

Un'accelerata al marketing

12

Se cercate una prova del fatto che la collaborazione è una delle chiavi del successo nel business, vi basterà guardare alla qualità del lavoro di stampa prodotto da Toyota.



di Toyota

Toyota PLC (GB) fa parte della Toyota Motor Corporation, una delle maggiori industrie automobilistiche al mondo. La compagnia importa e distribuisce veicoli Toyota e Lexus nel Regno Unito e ha l'incarico di gestire vendite, marketing, servizi post-vendita, relazioni con i clienti e strategie di marketing attraverso una rete di 200 Centri Toyota in tutto il Regno Unito.

Con tante persone coinvolte, com'è possibile creare materiali di marketing e post-vendita che possano essere facilmente adattati a situazioni locali senza per questo diluire il valore del marchio Toyota?

La sfida consisteva quindi nel trovare una soluzione che permettesse ai concessionari di personalizzare annunci pubblicitari, brochure, messaggi e-mail, volantini e materiale per il punto vendita, mantenendo invariato lo stile del messaggio.

Lavorando in partnership con Connecti, Abbott Digital e Xerox, Toyota UK ci è riuscita, realizzando oltretutto risparmi considerevoli. Facendo leva sui vantaggi della stampa su richiesta, Toyota ora dispone di uno straordinario flusso di lavoro che produce migliaia di pezzi di materiale di marketing personalizzato.

Per la produzione di materiale post-vendita personalizzato, Toyota impiega il sistema brandFAST™ sviluppato da Connecti, un'azienda leader nella fornitura di soluzioni per il marketing.

Il portale brandFAST™, gestito con un software Adobe, consente ai centri Toyota di ordinare, modificare e controllare a distanza oltre 200 documenti. Ognuno è uniforme per quanto riguarda il branding, ma può essere personalizzato e adattato da chiunque abbia accesso al sito. Dati variabili come nomi e indirizzi, prezzi e offerte speciali possono essere modificati con facilità. Senza brandFAST™ lo stesso processo avrebbe richiesto fino a tre giorni, ora può essere completato in soli dieci minuti.

Il vantaggio è anche per i clienti di Toyota, perché ricevono solo materiale proveniente dai propri dealer e pertinente alla loro situazione. Ad esempio, se un concessionario propone uno sconto sui pneumatici ed il cliente possiede una Toyota Yaris, il materiale che riceverà presenterà solo i pneumatici adatti per quel modello. >



“Abbiamo ottenuto risparmi davvero notevoli.”

Robin Giles

Un altro tipo di mailing, ordinato centralmente da Toyota, informa il pubblico dell'apertura di un concessionario nella loro zona. Un messaggio di questo tipo conterrà moltissimi dati variabili, dalla mappa per indicare la sede, ai suoi orari d'apertura, alle offerte speciali che propone. È anche possibile inserire nel messaggio una foto dell'auto del destinatario.

La soluzione è stata accolta con entusiasmo: vi ha aderito il 99% dei concessionari. Inoltre, grazie al programma, Toyota ha risparmiato circa 500.000 sterline sulle spese annuali per la comunicazione di marketing.

“Grazie all'utilizzo di questo sistema abbiamo diversi vantaggi di marketing strategico, mantenendo il nostro branding uniforme in ogni canale di comunicazione fisico e virtuale. Abbiamo ottenuto risparmi davvero notevoli, oltre ad un miglior allineamento della rete dei concessionari”, commenta Robin Giles, Direttore Generale Comunicazioni di Marketing di Toyota PLC (GB).

Le richieste di stampa vengono soddisfatte grazie ad un sistema messo a punto da Abbott Digital, un centro di stampa che impiega a tale scopo due stampanti digitali DocuColor, congiuntamente a due RIP Creo e ad un software di authoring Darwin per immagini variabili. Di conseguenza, gli ordini possono essere completati in soli sette giorni dall'ideazione alla consegna del materiale stampato.

Dall'implementazione del sistema Toyota ha visto ridursi del 90% il tempo necessario a produrre, modificare e approvare il materiale per il marketing locale.

David Loach, direttore del Business Development in Abbot Digital, spiega in che modo la collaborazione con Xerox abbia reso possibile la realizzazione del progetto:

“Di norma, nella stampa digitale è difficile stampare aree estese in tinta unita perché spesso si creano strisce che rovinano il risultato. Quando siamo stati scelti da Toyota per questo lavoro, abbiamo fatto ricerche approfondite e siamo giunti alla conclusione che la DocuColor di Xerox è in assoluto la miglior stampante digitale disponibile sul mercato. I lavori che produciamo sui loro apparecchi sono di qualità eccezionale”.

A seguito di questo innovativo progetto, Connecti e Toyota sono state insignite del Print On Demand Initiative (PODi) Best Practices Award, mentre Abbott Digital è stata dichiarata “Stamperia digitale dell'anno” dalla federazione britannica delle industrie della stampa (BPIF).

Per maggiori informazioni, vi invitiamo a visitare i siti <http://www.podi.org/best-practices> e www.xerox.com

