



# FUEL EMOTION WITH PRINT

Die neue Rolle von Print  
im Medien-Mix

**Canon**

---

Michael Krebs, Canon Europe



# FUEL EMOTION WITH PRINT





**FAKE  
NEWS!**

Canon



# Alternative Fakten

Canon



Canon



Canon

# INFORMATION & MEDIA OVERLOAD ...



Weltweit zielen Unternehmen und Agenturen darauf, die **Aufmerksamkeit** des Kunden zu gewinnen ...

Das Problem – durch **Multi-Screening** und **Social Media** können Menschen sich nicht mehr lange auf Themen konzentrieren.



# INFORMATION OVERLOAD ...



Die durchschnittliche menschliche  
**Aufmerksamkeitsspanne** ...



Die durchschnittliche  
Aufmerksamkeitsspanne eines  
Goldfisches beträgt 9 Sekunden ...

Quelle: Statistic Brain Research Institute

**Canon**

---



# GDPR

GENERAL DATA  
PROTECTION REGULATION

**Canon**

SCHON GOETHE WUSSTE ...



**WAS MAN  
SCHWARZ AUF  
WEIß BESITZT,  
KANN MAN  
GETROST  
NACH HAUSE  
TRAGEN!**

**Canon**

---

# FUEL EMOTION WITH PRINT

- Print fördert die emotionale Bindung zum Verbraucher:
  - Zielgerichtet, persönlich, emotional
  - Nahezu in Echtzeit
  - Wesentlicher Bestandteil des Marketing-Mix
- In einer lauten, digitalen Welt sorgt Print für Vertrauen – Menschen vertrauen Print-Werbung 4,4-mal mehr als sozialen Medien\*
- Die wichtigsten Unternehmen aus der “Digital Economy” setzen auf Print

\*Quelle: Print Power 2017



# FUEL VALUE – DAS POTENTIAL VON PRINT

- Print erreicht den Verbraucher emotional – dies kann digitales Marketing so nicht bieten
- Die kommunizierten Inhalte werden gezielter und nachhaltiger verankert
- Print hilft Marken wirksam dabei, das Vertrauen beim Verbraucher zu festigen
- Durchlaufzeiten, die dem E-Mail-Marketing entsprechen
- Messbarkeit wie bei digitalen Kampagnen

**DAS NEUE  
POTENTIAL VON  
PRINT  
IM ZEITALTER  
DER DIGITALEN  
ÜBERSÄTTIGUNG**

# FUEL VISION – VON ONLINE ZU OFFLINE

„Alles, was online personalisiert werden kann, kann auch im Druck personalisiert werden. Durch die intelligente Verwendung unserer Kundendaten können wir auf die persönlichen Vorlieben und das Benutzerverhalten jedes Kunden eingehen, so dass wir dem von uns erstellten Werbematerial eine persönliche Note verleihen und die Conversion-Rate erhöhen können.“

Susan Fulczynski  
Process & Project Manager, Bonprix

Canon

# TRANSAKTIONSDRUCK – EVOLUTIONS SCHRITTE

**Vorbedrucktes Formular**  
Offsetvordruck mit digital  
eingedrucktem Text



- Der "Schreibmaschinen-Look" spiegelt kein innovatives Unternehmensbild wider
- Begrenzte Gestaltungsmöglichkeiten tragen nicht zu einer starken Markenidentität bei

▶ Verlust von Kunden / vergebene Chancen

**White-paper Solution**  
Bringt Formular und Inhalt in  
einem Arbeitsgang aufs Papier



- Optimierte Prozesse verkürzen die Umsetzungszeiten
- Weniger Makulatur, schlankere Logistik und geringerer CO<sub>2</sub>-Ausstoß

▶ Geringere Kosten / Zeitersparnis

**Redesign / Neugestaltung**  
Für intelligentere Werbung



- Neues Layout für klarere Kommunikation und einen stärkeren Markenauftritt
- Geringere Anzahl von Anrufen im Call-Center und weniger Beschwerden
- Einsatz von individualisierter White-Space-Werbung
- Mehr Umsatz und Reduktion von Portokosten aufgrund des Wegfalls von Einlegern

▶ Geringere Kosten / Zeitersparnis

**Multi-Channel Kommunikation**  
Vereint Print und digitale Medien



- Die Nutzung verschiedener Kanäle bringt eine deutlich erweiterte Reichweite
- Gedruckte Medien stechen aus der Masse der digitalen Kommunikation heraus und sind Katalysatoren für die Onlinesuche
- Spezifische Zielgruppen werden über einen zielgenauen Medienmix angesprochen, wobei die Response Rate exakt messbar ist

▶ Höhere Umsätze / wachsendes Geschäft

# TRANSACTIONAL MARKETING – TRANSFORM COSTS INTO REVENUES

## Personalisierung

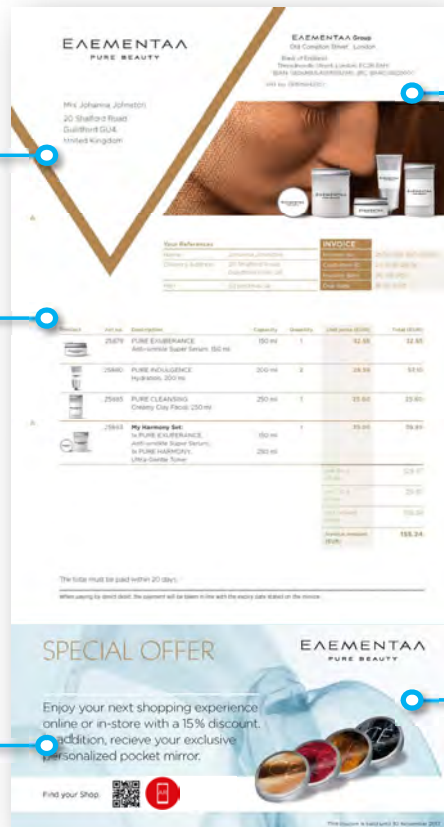
Relevante und wichtige Kundendaten

## Information

Klar strukturiert und gut lesbar

## QR / AR / PURLs

Persönliche Webseiten / Videos – Messbarkeit der Nachfrage, mehrere Touchpoints



## Einheitliches Branding

Corporate Design des Unternehmens

## Transactional Marketing

Cross- / Upselling-Potenzial – Relevante Marketing-Botschaften basierend auf Kaufverhalten

## Hochvolumiger digitaler Farbdruck mit Canon:

### Reduzierte Kosten – Nutzung bestehender Post-Kommunikation

► Durch die Integration von Marketing-Botschaften in die für den Post-Verkehr bestimmte Transaktionskommunikation reduzieren Sie Direct Mailings und sparen Kosten.

### Added value – mehr Business ...

► Durch die Integration gezielter Marketing-Botschaften können Sie den Wert und die Effektivität Ihrer Transaktionskommunikation erheblich steigern und gleichzeitig die Kosten senken.

**Canon**



# AUGMENTED REALITY – DER LINK ZUR ONLINE-WELT



**AUGMENTED REALITY**  
Verbindung von Print  
und Multimedia

- Marketing-Materialien
- Technische Dokumentation
- Training/Schulung



Canon AR  
App



**Canon**

---

# TRANSAKTIONALE KOMMUNIKATION HAT POTENTIAL



Briefe, Rechnungen und Auszüge sind der größte Teil der Kundenkommunikation. Sie sind für das Kundenerlebnis von zentraler Bedeutung. Der Transaktionsdruck ist eine hervorragende, weitgehend ungenutzte Vermarktungsmöglichkeit.

- ▶ Jedes Transaktionsdokument bietet ein erhebliches Kommunikationspotential (mehr als 95 % werden gelesen)
- ▶ Transaktionsdokumente garantieren hohe Aufmerksamkeit beim Zielkunden (laut InfoTrends verbringt der Kunde durchschnittlich 4 Minuten damit, sie zu lesen).
- ▶ Jedes Dokument kann dazu beitragen, ein positives Kundenerlebnis zu schaffen

Papierbasierte transaktionale Kommunikation wird es immer geben und sie bleibt ein wirkungsvolleres Medium als seine elektronischen Alternativen. Sie hat das Potential, sich von der Transaktionsdokumentation zu einem zentralen Element in der Kundenkommunikation zu entwickeln – und zu einem wesentlichen Bestandteil des Marketing-Mix!

# CANON'S TECHNOLOGIE INNOVATIONEN



**Canon**

---

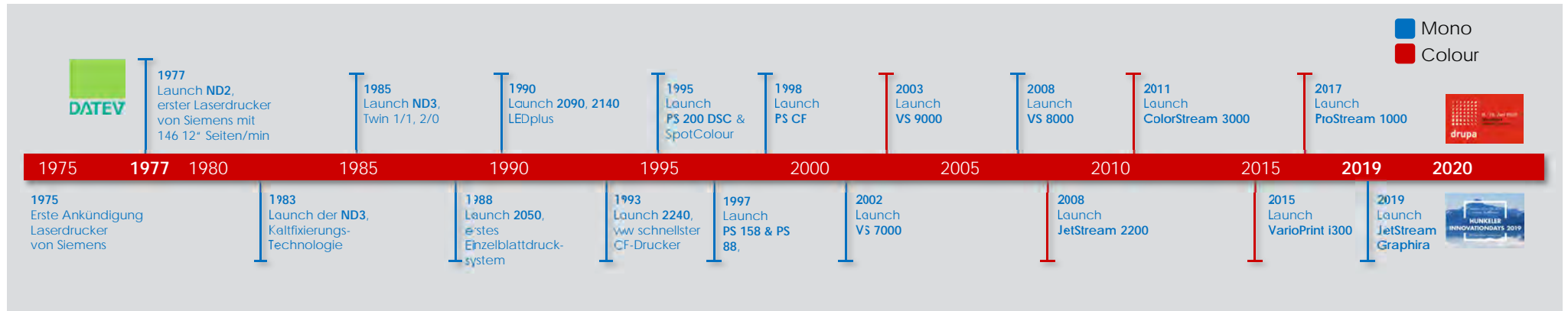
# CANON – WACHSTUMSSTRATEGIE



**Canon**

---

# DIE EVOLUTION UNSERER DRUCKSYSTEME ...



**#1** bei High-Speed Inkjet-Installationen in EMEA (2013 – 2018)

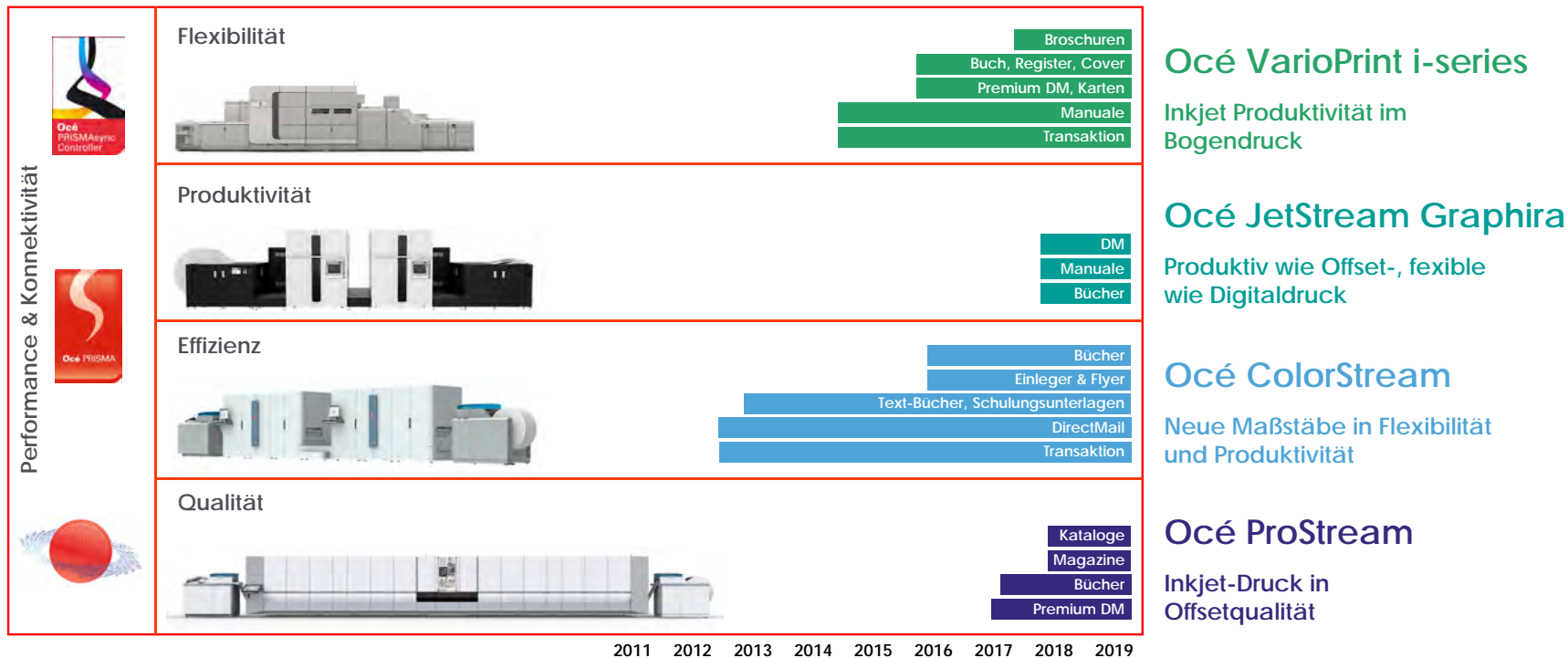
Quelle: InfoSource

**embrace the future**  
June 16 - 26, 2020  
Düsseldorf/Germany

**drupa**  
no. 1 for printing technologies

**Canon**

# DER RICHTIGE PARTNER FÜR INNOVATIONEN



# OCÉ VARIOPRINT I-SERIES (I-300/I-200)



Mehr als  
**200**  
Installationen  
weltweit



**22** Kunden  
haben  
multiple  
Installationen

- Hunkeler DocuTrim
- iQuarius MX Tinten – für noch mehr Anwendungsvielfalt
- Mehr als 1000 freigegebene Substrate
- Fogra 51 zertifiziert



Peak Volumen  
**8.5 Millionen**  
A4 Drucke  
pro Monat



Druckvolumen  
der Top 10  
Kunden  
**3.4 Million**  
A4 pro Monat



Tagesrekord  
**411.000**  
A4 Drucke



Verfügbarkeit  
**90 %**  
(Referenz  
75 %)

# NEU: OCÉ JETSTREAM GRAPHIRA



- Bahngeschwindigkeit bis zu 254 m/min
- Neue Graphira Tinten für eine maximale optische Dichte im Schwarz
- Kopfreinigungssystem der nächsten Generation zur Reduktion von Wartungsmaßnahmen

**3 Kunden in  
EMEA**

**Canon**



# OCÉ COLORSTREAM 6000



- **55 % Marktanteil** in EMEA  
(vorläufige InfoSource 2018 Zahlen)
- Erste Installation in 2017
- **61 %** der Anwendungen werden in **Farbe** produziert
- **20 %** der installierten Basis sind **Chroma** Systeme

**1250  
Installationen  
weltweit!**

**Canon**

# OCÉ PROSTREAM 1000 – WEITERENTWICKLUNGEN



10 Systeme  
in EMEA!

- Hochgeschwindigkeitskamera für eine automatisierte Inline-Qualitätskontrolle – überwacht werden:
  - Düsenaktivität
  - Farbhomogenität
- Maximale Kantenschärfe für Text und Vektoren
- Verarbeitung von Grammaturen bis zu 300 g/m<sup>2</sup>
- Hunkeler Generation 8

Canon



**NUTZEN SIE DAS EMOTIONALE POTENTIAL  
VON PRINT FÜR IHR BUSINESS ...**

**Canon**

**DANKE**

Michael Krebs  
European Director Sales EU18  
Commercial Printing

