

drukomat.



E-BOOK #DORZUĆDOPACZKI
**ROZPAL SWÓJ
E-COMMERCE**

TO ŁATWE KIEDY WIESZ JAK!

**PATRONAT:
the Brief**

NowyMarketing

SPIIS TREŚCI

- 01.** To łatwe, kiedy wiesz jak!
- 02.** Wykorzystaj emocje i dosprzedawaj efektywniej.
- 03.** Serwuj marketing na wynos!
- 04.** Co dorzucić do paczki?
- 05.** Kto Ci to wszystko wydrukuje?
- 06.** Nie kombinuj, tylko wiośtuj!

01.

**To łatwe,
kiedy wiesz jak!**



Sprzedaż za pośrednictwem internetu jest prawdopodobnie największą szansą na rozwój niejednego biznesu. Mimo to, wielu firmom i markom nadal trudno generować zadowolające przychody z kanału online. Wiele z nich właśnie rozpoczyna swoją podróż. Do zrobienia jest sporo. Trzeba uzbroić się w cierpliwość, połączyć sprawnie wiele elementów, być konsekwentnym i krok po kroku realizować swoją strategię.

Ten e-book pomoże Ci osiągnąć niesamowite rzeczy. Nauczysz się, jak wykorzystywać efektywnie materiały drukowane, by łączyć świat online z tym bardziej realnym, opowiedzianym za pomocą papieru i druku. Nasza publikacja pełna jest inspiracji oraz oferuje konkretne rozwiązania. Każdy, kto poważnie myśli o sprzedaży w sieci, znajdzie w tutaj coś dla siebie.

Pokażemy Ci co zrobić, żeby Twój sklep internetowy wykorzystał to, co najistotniejsze, czyli emocje, które drzemią w papierze i mają ogromną moc. Czytaj i łąp z tego e-booka wszystko to, co pomoże Ci skutecznie i efektywnie generować większą sprzedaż. Nieważne czy sprzedajesz przysłowiowemu Kowalskiemu, czy też firmie - zarówno w B2C, jak i B2B pewne mechanizmy działają tak samo skutecznie. Dlaczego? Ponieważ w obu przypadkach liczy się człowiek, jego emocje i potrzeby.

Otwórz się na nowe możliwości, generuj większe przychody, dosprzedawaj, #dorzućDOpaczki i rozpal swój e-commerce!

Ten projekt przygotowałem dla Ciebie razem z ekipą zapaleńców z drukomat.pl. Dziękuję, że jesteś tu z nami! Zostań na chwilę, wyciągnij coś dla siebie, a jeśli uznasz, że warto, podziel się źródłem wiedzy z innymi.

Sebastian Śnieciński

Na co dzień CMO w Grupie Colours Factory. Tworzę i wdrażam strategie osnute planami dla marek takich, jak Drukomat.pl i Colours Factory. Lubię ludzi, dźwięki, fotografie, nowe media i technologie. Od zawsze uzależniony od kreatywnej pracy, muzyki, a od jakiegoś czasu również od Instagrama.



02.

**Wykorzystaj emocje,
dosprzedawaj efektywniej**



Zdarzyło Ci się być kiedyś w sklepie stacjonarnym, offlinowym? Z pewnością tak i na pewno wiesz, że sklep sklepowi nierówny. Bo i asortyment różny gatunkowo i warstwa wizualna też często pozostawia wiele do życzenia. Chciałbym Ci jednak zwrócić uwagę na coś innego, bo tego, że sklep internetowy powinien być atrakcyjny wizualnie i być zaopatrzonej w doskonały towar raczej nie muszę Ci mówić. Czytając dalej dowiesz się czego możesz nauczyć się obrazując pewne sytuacje, których często sami jesteśmy bohaterami.

Pan Jan - człowiek, którego nie da się nie lubić.

Pan Jan pracuje w moim ulubionym warzywniaku i zna się na swojej pracy jak nikt. Po pierwsze jest zawsze uśmiechnięty i gotowy do pomocy, prawdopodobnie nawet wtedy, kiedy ma gorszy dzień. Po drugie - dosprzedaje jak zawodowy handlowiec. Zazwyczaj przychodzę z konkretną potrzebą zakupową i tak też było ostatnio, kiedy potrzebowałem kilku pomidorów, dwóch kilogramów ziemniaków, jednej papryki i odrobiny kapusty na surówkę. Co na to Pan Jan, słysząc co chcę kupić?

Pomidory to Pan weźmie te malinowe, bardzo dobre są, ja to je zawsze do domu zabieram, ogórki też mamy super, świeże - moje dzieciaki to się o nie zabijają, a z owoców to Pan nic nie wziął, takie piękne jabłka mamy. No i tych śliwek dałbym Panu, bo takie smaczne są, że żal ich nie wziąć. Tych ziemniaków to Pan nie bierze, dam Panu te, są smaczniejsze, fajniejsza odmiana z moich upraw. Fasolkę mam jeszcze super też z moich grządek, dać pół kilo?



Tym sposobem wychodzę obładowany jak dromader, bo nie śmiem zaprotestować i przeciwstawić się Panu Janowi i jego stanowczości. Z drugiej strony wiem, że poleca mi zawsze najlepszy towar i jeszcze nigdy się nie zawiodłem. Jaki jest bilans tej operacji? Chciałem kupić tylko cztery rzeczy, a wychodzę z torbą pełną smakowitego dobra. Bywam tam często i za każdym razem, kiedy wychodzę od nich, uśmiecham się w duchu sam do siebie, chyląc czoła przed skutecznością Pana Jana, myśląc sobie *"I ja się daję, czemu ja się daję?"*, jak mawiał bohater innej opowieści.

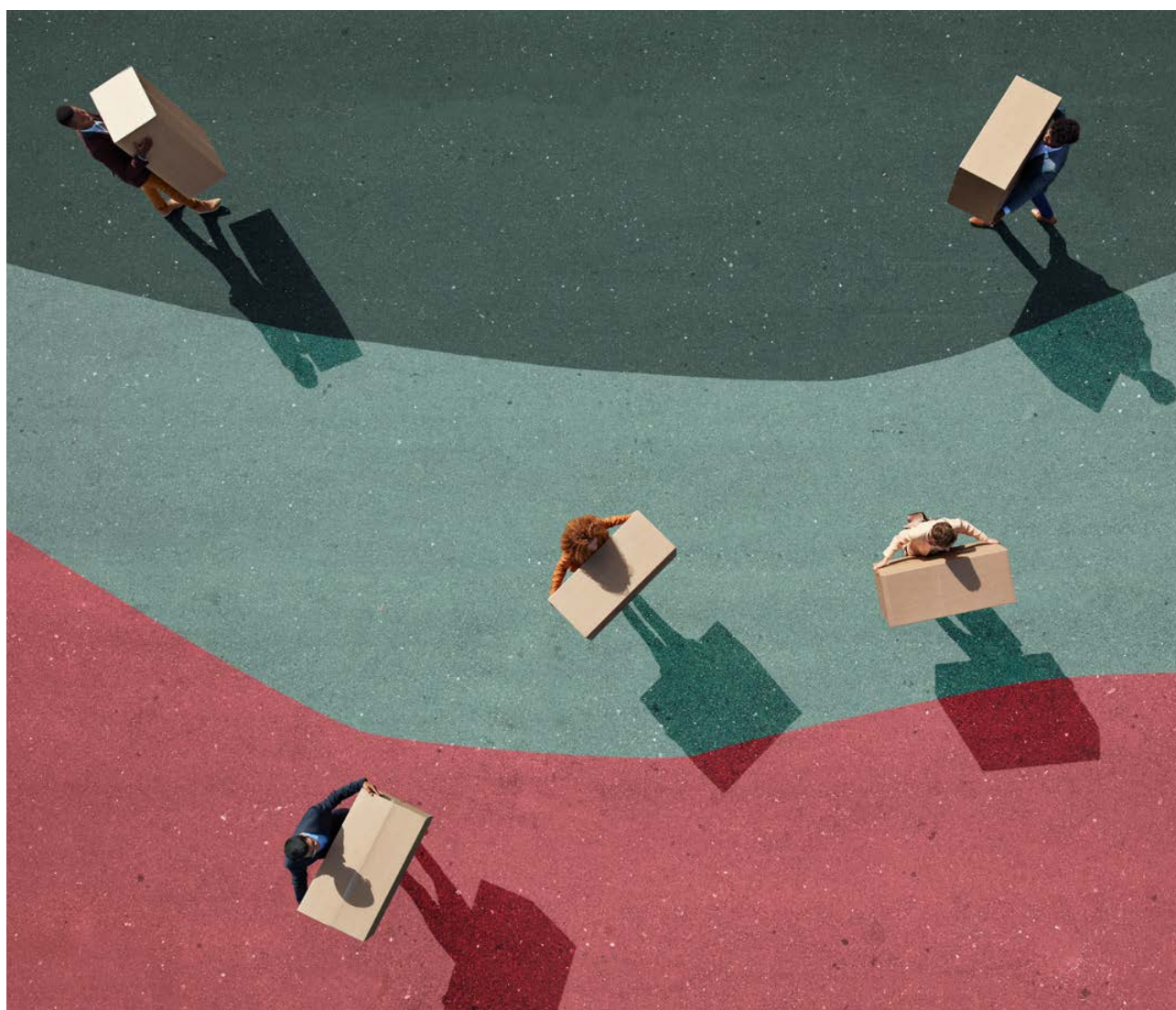
Czemu ja się daję i pewnie nie tylko ja, opowiem w dalszej części tego e-booka, jak również o tym, jak przenieść wszystkie doświadczenia zaobserwowane w warzywniaku (w innych sklepach też, na przykład wtedy, gdy kasjer proponuje nam przy kasie produkty z oferty specjalnej), na realia cyfrowego świata i handlu internetowego. To dość proste, a wytrychem do sukcesu jest wszystko to, co kryje się pod hasłem **#dorzućDOpaczki.**



Nie możesz być fizycznie przy swoim nabywcy tak, jak Pan Jan przy swoich klientach. Możesz za to budować doświadczenie klienta za pomocą rozwiązań, jakie oferuje branża poligraficzna. Jedną z ważniejszych chwil na stylu marka - klient to moment, w którym Twój nabywca odbiera i rozpakowuje paczkę z zamówionym produktem. Bądź w tym momencie jak Pan Jan z ulubionego warzywniaka - wejdź w interakcję ze swoim klientem, ale inną, fizyczną. Zrobisz to właśnie dzięki materiałom drukowanym.

Użyj materiałów drukowanych i wygraj lojalność klienta

Zaproponuj konkretne akcje, które Twój klient może wykonać. Zaktywizuj go do dalszego działania, nakłoń do podzielenia się tym, co dostał. Zaoferuj nowe produkty jako elementy uzupełniające do zrealizowanego już zamówienia lub takie, na których sprzedaży Tobie zależy. Pamiętaj, że cały czas jesteś w chwili, gdy Twój klient rozpakowuje paczkę od Ciebie. Jest cały w euforii, bo w końcu otrzymał swoje zamówienie, na które z utęsknieniem czekał. Dlatego #dorzućDOpaczki fajną ciekawą ulotkę, dedykowaną i spersonalizowaną kartkę pocztową, ciekawie zaprojektowany papier pakowy czy odjechane naklejki.



W kanale offline takie działania zaobserwujesz na przykład przy kasie, kiedy kasjer proponuje Ci promocyjny produkt, w ulubionej restauracji, kiedy, wraz z rachunkiem, otrzymujesz naklejki lub inny drobny gadżet albo w warzywniaku Pana Jana, kiedy ten prezentuje Ci z dumą kolejne produkty ze stoiska warzywnego, a Ty bez słowa sprzeciwu pakujesz je do torby.

Super moce Pana Jana:

- buduje relacje i wiarygodność
- uświadamia moją potrzebę
- wzbudza emocje
- kreuje nowe potrzeby
- na podstawie moich zakupów sprawnie analizuje moje potrzeby
- jest fachowcem - potrafi ocenić, czego mi trzeba i sprawnie dobiera dla mnie produkty komplementarne
- doskonale zna swoje produkty i umie o nich opowiadać

Pamiętaj, że masz je i Ty. Bądź jak Pan Jan, dosprzedawaj efektywnie i **#dorzućDOpaczki** coś na tyle atrakcyjnego, by zapadło Twoim klientom w pamięci na długo.



03.

**Serwuj marketing
na wynos!**



Jest bezpieczny i efektywny w dostawie. A dzięki papierowym materiałom drukowanym – bardzo skuteczny. Nieraz pewnie zdarzyło Ci się usłyszeć, że papier to już do niczego się nie nadaje i liczy się tylko digital. Prawda to o tyle wątpliwa, że działania w online są ważne i mają wiele dobrych stron, ale nawet w dobie internetu wciąż liczą się emocje i to one wygrywają, ponieważ papier generuje ich więcej niż świat cyfrowy.

Skuteczna reklama drukowana potrafi napędzać cyfrowe zakupy. Nauka wyraźnie pokazuje, że papier mocniej na nas oddziałuje niż przekaz cyfrowy. Wywiera większy wpływ, a komunikaty na nim przedstawiane są łatwiej zapamiętywane. Technologia cyfrowa niewątpliwie ma swoje zalety, w tym natychmiastowy dostęp, lokalizację, potężną personalizację oraz targetowanie, audio i wideo i wiele innych. Z połączenia tych dwóch światów potrafi powstać naprawdę wybuchowa mieszanka!

Ważne jest to, że papier dla naszego mózgu ma w sobie więcej prawdy. Poprzez swoją fizyczność, gramaturę, fakturę i zapach znacznie mocniej angażuje naszą sieć połączeń nerwowych, powiązanych z pamięcią przestrzenną. Mózg za każdym razem uruchamia inny obszar, w zależności od rodzaju bodźca, który mu dostarczamy – raz przez wersję papierową, raz cyfrową, tej samej reklamy.



Bang! Papier pobił digital

I to nie są puste przechwałki. Jest taka dość znana agencja brandingowa Millward Brown, która zdecydowała się przeprowadzić eksperyment z wykorzystaniem rezonansu magnetycznego. Wyniki badania miały odpowiedzieć na pytanie *Jak komunikat przedstawiony na papierze oddziałuje na odbiorców?*

W swoich działaniach udowodnili, że papier i materiały na nim drukowane są efektywniejsze w przekazie niż reklamy cyfrowe. Papier po prostu generuje więcej emocji niż cyfrowy obrazek. Ze względu na swój namacalny, realny kontakt z odbiorcą, pozostawia trwalszy ślad w naszym mózgu.

Do Millward Brown dołączyła poczta kanadyjska, która w ramach swoich badań sprawdzała skuteczność reklam przedstawianych za pomocą papierowych materiałów drukowanych. Testy przeprowadzono w wykorzystaniu tradycyjnej ankiety, eyetrackingu, oraz rezonansu magnetycznego wśród 270 uczestników.

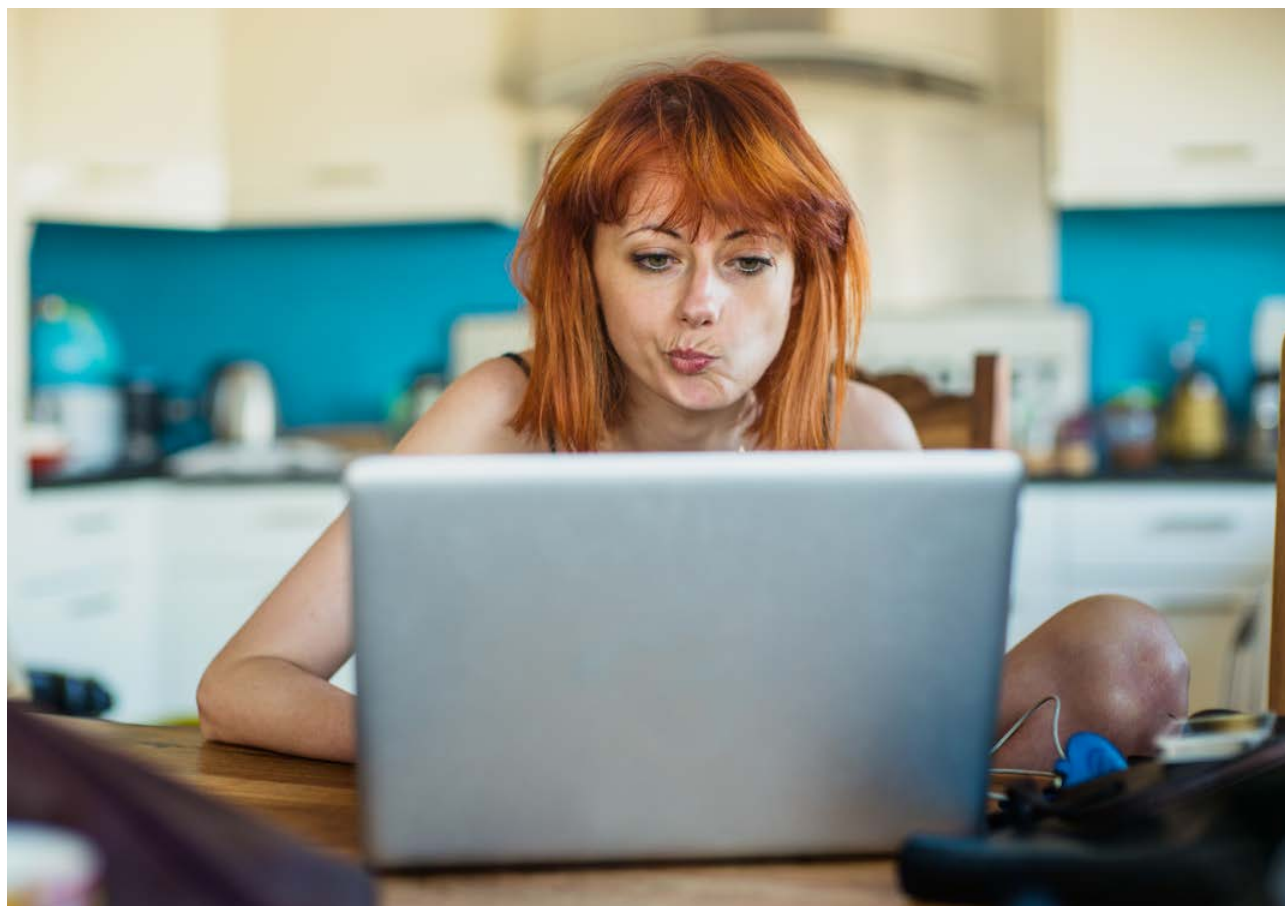


Wnioski przełożyły się na jednoznaczny werdykt. Papier wygrał w ringu z pikselem. Reklamy i komunikaty przedstawiane na papierowych materiałach drukowanych były bardziej zrozumiałe i łatwiej zapamiętywane przez uczestników badania. Najwięcej szczegółów z przedstawianych komunikatów w formie papierowej zapamiętało aż 75% badanych. Dla porównania, te same szczegóły przedstawione w formie cyfrowe pamiętało już tylko 44% badanych. Ten wynik mówi sam za siebie! Jest jeszcze jedna przewaga papieru nad digitaliem - reklama w formie papierowej skuteczniej wpływa na procesy zakupowe, ponieważ zachęciła do zakupu produktów aż 51% osób spośród tych, którym ją przedstawiono.

Warto też zwrócić uwagę na to, że nasz mózg zupełnie inaczej przetwarza słowa napisane na papierze, niż te same słowa podane mu w wersji elektronicznej. Jeszcze inne badania pokazują, że znacznie lepsze wyniki zrozumienia tekstu odnotowali studenci, którzy czytali tekst przedstawiony w formie papierowej, niż Ci, którym ten sam tekst przedstawiono w formie cyfrowej.

Co to oznacza dla Ciebie, konstruktora komunikatów i opowieści?

Papier jest skuteczniejszy w przekazywaniu szczegółowych informacji - zwiększa szanse na ich łatwiejsze zrozumienie i zapamiętanie. Jeśli swoim odbiorcom przedstawisz ten sam komunikat za pomocą papieru, zostanie w ich pamięci znacznie dłużej, niż ta sama treść, podana w formie cyfrowej.



Sprzątając ring - short info



Reklamy cyfrowe są szybciej przetwarzane



Reklamy papierowe angażują widzów na dłużej



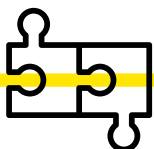
Badani nie zgłaszali preferencji dla żadnego z medium



Badanym przedstawiano te same ilości informacji za pośrednictwem obydwu mediów



Po 7 dniach od badania, jego uczestnicy wykazali większą reakcję emocjonalną i pamięć do reklam prezentowanych w mediach fizycznych



Reklamy fizyczne spowodowały większą aktywność w obszarach mózgu, związanej z wartością i pożądaniami.

04.

**Co w takim razie
do tej paczki dorzucić?**



Wszystko to, co pomoże Ci nawiązać relacje z Twoim klientem. Zastanów się, jakich reakcji od swojego klienta oczekujesz i zaplanuj je sobie wcześniej. Dobierz do nich odpowiednie produkty i narzędzia. Planując pamiętaj, że cały czas jesteśmy w chwili, kiedy Twój klient odbiera i rozpakowuje paczkę z zamówionym produktem.

Właśnie w tej chwili toczy się walka o jego uwagę i budowę doświadczeń, które wpłyną na ocenę Twojej marki. Przemysłana kampania z wykorzystaniem materiałów drukowanych to oręż sprawnego marketera. W zależności od celu, jaki chcesz osiągnąć, materiały drukowane mogą wieść w niej prym lub stanowić efektywne uzupełnienie.

Zanim przedstawię Ci konkretne produkty, które możesz użyć w swoich działaniach, zwróć uwagę jeszcze na jedną rzecz. Materiały drukowane na papierach o wyższych gramaturach, cięższych, bardziej odczuwalnych w dotyku, uważane są przez odbiorców za ważniejsze i bardziej cenne.

Możesz zaobserwować to w codziennych sytuacjach. O wiele częściej zatrzymujemy na dłużej przy sobie cięższe foldery, broszury czy ulotki, wydrukowane na lepszym masywniejszym papierze. To daje poczucie ekskluzywności i wyjątkowości, ale też niesie za sobą większy ładunek emocji.



Weź kartkę, podziel ją na dwie części.

Po jednej stronie wypisz sobie wszystko to, co cechuje, opisuje Twojego klienta. Pewnie wiesz co to takiego osoby (a jeśli nie to zachęcam Cię do poczytania - w sieci znajdziesz wiele interesujących artykułów na ten temat). Na potrzeby naszego e-booka, poniżej zapisałem kilka podstawowych pytań, na które warto odpowiedzieć tworząc profil swojego klienta.

Kim jest?

Czym się zajmuje? Jaką pracę wykonuje?

Jak wygląda jego typowy dzień pracy?

Jak spędza czas wolny?

Jakie zadania w pracy frustrują tę osobę, sprawiają jej kłopot?

Jakie problemy musi na co dzień rozwiązywać?

Czy podejmuje sam decyzje o zakupie?

Jaką rolę odgrywa?

O czym marzy, jakie cele (zawodowe lub prywatne) są dla niego naprawdę ważne?

Po drugiej stronie kartki wypisz reakcje, działania, czy inne aktywności, które chcesz, aby Twój klient wykonał po tym, jak zapozna się z materiałami, które od Ciebie otrzymał.

Wszedł ponownie na stronę internetową i dokonał zakupu.

Opowiedział o Twoim sklepie znajomym. Pochwalił się znajomym produktem, który kupił w Twoim sklepie.

Polecił Twój sklep znajomym.

Kupił produkty ze specjalnej akcji promocyjnej.

Podzielił się rabatem ze swoimi znajomymi.

Wrzucił zdjęcie z Twoim produktem na Instagram i dodał proponowany przez Ciebie hashtag.

Zapamiętał Twoją markę wraz z wartościami, z jakimi się identyfikuje.

Poczuł się częścią wspólnoty, że należy do określonej grupy, którą charakteryzuje konkretny styl życia

Utwierdził się w przekonaniu, że wybrał dobrze i wrócił ponownie dokonując kolejnych zakupów.



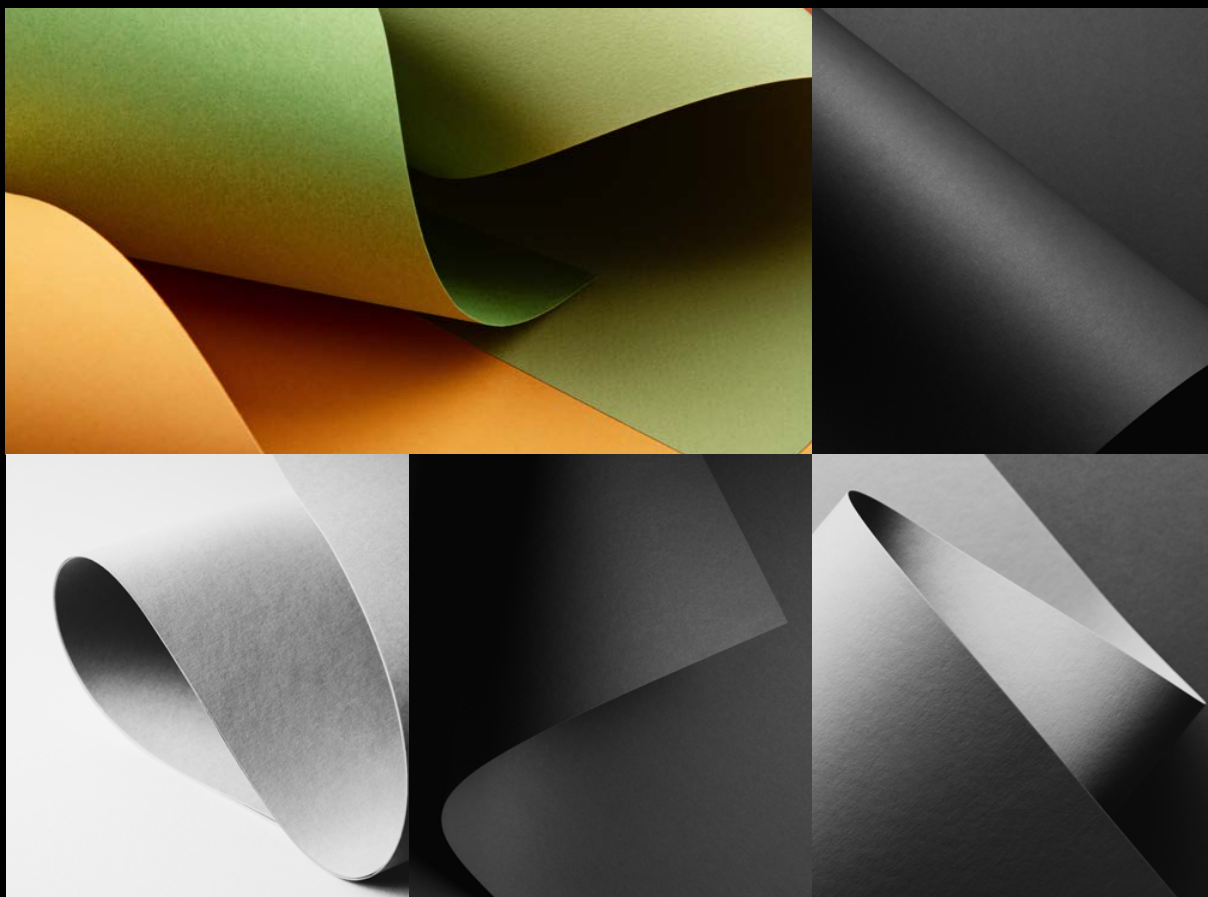
Ok ale jak to może wyglądać w praktyce?

Buduj doświadczenia klienta za pomocą materiałów drukowanych! Wykorzystaj moment euforii i ekscytacji, jaki towarzyszy odpakowywaniu przesyłki. Przeniesz z offline do online to, co skutecznie generuje większą sprzedaż i buduje zaufanie, angażując w proces zakupowy emocje.

Planując działa z materiałami drukowanymi, pamiętaj o odpowiednim doborze surowców. Wydruki realizowane na papierach o wyższych gramaturach uważane są przez odbiorców za ważniejsze i bardziej cenne. Łatwo to zaobserwować w codziennych sytuacjach, gdzie o wiele częściej zatrzymujemy na dłużej przy sobie cięższe ulotki, foldery, broszury, wydrukowane na lepszym, masywniejszym papierze. To daje poczucie ekskluzywności i wyjątkowości.

Czy wiesz, że?

- papier oddziałuje znacznie skuteczniej na nasze zmysły takie jak wzrok i dotyk czy zapach
- komunikaty przedstawiane na materiałach drukowanych są lepiej zapamiętywane
- nasz mózg efektywniej reaguje na fizyczne reklamy przedstawiane na papierze
- papier jest genialnym nośnikiem emocji



Przykładowe zestawy materiałów drukowanych dla marki modowej (ubrania, biżuteria):



Wraz
z zamówionym
produktem
#dorzućDOpaczki

- **Kartka z podziękowaniami za zakup** - wydrukowana na grubym papierze Kraft lub papierach ozdobnych genialnie buduje pozytywne relacje z marką.
- **Ulotka opowiadająca o marce i jej wartościach** - wydrukowana na papierach offsetowych o wysokich gramaturach, wciąga w magiczny świat opowiadany poprzez wartości marki oraz pomaga się z nimi identyfikować.
- **Kupon rabatowy na kolejny zakup** - może mieć postać ulotki lub kartki wydrukowanej na papierach ozdobnych lub papierze offsetowym o wysokiej gramaturze. Budujesz lojalność, zachęcasz do kolejnego kontaktu z Twoimi produktami.
- **Kupon rabatowy dla przyjaciół** - może mieć postać ulotki lub kartki wydrukowanej na papierach ozdobnych lub papierze offsetowym o wysokiej gramaturze. Wzmacniasz siłę wzajemnych bliskich rekomendacji. Opowiedz o nas swoim przyjaciołom - to najskuteczniejsza forma polecenia i budowania zaufania.
- **Ulotka z ofertą limitowaną** - wydrukowana na papierach offsetowych o wysokich gramaturach, doskonale opowie o ofercie dostępnej w ograniczonej ilości i ograniczonym czasie, co pozwoli Ci zwiększyć przychody.
- **Naklejki** - coś co pomoże Ci niejednokrotnie wywołać uśmiech na twarzach Twoich klientów. Doskonałe narzędzie do komunikowania prostych sloganów czy wartości Twojej marki.
- **Papier pakowy z dedykowaną zmienną komunikacją** - buduje poczucie ekskluzywności, znakomicie dopełnia całość dialogu, jaki będziesz prowadzić ze swoimi klientami.
- **Pudełko z dedykowaną zmienną komunikacją** - wyślesz w nim swój produkt, zyskasz nową przestrzeń w komunikacji z klientem, skutecznie zbudujesz wiarygodność, zaufanie i pozycję swojej marki.

Przykładowe zestawy materiałów drukowanych dla wielomarkowego sklepu sportowego:



Wraz
z zamówionym
rowerem
#dorzućDOpaczki

- **Kartka z podziękowaniami za zakup** - wydrukowana na grubym papierze kredowym lub papierach ozdobnych, genialnie buduje pozytywne relacje z marką.
- **Kartka z informacją, kto pakował i szykował dla Ciebie rower** - wydrukowana na grubym papierze kredowym lub kartonie, świetnie buduje zaufanie i wzbudza ciepłe emocje.
- **Kartka z instrukcją jak uruchomić rower po dostawie** - świetny sposób na to, by wzmocnić relacje z Twoim klientem i zbudować jeszcze większe zaufanie do marki. To również doskonała okazja do zaprezentowania Twojej marki jak eksperta w swojej dziedzinie.
- **Ulotka opisująca grupy produktów i marki dostępne w Twoim sklepie** (rowery miejskie, sportowe, młodzieżowe, dla dzieci) - zyskasz dzięki temu dodatkową możliwość zaprezentowania szerszej gamy produktów, które mogą się przydać Twojemu klientowi, na przykład dla pozostałych członków rodziny.
- **Kupon z datą serwisu roweru i rabatem na usługę serwisową oraz z danymi kontaktowymi do kogo zgłaszać się w razie problemów technicznych** - zyskujesz możliwość sprzedaży usług dodatkowych oraz budujesz wizerunek eksperta, zwiększając szansę na powrót klienta.
- **Ulotka z ofertą specjalną, dostępną w ograniczonej ilości i ograniczonym czasie lub na akcesoria czy produkty komplementarne do zamówionego produktu** - zagraj regułą niedostępności lub wyjdź klientowi naprzeciw w jego potrzebach, zachęcając go do dalszej interakcji z Twoją marką.
- **Naklejki** - gadżet reklamowy, który pomoże Ci nawiązać luźną komunikację z Twoim klientem. Doskonałe narzędzie do komunikowania prostych sloganów czy wartości marki.



Hygge Nights & drukomat.pl. Poznaj kulisy współpracy

Set referencyjnych produktów poligraficznych, który stał się efektem współpracy obecnie cieszy klientów tej marki. Zobacz co razem udało nam się stworzyć i zainspiruj się!

Be warm towards yourself & others

Hygge Nights to młoda marka, założona przez parę, Martynę i Adriana, którzy na co dzień żyją w świecie IT, a wieczorami chętnie wracają do offline'u tworząc produkty dużo bardziej namacalne niż wytwory świata cyfrowego.

Hygge Nights powstało z przekonania, że powinniśmy nauczyć się zwalniać, być dla siebie czuli i tworzyć wokół przestrzeń, która sprzyja relaksowi. Wierzymy, że nasze naturalne mgiełki do poduszki i świece sojowe potrafią umilić wieczory, wypełniając dom ciepłem i uczuciem bez troski.

Martyna Wantulok, współzałożycielka marki Hygge Nights

Pomysł na biznes zrodził się w podróży

A triggerem do założenia biznesu stał się syntetyczny zapach do pościeli. *Pomyśleliśmy wtedy, a co gdyby stworzyć naturalny pillow spray o właściwościach sprzyjających zasypianiu? Po powrocie zaczęliśmy eksperymentować, tworzyć mieszanki i koncepcję marki. Choć kompozycje zapachowe powstały praktycznie w jeden wieczór (!), to skład testowaliśmy tygodniami. Chcieliśmy, żeby zapach był dobrze wyczuwalny, ale jednocześnie, żeby w składzie nie było alkoholu, bo zbyt intensywne zapachy mogłyby wręcz drażnić zmysły i utrudniać zasypianie. Skupiliśmy się po prostu na doświadczeniu towarzyszącemu zasypianiu – mówi Martyna.*



Oferta produktowa Hygge Nights to przede wszystkim mgiełki i świece zapachowe o naturalnym składzie.

Niedługo potem do pillow sprayów dołączyły świece sojowe. Sklep online ma dziś już dwa lata. Martyna i Adrian cały czas pracują nad nowymi produktami, które będą wpisywać się w koncepcję przyjemnych wieczorów, spędzanych w domu. Na relaks oboje patrzą holistycznie i choć skupiają się na zapachach, zdradzają, że niedługo w sklepie pojawi się również produkt oddziałujący na inne zmysły.

Wszystkie produkty Hygge Nights powstają w domowej manufakturze i wytwarzane są ręcznie. Martyna i Adrian sami opracowują kompozycje zapachowe, mieszają substancje, naklejają etykiety i składają pudełka.

W Hygge Nights nie znajdziecie dużych zapasów, stany uzupełniane są na bieżąco i w zgodzie z filozofią slow.

“Hygge is about
having less, enjoying
more; the pleasure
of simply being.”

Propozycja współpracy

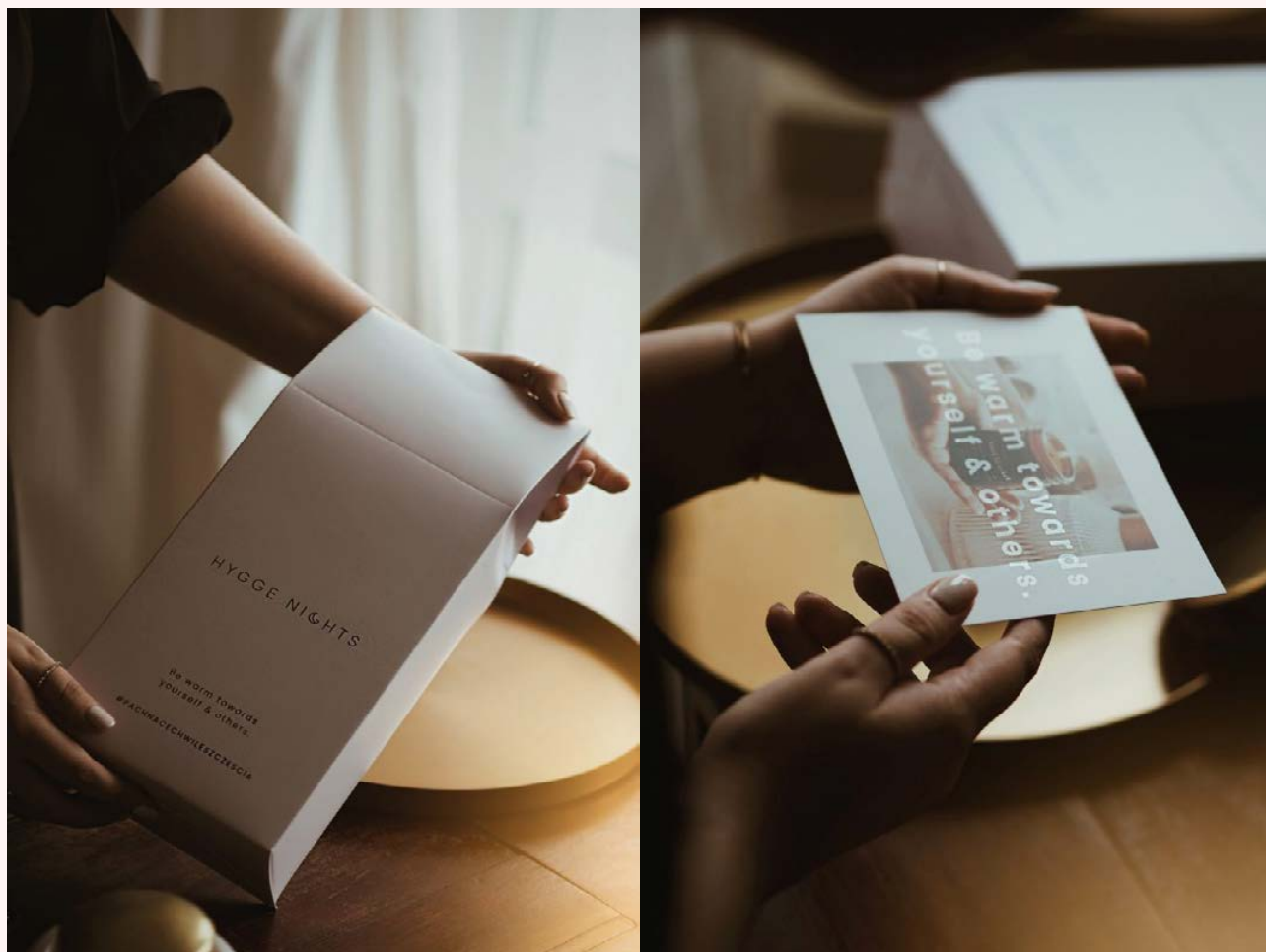
Ta pojawiła się przy okazji premiery nowej kategorii produktowej w drukomat.pl, jaką były opakowania. Szukaliśmy autentycznych marek, które pomogą nam wyeksponować nowe produkty w ofercie i przy okazji będą miały ze współpracy jakąś wartość dodaną - w tym przypadku produkty poligraficzne, które zamierzaliśmy wykonać dla nich na potrzeby wspólnej sesji zdjęciowej oraz zrobić "trochę szumu" w mediach społecznościowych przy okazji promocji kooperacji. Hygge Nights do naszego briefu pasowało idealnie!

Jest decyzja, działamy!

Wspólnie uzgodniliśmy, że przedmiotem akcji stanie się zestaw produktów, złożony z uszlachetnianych **pudełek prezentowych** oraz **pocztówek**, a także **naklejki**, które miały pełnić między innymi rolę plomb na zamknięciu opakowań. Kolekcja po opracowaniu projektów graficznych oraz wydruku prezentowała się następująco:



Projekt pudełka i pocztówki został dodatkowo wzbogacony uszlachetnieniami dla jeszcze lepszego efektu. W przypadku pudełka była to matowa folia, pociągnięta po całości opakowania, na pocztówce z kolei zastosowaliśmy lakier wybiórczy UV, który podkreślił wybrane elementy graficzne projektu.



Szczegółowa specyfikacja produktów

Pudełka		Pocztówki		Naklejki	
Nazwa produktu w serwisie:	Pudełko prezentowe - torebka z zamknięciem	Nazwa produktu w serwisie:	Pocztówki	Nazwa produktu w serwisie:	Naklejki z folii monomerycznej (druk + nacinanie)
Wymiary:	155x250x80 mm	Wymiary:	A6 pion (105x148 mm)	Wymiary:	pojedynczy użytek: 50x50 mm format arkusza: 128x100 cm
Podłoże:	papier X-per premium white 320 g	Podłoże:	kreda mat 350 g	Podłoże:	folia monomeryczna mat
Zadruk:	4/0 (jednostronny)	Zadruk:	4/4 (dwustronny)	Zadruk:	4/0 (jednostronny)
Uszlachetnienia:	Folia mat 1/0	Uszlachetnienia:	folia mat 1/0 + lakier UV wybiórczy 1/0	Uszlachetnienia:	-
Link do produktu:	pobierz	Link do produktu:	pobierz	Link do produktu:	pobierz

Jakie było główne założenie podczas projektowania opakowań Hygge Nights?

Po pierwsze minimalizm i wierność zasadzie „less is more”.

Opakowania, tak jak i publikowany content, miały być proste i eleganckie. Pod hasłem „hygge” w sieci można znaleźć mnóstwo zdjęć przedstawiających łóżko z herbatą, świecą, jakimś kocem i dziesięcioma innymi przedmiotami w kadrze, ale to nie nasz kierunek. Wystarczy odwiedzić naszego Instagrama, żeby poczuć klimat Hygge Nights - ciepły, ale jednocześnie lekko surowy, elegancki, zmysłowy. Zupełnie jak nasze mieszanki - mówi Martyna.



Naturalnym rozwinięciem powyższego jest dbałość o każdy szczegół przy pakowaniu zarówno samych produktów, jak i zamówień - począwszy od kraftowych pudełek produktowych po fasonowe do wysyłki. Paczki zabezpieczane są czarnym papierowym wypełniaczem i zaklejane matową naklejką. Całość zapakowana jest w biodegradowalną folię. W środku klient znajduje czarny papier pakowy, kartę z podziękowaniem za zakup na eko papierze z surowców wtórnych z dodatkiem miazgi owocowej i piękną pocztówką. Produkty oklejone są czarną matową etykietą. Wszystkie elementy współgrają ze sobą i taki właśnie był cel - pokazać, że domowa manufaktura i produkty handmade również mogą prezentować się dobrze!

Hygge Nights

wydawała nam się **idealną marką do wspólnego przedsięwzięcia.**

Jej filozofia, minimalistyczna identyfikacja oraz klimat jaki oddaje, uwiodły nas od samego początku.

Szukaliśmy firmy działającej w obszarze e-commerce, która doskonale wpisuje się w aktualne trendy i trafiliśmy na partnera, który spełnił te założenia w stu procentach. Wspólny projekt i możliwość wykonania dla tej marki setu produktów w najwyższej jakości druku sprawiło nam wiele satysfakcji. I przyznajemy, że z radością wypatrujemy okazji do kolejnej współpracy!



#DORZUĆDOPACZKI

Pocztówkę z podziękowaniem



Produkt w drukomat.pl: pocztówka, A6, Karton Splendorgel Extra White 340 g, zadruk jednostronny 4/0

Pocztówkę z kodem rabatowym dla przyjaciół



Produkt w drukomat.pl: pocztówka, DL pion (99 x 210 mm), Karton Splendorgel Extra White 340 g, zadruk dwustronny 4/4

Torbę bawełnianą



Produkt w drukomat.pl: torba bawełniana z długimi uchwyty, 38 x 42 cm, długość uchwytów 70 cm, zadruk jednostronny 4/0

Torbę z papieru Kraft



Produkt w drukomat.pl: torba papierowa Kraft, 180 x 225 x 80 mm pion, Kraft szary prążkowany 100 g, zadruk jednostronny 4/0, uchwyt papierowy szary skręcany

Naklejki z przyciągającą wzrok grafiką



Produkt w drukomat.pl: naklejki z folii monomerycznej, druk i nacinanie – z usunięciem folii, bez transferu, folia monomeryczna połysk, brak laminatu

Taśmę pakową papierową



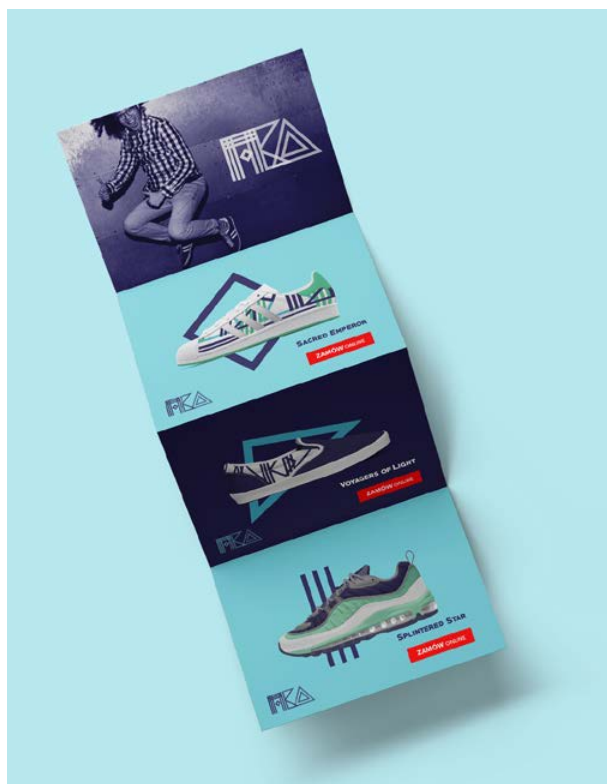
Produkt w drukomat.pl: taśma papierowa z nadrukiem, szerokość 48 mm, długość 60 m, moduł nadruku 340 x 48 mm, papier Kraft 90 mic., fleksodruk - 1 kolor Pantone, rodzaj kleju: HotMelt bezbarwny

Taśmę pakową



Produkt w drukomat.pl: taśma samoprzylepna z nadrukiem, 251,2 x 48 mm, fleksodruk - 3 kolory Pantone, rodzaj kleju - Hot Melt - bezbarwny

Ulotkę z produktami komplementarnymi



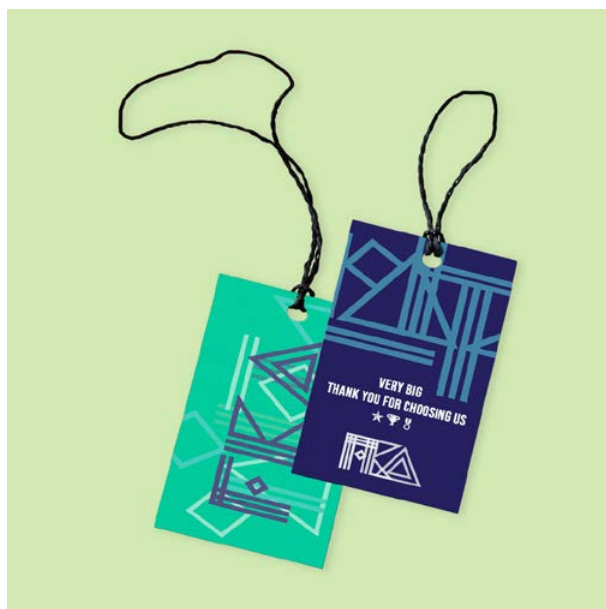
Produkt w drukomat.pl: ulotka składana, A6 poziom (148 x 105 mm), ilość stron i sposób składania - 8 stron - harmonijka, 250 g - kreda mat, zadruk dwustronny 4/4

Ulotkę prezentującą ofertę



Produkt w drukomat.pl: ulotka, A6 (105 x 148 mm), 240 g - offset, zadruk dwustronny 4/4

Zawieszkę



Produkt w drukomat.pl: wizytówka, 85 x 55 mm, X-Per Premium White 320 g, zadruk dwustronny 4/4

Firmowy papier pakowy



Produkt w drukomat.pl: papier pakowy, B1 (680 x 980 mm), kraft szary prążkowany 100 g, zadruk jednostronny 4/0

Ulotkę ze specjalną ofertą



Produkt w drukomat.pl: ulotka, A6 (105 x 148 mm), 150 g - offset, zadruk dwustronny 4/4

Torbę bawełnianą



Produkt w drukomat.pl: torba bawełniana z długimi uchwytnymi, zadruk jednostronny 4/0, kolor - czarny (black)

Pocztówkę z kodem rabatowym dla przyjaciół



Produkt w drukomat.pl: pocztówka, A6 pion (105 x 148 mm), kreda mat 350 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat 1/0 + lakier UV wybiórcoży 1/0

Torbę z papieru Kraft



Produkt w drukomat.pl: torba papierowa Kraft, 180 x 225 x 80 mm pion, Kraft szary prążkowany 100 g, zadruk jednostronny 4/0, uchwyt - papierowy szary skręcany

Naklejki etykiety



Produkt w drukomat.pl: naklejki z folii monomerycznej, druk i nacinanie - z usunięciem folii, bez transferu, folia monomeryczna mat

Taśmę pakową



Produkt w drukomat.pl: taśma samoprzylepna z nadrukiem, 188,5 x 48 mm, fleksodruk - 2 kolory Pantone, rodzaj kleju - Hot Melt - bezbarwny

Pocztówkę promocyjną



Produkt w drukomat.pl: pocztówka, A6 pion (105 x 148 mm), Karton Splendorgel Extra White 340 g, zadruk dwustronny 4/4

Firmowy papier pakowy



Produkt w drukomat.pl: papier pakowy, B1 (680 x 980 mm), kreda połysk 90 g, zadruk jednostronny 4/0

Zawieszkę



Produkt w drukomat.pl: wizytówka, 85 x 55 mm, Sirio Color Nero 290 g, zadruk dwustronny 5/5

Naklejki etykiety



Produkt w drukomat.pl: naklejki z folii monomerycznej, druk i nacinanie – z usunięciem folii, bez transferu, folia monomeryczna połysk

Ulotkę z produktami komplementarnymi



Produkt w drukomat.pl: ulotka składana, DL pion (99 x 210 mm), ilość stron i sposób składania – 6 stron – w „Z”, 240 g – offset, zadruk dwustronny 4/4

Ulotkę z kodem rabatowym



Produkt w drukomat.pl: ulotka, DL (99 x 210 mm), 170 g – Kraftliner, zadruk dwustronny 4/4

Firmowy papier pakowy



Produkt w drukomat.pl: papier pakowy, B1 (680 x 980 mm), kraft szary prążkowany 100 g, zadruk jednostronny 4/0

Ulotkę z kodem rabatowym



Produkt w drukomat.pl: ulotka, kwadrat 120 x 120 mm, 250 g – Kraftliner, zadruk jednostronny 4/0

Bilecik z podziękowaniem



Produkt w drukomat.pl: wizytówka, 85 x 55 mm, Woodstock Betulla 285 g, zadruk dwustronny 4/4

Pocztówkę z reklamą Twojej marki



Produkt w drukomat.pl: pocztówka, A6, kreda mat 350 g, zadruk jednostronny, folia połysk

Pudełko typu giftbox



Produkt w drukomat.pl: pudełko typu gift box kostka, 90 x 90 x 90 mm, Karton 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat

Etykiety na produkty



Produkt w drukomat.pl: etykiety samoprzylepne na rolce, 50 x 105 mm pion, folia samoprzylepna biała, zadruk jednostronny 4/0, laminat mat

ZOBACZ JAKIE JESZCZE PRODUKTY Z OFERTY DRUKOMAT.PL MOŻESZ WYKORZYSTAĆ W E-COMMERCE

Pudełko fasonowe



Produkt w drukomat.pl: pudełka fasonowe, (220 x 30 x 250 mm), karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko dno - wieczko



Produkt w drukomat.pl: pudełka dno-wieczko, (110 x 30 x 110 mm), karton GC1 NeoBard 300 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko samozamykające



Produkt w drukomat.pl: pudełka samozamykające, (155 x 30 x 110 mm), karton GC1 NeoBard 300 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko produktowe



Produkt w drukomat.pl: pudełka produktowe, (155 x 250 x 30 mm), karton GC1 NeoBard 300 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko produktowe z zawieszką



Produkt w drukomat.pl: pudełka produktowe z zawieszką, (110 x 110 x 50 mm i 220 x 320 x 50 mm), karton GC1 NeoBard 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia polysk

Pudełko prezentowe z uchwytem



Produkt w drukomat.pl: pudełka prezentowe z uchwytem, (250 x 120 x 200 mm), karton GC2 Alaska 330 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko prezentowe - torebka z zamknięciem



Produkt w drukomat.pl: pudełka prezentowe - torebka z zamknięciem, (110 x 110 x 50 mm i 110 x 250 x 50 mm) karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko prezentowe - zamknięcie w rozetę (4 ścianki)



Produkt w drukomat.pl: pudełka prezentowe - 4 ścianki z rozetą, (110 x 110 x 110 mm i 110 x 110 x 250 mm) karton GC2 Alaska 330 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko prezentowe - zamknięcie w rozetę (6 ścianek)



Produkt w drukomat.pl: pudełka prezentowe - 6 ścianek z rozetą, (80 x 150 mm i 120 x 150 mm), Kraftliner 250 g, zadruk jednostronny 5/0 (CMYK + biały)

Pudełko kieszonka - otwarta



Produkt w drukomat.pl: pudełka kieszonka otwarta, (215 x 110 mm i 150 x 150 mm), karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat + lakier UV wybiórczy

Pudełko kieszonka - zamykana



Produkt w drukomat.pl: pudełka kieszonka zamykana, (215 x 110 mm i 150 x 150 mm) karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat + lakier UV wybiórczy

Pudełko sleeve



Produkt w drukomat.pl: pudełka sleeve, (162 x 160 x 54 mm i 162 x 250 x 34 mm), karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat + lakier UV wybiórczy

Pudełko typu poduszka



Produkt w drukomat.pl: pudełka typu poduszka, 213 x 85 x 32 mm, karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0

Pudełko na wino - bez uchwytu



Produkt w drukomat.pl: pudełko na wino bez uchwytu, 315 x 81 x 83 mm, karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat

Pudełko na wino - z uchwytem



Produkt w drukomat.pl: pudełko na wino z uchwytem, 75 x 75 x 402 mm, karton GC1 NeoBoard 300 g, zadruk jednostronny 4/0, folia mat

Torby cateringowe Kraft



Produkt w drukomat.pl: torby cateringowe Kraft z uchwytem, 250 x 260 x 320 mm, Kraft biały 100 g, zadruk jednostronny 4/0, z jednej strony torby (przód), uchwyt papierowy biały skręcany
*Torby cateringowe dostępne są również na papierze Kraft szary prążkowany 100 g oraz w wersji bez uchwytów.

Koperty kurierskie



Produkt w drukomat.pl: koperty kurierskie, B5 (250 x 175 mm) zamykanie długi bok, karton GD2 280 g, zadruk jednostronny 4/0, 1 pasek samoklejący odrywany do wysyłki + pasek otwierający; koperty kurierskie, B4 (350 x 250 mm) zamykanie długi bok, Kraftliner 250 g, zadruk jednostronny 5/0 (CMYK + biały), 2 paski samoklejące odrywane do wysyłki i zwrotu + pasek otwierający

05.

**Kto Ci to
wszystko wydrukuje?**



Drukomat.pl. melduje się na posterunku! Razem z tym e-bookiem otrzymujesz w pakiecie [printBOOK_fin.pdf](#), w którym pokazujemy, jak krok po kroku ogarnąć druk online.

Dlaczego wygodnie jest zlecić druk online?

Przede wszystkim dlatego, że możesz samodzielnie decydować, co i jak ma być wydrukowane. Kolejnym plusem jest to, że nie musisz biegać od drukarni do drukarni, dopytywać o jej ofertę i czekać na informację, ile to będzie kosztowało. W drukomat.pl od razu widzisz swoją cenę zakupu. **Liczmy prosto. Cena wyjściowa - rabat = Twoja cena zakupu.** Bez dodatkowych utrudnień i cashbacków.

Czynne 24/7 - dostępne z każdego miejsca i o każdej porze

Znów Ty decydujesz. Możesz swobodnie planować swój czas i zlecić druk dokładnie wtedy, kiedy masz na to wolną chwilę i tego potrzebujesz. Będąc w domu, w biurze czy w zupełnie innym miejscu. Logujesz się na swoje konto w serwisie drukomat.pl i masz wszystko w zasięgu ręki. Pora dnia, ani miejsce nie mają tutaj znaczenia.

Do wyboru masz naprawdę dużo

Dzięki wygodnemu serwisowi, w jednym miejscu masz do dyspozycji ogromną ilość produktów, surowców oraz dodatkowych parametrów, dzięki którym Twoje projekty staną się wyjątkowe. Każdy z wybranych produktów możesz spersonalizować dokładnie tak, jak chcesz - wybierając rodzaj papieru, jego gramaturę, czy dodatkowe uszlachetnienia. Jeśli nie możesz "wyklikać" czegoś w samym serwisie lub brakuje Ci jakiegoś surowca czy produktu, wystarczy skontaktować się telefonicznie, mailowo albo przez LiveChat z infolinią drukomat.pl. Konsultanci chętnie przygotują dla Ciebie ofertę uwzględniającą dodatkowe wymagania.



Zlecenie druku online jest łatwe i bezpiecznie

Wystarczy, że zalogujesz się do serwisu drukomat.pl, wybierzesz produkt, dodasz i zaakceptujesz pliki graficzne, wybierzesz metodę i dokonasz płatności. I to tyle! Zlecenie już jest w realizacji. Serwis internetowy automatycznie sprawdzi pliki, wyśle do Ciebie komunikaty o błędach lub ostrzeżeniach, dzięki czemu finalny wydruk będzie wydrukowany poprawnie i odpowiedniej jakości. Możesz również zamówić dodatkowe sprawdzanie plików przez konsultanta (opcja dodatkowa, dostępna w parametrach produktu).

Płacisz tak, jak lubisz

Płatności online dają Ci duży wybór i swobodę. W drukomat.pl masz do wyboru kilka opcji - od payU, przelew tradycyjny, po payU by link (wygodna opcja, umożliwiająca wygenerowanie linku, za pośrednictwem którego płatności może dokonać dowolna osoba, do której ten link zostanie wysłany). Masz do wyboru również płatności za pobraniem, a nawet Klarnę.

Opakowania, które stworzysz w dedykowanym kreatorze

Jeśli zamawiasz pudełka, możesz wgrać gotowy plik z projektem lub skorzystać z innowacyjnego, dedykowanego rozwiązania, jakim jest kreator. Dzięki temu narzędziu zaprojektujesz opakowania od początku do końca. Kreatora szukaj w sekcji „Praca z plikami” - miejscu, w którym zwykle dodajesz pliki do druku po wyborze interesującego Cię produktu. Zobacz [film instruktażowy](#), z którego dowiesz się jak działa nasz kreator lub [pobierz instrukcję obsługi](#).



06.

**Nie kombinuj,
tylko wiosłuj!**



Jeśli udało Ci się dotrzeć do tego miejsca, wiesz już, że warto testować różne produkty poligraficzne z różną komunikacją. Zobacz co działa u Ciebie i sprawdzaj, jak reagują Twoi klienci na konkretne propozycje. Weryfikuj i wdrażaj nowe rozwiązania. Druk ma w sobie nieskończone pokłady emocji, szkoda byłoby je zmarnować!

Papier oddziałuje na nas na co dzień, puszczając oko z opakowań ulubionych produktów, okładek książek, ciekawych katalogów, plakatów genialnych ilustratorów oraz kartek pocztowych. Jest magiczny, a zamknięty w przesyłce odbieranej od kuriera, potrafi czarować jeszcze bardziej.

Starannie przemyślana i zaprojektowana strategia marketingowa z użyciem drukowanych materiałów musi przynieść zamierzone efekty. Wykorzystaj siłę, jaką niesie fizyczność papieru. Zbuduj przewagę konkurencyjną. Wywołuj emocje, zadbaj o nierozzerwalny kontakt swojej marki czy produktu z klientem. Buduj doznania i doświadczenia na wszystkich możliwych punktach styku.

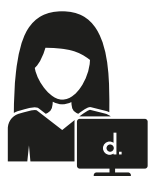


drukomat.



Potrzebujesz wsparcia?

Umów się na spotkanie z jednym z naszych konsultantów!



Z Klaudią porozmawiasz o tym:

- Jak działa serwis drukomat.pl
- Jakie produkty możesz zamówić w serwisie drukomat.pl
- Jak złożyć zamówienie w serwisie drukomat.pl
- Jakie surowce możesz wykorzystać w swoich produktach

Umów się na spotkanie z Klaudią



Z Asią porozmawiasz o tym:

- Dlaczego warto dorzucać do paczki materiały drukowane
- Jak wykorzystać efektywnie materiały drukowane w swoich działaniach marketingowych
- Jak dobrać produkty drukowane do swoich działań marketingowych
- Jak serwować marketing na wynos

Umów się na spotkanie z Asią



BĄDŹ NA BIEŻĄCO Z NASZYM POZOSTAŁYMI PROJEKTAMI!



PARTNER AKCJI:



Sky-Shop.pl to gotowe oprogramowanie do prowadzenia sklepu internetowego, wielokanałowej sprzedaży online oraz dropshippingu.

Otwórz własny

SKLEP INTERNETOWY

już od 99 złotych miesięcznie!



GOTOWY SKLEP
INTERNETOWY



DROPSHIPPING



INTEGRACJE
Z HURTOWNIAMI



INTEGRACJE
Z ALLEGRO I EBAY



APLIKACJA
MOBILNA SKLEPU



BEZPŁATNE
WSPARCIE TECHNICZNE

ZAKŁADAM DARMOWE KONTO!

Założ sklep internetowy i testuj przez 14 dni za darmo na www.sky-shop.pl

Skontaktuj się z nami: info@sky-shop.pl 12 386 01 30