

Personlig touch

Vi finner de beste løsningene for kundene våre, sier Lars N. Nygård. Det samme ønsker han også når han selv er kunde. Derfor bruker han Optimalprints én-til-én løsning for direktemarkedsføring.



Like bak Slottet i Oslo ligger teppebutikken til Lars N. Nygård og hans eldste datter Line. Der selger de historie og kunsthåndverk vevet i silke og ull. Lars viser en bondevevnaad fra innlandet i Tyrkia og reflekterer litt over den:

Et tekstilfibers siste leveår er på gulvet. Hver tråd i denne ryen har sin egen historie. De har tidligere vært del av en vakker kjole, eller kanskje en duk? Det er som med våre filleryer, sier han.

Nettopp dette mønsteret har Nygård brukt i sin siste direktemarkedsføring (DM) til sine kunder, noe som gjør DM-en nærmest til et lite kunstverk i seg selv. Alle de håndvevde og -knyttede teppene i butikken, som blant annet kommer fra Afghanistan, Nepal og Iran, har flotte motiver som kan brukes i slike meldinger til kundene, forteller Nygård. Det er flere som har fortalt at de bruker dem til inspirasjon, og setter dem gjerne opp på veggen.

Sparer tid og krefter

Før tok det lang tid å få laget og sendt ut DM-er, da de skulle via mange mellomledd. Bilder skulle leveres med bud til ferdigbehandling og siden til trykkeriet. Tekst skulle skrives og alt skulle sendes frem og tilbake i korrektur. Siden måtte det trykkes adresselister, samt handles inn frimerker, og så måtte noen klistre dette på brevene og poste dem. Når deler av prosessen senere ble digitalisert gikk det bittelitt raskere, men jobben med adresselapper og frimerker slapp man ikke unna. Litt færre kokker, men fremdeles søl med både penger og tid.

Slik er det ikke lenger. Med Optimalprints én-til-én konsept for direktemarkedsføring tar det nå knapt en uke for Nygård å sende en DM til rundt tusen kunder. Og han trenger ikke sette på ett eneste frimerke eller en adresselapp selv. Det skal bare et par tastetrykk til før alt i boks.



Det tar maksimum én uke fra idéen kommer, til kunden har invitasjonen i postkassa eller på mail, sier Nygård, og legger til: Optimalprint både trykker illustrasjonene og informasjonen på brevene, adressene på baksiden, samt setter på porto og sender ut. Det sparer oss for mye tid og er veldig effektivt.

Hyggelig påminnelse

Nygård opplever at DM er en god måte å komme i kontakt med kundene på. Han får både vist frem sine nye produkter, samtidig som han får sendt en hyggelig hilsen og en påminnelse til eksisterende kunder. Derfor sender Nygård to til tre slike meldinger i løpet av året.

Du blir aldri ferdig med å markedsføre deg, selv om du har gjort det aldri så lenge. Du må hele tiden treffe nye kunder, men også gi de gamle kundene nye ideer, sier han. Vi har en teori om at våre registrerte kunder er vårt primærmarked, for de har allerede handlet her og vi håper at de også er våre ambassadører.

Om Lars N. Nygård Orientalske Tepper

Lars Nygård startet sin karriere innen salg av orientalske tepper i teppeavdelingen hos Steen og Strøm i 1972. Der fikk han muligheten til å lære av en virksomhet som hadde importert tepper på egne seilbåter fra Orienten helt til slutten av 1800-tallet. Senere startet Nygård for seg selv, og siden 1998 driver han virksomheten sammen med sin eldstedatter, Line.

Optimalprints én-til-én-konsept

Med Optimalprints unike konsept for direkte markedsføring trenger du bare å tenke på hva du vil fortelle og til hvem, resten ordner Optimalprint. Løsningen gir deg økt kontroll over kostnadene og en mer effektiv og personlig kommunikasjon med kundene dine.



Velg distribusjonsliste



Lag ditt design



Legg til variabel tekst



Send

For mer informasjon, besøk www.optimalprint.no/direkte-markedsforing

Optimalprint
Brobekkveien 80
0582 Oslo
Tlf: 21 06 24 70



KVALITETSGARANTI
Vår målsetning er å gi våre kunder produkter av høy kvalitet med 100% kvalitetsgaranti



GREEN BELT MOVEMENT
For hver ordre du legger hos Optimalprint donerer vi penger til The Green Belt Movement.