

Není nad to, držet to v ruce

aneb prezentace tiskárny hravě

V dnešní době, kdy tiskárny bojují o své zákazníky, se ukazuje, že je důležité se odlišit od konkurence. A to nejen nízkou cenou ale především kreativním přístupem. Štěstí přeje připraveným tvůrčím lidem, kteří se nebojí prezentovat svoje nápady zadavatelům tisku. A přesně takoví lidé se nacházejí v týmu, který vytvořil novou marketingovou brožuru tiskárny H.R.G. V Litomyšli se nespokojili s tradiční brožurou popisující historii a současnost tiskárny, jakou rozdávají svým zákazníkům snad všichni, ale vytvořili brožuru s mnoha ukázkami svých tiskových technologií.

Proč tiskárna H.R.G. zvolila takovouto hravou formu propagace a co od nové marketingové brožury očekává jsem se zeptala pana Jana Glosera, který má v tiskárně H.R.G. na starosti obchod a marketing.

Kdo byl hlavním iniciátorem vzniku brožury?

Hlavními iniciátory jsem byl já společně s jednatelem firmy Leošem Tupcem. Nápad

přišel asi před dvěma roky v období finanční krize. Měli jsme potřebu se nějak odlišit a i když ceny tiskovin šli dolů a zisk klesnul, řekli jsme si tak jako Henry Ford a Tomáš Bata, že i poslední korunu dáme klidně do reklamy :-)

trvalo to dva roky, než brožura vznikla, ale myslím, že se to vyplatilo!

Proč jste zvolili takovouto kreativní a v mnohém netradiční formu propagace s interaktivními prvky?

Myslíme si, že každý je „tradičních“ reklamních brožur přesycen a proto většinou končí v koši. Mám to ze své zkušenosti, kdy dostanu velké množství reklamních brožur a katalogů jakožto marketingový manažer firmy, ale většina končí opravdu po čase v koši, jsou výjimky, které si schovávám od chvíle, kdy jsem se ocitl v polygrafii, a schovávat budu dál, přesně to byl náš záměr, naši brožuru nesmí nikdo vyhodit!

V dnešní době internetu je možné posílat zadavatelům tisku nabídky i fotografie produktů e-mailem a teoreticky se nehnout

z kanceláře. V čem vidíte výhody hmotné brožury, kterou je třeba zákazníkům zaslat poštou nebo předat osobně?

Pod názvem této brožury je heslo – Není nad to, když to člověk drží v ruce. Jak chcete vysvětlovat zákazníkovi na fotce, že takto bude vypadat lesklý uv lak na matném laminu nebo co je to vonný lak a jak funguje? Nejlepší forma je i ve škole formát interaktivní – vyzkoušej si to a osahaj si to! Proto tato forma prezentace!

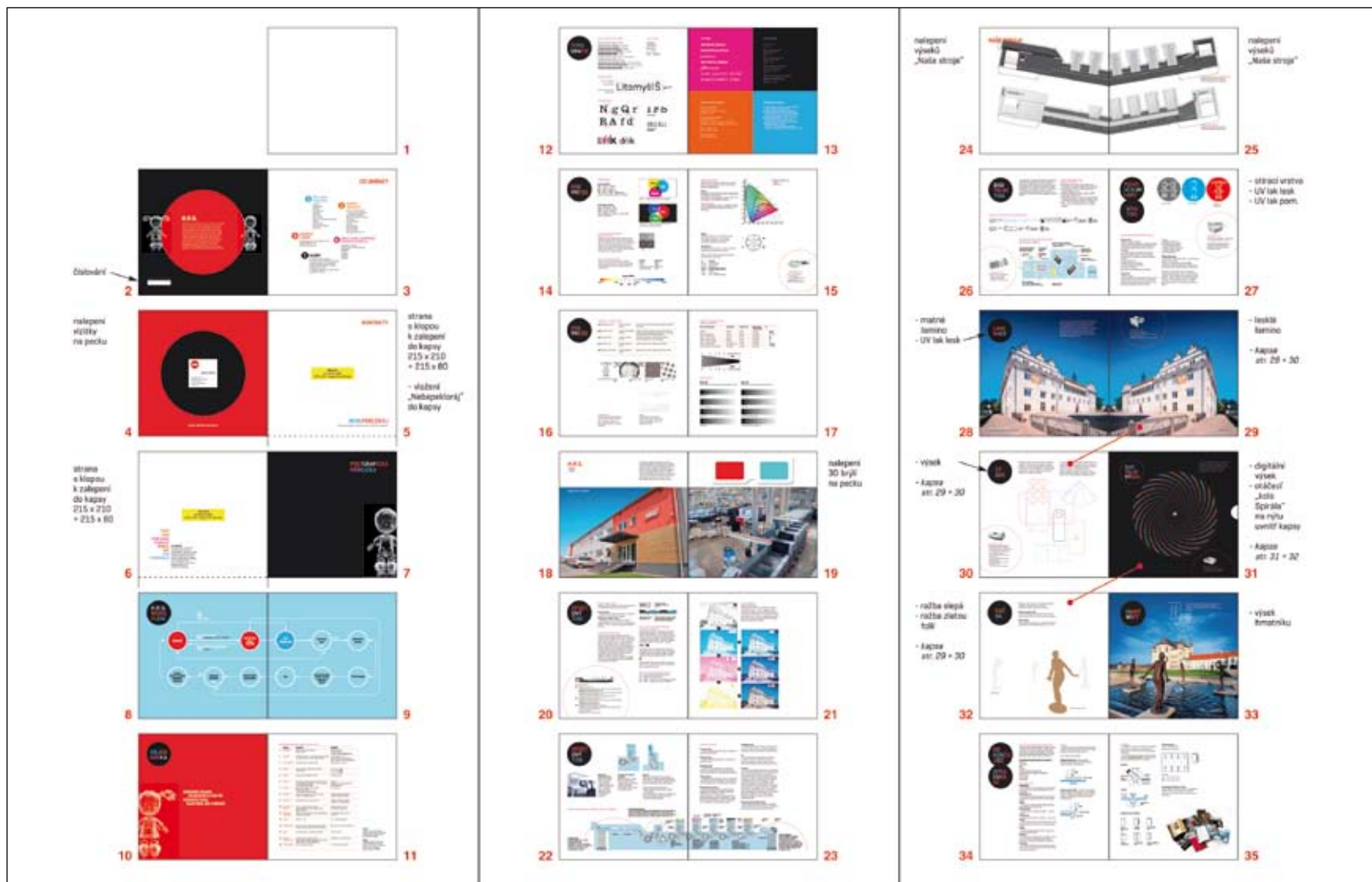
Jakým způsobem plánujete dostat brožuru k cílovým skupinám zadavatelů tisku?

Brožura bude rozeslána adresným mailingem na klíčové osoby mezi zadavateli tiskovin + navštívíme všechny naše současné a potenciální klienty.

Co si od kreativní marketingové brožury slibujete?

Určitě to, že zas dokážeme, že jsme jiní, že nás obor baví a že mu rozumíme, prostě kde jinde chcete tisknout než u nás :-)

Brožura se zároveň odvíjí od obsahu našich Polygrafických taháků,





kteřé měly obrovský úspěch, doufáme v to i u brožury.

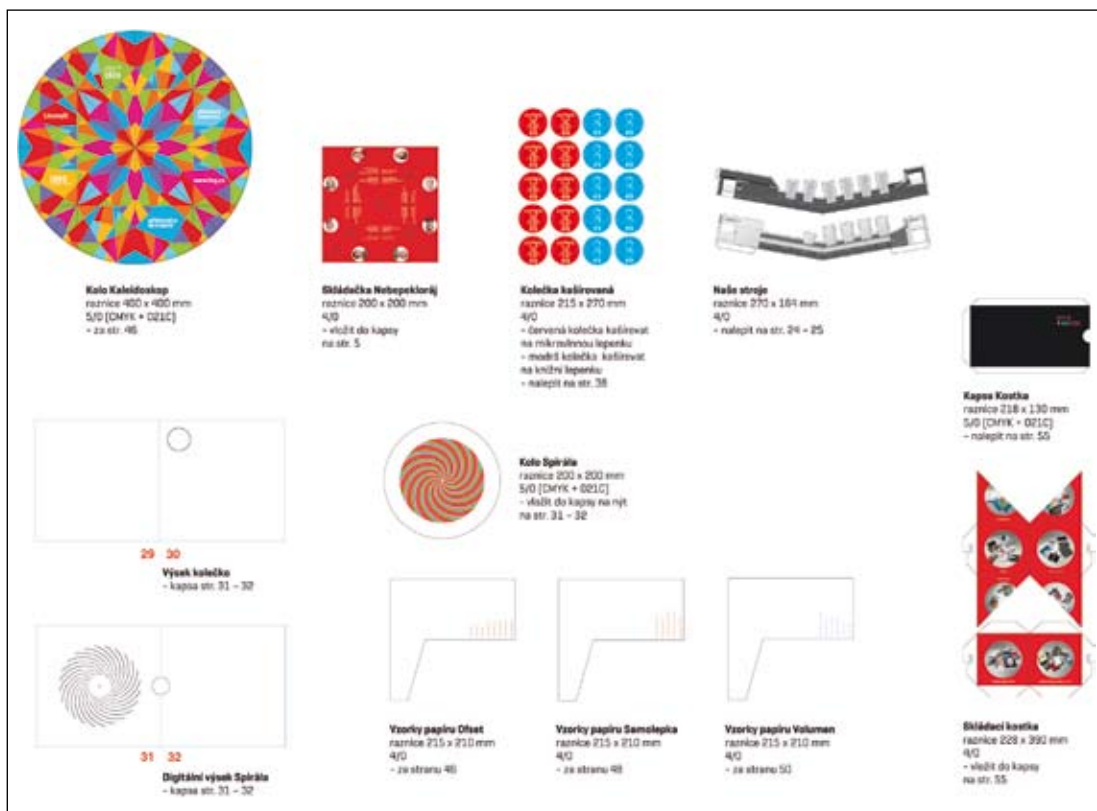
Plánujete se účastnit veletrhů, kde budete kreativně propagovat svoje služby?

Ano určitě, naším cílem bude Svět reklamy, Reklama Polygraf, Svět knihy popř. za čas zase PrintExpo, tyto veletrhy byly pro nás velice úspěšné právě při propagaci polygrafických

taháků, mnoho nových klientů máme právě z těchto veletrhů.

Od nápadu k realizaci Pracovní název brožury byl „workbook“, chtěli bychom, aby s naší publikací zadavatelé tiskovin pracovali a aby jim pomáhala v jejich práci, má za úkol seznámit s polygrafickým světem, a ukázat co vše u nás v HRG dokážeme. A co hlavně, má za úkol?

Pobavit a vrátit do časů dětství. Obsah celé brožury je koncipován tak, jako když zakázka prochází výrobou. Začínáme naším stručným představením, pokračujeme na workflow firmy, co musí obsahovat objednávka, něco málo o typografii, základy předtiskové přípravy, principy ofsetového tisku, základy digitálního tisku a sítotisku, možnosti zušlechťování tiskovin – lakem, laminem, výsekem, ražbou, následuje pak seznámení s různými možnostmi dokončujícího zpracování – řezání, skládání, včetně rozdělení a popis vazeb. Naší novinkou je pak kašírování takže ani to nesmí chybět. V kapitole „Papír“ pak představujeme základní parametry potiskovaných materiálů včetně skutečného vzorníku. Celá brožura je pak zakončena polygrafickým slovníčkem. Nebojte se ale, není to jen o textech a tabulkách. Při prohlížení této publikace Vás každá strana něčím pobaví, je tu papírový kaleidoskop, 3D fotky včetně brýlí, skládačky a rozkládačky, origami, leporela a nakonec cele HRG v 3D kostce, která na vás sama vyskočí. Tohle prostě u počítače nezažijete! Není větší zážitek než to skutečně držet v rukou :-)



HRG

přítiskněte se k nám!

H.R.G., spol. s r.o.

Svitavská 1203, Litomyšl, 570 01

T 461 552 511

E obchod@hrg.cz

www.hrg.cz