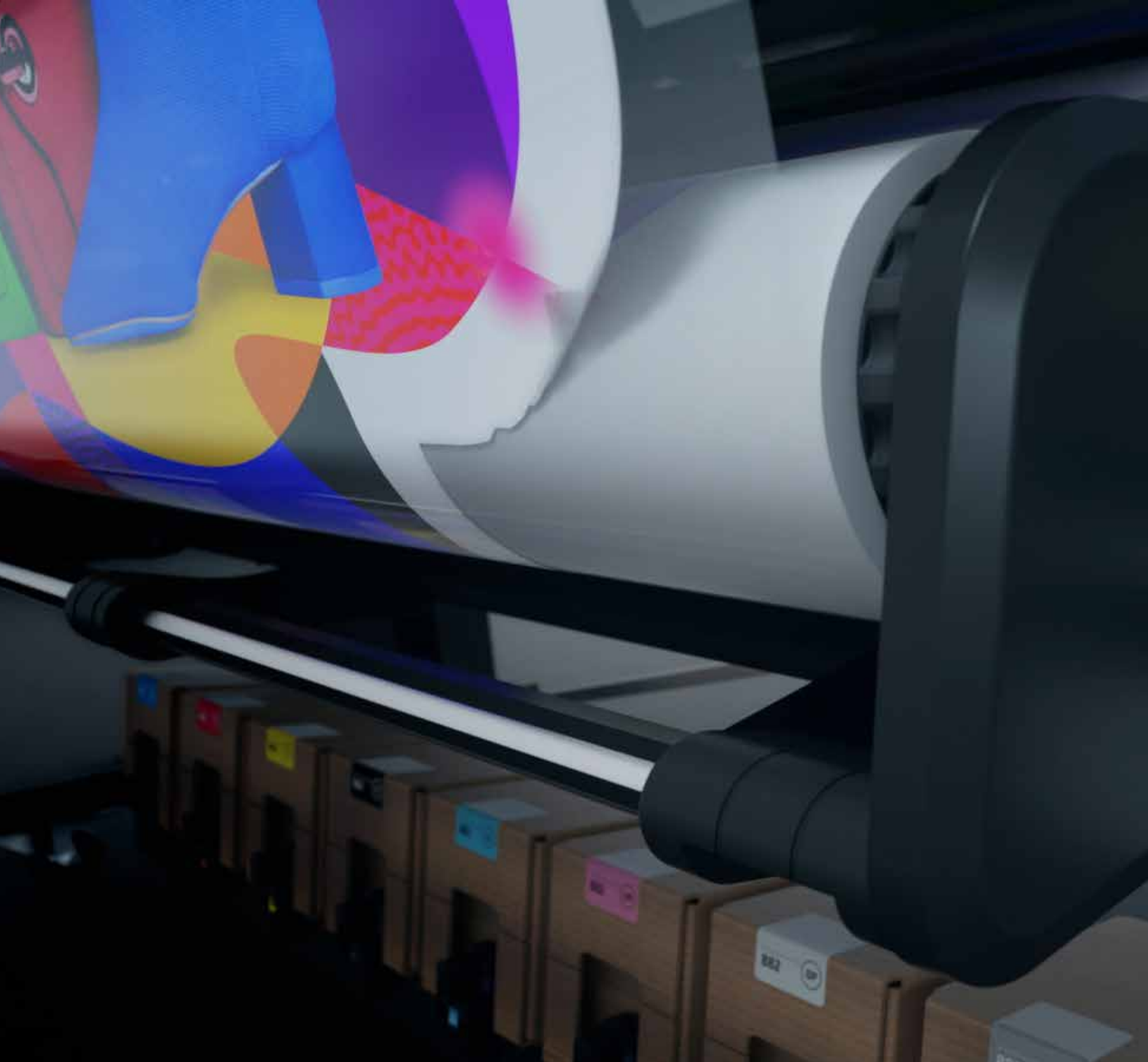


10 manieren om uw printbedrijf te laten groeien

De sector voor printen in grootformaat is gebouwd op verandering en het tempo is nu sneller dan ooit. Alleen maar bijblijven is niet genoeg: deze 10 tips zullen u helpen.





Verandering is niet vreemd voor printbedrijven. Innovatie met nieuwe technologieën die elk jaar opkomen, nieuwe inktsoorten, nieuwe substraten en nieuwe eisen van klanten hebben de sector jarenlang geholpen.

Maar de verandering gaat steeds sneller. Daarom zoeken veel bedrijven naar kansen om nieuwe markten te betreden, het concurrentievermogen te verbeteren en de bedrijfsgroei te stimuleren.

Dit is onze top 10 met tips om u op weg te helpen.

1

Samenwerken om nieuwe kansen te ontdekken

De uitdagingen van 2020 leverde één positief resultaat op, namelijk dat succesvolle bedrijven in de printsector op nieuwe en spannende manieren gingen samenwerken. Printbedrijven spraken met retailers, facilitaire bedrijven, de toeleveringsketen en daarbuiten om inzicht te krijgen in wat klanten echt willen. Dit kan ook op talloze andere manieren

worden gedaan, zoals het bezoeken van showrooms om ontwerpers te ontmoeten of events bij te wonen om makers van content te vinden. Door echt samen te werken kunt u reageren op de vraag uit de markt, verder kijken dan uw traditionele klanten en nieuwe kansen ontdekken. Het is tijd om u aan te passen en te innoveren om de printsector vooruit te helpen.

2

Breng meer diversiteit in uw portfolio aan

Efficiëntie-experts raden vaak als eerste het volgende aan: luister naar uw werknemers. Uw personeel is vaak beter dan u zelf op de hoogte van de productieprocessen en knelpunten die daarmee gepaard gaan.

En als u geplande veranderingen wilt laten slagen, moet uw personeel er enthousiast over zijn. Betrek hen er dus bij. Laat hun zien dat hun mening ertoe doet en zorg dat ze vanaf het begin onderdeel zijn van het proces.



3

Word servicegericht, niet verkoopgericht

Met een robuuste audit van uw toeleveringsketen kunt u veranderen op welke manier u interactie hebt met prospects en kunt u hun laten weten dat zij zich ongeacht de uitdagingen die zij hebben nooit zorgen hoeven te maken over het printen. Het belangrijkste is dat u servicegericht wordt, en niet verkoopgericht. Dit is het moment om te bewijzen wat u waard bent, want de sterkste relaties zullen in de toekomst worden opgebouwd door degenen op wie je in moeilijke tijden kunt vertrouwen.



4

Bestaande klanten kunnen nieuwe zaken doen

De oplossing die u klanten aanbeveelt, kan helemaal anders zijn dan wat u hun hiervoor hebt geleverd. Misschien hebben ze behoefte aan vloerstickers of informatieborden in de winkel die door het eigen personeel van de winkel eenvoudig kunnen worden aangebracht en verwijderd. U weet eigenlijk pas wat ze nodig hebben als u ze het vraagt.





5

Bedien nieuwe klanten lokaal en daarbuiten

Het is belangrijk om kansen te grijpen - waar deze zich ook voordoen. Dat betekent dat u niet alleen uw eigen omgeving in de gaten moet houden om nieuwe klanten te vinden, maar ook op prospects verder weg moet letten. Als er bijvoorbeeld een nieuwe winkel of nieuw restaurant wordt geopend, hebben zij mogelijk allerlei wensen voor hun drukwerk waaraan u met uw diensten kunt voldoen. Dat kan dan weer leiden tot meer werk op de lange termijn en in sommige

gevallen op grotere schaal, met de mogelijkheid om samen te werken met filialen of andere restaurants in een groter netwerk. Aan de andere kant ligt er een hele wereld aan kansen open die u misschien mist als u niet over het juiste digitale aanbod beschikt. Zorg ervoor dat u met uw e-commerceplatform en inspanningen op het gebied van digitale marketing prospects online kunt werven.

6

Breid de reikwijdte van de services die u aanbiedt uit

Als u eerder geen service voor het ontwerpen en aanbrengen aanbod, is het nu misschien een goed moment om dat te overwegen als manier om nieuwe lokale klanten binnen te halen. Als u één plek wordt waar kleine lokale ondernemers kunnen

ontwerpen, printen en aanbrengen, hebt u een probleem opgelost en hebben zij de tijd teruggewonnen die zij anders hadden moeten besteden aan het aanbrengen van de borden.

7

Beoordeel de veelzijdigheid van uw toepassingen

Het is cruciaal om in te kunnen spelen op een breed scala aan toepassingen. Dat betekent dat u precies moet kunnen leveren wat de klant wil en dat betekent ook dat u nieuwe producten en oplossingen moet aanbevelen aan klanten wanneer u nieuwe kansen ontdekt. De veelzijdigheid van media is hier essentieel – Als u niet weet op welke materialen u kunt printen, weet u ook niet wat voor opdrachten u kunt binnenhalen. Daarom is het van vitaal belang dat u zinvolle gesprekken hebt met uw leveranciers. Niet noodzakelijkerwijs met de verkoper met wie u gewoonlijk praat, maar met productmanagers en besluitvormers. Zoek uit wat uw leveranciers nu op voorraad hebben, wat ze in de toekomst op voorraad zullen hebben en hoe hun plannen er voor de komende maanden of zelfs jaren uitzien.

8

Personeel kan gratis vaardigheidstraining krijgen

Nieuwe ontwerpvaardigheden, andere vaardigheden op het gebied van CMS-webontwikkeling of nieuwe vaardigheden op het gebied van sociale media met betrekking tot marketing en prospectie van nieuwe bedrijven, zijn slechts een paar voorbeelden van hoe uw personeel aangemoedigd kan worden om tijd te investeren in hun persoonlijke groei en zo een grotere bijdrage te leveren aan uw toekomstige succes.





9

Decoraties en interieurdesign bieden interessante mogelijkheden

Interieurdesign is voor veel drukkerijen big business door het vele gevarieerde werk waar zowel bedrijven als huiseigenaren naar op zoek zijn om hun huizen, werkplekken en merken te verbeteren en aan te passen. Printbedrijven hebben eenvoudig toegang tot veel van dit werk, van doeken en gordijnen tot papieren producten zoals behang en posters, en dat kan voor hen een waardevolle nieuwe bron van inkomsten worden.

10

Denk in het klein, met personalisatie voor B2C-klanten

De verkoop van gepersoniseerd drukwerk en geprinte cadeauartikelen is de afgelopen jaren enorm gestegen. In 2020 gebruikten mensen gepersoniseerde cadeaus om dicht bij familie en vrienden te blijven die zij niet persoonlijk konden opzoeken. Dit heeft het publiek bewuster gemaakt van wat digitaal drukwerk kan doen en creëert een groeiende vraag naar unieke artikelen die gepersoniseerd kunnen worden.

