

CAMPAGNE GIGIS



EAEMENTAA
PURE BEAUTY

Elemental is een nieuw huidverzorgingsmerk.

Dit luxe product is ontworpen om de kritische vrouw met een hoog besteedbaar inkomen te verleiden. Het product zal de zeer concurrerende schoonheidsindustrie bestormen met een krachtige marketingstrategie en sterke ondersteuning van retailers.

Ter voorbereiding op de introductie op de pan-Europese markt kreeg de legendarische modefotograaf Clive Booth de opdracht een reeks foto's te maken rond de thema's Aarde, Lucht, Vuur en Water, om zo fascinerende visuals en een gedenkwaardige merkaanwezigheid te creëren.

Maar Elemental is geen echt merk. U zult geen glossy advertenties in de modebladen zien of exclusieve samples in uw brievenbus ontvangen. Elemental is gecreëerd om het aanbod aan printtechnologieën, digitale mogelijkheden en marketingkennis te tonen dat Canon Print Service Providers (PSP's) kan bieden wanneer er met echte merken wordt gewerkt.

Elemental zal u er niet jonger laten uitzien, u geen nieuwe look geven en uw schoonheidsritueel niet verbeteren, maar het geeft u wel de perfecte demonstratie van hoe de nieuwste geïntegreerde technologie elk aspect van een hedendaagse marketingcampagne kan vervullen.

Van reclame en direct mail voor een eerste kennismaking met een merk, promoties in winkels en exclusieve evenementen in de detailhandel tot de aankoop en het uitpakken van het product.

Elemental toont hoe verschillende printtoepassingen samenwerken om een indrukwekkende marketingcampagne via meerdere kanalen te voeren.

Elemental is een schoonheidsmerk, maar de mogelijkheden van de vooruitstrevende PSP gecombineerd met de technologie en expertise van Canon, kunnen op elk merk in elke sector worden toegepast.

In de zeer concurrerende arena van retailmarketing moeten merkeigenaren, creatieve bureaus en PSP's de investeringen van een merk steeds vaker rechtvaardigen door de waarde van elke marketingvorm op elke locatie te bewijzen. De nieuwste cross-mediatechnieken slaan op effectieve wijze een brug tussen print en digitaal, waardoor merken de effectiviteit van elk consumentcontactpunt kunnen volgen en meten.

De moderne marketingarena draait op inzichten, creativiteit en het vermogen om zich aan te passen aan snel veranderende marktomstandigheden. Dankzij de vooruitgang op het gebied van digitale print kunnen PSP's nu sneller inspelen op tactische promoties of campagneaanpassingen door de merkeigenaar de mogelijkheid te bieden het marketingmateriaal aan te passen en te personaliseren en selectieve hoeveelheden materiaal voor zeer gerichte kortetermijncampagnes te printen.



Marketingteams hebben het vermogen op slimme wijze print met digitale formats te integreren waardoor de geweldige kans ontstaat om de ROI tijdens elk stadium van het kooptraject van de consument effectief te meten. Het was nog nooit zo makkelijk om de enorme waarde van print te bewijzen in complexe marketingcampagnes die via alle beschikbare kanalen worden gevoerd om de consument erbij te betrekken.

In deze gids ligt de focus op elk afzonderlijk campagne-element, van direct mailings tot buitendisplays, en van promoties en de aankleding in winkels tot productverpakkingen. Elk van deze afzonderlijk kan het succes van een merk een stimulans geven, en als ze tegelijkertijd naadloos met alle andere elementen samenwerken, versterken ze de impact van de algehele merkcampagne.

Canon ondersteunt PSP's bij het creëren van strategieën om hun bedrijf verder te helpen en hun volledige commerciële en creatieve potentieel te bereiken.

PSP's kunnen merken nu complete end-to-end oplossingen bieden, waarbij ze marketingmateriaal bedenken en produceren dat een merk vanuit het niets tot een wereldwijde bestseller kan maken. In de hedendaagse marketingomgeving speelt print een essentiële rol tijdens elke fase van het kooptraject van de consument, van de eerste merkbekendheid en de eerste aankoop tot het koesteren van merkentrouw op de lange termijn.





Het plannen van een marketingcampagne voor een product begint altijd met het uitstippelen van het kooptraject van de consument. Dit beschrijft de stappen die een consument aflegt wanneer hij een merk benadert, en kan variëren van eenvoudig (persoon ziet een advertentie voor een product en koopt het) tot complex, waarin meerdere consumentcontactpunten worden uitgestippeld met elk een doel en uitleg over het onderliggende verband.

Voor een internationale productintroduktie is een naadloze campagne nodig om de consument via verschillende manieren kennis te laten maken met het nieuwe merk. Zowel print als digitaal spelen een rol in een campagne via meerdere kanalen, van het scheppen van bewustzijn van het product met gerichte direct marketing en reclame tot de ervaring in de winkel en de uiteindelijke aankoop.

Het aanbod aan marketingkanalen is de afgelopen tien jaar exponentieel toegenomen. Online, e-mail, mobiel, sociale media en video bieden nieuwe opties voor het leveren van een gecombineerde 360-graden campagne. Het is die integratie van verscheidene kanalen met een combinatie van print en digitaal die van een merkcampagne een succes maakt.

Printreclame en direct mail kunnen worden ontworpen om consumenten online te stimuleren, waar ze meer informatie over een product kunnen vinden voordat ze tot een aankoop overgaan. Wanneer ze online iets kopen, kan transpromotionele content op hun bestelbon, factuur of ontvangstbewijs ze aanmoedigen tot nog een aankoop over te gaan. Informatie die online door de consument wordt verzameld, kan de merkeigenaar helpen gedetailleerdere consumentprofielen te maken die het gericht verzenden van productinformatie en relevante promoties op de lange termijn verbeteren.

Thuis

1. Gepersonaliseerde direct mail
2. Factuur-, transactiecommunicatie
3. Mailing over 'achtergelaten winkelwagen'
4. E-mail, webwinkel

Op straat

5. Signage
6. Raamfolie
7. Posters

In de winkel

8. Winkeltasjes
9. POS-display
10. Wandbekleding - muurschildering
11. Banner
12. Vloergraphic
13. Documentenmap
14. Wandbekleding - behang
15. Fotoboek
16. Kartonnen verpakking



Geprinte marketingtools kunnen ook effectief de consument aanmoedigen naar de winkel te gaan. Een breed aanbod van verdere naamsbekendheid en promoties in het verkooppunt kan ze naar het product leiden en hun koopbeslissing beïnvloeden door een meeslepende ervaring te scheppen.

De Elemental-marketingcampagne leidt u door een typisch kooptraject van de consument en toont de vele manieren waarop print aan het marketingproces bijdraagt en de merkbetrokkenheid vergroot.

Het belang van massaal gepersonaliseerde promotionele communicatie tijdens het traject van de consument richting het doen van een aankoop kan niet worden onderschat.



Een consument een zeer gericht, gepersonaliseerd verkoopbericht sturen dat bij hem thuis wordt afgeleverd, is een krachtige manier om de aandacht te trekken. Als onderdeel van een bredere campagne via meerdere kanalen helpt dit het merkbewustzijn te vergroten en consumenten te inspireren tot actie over te gaan.

Met gebruik van de nieuwste digitale printtechnologie kan een merk gegevens gebruiken om communicatie op maat te maken en campagneberichten af te stemmen voor maximale effectiviteit wanneer ze potentiële consumenten benaderen.

Of het er nu om gaat een consument online te herinneren aan een achtergelaten winkelwagen of een prospect uit te nodigen voor een exclusief evenement, de veelzijdigheid van gepersonaliseerde promotionele communicatie biedt een merk meerdere mogelijkheden om de consument met een aantal verschillende mailingopties te bereiken.

De gemiddelde persoon ziet naar schatting elke dag duizenden marketingberichten, dus is het van essentieel belang dat merken zich onderscheiden van de stortvloed aan reclame en hun communicatie laten opvallen.

Het voordeel van print ten opzichte van digitale communicatie ligt in de visuele en tastbare impact en de emotionele aantrekkingskracht van het ontvangen van gepersonaliseerde post.

Merken kunnen ook creatief met hun marketing en berichten zijn, bijvoorbeeld door complexere designs en afbeeldingen evenals opvallendere foto's erin op te nemen. Dankzij het vermogen om direct mail in verschillende formaten, vormen, kleuren en structuren te maken, hebben merken een nieuwe manier om de ontvanger te verrassen en te plezieren en ze aan te moedigen de verkoopcyclus in te gaan.

Het belangrijkste voordeel van de hedendaagse on-demand promotionele communicatie ligt in de flexibiliteit ervan. Kleine aanpassingen in een campagne door wijzigingen in gegevensanalyses kunnen snel en eenvoudig worden aangebracht. Dankzij een snel groeiend aanbod aan digitale toepassingen en productietechnieken kan een merk een stap voorblijven en marketingmateriaal alleen printen wanneer dat nodig is.

48%

van de mensen beschouwt direct mail als een goede manier voor merken om hen te benaderen

Wilmington Millennium, Consumer Direct Mail Benchmarking Study, 2017

70%

is het eens met de bewering dat post een betere indruk geeft van het bedrijf dat die post verstuurt, dan e-mail

Royal Mail MarketReach, 2017

Post opnemen in de marketingmix verhoogt de ROI met

12%

Royal Mail MarketReach, 2017

Direct Mail – Merkbekendheid

Ansichtkaarten hebben het benijdenswaardige vermogen direct impact te maken op het moment waarop ze worden ontvangen. Zonder een envelop te hoeven openen, kan de consument snel de afbeelding, het merk, de aanbieding en het voordeel in één oogopslag in zich opnemen. Combineer dat met de efficiëntie van digitale productie en gerichte databases en op de deurmat ligt een in het oog springende en voordelige eerste stap voor het kooptraject van de consument die direct opvalt.

Elke andere grootte dan de traditionele grootte van de Ansichtkaart trekt direct de aandacht. Een grotere Ansichtkaart of bijvoorbeeld een poststuk met venstervouw valt nog meer op. Door de extra ruimte voor de reclame en de optie productsamples in de vouw te doen, is deze vorm ideaal om consumenten die hun 'winkelwagen hebben achtergelaten' te benaderen en de kans dat ze de aankoop zullen voltooien, te vergroten.

Premium, gepersonaliseerde direct mail kan ook worden gebruikt om de relatie met de consument warm te houden, bijvoorbeeld door ze voor een VIP-evenement uit te nodigen of ze lid van een exclusieve community te laten worden.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de functie voor langere vellen papier op de imagePRESS C750 om te profiteren van nog meer ruimte voor promoties en om op te vallen met aparte substraten.

Gebruik de Océ VarioPrint i-serie voor grotere volumes direct mail of om de interesse via tastbare interactie te wekken; hiermee kunt u verschillende media combineren.



Massaal gepersonaliseerde mailing



Hoogstaande direct mailing



Eénstuksmailing



Mailing met venstervouw



Lange Ansichtkaart



Ansichtkaarten

Direct Mail – promotioneel

De meeste mensen zijn dol op cadeautjes en ontvangen graag aanbiedingen waardoor ze zich als consument gewaardeerd voelen. Het versturen van een hoogwaardige gepersonaliseerde A4-mailing naar een consument zal zeker de aandacht trekken zodra die door de brievenbus komt, vooral als die mailing treffende afbeeldingen en een aantrekkelijke verkoopboodschap bevat. Voeg daar nog een afscheurbare bon met een waardevolle aanbieding of een gefrankeerde Ansichtkaart voor een gratis sample aan toe en de aanbieding – plus het merk – zullen tot en met het koopmoment in de gedachten van de consument blijven.

En deze luxe mailings kunnen, zoals alle andere on-demand communicatie, worden gepersonaliseerd en op de interesses van de consument worden aangepast. Dit is handig om consumenten bijvoorbeeld naar een exclusief VIP-consumentenevenement te lokken.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de unieke auto-duplex functie voor lange vellen papier op de imagePRESS C750 en creëer afscheurbare delen voor consumentaanbiedingen en incentives.

De Océ ProStream 1000 is geschikt voor de industriële productie van individueel gerichte promotionele communicatie via massapersonalisering en biedt een winnende combinatie van hoge productiviteit, levendige kleurentuitvoer van offset-kwaliteit en veelzijdigheid voor variabele gegevens.

Gebruik de EFI DirectSmile Cross Media-oplossing van Canon om marketingcampagnes zowel voor print als digitaal te ontwerpen, te personaliseren en te automatiseren.



Mailing op lang A4-vel

Transactionele communicatie/facturen

Door optimaal gebruik te maken van de voordelen van digitaal printen en dataminging, kunnen organisaties transactionele gegevens en marketingberichten in een enkel, verfijnd communicatiebericht samenvoegen en dat als aandacht-trekkende marketingtool gebruiken. Dergelijke documenten versterken de naamsbekendheid en vergroten de aandacht door factuurgegevens met reclame te combineren. Cross-sell- en up-sell-activiteiten kunnen nu allemaal in één document zitten in plaats van in aparte reclameflyers en -mailings. Transactionele marketing maakt gebruik van de extra aandacht die consumenten aan transactionele documenten besteden. De gemiddelde ontvanger besteedt ongeveer 15 seconden aan het kijken naar direct mail, maar bijna drie keer zo lang aan een transactioneel marketingdocument.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de Océ ColorStream 6000 Chroma voor een voordelige productie van whitepapers waarmee merken kleur- en designelementen kunnen opnemen om de navigatie en het behoud van factuurgegevens te verbeteren.



Waarschijnlijk heeft niets zo'n grote invloed op de detailhandel gehad als de opmars van het internet. Elke stap tijdens het kooptraject van de consument, van het bewust worden van een product tot de aankoop, wordt nu digitaal gedomineerd, tot het punt dat de traditionele retailomgeving bedreigd lijkt te worden.



Maar het is belangrijk te onthouden dat online winkelen momenteel nog maar een klein deel van de retailactiviteiten beslaat, wat betekent dat het merendeel van de aankopen nog steeds in winkels plaatsvindt. In het Verenigd Koninkrijk bedroegen de online aankopen in de prestigieuze schoonheidsindustrie volgens onderzoeksbureau NPD Group bijvoorbeeld slechts 14% van de totale verkoop.

De redenen voor deze blijvende populariteit van fysieke winkels zijn vooral in de winkelervaring zelf te vinden. De mogelijkheid voor de consument om producten aan te raken, te voelen en te proberen voordat ze die kopen, evenals de directe voldoening die een aankoop brengt, bieden de ideale omgeving voor merken om hun producten aan een ontvankelijke consumentengroep aan te bieden.

Maar met dubbele groeicijfers in retailactiviteiten raakt deze arena steeds voller en moeten merken nóg beter hun best doen om op te vallen.

Naast andere marketingactiviteiten via meerdere kanalen kan het gebruiken van een verscheidenheid aan marketingmateriaal in de winkel ook helpen de aandacht van consumenten te trekken en vast te houden en ze verleiden tot die last-minute impulsaankoop.

Merken zoeken altijd naar innovatieve manieren om promoties te adverteren. Evenzo willen winkels continu hun omgeving vernieuwen om er fris en aantrekkelijk te blijven uitzien. Geprint merkmarketingmateriaal speelt een belangrijke rol in de winkelervaring en heeft een essentiële functie tijdens het kooptraject van de consument, van verbluffende posters en banners die de consument laten stilstaan, tot signage en POS-displays die ze naar het product leiden.

ROI op POS is gemakkelijk te beoordelen - zelfs subjectief - en merken kunnen inzichten direct gebruiken om toekomstige concepten aan te passen.

Door hoogwaardige, kleurvaste displays te maken die gemakkelijk te installeren en te demonteren zijn, kunnen PSP's ervoor zorgen dat het verkooppunt een bredere merkcommunicatie weerspiegelt, zelfs voor luxe merken.

78%

van het winkelend publiek noemt de mogelijkheid om producten aan te raken, te voelen en te proberen een belangrijke reden om naar een winkel te gaan

Mood Media, The State of Brick & Mortar, 2017

8 van de 10

marketeers waarderen verkooppunten als het effectiefste marketingkanaal om de aankoopbeslissingen van het winkelende publiek te beïnvloeden

Creo, Point of Sale Industry Report, 2017

Britten geven elk jaar een geschatte

£ 21,7 miljard

uit aan impulsaankopen

DisplayMode, 2016

59%

van de mensen wil een uitnodigende sfeer tijdens het winkelen

PwC, Total Retail Survey, 2017

Raamfolie

Nog voordat een consument door de deur naar binnen loopt wordt hij vaak al verleid door de etalage. Visuele merchandising, zoals raamfolie, biedt een precies, dubbelzijdig reclamemedium dat aantrekkelijk is, ongeacht of de consument binnen of buiten is. Dit innovatieve middel wordt geprint op hoogwaardige folie en werkt non-stop zodat het een waardevolle aanvulling op de etalage en interieurdisplays is.

▷ TOPTIPS:

Voor creatieve oplossingen zoals dubbelzijdige reclame en transparante graphics zijn de meerlaagse en witte inktprintingmogelijkheden van de Océ Arizona ideaal voor raamfolie, zonder de noodzaak een geperforeerd substraat te gebruiken.



Raamfolie



Signage

Banners, posters en signage

In de detailhandel wordt volop gebruikgemaakt van signage in een winkel. Dit wordt als reclame en als bewegwijzering gebruikt om de consument op het product te wijzen terwijl de interesse in de voordelen ervan gewekt worden. Het eenvoudige format biedt voordelige, hoogwaardige marketing met een snelle doorlooptijd die helpt van de kijker een koper te maken en de trouwe consument helpt zijn of haar favoriete product te vinden.

Wat betreft directe aandacht voor nieuwe producten en promoties is er weinig wat de traditionele banner in een winkel kan verslaan om de aandacht van consumenten te trekken wanneer ze door de gangpaden langs talloze andere merken lopen.

Posters zijn het ultieme flexibele reclamemiddel, waarmee de merkboodschap snel en eenvoudig kan worden overgedragen door afbeeldingen in hoge resolutie op een prominente plaats te zetten om de nieuwsgierige consument te lokken. Posters kunnen snel voor individuele winkels en specifieke promoties worden gemaakt en aangepast, en daarnaast bijvoorbeeld om te reageren op marktomstandigheden of prijzen van de concurrentie.

Of het nu gaat om het aantrekken van nieuwe consumenten of het herinneren van trouwe fans, banners, posters en andere manieren van signage zijn belangrijk voor het promoten van een merk terwijl ze naadloos in de bestaande winkelomgeving opgaan. Deze hoogwaardige, slijtvaste, visueel schitterende displays ondersteunen zowel kortlopende reclamecampagnes als langlopende seizoensthema's.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de Océ Colorado voor hoogwaardige prints om van dichtbij te bekijken. De UVgel-inkt levert duurzame uitvoer die geschikt is voor tal van signagetoepassingen, zonder de noodzaak voor extra laminering.

POS-display

POS blijft een waardevol marketingkanaal in de winkel, waarbij displays steeds geavanceerder en doelgerichter worden dankzij krachtige digitale technologie waarmee visueel mooier werk mogelijk is. Succesvolle POS werkt naadloos met alle andere marketing in de winkel om de consument dat laatste zetje richting aankoop te geven, en hun beslissing waardeert door de merkervaring te verbeteren.

▷ TOPTIPS:

Als u actief wilt worden op het gebied van driedimensionale POS-displays met materialen zoals golfkarton of polypropyleen, gebruik dan de Océ Arizona-flatbedtechnologie in combinatie met Océ ProCut-snijapparaten.



POS-display

Fotoboeken

Het fotoboek is een steeds populairder wordende marketingtool, vooral in de schoonheids- en auto-industrie, waar hoogwaardige afbeeldingen het hart van een campagne vormen. Prachtig gebonden en met een schitterende kraft komen afbeeldingen tot leven met prints van de hoogste kwaliteit om een waarlijk meeslepende merkervaring te bieden die producten op hun best laat zien. Fotoboeken worden gebruikt voor exclusieve consumentevenementen of als een middel om de consument in de winkel te betrekken. Ze zijn luxe en tastbaar, waardoor consumenten worden aangemoedigd een emotionele band met het merk te krijgen.

Fotoboek



▷ TOPTIPS:

Als automatische dubbele snijder voor de perfecte afwerking van fotoboeken in de hoogste kwaliteit gebruikt u de DreamLabo 5000 waarmee u automatisch dubbelzijdig kunt printen met een snelheid van 1000 A4-pagina's per uur en met dubbele inktcartridges voor continu printen.

De imagePRESS kan worden gebruikt voor hoogwaardige, kleinere weggeefversies van de boeken om de meeslepende ervaring van de consument thuis voort te zetten. De substraattopties voor afwerking en structuur maken de productie van creatievere marketingtoepassingen mogelijk.

Buitenreclame blijft een van de succesverhalen van marketing. Merkeigenaren en marketeers zijn dol op buitenreclame, niet alleen vanwege de effectiviteit, maar ook vanwege de creatieve mogelijkheden die buitenreclame biedt. Het feit dat het niet genegeerd, vermeden of geblokkeerd kan worden, betekent dat een merk zijn boodschap mogelijk aan miljoenen consumenten kan overbrengen, waardoor een merk een iconische status kan krijgen en er bekendheid van de producten wordt gecreëerd.



Maar buiten is niet langer alleen maar het ophangen van posters. Meer verfijndheid op het gebied van gerichte acties, planning en analyse betekent dat bedrijven een groter en slimmer pakket van marketingtools tot hun beschikking hebben. Geo-targeting, op gegevens gebaseerde analyses en specialistische technieken voor meting van het publiek zorgen ervoor dat campagnes met buitenreclame kunnen worden afgestemd op en aangepast aan specifieke locaties en promoties.

Campagnes kunnen bijvoorbeeld instrumenten gebruiken, zoals promotiecodes en scanbare QR-codes, om de effectiviteit van buitenreclame in het opwekken van reacties te volgen en zelfs om locatiespecifieke gegevens te verzamelen.

Enkele van 's werelds meest gedenkwaardige reclames zijn buiten te vinden, waarbij het grote aanbod van locaties, de enorme beschikbare ruimte en de positieve impact van toekomstige technologie een grote invloed op de levens van consumenten hebben.

83%

van de mensen herinnert zich in de laatste 30 minuten voor het winkelen buitenreclame te hebben gezien

Outsmart, Last Window of Influence, 2011

98%

van de mensen ziet elke week buitenreclame

Route, Audience Measurement for Out of Home, 2016

Banners en posters voor buiten

Banners zijn een pijler voor buitenreclame door de combinatie van een krachtige boodschap en schitterende afbeeldingen om een merk in het geheugen van mensen te griffen, ongeacht of die banners nu gebruikt worden om de aandacht te trekken van degenen die op de bus staan te wachten, of van degenen die gewoon door een stadscentrum wandelen. En wanneer die banners strategisch worden geplaatst en aantrekkelijke promoties aan een relevant publiek bieden, kan een product snel van een mogelijke aankoop in een must-have veranderen.

De traditionele buitenposter bestaat al sinds het begin van de reclame, maar heeft nog niets van zijn kracht verloren om een consument te beïnvloeden tot actie over te gaan. Banners en posters kunnen snel en eenvoudig worden geproduceerd en verspreid en kunnen worden gemaakt en aangepast om snel op marktomstandigheden en aanbiedingen van concurrenten te reageren. Hierdoor krijgt een merk ultieme flexibiliteit, terwijl het tegelijkertijd een blijvende indruk kan maken.

▷ TOPTIPS:

Gebruik voor buitentoepassingen de Océ Colorado om te profiteren van de weers- en UV-bestendigheid.



Banners

Backlit signage

Backlit signage heeft het duidelijke voordeel dat het 24 uur per dag werkt, maar ook dat het merken tot leven brengt. Kleuren die worden verlicht, krijgen een intense helderheid waardoor de aandacht wordt getrokken. Deze levendige kwaliteit is net zo schitterend vanaf een afstand als van dichtbij, en biedt de creatieve marketeer tal van mogelijkheden om diens merk echt te laten stralen.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de speciale dag-/nachtfunctie op de Océ Arizona om ervoor te zorgen dat de graphics levendig en indrukwekkend blijven, ongeacht of ze overdag of in de donkere uren worden bekeken.



Backlit sign

Signage - bewegwijzering

Buitensignage kan voor allerlei doeleinden dienen, van het overbrengen van een eenvoudige reclameboodschap in een kleine ruimte, tot het geven van routebeschrijvingen aan een consument naar de dichtstbijzijnde winkel die het geadverteerde product verkoopt. Ongeacht het gebruik helpt signage de merkaanwezigheid buiten de winkelomgeving op effectieve wijze te onderhouden.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de Océ Arizona om direct op vrijwel elk stevig materiaal te printen. Met deze technologie kunnen merken elk straatmeubilair in een creatief communicatieplatform veranderen.



Posters

De invloed van productverpakking en de ervaring van het uitpakken worden elk jaar groter. Bij het creëren van hun verpakking richten met name luxe merken zich steeds meer op het stimuleren van de zintuigen van de consument.



Visuele aantrekking, gewicht, structuur, complexiteit, zelfs het geluid en de geur horend bij het openen van een product zijn allemaal nauw verbonden met de identiteit en waarden van het merk.

Merken begrijpen het belang van verpakkingen voor de consument en zoeken constant naar nieuwe spannende manieren om hun producten direct te laten opvallen, waardoor de verpakking net zo zeer een onderdeel van de merkervaring wordt als het product zelf.

Met het voordeel van digitale printtechnologie kunnen merken nu hun verpakkingen vernieuwen en integreren in hun eigen online en offline campagnes.

Verpakkingen kunnen nu daadwerkelijk consumenten binden en merken ten volle laten profiteren van de creatieve kansen die ze brengen, van prototypen en het produceren van dozen in kleine oplagen met tal van designs tot volledige personalisering voor de individuele consument.

Maar het zijn niet alleen het traditionele papier en karton die de complete creatieve behandeling kunnen ondergaan. De vooruitgang op het gebied van industriële inkjettechnologie betekent dat complexe designs nu op allerlei verschillende materialen, waaronder hout, metaal en plastic, kunnen worden geprint. Hierdoor gaat er een geheel nieuwe wereld met unieke verpakkingen en productdesignmogelijkheden open.

41%

van de consumenten zegt dat een van hun belangrijkste aankoopbeslissingen op de milieuvriendelijke aard van de verpakking is gebaseerd

Nielsen Global, Nielsen Global Corporate Social Responsibility Report, 2015

65%

van de consumenten heeft iets nieuws geprobeerd vanwege de verpakking

WestRock, Packaging Matters Pulse, 2017

49%

37%

29%

Verpakkingsbedrijven die digitaal printen overwegen, zien kostenbesparingen (49%), het vermogen een product sneller op de markt te brengen (37%) en een verlaging van verpakkingsinventaris (29%) als de belangrijkste drijfveren

Packaging World in partnerschap met GrCI aan Cal Poly, Emerging Technologies for Packaging Innovation, 2014

VERPAKKINGEN, INDUSTRIEEL EN FUNCTIONEEL

Kartonnen verpakking

De doos of kartonnen verpakking waarin het product wordt geleverd, is een belangrijk onderdeel tijdens het kooptraject van de consument. Om iets te produceren wat de consument aanspreekt en aan de complexe vereisten aan hedendaagse verpakkingen voldoet, zijn er hoogwaardige printtechnieken en voordelige processen nodig. Flexibel en nauwkeurig snijden, vouwen, perforeren en samenstellen zijn allemaal nodig om kartonnen verpakkingen - of winkeltasjes met merkopdruk - te maken die de uitstraling van een kwaliteitsproduct hebben. Of het nu gaat om het creëren van kartonnen verpakkingen voor internationale campagnes, exclusieve kortlopende promoties of prototypen om individuele designs te testen, digitale print is nu dé technologie voor merken die in de winkelschappen willen opvallen.

▷ TOPTIPS:

Gebruik multi-up lay-outs en print-en-snijworkflows op de Océ Arizona voor prototypen met schitterende textuurmatige effecten en spotvernis voor extra visuele impact.

Digitaal geprinte winkeltasjes kunnen als een integraal onderdeel van een algehele merkcampagne worden gebruikt. Gebruik de Océ ColorStream-serie voor totale productieflexibiliteit voor verschillende formaten tasjes in een enkele printtaak. Deze serie biedt de hoogste beschikbaarheidsgraad van printers op de markt.



Kartonnen verpakking

Verpakkingsbijlagen

Verpakkingsbijlagen zijn vaak verplichte documenten en moeten daardoor dus leesbaar zijn. Ze kunnen echter ook een belangrijke rol in de grotere merkervaring spelen - ze kunnen de keuze van de consument bevestigen en het vertrouwen in het merk vergroten. Of het nu gaat om korting op toekomstige aankopen, bedieningsinstructies, wettelijke informatie of gezondheids- en veiligheidsadviezen bij producten, bijsluiters worden met zorg ontworpen en vervaardigd om de uitpakkingservaring zo eenvoudig en gunstig mogelijk te maken. Vaak zijn versies in meerdere talen een extra vereiste.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de VarioPrint 6000 TITAN-serie om verpakkingsbijlagen op substraten zo licht als 45 gsm te printen.



Verpakkingsbijlage

Productdecoratie

Het aanbod aan materialen waarop geprint kan worden, neemt toe waardoor merken nieuwe mogelijkheden krijgen om echt innovatief te zijn met hun design en hun producten boven die van hun concurrenten uit te laten stijgen. Productdecoratie is ideaal voor prototypen in kleine oplagen evenals volledige productuitrol, en is nu op het punt waarop het volledige potentieel kan worden bereikt om nieuwe niveaus van onderscheiding door middel van personalisering te creëren.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de Océ Arizona om gepersonaliseerde en grafische designs op verschillende soorten objecten te printen. Door direct op de objecten te printen ontstaat er een luxere uitstraling in vergelijking met een traditioneel zelfklevend label.



Productdecoratie - compacte spiegels

Interieur is een steeds belangrijker onderdeel van winkelomgevingen en is een van de grootste groeisectoren in de design- en printindustrie. Digitaal geprinte wandbekleding, vloergraphics en artistieke prints worden een vereiste voor grote productintroducties in de detailhandel.



Terwijl elk merk op zoek is naar een onderscheidende identiteit om op te vallen tussen de concurrenten, moeten ervaringen van consumenten visueel consistent zijn, ongeacht of ze in de winkel of online plaatsvinden.

De sleutel tot een effectief interieurdesign is een naadloze integratie in een campagne via meerdere kanalen, waarbij precies de juiste sfeer in de winkel wordt gecreëerd om een consument te inspireren en tot een aankoop te verleiden.

De snelle aard van de moderne retailsector en de flexibiliteit van interieurs betekenen ook dat ruimtes snel kunnen worden bijgewerkt en opgefrist, wat een goed voorbeeld is van de noodzaak voor merken om hun promoties constant aan te passen om te voldoen aan de eisen van de consumenten of om een sfeer passend bij het seizoen te scheppen.

Maar niet alleen traditionele winkels profiteren van de voordelen van de interesse van merken in interieur. Pop-upwinkels hebben de luxe van het beginnen met een lege ruimte en vele ervan zijn omgetoerd tot 360-graden ervaringen waarbij de consument omhuld wordt in de visuele identiteit en reclamemateriaal van het merk.

Het is duidelijk dat, nu merken op zoek zijn naar meer en meer originele manieren om de aandacht van consumenten te trekken, interieur een snel groeiende markt is. Digitale print is perfect gepositioneerd om daarvan te profiteren.

74%

van de printprofessionals zegt dat muren, behang en afbeeldingen het interieursegment met de meeste potentie zijn.

InPrint, Décor Survey & Report, 2016

25%

van de 18- tot 24-jarigen vindt 'sfeer en ervaring' een belangrijke reden om te kiezen voor kopen in een winkel in plaats van online

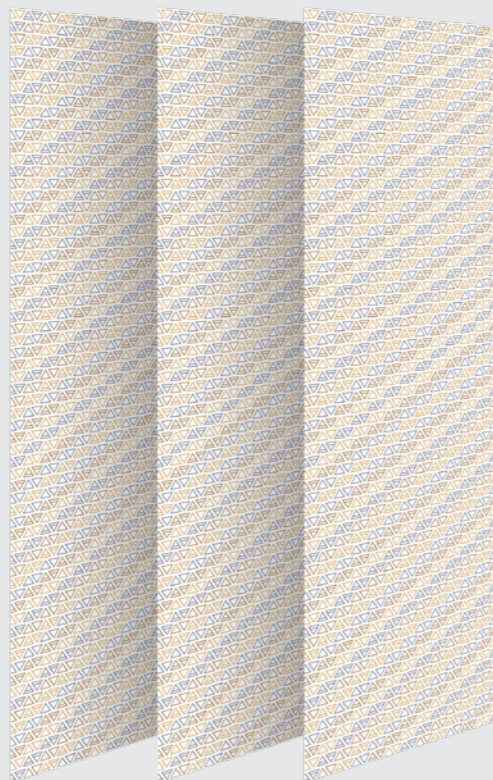
Mood Media, The State of Brick & Mortar, 2017

Wandbekleding - behang

Wandbekleding is een effectieve en verbindende manier voor een merk om een eigen ruimte te creëren in een drukke winkelomgeving. Het effect van een merk dat een hele muur in beslag neemt, kan visueel indrukwekkend en onvergetelijk zijn, waarbij digitale print ervoor zorgt dat herhaalde patronen perfect passen en de ruimte nauwkeurig wordt bedekt. Wanneer gebruikt in combinatie met andere printmarketingvormen is de effectiviteit nog groter, worden consumenten naar het productgebied gelokt en blijft het merk in gedachten wanneer het gaat om de aankoop.

▷ TOPTIPS:

Gebruik een bitmap-afbeelding met herhalend patroon en de Onyx Thrive-workflowsoftware op de Océ ColorWave 700 voor elke muur - geef zelfs nieuwe kleuren op en combineer die met elk interieurontwerp.



Behang

Wandbekleding - muurschildering

Muurschilderingen worden steeds populairder in de retailomgeving dankzij de mogelijkheid die zij bieden om foto's in hoge resolutie en aansprekende berichten te gebruiken om de consument bij de reclame van de concurrent weg te lokken. Muurschilderingen kunnen volledig gepersonaliseerd worden en zijn robuust op alle oppervlakken. Ze kunnen een gewone winkelruimte in een meeslepende merkervaring veranderen.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de Océ Colorado om levendige wandbekleding te printen die krasbestendig, afwasbaar en geurloos is.



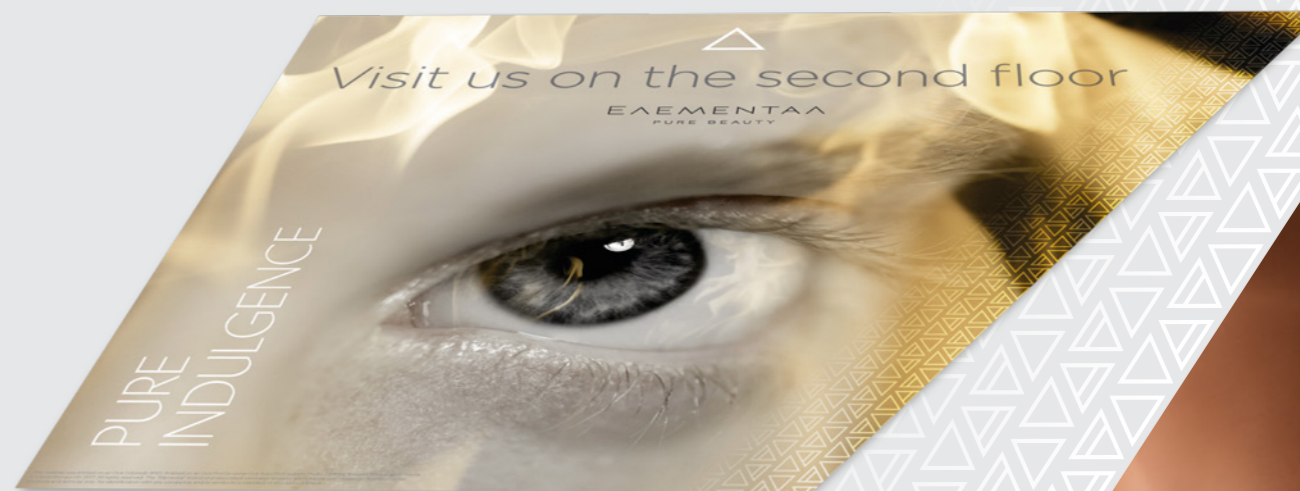
Muurschildering

Vloergraphics

Elke centimeter in een winkel staat nu tot de beschikking van de marketeer - van de muren en plafonds tot en met de vloer. Of ze nu zelfstandig of als onderdeel van een pakket marketingelementen worden gebruikt, vloergraphics grijpen de aandacht van het winkelende publiek en bieden inspiratie en informatie over een merk. Ze kunnen ook een wegwijzende functie hebben om de consument naar het product te leiden. Vloergraphics zijn helder en levendig met een hoge mate van krasbestendigheid en kunnen voor lange of korte perioden, binnen en buiten, op tal van oppervlakten en in allerlei vormen en formaten worden gebruikt.

▷ TOPTIPS:

De intrinsieke duurzaamheid van Canon UVgel-prints van de Océ Colorado betekent dat ze niet meer gelamineerd hoeven te worden en daarmee zijn ze ideaal voor vloergraphics.



Vloergraphics

Artistieke prints

De populariteit van hoogwaardige fotografische print in marketing is de afgelopen tien jaar gegroeid, net als de technologie om die afbeeldingen zeer gedetailleerd te reproduceren. Voor merken die op afbeeldingen gebaseerde campagnes voeren, brengen artistieke prints in schitterende kleuren en prachtige zwart-witbeelden maximale impact in elke winkel of evenementruimte. Hoogwaardige fotografische reproductie geeft producten een luxe en aansprekende kwaliteit, met name effectief voor luxe of ambitieuze merken.

▷ TOPTIPS:

Gebruik de 8- of 12-kleuren LUCIA PRO-inktsets op de imagePROGRAF PRO-serie voor blijvend diepe, rijke en sprekende resultaten.



Artistieke print

Voor zakelijk succes moet u zich continu aanpassen aan de veranderende eisen van de markten en consumenten die u bedient. Het hedendaagse medialandschap heeft zich op vergelijkbare wijze ontwikkeld en marketing- en communicatiecampagnes moeten hun boodschappen, concepten en kanaalselectie aanpassen om hun publiek te bereiken waar en wanneer het de boodschap wil ontvangen.

Het bijhouden van deze ontwikkelingen en het formuleren van een strategisch antwoord hierop is voor veel commerciële en in-house drukkers een enorme uitdaging geworden. Het is echter ook een kans voor PSP's om een onmisbare partner voor hun consumenten te worden en een grotere mate van integratie te bereiken door die stap te zetten.

Aangezien het merendeel van de PSP's al op een of andere manier in de creatieve sector werkzaam is, ligt de sleutel tot groei in het begrijpen van de trends die deze sector vormen, en hoe ze hun printportfolio kunnen uitbreiden om beter en sneller aan de behoeften van bedrijven te voldoen.

Voor print- en marketingserviceproviders, in-house printbeheerders en marketeers kunnen cross-media de deur openzetten naar een breder serviceportfolio, nieuwe omzetstromen creëren, printvolumes verhogen en efficiëntere en meetbare manieren van communicatie bieden.

Canon werkt nauw samen met PSP's en biedt ze de technologie, tools, inzichten en expertise die zij nodig hebben om een breder aanbod aan services aan hun consumenten te bieden, waardoor ze hun bedrijf kunnen laten groeien.

Als marktleider op het gebied van industriële en productieoplossingen voor commerciële printondernemingen en interne printafdelingen helpt Canon PSP's wereldwijd om hun capaciteit op het gebied van print uit te breiden en nieuwe omzetmogelijkheden aan te boren.

Dankzij de inzet van Canon op het gebied van R&D en door de consumenten in het hart van de strategie te zetten, is Canon de printtechnologieën blijven vernieuwen en de partnerschappen blijven ontwikkelen, waardoor Canon consumenten complete end-to-end printoplossingen kan bieden, van de ontvangst van het bestand tot de afwerking.

Hier is een overzicht van de productieoplossingen van Canon gebruikt bij de levering van de campagnemiddelen voor Elemental.



imagePRESS C10000VP

imagePRESS C10000VP



De indrukwekkende imagePRESS C10000VP-productieprinter produceert levendige, consistente kleuren en levert prints van de hoogste kwaliteit voor het volledige spectrum aan marketingmateriaal. Deze tonerprinter, de beste in zijn klasse, heeft een uitzonderlijke resolutie van 2400 x 2400 dpi en produceert heldere, duidelijke uitvoer op hoge snelheden op tal van verschillende soorten media.

Het meest geschikt voor:
Uitvoer van de hoogste offset-kwaliteit voor kleine en middelgrote volumes, zelfs bij productie op lange vellen papier

imagePRESS C850/C750



De C850- en C750-lichtproductieprinters zijn geschikt voor kleinere volumes, en bieden als extra de mogelijkheid op langere bannervellen en direct op standaard enveloppen te printen voor reclamemailings die indruk maken. Dankzij de mogelijkheid om substraten van 52 tot 300 gsm te verwerken en uitvoer van uitzonderlijke kwaliteit op structuursubstraten te produceren, stellen deze printers PSP's in staat hun portfolio van creatieve marketingtoepassingen uit te breiden.

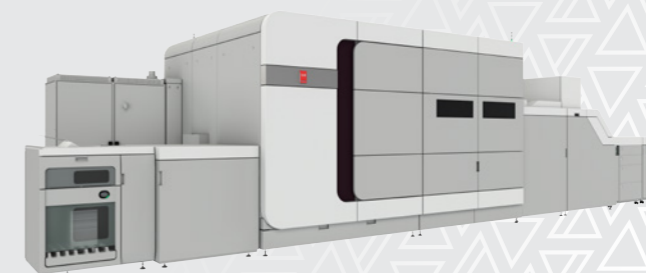
Het meest geschikt voor:
Uitvoer en productiviteit van de hoogste kwaliteit voor gemengde media en gebruik van de unieke auto-duplexfunctie voor lange vellen papier

Océ VarioPrint i300



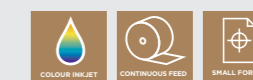
De VarioPrint i300 is een uiterst innovatieve kleureninkjetprinter met grote capaciteit voor vellen papier die de bewezen productiviteit van inkjet met de mediaflexibiliteit van printen op vellen papier combineert. Voor kostenefficiëntie en productiviteit combineert hij zwart-wit- en kleurenprints in een enkel printplatform. U hebt geen speciale printsystemen voor zwart-wit- of kleurenprints meer nodig. De ongekeerde veelzijdigheid opent de deur naar vele nieuwe mogelijkheden en toepassingen - van transactionele tot hoogwaardige persoonlijke direct mail. Daarnaast kunnen hierdoor ook whitepaperoplossingen op de markt voor losbladig worden gebruikt: geen voorbedrukte formulieren meer, minder voorraad en minder afval.

Het meest geschikt voor:
Flexibele en zeer productieve productie van gemengde media in één keer



Océ VarioPrint i300

Océ ProStream 1000



Océ ProStream is een productieve continue inkjetprinter die het hoogste niveau van de kleurkwaliteit en mediaveelzijdigheid biedt en het vermogen van PSP's vergroot om hoogwaardige variabele contenttoepassingen, zoals premium direct mail en marketingmateriaal, gepersonaliseerde catalogi, brochures en boeken, te leveren. Met ProStream kunnen PSP's en merkeigenaren volledig gebruikmaken van het creatieve potentieel aan variabele gegevens om de effectiviteit van print te verhogen in campagnes via meerdere kanalen, terwijl de whitepaperproductie de 'time to market' korter maakt wanneer de deadlines strak zijn.

Het meest geschikt voor:
Combinatie van grote volumes van individuele direct mailings van hoge kwaliteit op standaard offset-papier



Océ ProStream 1000

Océ ColorStream 6000 Chroma



De Océ ColorStream 6000 Chroma breidt de markt voor continue hoogvolume-inkjetprinters uit voor PSP's waarvan de consumenten hoge kleurkwaliteit eisen. De Chromera-inkset biedt uitstekende kleurgetrouwheid, een breder kleurenpalet en hogere optische dichtheden waardoor hij geschikt is voor direct-mailtoepassingen voor zelfs de meest veeleisende merken. De pigmenten van Chromera leveren hoge kwaliteit op ongecoat of inkjetpapier voor voordelige productie, en de inkt is geschikt voor het ontinkingproces, wat betekent dat de uitvoer hergebruikt kan worden om te voldoen aan de milieueisen van de consument.

Het meest geschikt voor:
Voordelige, volledig geautomatiseerde productie van direct mailings in grote oplagen die kleuren- en zwart-wituitvoer combineren

Océ ImageStream 2400



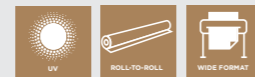
De Océ ImageStream 2400-productieprinter combineert innovaties op het gebied van high-speed inkjettechnologie met nieuwe inksamenstellingen. Daardoor kan op gecoate en ongecoate offset-media en lichtgewicht papier worden geprint. Dat betekent dat PSP's offset-productielijnen en digitale productielijnen door elkaar kunnen gebruiken zonder twee verschillende soorten papier te hoeven gebruiken en zonder in te boeten op productiviteit. Dit apparaat is geschikt voor allerlei hoogwaardige toepassingen, zoals boeken, brochures, bijlagen en handleidingen.

Het meest geschikt voor:
Offset-productiviteit van lange vellen papier van volledig geïndividualiseerde content op standaard media met geïntegreerde afwerking



Océ Colorado 1640

Océ Colorado



De Océ Colorado is een revolutionaire roll-to-roll 64" printer gebouwd op de unieke UVgel-technologie van Canon voor ongeëvenaarde productiviteit, sublieme kwaliteit, uitzonderlijk veel toepassingen en lage exploitatiekosten. De Océ Colorado is geschikt voor marketingmateriaal voor zowel binnen als buiten en heeft de flexibiliteit om meerdere taken en een enorm aanbod aan media, waaronder dunne en hittegevoelige materialen, op één apparaat te verwerken. De direct droge uitvoer wordt gelijk naar de finisher doorgevoerd voor maximale productiviteit voor snelle graphics, zodat u meer projecten kunt aannemen.

Het meest geschikt voor:
Roll-to-roll-productie in hoge volumes van tal van binnen- en buitendisplays en interieurtoepassingen

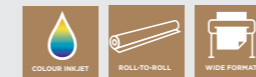
Océ Arizona



De Océ Arizona UV-flatbedprinterserie biedt ongeëvenaarde afbeeldingskwaliteit naast uitstekende veelzijdigheid voor flexibele en harde mediatoepassingen. De serie is geschikt voor het printen van hoge volumes en is ideaal voor het printen van promotionele en decoratieve toepassingen op meerdere panelen, met meerdere lagen en op materiaal tot 50 mm dik. De Océ Arizona-technologie heeft meer dan 50 prijzen voor printkwaliteit in de wacht gesleept, waaronder 11 DPI/SGIA Product of the Year-prijzen.

Het meest geschikt voor:
Productie van hoge kwaliteit van harde en rolmaterialen voor binnen- en buitendisplays en interieurs, van foto en beeldende kunst tot signage

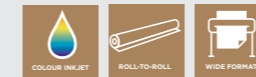
imagePROGRAF



De ImagePROGRAF PRO-4000 en PRO-6000S bieden beide hoge productiviteit en een uitzonderlijke afbeeldingskwaliteit met de keuze uit 8- of 12-kleuren grootformaat printers. Met deze gemakkelijk te gebruiken apparaten is het eenvoudig om prints van A2-formaat tot 1,5 m breed te creëren. De optionele roleenheid met twee rollen functioneert als een extra papierrol of als een mediatake-up unit voor geprinte uitvoer.

Het meest geschikt voor:
Reproduceren van foto's en kunst van het hoogste niveau evenals kleurkritische productie-uitvoer

Océ ColorWave



De Océ ColorWave-serie van veelzijdige breedformaat printers is ontworpen voor allerlei verschillende aangepaste grafische kunsttoepassingen. De Océ ColorWave 700 levert hoogwaardige, sneldrogende, waterbestendige prints op ongecoate, dikke en aangepaste media en biedt echte kant-en-klare oplossingen. De zeer productieve Océ ColorWave 910-kleureninkjetprinter met één enkele drukgang haalt productiesnelheden van maar liefst 615 m² per uur voor veeleisende posterproductieomgevingen met een hoge omloop.

Het meest geschikt voor:
Gebruik de Océ ColorWave 700 voor diverse toepassingen, van posters tot banners en wandbekleding. Gebruik de Océ ColorWave 910 voor posterproductie in hoge volumes of om posterprintvolumes van offset naar digitaal te verplaatsen

Océ VarioPrint 6000 TITAN-serie



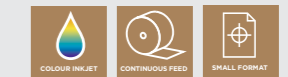
De Océ VarioPrint 6000 TITAN-serie is de nieuwste innovatie op het gebied van losbladige productie in zwart-wit en produceert zwart-witprints van hogere kwaliteit op marktleidende snelheden op een brede selectie van verschillende mediagewichten en -formaten. Deze printers ondersteunen volumes van maar liefst 10 miljoen afdrucken op A4-formaat per maand en zijn uitermate geschikt voor leveranciers van commerciële printmaterialen, boeken (4-up boekblokken printen in formaat 350 x 500 mm) en transactionele documenten, evenals grote interne printafdelingen. De VarioPrint 6000 TITAN-serie ondersteunt normale, gecoate, structuur- en lichtgewicht media waardoor hij ideaal is voor toepassingen zoals bijsluiters in verpakkingen.

Het meest geschikt voor:
Productie in hoge volumes van lichtgewicht papertoepassingen waarvoor zeer nauwkeurige registratie, leesbaarheid en vouwbaarheid vereist zijn

Océ VarioPrint 6000 TITAN-serie



DreamLabo 5000



DreamLabo biedt automatisch dubbelzijdig afdrucken van 1000 A4-pagina's per uur en is vooral geschikt voor het produceren van de mooiste fotoboeken en on-demand tweezijdige documenten vanwege de uitstekende kwaliteit van fotografische reproductie. Behalve dubbele inktcartridges voor continu printen bevat hij ook een automatische dubbele snijder voor een perfecte afwerking en een dubbel sorteersysteem voor efficiëntie.

Het meest geschikt voor:
Fotoboeken van hoge kwaliteit

Hoogwaardig merkmarketingmateriaal vraagt niet alleen om de beste geprinte uitvoer, maar ook om een vlekkeloze afwerking om opvallend materiaal te creëren dat de consument zal opvallen.

De 'time to market' is essentieel voor merken. Voor commerciële drukkers en interne printafdelingen die de marketingafdeling van een merk bedienen, betekent dit dat het noodzakelijk is om in staat te zijn afgewerkte toepassingen in een kort tijdsbestek te leveren.

Naadloos geïntegreerde marketing vertrouwt op campagnemiddelen om het doel waar en wanneer nodig te bereiken, en wordt zorgvuldig gecoördineerd met online kanalen.

In het geval van materialen in winkels, zoals signage en graphics, moeten items solide worden geproduceerd en afgewerkt om druk verkeer en gebruik gedurende lange periode zonder schade of kwaliteitsafname te weerstaan.

Canons uitgebreide samenwerking met specialistische finishingpartners om end-to-end afwerkingsoplossingen met tal van functionaliteiten te bieden, zorgt ervoor dat PSP's met succes hun bedrijfsmodellen, zoals on-demand printen, kunnen uitvoeren en afnemers van print tijdige levering van digitaal geprinte toepassingen kunnen garanderen.

Wanneer signage en POS nodig zijn, kunnen grafische producenten met de afwerkingsoplossingen voor uitvoer van breedformaat producten creëren die gelijk geïnstalleerd kunnen worden en die aan de eisen van de fysieke omgeving voldoen, zowel in de winkel als daarbuiten.

- Voor direct mail maken end-to-end productieoplossingen van Canon het mogelijk processen, zoals vouwen, perforeren en invoegen, snel en nauwkeurig en met een hoge mate van automatisering uit te voeren.
- Begeleidende items zoals ansichtkaarten, flyers en uitnodigingen die worden geprint op een van de digitale printers van Canon, kunnen mooi worden gesneden en gevouwen met verscheidene inline en nearline oplossingen.
- Hoogwaardige brochures, catalogi en consumententijdschriften moeten zorgvuldig worden gebonden of geniet om recht te doen aan de geprinte pagina's en om de uitstraling te bieden die wordt verwacht van luxueuze cosmeticamerken zoals Elemental.
- Wat betreft signage en POS, stellen de Océ ProCut flatbed-snijmachines van Canon PSP's in staat harde en flexibele geprinte materialen op maat te snijden en ze zo te veranderen in vrijstaande, muur-, vloer- of etalagegraphics die de aandacht trekken, consumenten lokken en verleiden en een consistente merkervaring in de winkel creëren.
- Lamineeroplossingen kunnen duurzaamheid toevoegen voor langdurig en vaak gebruikte toepassingen en kunnen ook creatief worden gebruikt voor een afwerking in hoogglans of om een vernislaag op specifieke gebieden van de geprinte afbeelding aan te brengen.
- Snijoplossingen bieden PSP's nieuwe mogelijkheden om geprint karton of golfkarton om te zetten in indrukwekkende en zelfs gepersonaliseerde promotie- en winkelverpakkingen, van dozen en houders tot tasjes. Denk eens aan de mogelijkheid om spotvernis of volledig laminering aan een verpakking toe te voegen voor een schitterend visueel effect.
- Voor het winkelinterieur kunnen PSP's dankzij de snij- en graveeroplossingen van Canon met vrijwel elk materiaal werken en werkelijk unieke producten creëren, waaronder meubilair met prints, oppervlaktedecoratie en op maat gemaakte wand-, etalage- en vloergraphics.



De Elemental-campagne illustreert hoe een campagne met meerdere contactpunten voor het introduceren van een product via meerdere kanalen, door een PSP of interne printafdeling kan worden geleverd aan of ondersteund voor een premium merkeigenaar.

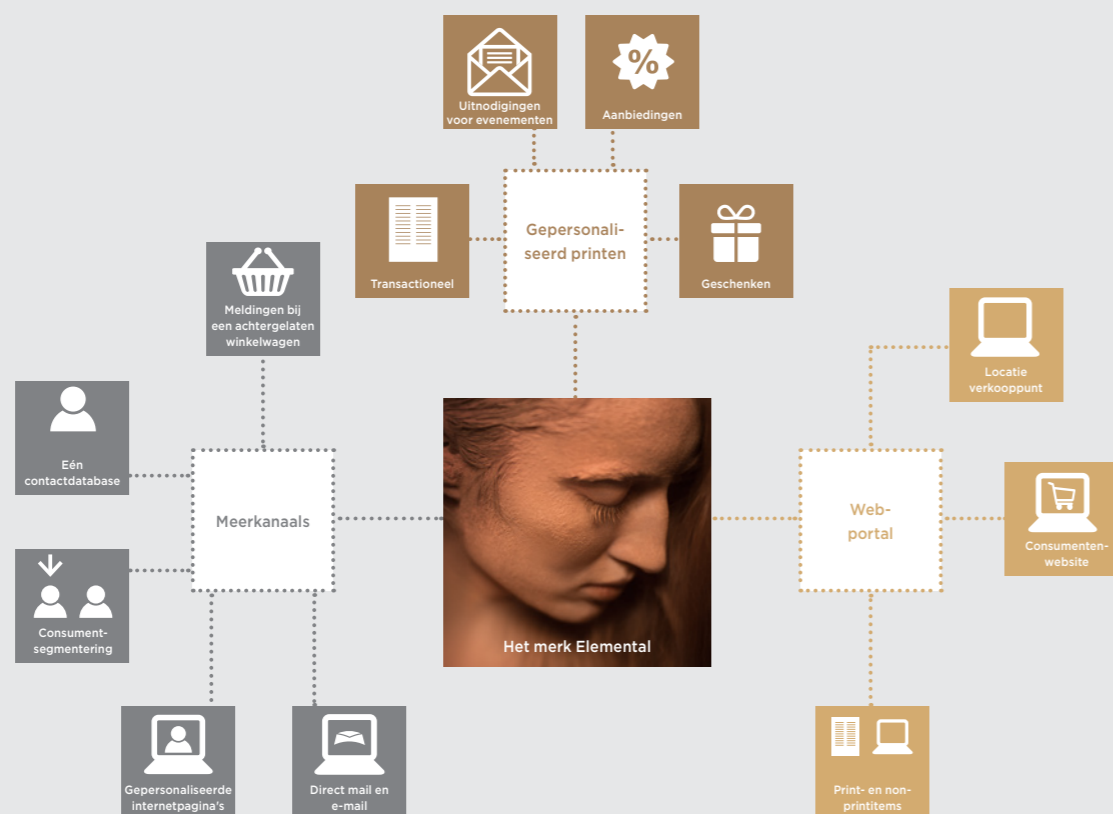
De ontvangers van de campagne worden niet alleen geografisch maar ook op bestedingsmogelijkheden ingedeeld, waarbij de groep die het meeste heeft te besteden, als VIP wordt aangemerkt. Contactpunten omvatten een 'save the date' voor een exclusieve premiëreavond en online uitnodiging en registratie voor een evenement, met klikbare koppelingen naar een e-commerceportal - voor deze campagne geleverd via Océ PRISMADirect.

De online portal heeft een beveiligd deel met exclusieve toegang voor retailers, waar ze materiaal kunnen printen ter ondersteuning van hun lokale introductieactiviteiten voor Elemental, inclusief bijlagen en POS-materiaal, waarvan enkele gepersonaliseerd aan de hand van sjablonen voor merk- en beeldconsistentie.

In het consumentendeel van de portal kunnen de cosmeticaproducten van Elemental zelf worden besteld, waarbij wordt geïllustreerd hoe de e-commerceoplossingen van Canon print- en non-printitems kunnen beheren.

De Elemental-campagne combineert klein- en breedformaat toepassingen, geproduceerd op inkjet- en tonerapparaten voor vellen papier en continu printen. Levering van deze toepassingen wordt ondersteund door de GMC Inspire-documentcreatiETOOL, gekoppeld aan de Océ PRISMAproduction voor productiebeheer en geïntegreerd met Axode voor documenttracering.

U krijgt optimale automatisering van productieprocessen op meerdere apparaten door Océ PRISMAproduction te gebruiken. De kleuren van alle uitvoer worden beheerd om te voldoen aan de hoge verwachtingen van een hoogstaand merk middels een combinatie van eigen kleurbeheeroplossingen van Canon en die van de belangrijkste technologiepartners wereldwijd (Océ Color Control Suite (OCCS) en X-Rite i1 Process Control).



Océ PRISMADirect



Océ PRISMADirect is een webgebaseerde workflowoplossing die de gehele printproductieworkflow stroomlijnt voor het eenvoudiger binnenhalen van opdrachten, lagere overheadkosten en kortere doorlooptijden. PRISMADirect is een verbindingshub in een op print gerichte workflow die de verschillende bewerkingen aan elkaar koppelt. PSP's kunnen hun huidige softwaresystemen ermee blijven gebruiken. Voor de Elemental-campagne biedt dit een gemakkelijk te gebruiken webwinkel voor retailers en consumenten en beheert het de routing van documenten naar opgegeven apparaten.

Océ COSMOS



Océ COSMOS is een gemakkelijk te integreren, enkelvoudig platform voor het configureren, controleren en beheren van bedrijfskritische documenten binnen uw organisatie. Océ COSMOS is een end-to-end oplossing en is compatibel met vrijwel elke applicatie. Door alle stappen in de workflow voor documentbeheer te automatiseren, biedt Océ COSMOS u realtime inzicht in elke taakstatus en volledig beheer over elk proces.

Océ Colour Control Suite



Océ Color Control is een uitgebreide toolbox voor kleurbeheer die gericht is op het vastleggen, kalibreren, definiëren en bevestigen van kleur. Het pakket werkt met elke printer - inkjet, toner en offset - en biedt een enkel platform voor kleurbeheer tijdens het gehele printproces. Met Océ Color Control kunt u de printkwaliteit controleren, analyseren en indien nodig corrigeren. Dit stelt Canon-consumenten niet alleen in staat intern kwaliteitsbeheer op te zetten, maar laat ze ook met hun eindklanten communiceren.

GMC Inspire



GMC Inspire™ is een zakelijke oplossing voor communicatie met consumenten waarmee organisaties elk consumentencontact kunnen optimaliseren, ongeacht de manier waarop die communicatie plaatsvindt: callcenter, mobiele telefoon, tablet, sms, internet, e-mail of print. Deze oplossing wordt in de Elemental-campagne gebruikt om de transpromotionele facturen in combinatie met PRISMAproduction op te stellen.

Océ PRISMAproduction



Océ PRISMAproduction is een van de leiders op het gebied van productieve workflow- en uitvoerbeheersystemen voor transactionele, direct mail- en grafische omgevingen. Deze server creëert een uniform platform voor het zeer snel printen van middelgrote tot grote volumes. Het professionele spoolsysteem is voorzien van een zeer uitgebreide functionaliteit voor gegevensconversie en prepress.

X-rite i1 Process Control



X-rite i1 Process Control is ontworpen als een gemakkelijke en intuïtieve applicatie die regelmatig kan worden gebruikt om te helpen consistente en gecontroleerde digitale kleurenprints te verkrijgen. Deze applicatie wordt gebruikt op imagePRESS-kleurenprinters om te zorgen voor een constante printkwaliteit.

Axode



Het Axode-camerasysteem en de softwarebediening valideren de geprinte Elemental-facturen en leggen ze vast in de centrale productiedatabase. Eventuele fouten zorgen ervoor dat prints automatisch worden geweigerd en opnieuw worden geprint.

ONYX Thrive



ONYX® Thrive is een schaalbare softwareoplossing voor de productie van grootformaat prints die de productiviteit verhoogt en het bedrijfsresultaat verbetert door meer bestanden in minder tijd te verwerken. PSP's kunnen op elke taak tijd besparen met nieuwe tools en een gemakkelijk te gebruiken visuele interface, en kunnen routinetaken stroomlijnen en afwerkingsfuncties automatiseren.

EFI DirectSmile



DirectSmile biedt snelle en eenvoudige ontwikkeling en gebruik van complexe campagnes die via meerdere kanalen worden gevoerd; internet, e-mail, print en mobiele media worden gecombineerd om volledig gepersonaliseerde en geautomatiseerde communicatie met real-time analyses te bieden. Dit wordt gebruikt om de digitale en printcommunicatiekanalen binnen de Elemental-campagne te beheren.





EAEMENTAA

PURE BEAUTY

Printer: Océ VarioPrint i300,
Media: Green label 200 gsm (kaft) en Green label 120 gsm (binnenkant).

© Canon Europa NV, 2017. Alle rechten voorbehouden. Het merk 'Elemental' en de bijbehorende campagnebeelden zijn fictief en uitsluitend gecreëerd om Canon-producten en -diensten te tonen. Geen enkele identificatie met bedrijven en/of producten is als zodanig bedoeld of moet als zodanig worden geïnterpreteerd.