

drukomat.

# ROZPAL SWÓJ E-COMMERCE

DOSPRZEDAWAJ EFEKTYWNIEJ,  
NIŻ PANI KRYSIA Z MIĘSNEGO.



## EBOOK

#DORZUĆDOPACZKI - MATERIAŁY DRUKOWANE



# SPIS TREŚCI

- 01.** TO ŁATWE, KIEDY WIESZ JAK!
- 02.** DOSPRZEDAWAJ EFEKTYWNIEJ,  
NIŻ PANI KRYSIA Z MIĘSNEGO
- 03.** SERWUJ MARKETING NA WYNOS!
- 04.** NO ALE CO TAM DO TEJ PACZKI MOŻESZ DORZUCIĆ?
- 05.** KTO CI TO WSZYSTKO WYDRUKUJE?
- 06.** NIE KOMBINUJ, TYLKO WIOSŁUJ!

# 01.

**To ŁATWE,  
kiedy wiesz jak!**



Sprzedaż poprzez internet jest prawdopodobnie największą szansą na rozwój niejednego biznesu. Mimo to, wielu firmom i markom nadal trudno generować zadowalające przychody z kanału online. Wiele z nich właśnie rozpoczyna swoją podróż. Do zrobienia jest wiele. 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. Łączyć świat online z tym bardziej realnym, opowiedzianym za pomocą papieru i druku. Napakowaliśmy ten e-book inspiracjami oraz konkretnymi rozwiązaniami. Każdy, kto poważnie myśli o sprzedaży w sieci, znajdzie coś dla siebie. Pokażemy Ci, co zrobić, żeby Twój sklep internetowy jarał się, jak martenowski piec. Czytaj i łap z tego e-booka wszystko to, co pomoże Ci skutecznie i efektywnie generować większą sprzedaż. Nie jest ważne, czy sprzedajesz przysłowiowemu Kowalskiemu, czy też firmie. Zarówno w B2C, jak i B2B pewne mechanizmy działają tak samo skutecznie. Bo w obu przypadkach liczy się człowiek, jego emocje i potrzeby.

**Bądź jak Pani Krysia z mięsnego i dosprzedawaj, rozpal swój ecommerce.  
#dorzućDOpaczki!**

Ten projekt przygotowałem dla Ciebie razem z ekipą zapaleńców z drukomat.pl. Dziękuję, że jesteś tu z nami. Opowiedz o nim innym.

### 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.

**Dosprzedawaj efektywniej,  
niż Pani Krysia z mięsnego**





Byłeś w mięsnym? No pewnie, że byłeś i wiesz na pewno, że mięsny mięsnemu nierówny. Bo i asortyment różny gatunkowo, i warstwa wizualna też często pozostawia wiele do życzenia. Chciałbym Ci jednak zwrócić uwagę na coś innego. Bo to, że musisz odpicować swój sklep internetowy i mieć w nim porządną towar, to już pewnie wiesz. Możesz jednak nie zdawać sobie sprawy z tego, czego możesz nauczyć się od Pani Krysi.

Pani Krysia pracuje w moim ulubionym mięsnym i jest genialna w swojej robocie. Po pierwsze jest zawsze uśmiechnięta i nie burczy na swoich klientów. Po drugie – pięknie, z gracją i finezją dosprzedaje. Zazwyczaj przychodzi z konkretną potrzebą zakupową. Ostatnio potrzebowałam kilkunastu plasterków wędliny i trochę mielonego na lasagne, więc recytuję Pani Krysi swoje zamówienie, a ona od razu:

*I tej szynki też niech Pan weźmie, bardzo dobra jest, ja to ją zawsze do domu zabieram, metkę też mamy super, świeża – mój to się o nią zabija, a z drobiu to Pan nic nie wziął, takie piękne kurczaki mamy. No i tego antrykotu Panu dam dwa kawałki, bo taki ładny, że żal go nie wziąć. Na stek będzie lub na gulasz Pan pokroi. Kochanieńki i popatrz Pan jeszcze, jakie kaszanki nam tu dziś przywieźli, dam ze cztery, to na kolację będzie.*



Tym sposobem wychodzę obładowany, jak dromader, bo nie śmiem zaprotestować i przeciwstawić się Pani Krysi i jej 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 dwie rzeczy, a wychodzę z torbą pełną smacznego dobra. Bywam tam często i za każdym razem, kiedy wychodzę od nich, uśmiecham się w duchu sam do siebie, chyląc czoła przed skutecznością Pani Krysi – „i ja się daję, czemu ja się daję?”, jak mawiał bohater innej opowieści.

Czemu ja się daję i pewnie nie tylko ja, poopowiadam dalej. Także o tym, jak przenieść te wszystkie doświadczenia zaobserwowane w mięsnym Pani Krysi na realia cyfrowego świata i handlu internetowego?

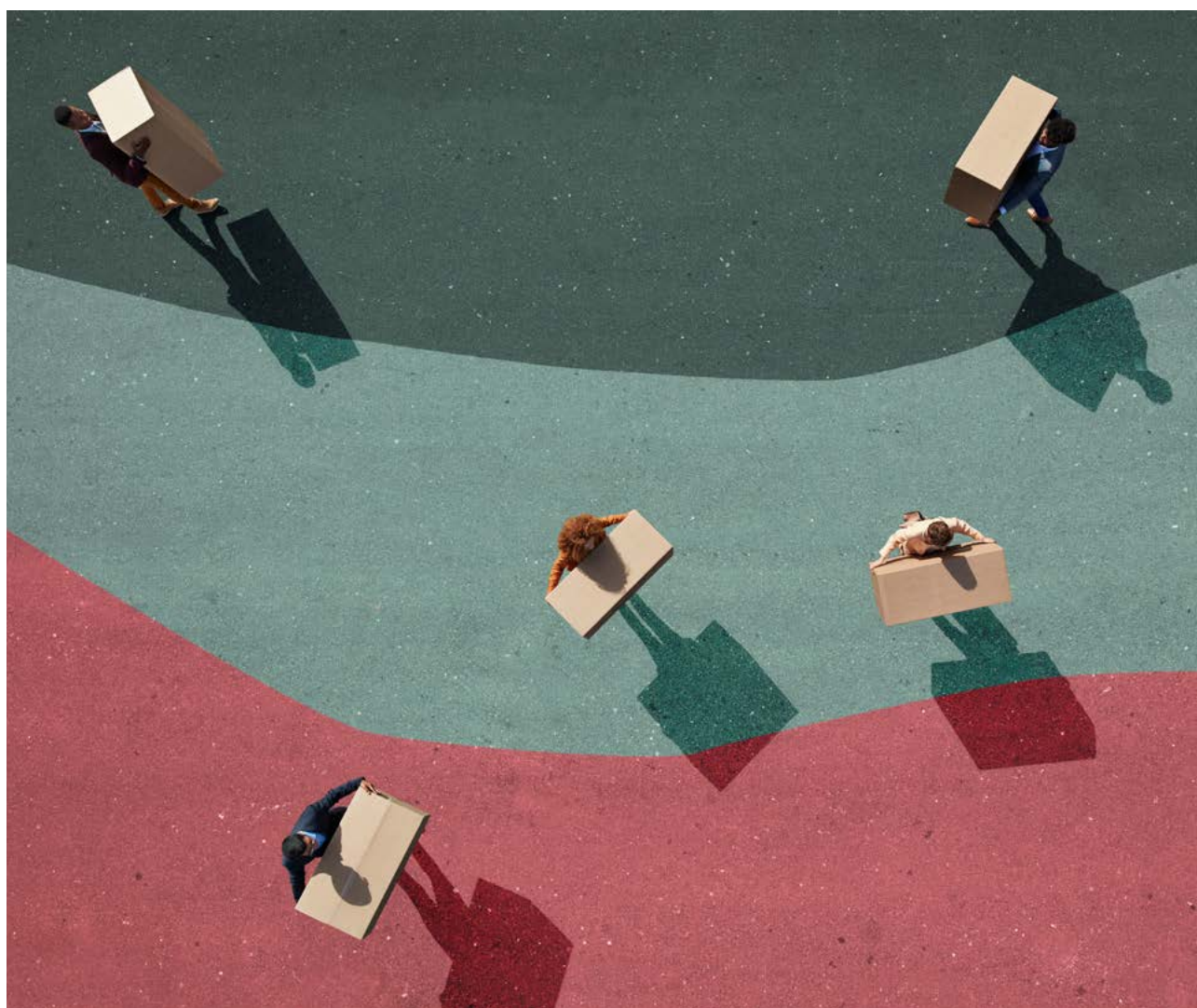
**To proste. #dorzućDOpaczki**





Nie możesz być fizycznie przy swoim kupującym tak, jak Pani Krysia przy swoich klientach. Możesz za to budować doświadczenie klienta poprzez rozwiązania informatyczne. Możesz odpalić narzędzia automation, do czego również Cię gorąco zachęcam. Przede wszystkim możesz też powalczyć o niego w tym jedynym i niepowtarzalnym momencie, o którym często, jako marketerzy zapominamy. To ta chwila, kiedy Twój klient odbiera i rozpakowuje paczkę z zamówionym produktem. Bądź w tym momencie jak Pani Krysia z mięsnego. Wejdź w interakcję ze swoim klientem, ale inną – fizyczną. Dzięki materiałom drukowanym właśnie.

Zaproponuj konkretne akcje, które Twój klient może wykonać. Zaktywizuj go do dalszego działania. Nakłoń do podzielenia się tym, co dostał. Zaoferuj nowe produkty, jako produkty uzupełniające do zamówieniowego już produktu lub produkty, 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 offline takie działania zaobserwujesz przy kasie, kiedy kasjer proponuje Ci promocyjny produkt. W ulubionej ramenowni, wraz z rachunkiem, otrzymujesz naklejki lub inne fikuśne dodatki. Czy kiedy Pani Krysia skutecznie prezentuje Ci z dumą kolejne produkty ze stoiska mięsnego, a Ty bez słowa pakujesz je do torby.

### **Super moce Pani Krysi:**

- 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. Nie bądź Czesiek, bądź jak Pani Krysia, dosprzedawaj efektywnie i **#dorzućDOpaczki**.



# 03.

**Serwuj marketing  
na wynos!**

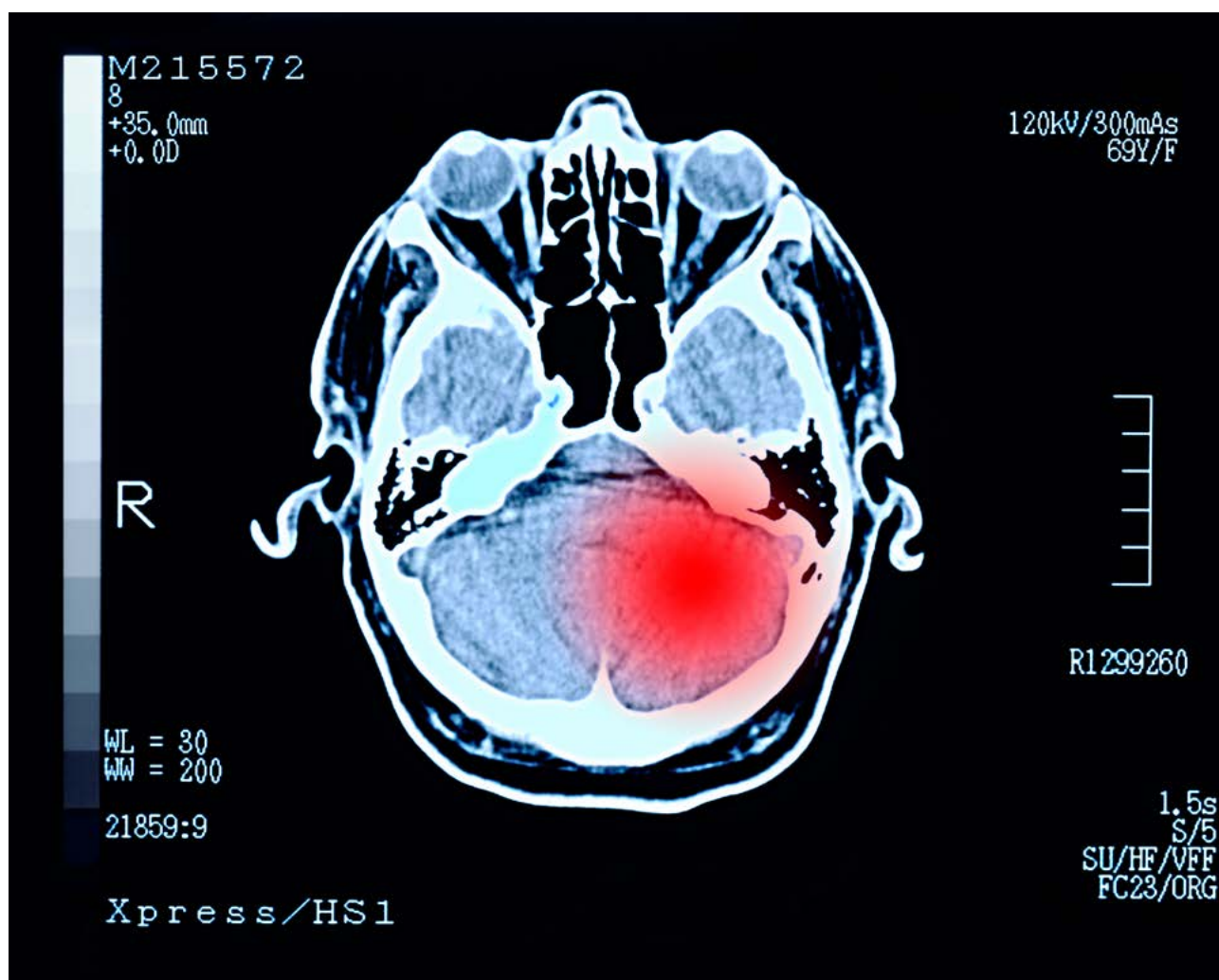




Jest bezpieczny i efektywny w dostawie. A dzięki papierowym materiałom drukowanym – bardzo skuteczny. Słyszałeś pewnie o tym nie raz, że papier to już do niczego się nie nadaje i liczy się tylko digital. Prawda to o tyle wątpliwa, że działania w online są ważne i mają wiele dobrych stron, ale nawet w dobie internetu i klikania liczą się emocje, i to one wygrywają. Papier generuje ich bardzo wiele.

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, targetowanie, audio i wideo oraz wiele innych. Z połączenia tych dwóch światów powstaje 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. Nasz mózg za każdym razem uruchamia inny obszar, w zależności od rodzaju bodźca, który jest mu dostarczany raz przez wersję papierową lub cyfrową tej samej reklamy.



## Bang! Papier pobił digital

I to nie są puste przechwałki. Jest taka dość znana agencja brandingowa Millward Brown. Przy pomocy rezonansu magnetycznego przygotowali badania, których wyniki 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 pozostawia trwalszy ślad w naszym mózgu.

Dołączyła do nich poczta kanadyjska, która w ramach swoich badań sprawdzała skuteczność reklam przedstawianych za pomocą papierowych materiałów drukowanych. Testy przeprowadzono za pomocą tradycyjnej ankiety, eyetrackingu oraz rezonansu magnetycznego wśród 270 uczestników.

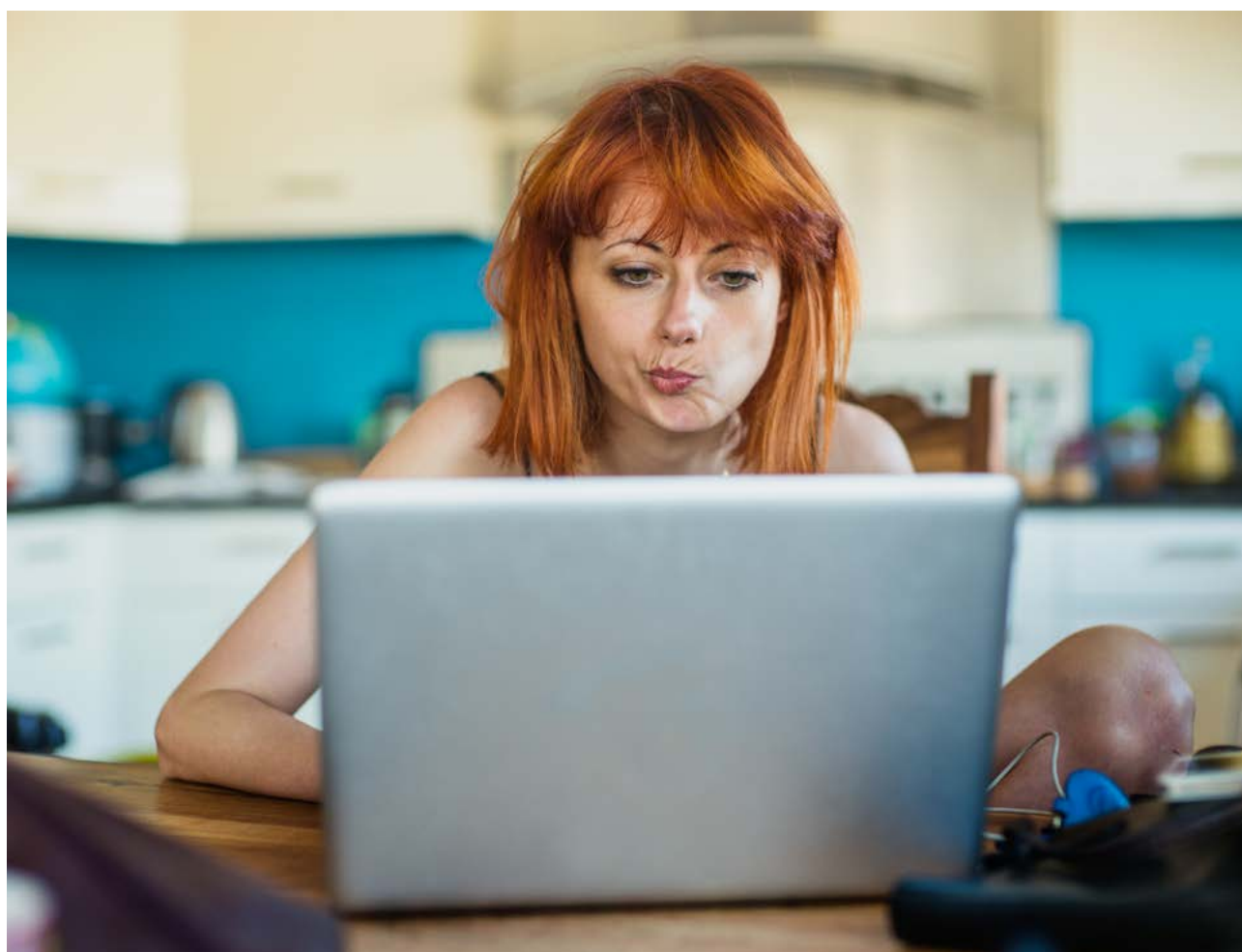




Wnioski przełożyły się na jednoznaczny werdykt. Papier wygrał w ringu z pikselem. Reklamy i komunikaty przedstawiane na papierowych materiałach drukowanych były bardziej zrozumiałe i łatwiej zapamiętywane przez uczestników badania. Najwięcej szczegółów z przedstawianych komunikatów w formie papierowej zapamiętało aż 75% badanych. Przy tym, te same szczegóły przedstawione w formie cyfrowej pamiętało już tylko 44% badanych. Ten wynik już mówi sam za siebie. Jest jeszcze jedna przewaga papieru nad digitalem. Reklama w formie papierowej skuteczniej wpływa na procesy zakupowe. 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 wyświetlone na ekranie. 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 ten sam komunikat podany w formie cyfrowej.



## Sprzątając ring - short info



Reklamy cyfrowe są szybciej przetwarzane



Reklamy papierowe angażują widzów na dłużej



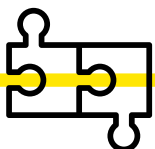
Badani nie zgłaszali preferencji dla żadnego z medium



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, związaną z wartością i pożądaniem.



# 04.

**No ale co tam do tej  
paczki możesz dorzucić?**



Wszystko to, co pomoże Ci nawiązać relacje z Twoim klientem. Zastanów się, jakich reakcji, jakich akcji oczekujesz od swojego klienta. Zaplanuj je sobie wcześniej. Dobierz do nich odpowiednie produkty i narzędzia. Pamiętaj, że ważny jest moment, kiedy te akcje i reakcje będą aktywowane. 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. Przemysłana kampania z udziałem materiałów drukowanych to niebezpieczne i efektywne narzędzie w rękach 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 ze sobą większy ładunek emocji.





## **Weź kartkę, podziel ją na dwie części.**

Po jednej stronie wypisz sobie wszystko to, co cechuje, opisuje Twojego klienta. Pewnie słyszałeś o personach. To szerszy temat zasługujący na oddzielny ebook. W sieci znajdziesz wiele fajnych artykułów na ten temat. Na potrzeby naszego ebooka zapisałem kilka podstawowych pytań, na które powinienś odpowiedzieć. Znajdziesz je poniżej.

*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 chciałbyś, aby twój klient wykonał po tym, jak zapozna się z materiałami, które mu dostarczyłeś.

*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, 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.*



# #DORZUĆDOPACZKI

## Pocztówkę z podziękowaniem



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

## Pocztówkę z kodem rabatowym dla przyjaciół



Produkt w [drukomat.pl](https://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](https://drukomat.pl): torba bawełniana z długimi uchwytyami, 38 x 42 cm, długość uchwytów 70 cm, zadruk jednostronny 4/0

## Torbę z papieru Kraft



Produkt w [drukomat.pl](https://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



## Fikuśne naklejki



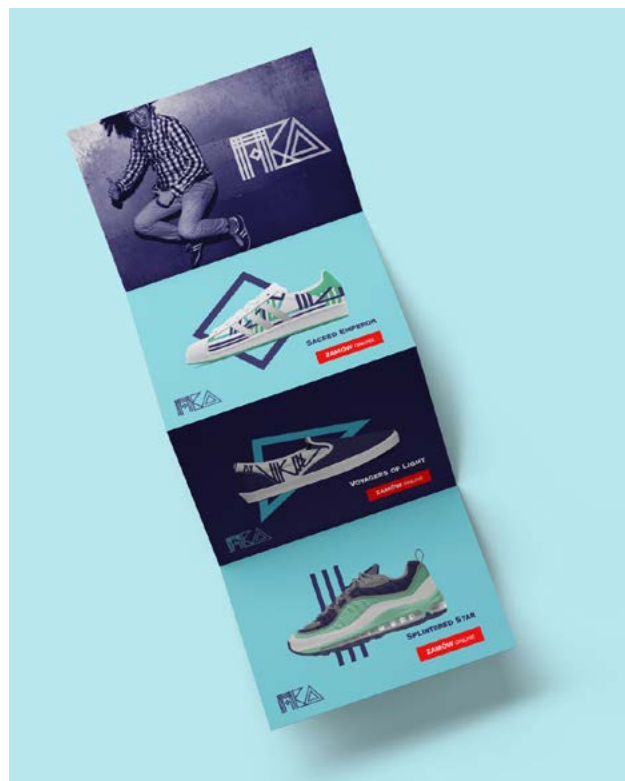
Produkt w [drukomat.pl](https://drukomat.pl): naklejki z folii monomerycznej, druk i nacinanie – z usunięciem folii, bez transferu, folia monomeryczna połysk, brak laminatu

## Taśmę pakową



Produkt w [drukomat.pl](https://drukomat.pl): taśma samoprzylepna z nadrukiem, 251,2 x 48 mm, fleksodruk – 3 kolory Pantone, rodzaj kleju – Hot Melt - bezbarwny

## Ulotkę z produktami komplementarnymi



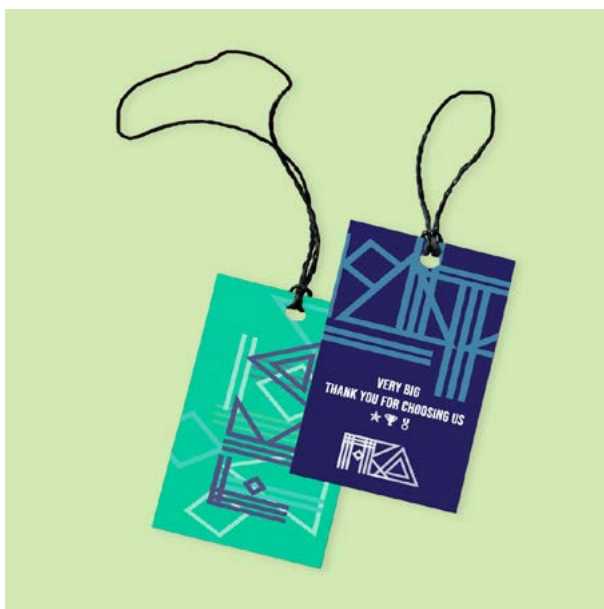
Produkt w [drukomat.pl](https://drukomat.pl): ulotka składana, A6 poziom (148 x 105 mm), ilość stron i sposób składania – 8 stron – harmonijka, 250 g – kreda mat, zadruk dwustronny 4/4

## Ulotkę prezentującą ofertę



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

## Zawieszkę



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

## Firmowy papier pakowy



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



## Torbę bawełnianą



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

## Pocztówkę z kodem rabatowym dla przyjaciół



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

## Torbę z papieru Kraft



Produkt w [drukomat.pl](https://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](https://drukomat.pl): naklejki z folii monomerycznej, druk i nacinanie - z usunięciem folii, bez transferu, folia monomeryczna mat

## Taśmę pakową



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

## Zawieszkę



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



## Naklejki etykiety



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

## Firmowy papier pakowy



Produkt w [drukomat.pl](http://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](https://drukomat.pl): ulotka, kwadrat 120 x 120 mm, 250 g – Kraftliner, zadruk jednostronny 4/0

## Bilecik z podziękowaniem



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

## Pocztówkę z reklamą Twojej marki



Produkt w [drukomat.pl](https://drukomat.pl): pocztówka, A6, kreda mat 350 g, zadruk jednostronny, folia połysk

## Pudełko



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

# 05.

**Kto Ci to  
wszystko wydrukuje?**





## Oczywiście drukomat.pl

Z całą swoją ekipą czeka na Ciebie. Pobierając ebook, otrzymałeś razem z nim printBOOK\_fin.pdf, w którym pokazujemy, jak krok po kroku ogarniać druk online.

## Dlaczego fajnie jest zlecić druk online?

Przede wszystkim dlatego, że sam możesz decydować o tym, 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. Liczymy 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. Nie jesteś uwiązany ani miejscem, ani porą dnia.



## **Do wyboru masz naprawdę dużo**

Dzięki wygodnemu serwisowi, w jednym miejscu masz do dyspozycji ogromną ilość produktów, surowców oraz dodatkowych parametrów. 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, brakuję Ci jakiegoś surowca czy produktu, wystarczy skontaktować się telefonicznie, mailowo czy przez LiveChat z infolinią drukomat.pl. Konsultanci przygotowują ofertę zawierającą Twoje 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 już, zlecenie jest w realizacji. Serwis internetowy automatycznie sprawdzi pliki, wyśle do Ciebie komunikaty o błędach lub ostrzeżeniach, dzięki czemu będziesz miał pewność, że finalny wydruk będzie poprawny 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 płatności. Po pierwsze payU, które znamy wszyscy, oraz payU by link. Fajna opcja umożliwiająca wygenerowanie linku, za pośrednictwem, którego płatności może dokonać dowolna osoba, do której ten link zostanie wysłany. Masz też do wyboru również płatności za pobraniem czy Klarnę. Oczywiście, przelew tradycyjny w formie przelewu na konto jest również dostępny.





# 06.

**Nie kombinuj,  
tylko wiosłuj!**



Tak tytułem końca. Testuj różne produkty, z różną komunikacją. Zobacz, co działa u Ciebie. Sprawdzaj, jak reagują Twoi klienci na konkretne propozycje. Weryfikuj i wdrażaj nowe elementy. Druk ma w sobie nieskończone pokłady emocji, które warto posłać dalej.

Oddziałuje na nas na co dzień z opakowań ulubionych produktów, okładek książek, ciekawych katalogów, plakatów genialnych ilustratorów, kartek pocztowych. Jest magiczny, a zamknięty właśnie w paczce, przesyłce, którą odbieramy od kurierów niemal codziennie, potrafi czarować jeszcze bardziej.

Podsumowując. 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 nierozzerwany kontakt swojej marki czy produktu ze swoim klientem. Buduj doznania i doświadczenia na wszystkich możliwych punktach styku.



**#drukomat**

**#dorzućDOpaczki**

**#drukujZdomu**

**#drukujONLINE**



## **Dziękujemy, że dotarłeś do końca!**

Życzymy Ci samych dobrych wydruków i pamiętaj, że w razie pytań / wątpliwości - jesteśmy w zasięgu Twojej ręki (i wi-fi).

Czekamy na Twoje zamówienia i mamy nadzieję, że nasz serwis Drukomat będzie Ci służyć jako najlepszy partner i przyjaciel w drukowaniu online.

**Zespół Drukomat.pl**

**67 34 90 777**

**kontakt@drukomat.pl**