1 El marketing se esta introduciendo en el diseño de los documentos bancarios

Summary of Mark Hausin's Investment Portfolio

Fund Name	Investment	Previous Balance	Current Balance	Change for Quarter
Aggressive Fund	\$50.00	\$492.91	\$533.93	15.0%
Mid-Cap Fund	\$25.00	\$256.91	\$225.49	-11.5%
Bond Fund	\$50.00	\$190.91	\$199.93	11.0%
Gold Fund	\$15.00	\$150.91	\$168.93	9.2%

Capital Financial Group

Ms. Mark Hausin
#123 Oak Lane
San Francisco, CA 94117-0111
800.555.5555 (TOLL FREE)

Tuesday, February 8, 2000

Dear Mark,

Thanks to Capital Financial Group's ability to provide account statements, in our recent meeting session for the past year, we have introduced this personalized investment statement for account #123456789. This new statement format will provide easy to understand information both visually and graphically as seen below.

Summary of Mark Hausin's Investment Portfolio

Fund Name	Investment	Current Balance	Change for Quarter
Aggressive Fund	\$50.00	\$533.93	15.0%
Mid-Cap Fund	\$25.00	\$225.49	-11.5%
Bond Fund	\$50.00	\$199.93	11.0%
Gold Fund	\$15.00	\$168.93	9.2%

10% off

If there is anything else we can do for you, please let me know.
Thanks,
Sherry Mitchell
Sherry Mitchell
Investment Advisor

4. Comunicados internos y externos

5 Principios básicos

- **Principio 1: Determinar objetivos de negocio y medición de campaña**
- **Principio 2: Conoce tu audiencia y que es lo que quiere**
- **Principio 3: Usa maquetaciones eficaces y técnicas de diseño**
 - ¿El diseño capta la atención del lector?
 - ¿Es notable el contenido crítico dentro del documento?
 - ¿Se utiliza el contenido variable con eficacia para atraer al lector al documento?
- **Principio 4: Consigue métodos de medida de resultados**
 - Saber lo que estas midiendo**
 - Saber cómo y cuándo lo medirás**
 - ¿Puedes hacer seguimiento ha esas respuestas individuales y sacar más información?
- **Principio 5: Usa la tecnología de impresión digital para tu beneficio**

Diseña el documento en base a la información que tienes
 Varía el contenido para que el documento sea más relevante e interesante

The House Company.

Subject Line: Your thoughts about making of the market along with the experience and expertise of our real estate will guarantee the right apartment search for a successful, rewarding and enjoyable experience. Using the right approach will result in the different and variety.

Welcome to New York City! The "Big Apple" is one of the nation's most exciting and fast paced cities. At Douglas Elman, we recognize that finding an apartment in New York City comes to thinking of knowledge of the, the national professionals are ready to help you make the best choice and the knowledge of the fast paced market. Knowledge of the fast paced market you will be the experience of what is looking for the best group, and an understanding of the present New York market will be an essential part of the buying process. Don't just think. Douglas Elman's business knows. It uses the professional's past experience to help you find the right apartment for you. Search for an apartment and you will find the right apartment. (Subject Line Frequency)

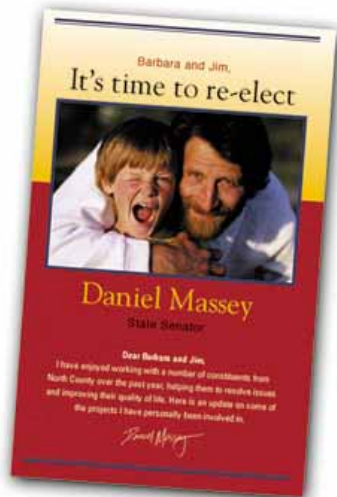
Your thoughts about making of the market along with the experience and expertise of our real estate will guarantee the right apartment search for a successful, rewarding and enjoyable experience. Using the right approach will result in the different and variety.

JEFF HENRY
 REAL ESTATE PROFESSIONAL

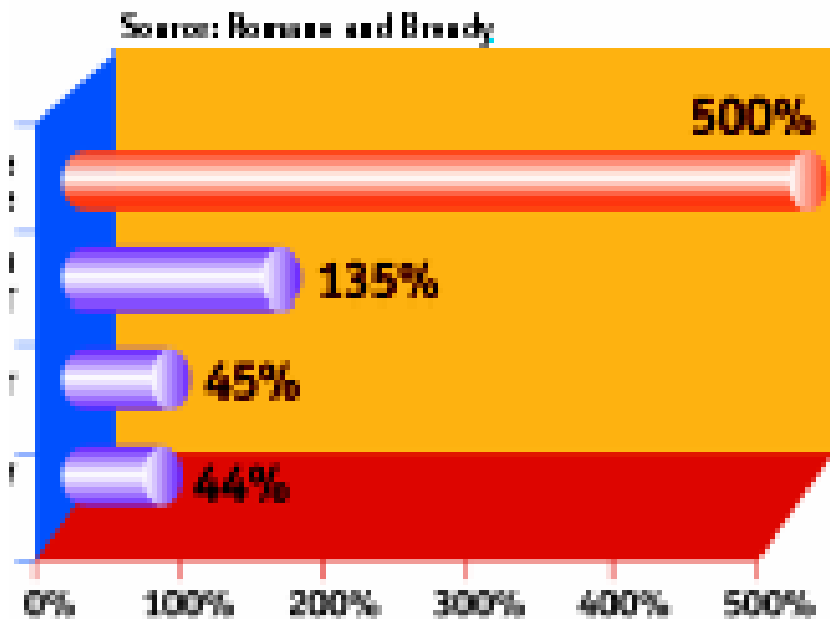
Usa la personalización como foco para conseguir el objetivo

El proceso

- “El color capta la atención del OBSERVADOR”
- “La personalización le convierte en LECTOR”



- ¿Qué le aporta la impresión digital?
 1. Poder utilizar mi patrimonio intelectual para poderme comunicar con el mercado
 2. Diseñar un comunicado diferente
 3. Una solución para retos y oportunidades de negocio.
 4. Fidelización
 5. Integrar el potencial que aporta la Web
 6. A aumentar los ratios de respuesta
 7. A reducir los costes por respuesta
 8. Flexibilidad y rapidez (imprimir lo que se necesita cuando se necesita)



¿Dónde encaja?

- “Para solucionar problemas de negocio”
- “Dirigirse a individuos que no responden a otros tipos de comunicación”

Someone very important is depending on you

It's more than a job,
it's a way of life
on the Sample ranch.

Being independent doesn't mean working alone

As an independent business owner you wear a lot of hats. Every day you make tough decisions about the market, the weather, and financial issues that could affect your business and family for years to come. You've worked hard to get what you have. Are you sure you have the right insurance protection for your current situation? Are you getting the best value for the coverage you have?

The Mutual of Omaha Companies have been insuring independent business owners for over 90 years. And since 1989, we have offered programs created to help livestock producers protect their financial security. That's why we're offering "What Every Livestock Producer Should Know About Insurance." This free booklet provides answers to commonly asked questions, exercises to help you evaluate your needs, a glossary of terms, and more. It's easy to read, easy to understand.

Learning more about your insurance options will help you make well-informed decisions – and help ensure a secure future for you and your family. Should you decide you need additional protection, the Mutual of Omaha Companies offer a full line of health, life, disability and supplemental insurance, as well as retirement planning services.

"What Every Livestock Producer Should Know About Insurance" is available at no cost or obligation. Mail this card, or call 1-800-321-7300 and use the reference number below your name to order.

Recommended reading:

YES, send my free copy of "What Every Livestock Producer Should Know About Insurance". I understand there is no cost or obligation.

Joe Sample
PO Box 123456
Anytown, USA 12345-6789
Reference number A12345

"What Every Livestock Producer Should Know About Insurance" is offered as a public service from the National Livestock Producers Association and the Mutual of Omaha Companies.


- “Dirigirse a un mercado difícil y de mucha competencia”
- Para venderle más a nuestros clientes
- Mayor impacto...más negocio y con un ahorro de envío
- Descuentos sobre lo que el cliente compra para fidelizar
- Invitaciones personalizadas para eventos



Comunicación Personalizada


- “Personalización”
 Cuando se imprime el nombre del cliente (Comunicación Personalizada)
 Un documento el cual contiene el nombre y aparte información específica la cual se sabe que tiene un valor o interés para el destinatario (Comunicación personalizada)©
 El proceso por el cual se aprenden las preferencias del cliente integrando a todas las relaciones con dicho cliente prácticas, las cuales generan satisfacción y crean una filosofía corporativa basada en la fidelidad de este. (CRM)
- ¿La personalización garantiza el éxito?
- El foco es la relevancia no la personalización
- ¿Cuántos más elementos variables mejor?..
- Empieza con algo sencillo



Working an apartment in New York has never been as difficult as it once was. In fact, our experienced professionals are ready to help you navigate the rental process and the complexities of the fast-paced market. Knowledge of what to expect when it comes to the rental process, and an understanding of the New York market will be an essential component in helping you attain the perfect home. Douglas Elliman's Real Estate Law and the team have prepared the guide to help you in the process.




The House Company.


Robert's Experience: Your thorough understanding of the market along with the experience and expertise of our rental agents will guarantee that your apartment search will be a successful, rewarding and enjoyable experience. Using the highest standards with all services and education is essential to the difference and quality.




Welcome to New York City! The "Big Apple" is one of the nation's most exciting and best destinations. At Douglas Elliman, we recognize that renting an apartment in New York has become an exciting and rewarding experience. Our experienced professionals are ready to help you understand the rental process and the complexities of the fast-paced market. Knowledge of the fast-paced market you will gain, the expertise of agents looking for the best property, and an understanding of the New York market will be an essential component in helping you attain the perfect home. Douglas Elliman's Real Estate Law and the team have prepared the guide to help you in the process. Robert's Experience: Your thorough understanding of the market along with the experience and expertise of our rental agents will guarantee that your apartment search will be a successful, rewarding and enjoyable experience. Using the highest standards with all services and education is essential to the difference and quality.





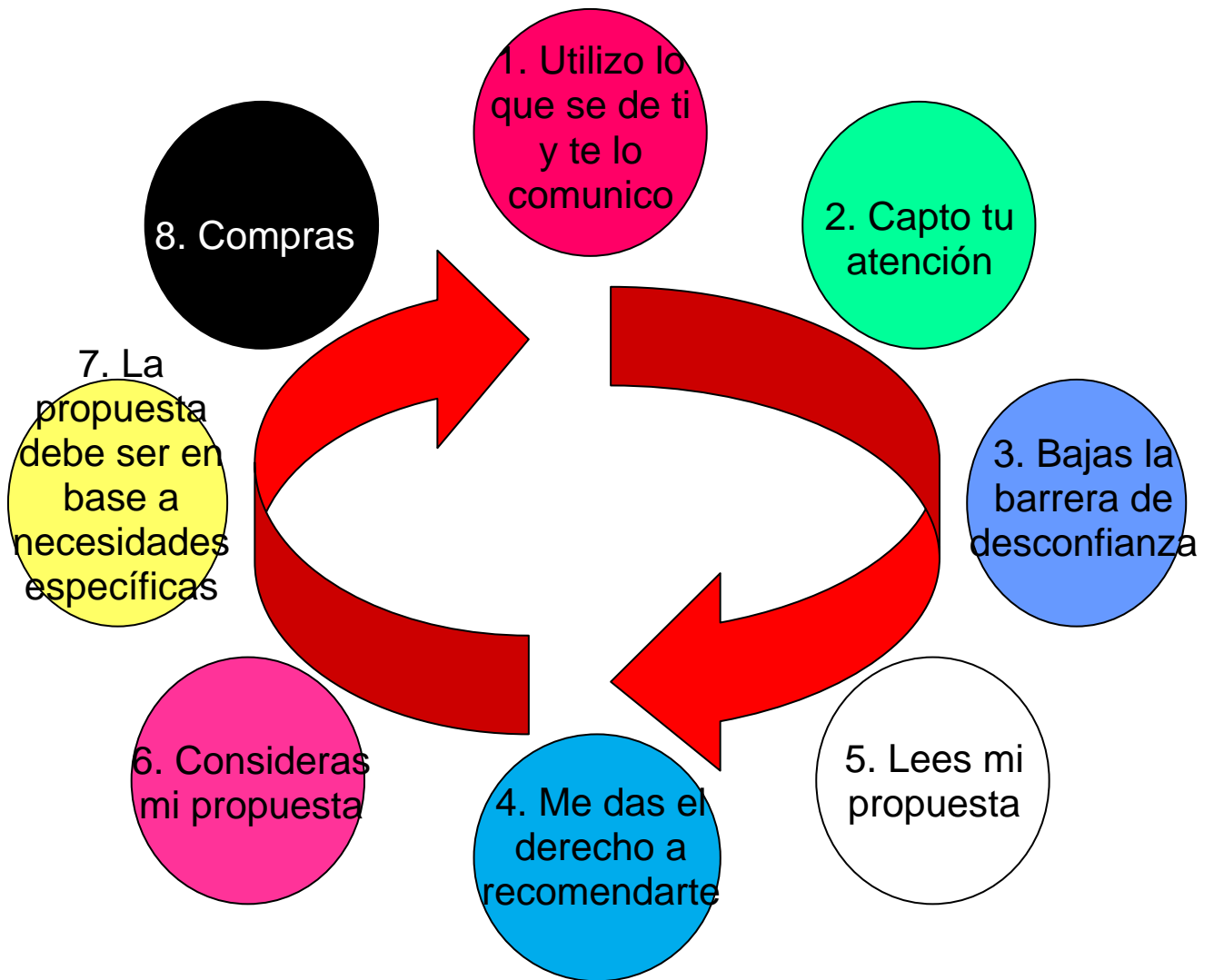
JEFF HENRY

Senior Real Estate Advisor | Commercial
Sales and Leasing



© 2014 Douglas Elliman Real Estate. All rights reserved. This document is for informational purposes only and does not constitute an offer of any financial product or service. Please contact your advisor for more information.

“El éxito de tratar a las personas como individuos diferentes con necesidades diferentes”



La importancia de medir la respuesta

1. Cada respuesta aporta información y conocimiento
2. 2. Puedes medir con dinero el éxito de dicha campaña
3. 3. Cuando sabes lo que funciona puedes invertir en ello

Análisis de costes

% Respuesta / 5.000 ejemplares

