

24.01.2018 - 15:15 Uhr

Classement des imprimés publicitaires les plus populaires de 2017 : les « Big Five » du marketing offline



Berne (ots) -

On connaît désormais les « Big Five » du classement parmi les imprimés publicitaires les plus vendus. Les stratégies en marketing du prestataire en ligne Onlineprinters ont comparé plus d'un million de données. Parmi les grands classiques publicitaires, ce sont les flyers, affiches, dépliants, cartes de visite et papiers à lettres que les clients d'Onlineprinters ont placés en priorité dans leurs paniers d'achat en 2017. « Malgré la transition publicitaire en faveur des médias en ligne, les imprimés publicitaires font toujours partie intégrante du mix marketing des entreprises. La croissance à deux chiffres de notre chiffre d'affaires au cours des dernières années montre à elle seule le potentiel qu'ils présentent », déclare Christian Würst, Chief Commercial Officer (CCO) d'Onlineprinters. D'après les données évaluées, on constate que les secteurs tels que la gastronomie, l'artisanat et, en particulier l'industrie florissante de la construction, continuent à utiliser en une large mesure les prospectus comme supports publicitaires.

La tendance parle en faveur des tirages en faibles exemplaires

Le panier moyen des clients ayant commandé des flyers comprend 5 000 exemplaires et la plus grosse commande de flyers a dépassé la barre des 800 000 unités. « Toutefois, la tendance est à un nombre réduit de tirages ce qui permet, par exemple, de faire la promotion pour des offres et des événements limités dans le temps et de prendre

en compte des groupes cibles plus restreints », constate Würst. Il poursuit : « Ce sont les flyers qui enregistrent la plus forte diminution avec une baisse du nombre moyen de tirages de 10 % environ. Parallèlement, le nombre de commandes dans ce segment augmente rapidement. Les clients d'aujourd'hui sont prêts à payer plus cher pour bénéficier de temps de production et de livraison plus courts. De même, ils optent pour des finitions et des services supplémentaires malgré leur surcoût. Avec l'option « Regroupement » par exemple, nous proposons d'emballer les flyers sur demande par paquet de 100 exactement. Grâce à cela, il est beaucoup plus facile de répartir les tirages en fonction des différentes catégories de destinataires. »

Articles de publicité permanente : l'option idéale pour les petits budgets publicitaires

Même à l'ère du numérique, il est impossible pour les entreprises mais également pour les professionnels indépendants et les professions libérales, de faire l'impasse sur les grands classiques comme les cartes de visite, papiers à lettres et flyers. Ces petites structures en particulier n'ont souvent que de faibles budgets à consacrer à la publicité. Christian Würst, expert en marketing et en vente conseille alors : « Aujourd'hui encore, les clients ne pensent pas assez à certains articles publicitaires. Si vous n'avez qu'un petit budget publicitaire mais que vous souhaitez être présent en permanence auprès de vos clients, vous devez miser sur la publicité permanente. Il s'agit notamment des calendriers, sous-mains, carnets de notes mais également des cadeaux promotionnels que les clients utilisent sur une durée relativement longue et qui permettent au donateur de rester dans leur champ de vision pendant longtemps », ajoute Christian Würst. Il poursuit : « Maintenant que le WiFi et les batteries sont devenus des besoins essentiels à nos modes de vie, les supports publicitaires tels que les batteries de secours ont un bel avenir devant eux. »

Plus d'options de finition et une meilleure fonctionnalité

En 2017, l'entreprise Onlineprinters s'est établie auprès de ses clients en tant que fournisseur de produits d'impression de haute qualité grâce à l'introduction de sa propre collection de papiers, Onlineprinters Art Classics (Gmund), et à l'ajout de cartes de visite Letterpress à sa boutique en ligne. « Nous voulons continuer à faire le bonheur de cette nouvelle « communauté de fans » et proposons désormais des options de finition spéciales pour les flyers, cartes postales et cartes de visite. Cela permet de développer davantage encore sa créativité personnelle », déclare Christian Würst.

Au sujet du groupe Onlineprinters

Le groupe Onlineprinters qui compte parmi les premières imprimeries en ligne d'Europe et emploie plus de 1 300 salariés, a fabriqué l'an passé plus de 2,5 milliards de produits imprimés. Le groupe commercialise au travers de ses 18 boutiques en ligne des produits d'impression à quelques 800 000 clients dans 30 pays d'Europe. À l'international, l'entreprise d'impression en ligne est connue sous le nom commercial Onlineprinters, en Allemagne sous la marque allemande diedruckerei.de. Le leader britannique Solopress ainsi que LaserTryk, le principal acteur du marché scandinave, font partie du groupe Onlineprinters. La gamme de produits compte plus de 1 500 imprimés, des cartes de visite, papier à lettres et flyers en passant par les catalogues et brochures jusqu'au matériel publicitaire grand format. Onlineprinters fabrique des produits personnalisés à échelle industrielle : l'entreprise doit son succès à la commercialisation en ligne, à l'informatisation de sa production ainsi qu'à l'« impression en amalgame ». Cette dernière consiste à produire collectivement plusieurs commandes d'impression sur des formes à impression en amalgame, ce qui permet de réduire les coûts et de préserver l'environnement.

Vidéo « Dans les coulisses d'Onlineprinters » : https://www.youtube.com/watch?v=TG9_548Mg1o

Contact:

Onlineprinters GmbH
Patrick Piecha
Directeur des relations presses et relations publiques
Tél. : +49 9161 6209807
+49 174 3077250
p.piecha@onlineprinters.ch
www.onlineprinters.ch

Medieninhalte



Les « Big Five » du marketing offline : flyers, affiches, dépliants, cartes de visite et papiers à lettres (selon une analyse réalisée par l'imprimerie en ligne Onlineprinters)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100053081/100811572> abgerufen werden.