

D'importantes retombées pour l'impression d'information variable

Que pensez-vous d'une augmentation de 10 % des revenus?

Par Hans Huijsing

« Grâce à PrintShop Mail, à l'avenir, nous prévoyons gagner des dizaines de milliers de dollars avec l'impression d'information variable. »

Progress Digital Printing, imprimeur commercial basé à Zoetermeer, aux Pays-Bas, a débuté dans le domaine de l'impression numérique en 1993 en achetant son premier système Docutech 135. L'imprimeur a alors reçu ses premières commandes d'impression personnalisée. Il a d'abord utilisé le publipostage, mais vu l'augmentation des commandes d'impression personnalisée, Progress Digital Printing ne pouvait pas toutes les accepter. C'était simplement trop lent et accaparait tout le réseau.

Puis, un spécialiste de Xerox a recommandé l'utilisation de PrintShop Mail. Cet outil d'impression s'est avéré si efficace dans le traitement des travaux d'impression d'information variable et si facile à utiliser que Progress Digital Printing a décidé de promouvoir activement l'impression d'information variable auprès de sa clientèle. Cela a donné de bons résultats!

« L'impression d'information variable a généré des dizaines de milliers de dollars de revenus supplémentaires pour nous », affirme Fred Hagg, directeur-proprétaire de Progress Digital Printing. « L'an dernier, environ dix pour cent de notre travail consistait en des tâches d'impression d'information variable au moyen de PrintShop Mail. Nous avons dû investir dans deux autres presses numériques Xerox afin de traiter toutes ces commandes. En outre, nous avons reçu d'autres commandes en relation directe avec les travaux d'impression d'information variable. Un de nos clients, un éditeur, a commandé un petit travail de publipostage personnalisé. Il en était très content et a immédiatement passé une commande pour 1,7 millions d'impressions. »

Cet effet de ventes croisées n'est qu'un des avantages de l'impression d'information variable. « Les clients ne vous donneraient pas le contenu de leur base de données s'ils ne vous faisaient pas confiance », explique Hagg. « L'impression d'information variable a renforcé nos relations avec les clients. Dès que nous imprimons une tâche, il y aura toujours de plus en plus de travail, de plus grande envergure. » Hagg conclut : « Grâce à PrintShop Mail, à l'avenir, nous prévoyons gagner des dizaines de milliers de dollars avec l'impression d'information variable. »

L'impression d'information variable devient rapidement le principal avantage de l'impression numérique. Pourquoi? Parce qu'il est possible d'offrir un message beaucoup plus personnalisé. L'impression personnalisée est une excellente façon d'améliorer vos communications destinées à la clientèle. De plus, cela indique que vous portez une attention spéciale à chacun de vos clients. Il s'agit là d'une réelle communication personnelle. Connaissez-vous une meilleure façon de communiquer?



Une augmentation de 10 % des revenus a été générée grâce à l'impression d'information variable effectuée par Fred Hagg, directeur-proprétaire de Progress Digital Printing et par Anne Britt der Hoeven, directrice de la production.

