

Le Clickable Paper™ de Ricoh : une plus-value pour la communication avec les clients

Un livre blanc de Ricoh Europe souligne l'importance de l'impression interactive dans les campagnes de marketing direct

Vilvorde, le 14 septembre 2015 – Il ne fait aucun doute que l'e-commerce est un élément crucial pour bon nombre d'entreprises. Shopify annonce en outre que, pour la première fois, les comptes mobiles représentent plus de 50 % de tout le trafic e-commerce mondial pour les 100.000 webshops utilisant sa plateforme¹. Un livre blanc sponsorisé par [Ricoh Europe](#) explore les tendances d'utilisation mobile, ce qu'elles impliquent pour un imprimeur et comment l'impression interactive peut à la fois améliorer l'expérience utilisateur et fournir de meilleurs résultats pour les professionnels du marketing. « *Profiter pleinement des technologies mobiles – L'importance d'une stratégie 'Le mobile avant tout' pour votre entreprise* » peut être téléchargé gratuitement [ici](#).

Eric Gryson, CEO RICOH Belgium/Luxembourg, déclare : « *Tandis qu'inclure un élément mobile dans les campagnes marketing est devenu monnaie courante, un élément imprimé peut faire une grande différence. Une récente étude de Royal Mail² a par exemple révélé que dans les campagnes intégrant un courrier imprimé, l'augmentation de la part de marché peut être plus de deux fois supérieure par rapport aux campagnes n'incluant pas de courrier imprimé.* »

De plus, ces éléments imprimés peuvent devenir encore plus puissants lorsqu'ils sont rendus interactifs en recourant à des technologies telles que le [Clickable Paper de Ricoh](#).

« *Avec le Clickable Paper, Ricoh permet aux imprimeurs d'offrir en toute simplicité un service à valeur ajoutée qui lie des documents imprimés à diverses sources d'informations en ligne et de moyens de communication mobiles, ce qui permet d'accroître la valeur et la durée de vie du document imprimé. Cela représente, pour les imprimeurs, une réelle opportunité de se différencier dans un environnement hautement concurrentiel. Offrir ce service peut en outre*



¹ <http://www.shopify.com/blog/15206517-mobile-now-accounts-for-50-3-of-all-ecommerce-traffic>

² <http://www.royalmail.com/corporate/marketing/insights>

encourager les professionnels du marketing à utiliser davantage l'impression. En effet, en combinant l'impression avec le Clickable Paper pour la rendre interactive, les lecteurs sont dirigés vers des endroits pertinents en ligne, ce qui les conduit par exemple à visiter le site e-commerce de la marque pour passer une commande. Une fois qu'une personne s'engage avec le document imprimé recourant au Clickable Paper, ses activités sont suivies. Il est dès lors possible d'y répondre de manière beaucoup plus significative et pertinente. »

Votre imprimerie est-elle prête pour l'ère mobile ?

Le livre blanc explore trois aspects de l'activité mobile qui s'appliquent à des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs, en se focalisant sur la manière dont les entreprises d'impression professionnelles peuvent les appliquer. Ces aspects incluent ce qui suit :

1. Comment les technologies mobiles peuvent-elles être utilisées dans votre propre entreprise pour améliorer la productivité en termes de gestion de la production et des activités, de satisfaction des collaborateurs, etc. ?
2. De quoi devez-vous tenir compte en termes d'applications axées sur le client afin de leur offrir la flexibilité d'accéder confortablement et facilement à votre entreprise, partout et toujours et à partir de n'importe quel appareil, dans le but de commander des impressions et d'autres produits, de vérifier l'état d'avancement d'un projet, etc. ?
3. Comment pouvez-vous tirer profit de l'adoption rapide des technologies mobiles pour ajouter de nouveaux produits et services (rentables) à votre portfolio, en vue d'une part de générer de nouveaux flux de revenus et d'autre part de créer de la valeur pour les entreprises de vos clients ?

Et Eric Gryson de conclure : « *Nous souhaitons fournir un document concret de 'thought leadership', capable d'aider les imprimeurs à mieux comprendre les opportunités internes et externes qui s'ouvrent à eux à l'ère mobile. Ce livre blanc remplit cet objectif et bien d'autres. »*

Vous pouvez télécharger [ici](#) le livre blanc rédigé par Cary Sherburne, auteure reconnue et Senior Editor de WhatTheyThink. Pour de plus amples informations à propos des produits et services proposés par Ricoh, visitez [notre site web](#), [suivez nos blogs](#) ou [envoyez-nous un e-mail](#).



| A propos de Ricoh |

Ricoh est une entreprise technologique mondiale, spécialisée dans l'équipement d'imagerie bureautique, les solutions d'impression de production, les systèmes de gestion documentaire et les services informatiques. Le Groupe Ricoh, qui a son siège à Tokyo, est présent dans plus de 200 pays et régions. Pour l'exercice fiscal clos en mars 2015, le Groupe Ricoh a réalisé un chiffre d'affaires de 2,231 milliards de yens (environ 18,5 milliards USD).

La plus grande partie des revenus générés par la société provient de produits, solutions et services qui améliorent l'interaction entre les personnes et l'information. Ricoh produit également des appareils photos numériques et des produits industriels spécialisés, maintes fois primés. L'entreprise est réputée pour la qualité de sa technologie, le niveau exceptionnellement élevé de son service à la clientèle et ses initiatives en matière de développement durable.

Sous le slogan imagine. change., Ricoh aide les entreprises à transformer la manière dont elles travaillent et à mobiliser l'imagination collective de leur personnel.

Pour plus d'informations, visitez : www.ricoh.be/presse

Pour plus d'informations, contactez

Blue Chilli

Sophie Lambert

Tel.: +32 (0) 477 91 45 72

E-mail: sophie@bluechilli.be

Visitez notre site : <http://www.ricoh.be>

Rejoignez-nous sur Facebook : <https://www.facebook.com/RicohBelgium>

Suivez-nous sur Twitter : <http://www.twitter.com/RicohBelgium>