

اولین کاتالوگ محصول در آمریکا در سال 1845 چاپ شد اما تقریباً 100 سال طول کشید تا چاپ کاتالوگ عملی محبوب و پرتعداد شود و در دهه‌های بعدی چاپ کاتالوگ تبدیل به یکی از مهم‌ترین ابزار بازاریابی برای اکثر تولیدکننده‌های بزرگ شد.

در اوایل دهه 1990 بازاریابی با چاپ کاتالوگ کاهش پیدا کرد تولیدکننده‌ها همچنان کاتالوگ چاپ می‌کردند اما مصرف‌کننده‌ها ترجیح می‌دادند به جای ورق زدن کاتالوگ، تنها چند کلمه تایپ کنند و برای خرید به اینترنت مراجعه کنند. این روزها مصرف‌کننده‌ها می‌توانند تنها با یک کلیک به نظرات مشتریان، مقایسه‌ی قیمت، انتخاب نوع پست و غیره دسترسی داشته باشند.

بعد از گذشت زمانی افراد حرفه‌ای در زمینه‌ی بازاریابی متوجه شدند که چاپ کاتالوگ همچنان در دیجیتال مارکتینگ امروزی نقش مهمی ایفا می‌کند. به همین علت چاپ کاتالوگ دوباره آغاز شد و بسیاری از مصرف‌کننده‌ها از دریافت آن‌ها هیجان‌زده می‌شوند اگر شما یک تجارت خرده‌فروشی را مدیریت می‌کنید، به دلایل زیر باید کچاپ کاتالوگ را در برنامه‌هایتان داشته باشید:

1. چاپ کاتالوگ روی تصمیم خرید مخاطبان هدفمند شما (تارگت مارکت) تأثیر می‌زارد.

در بعضی موارد چاپ کاتالوگ نسب به تبلیغات در تلویزیون و وبسایت‌ها تأثیری بیشتری روی تصمیم خرید مخاطب می‌زارد. تقریباً 75 درصد افرادی که توسط سیستم پستی آمریکا مورد مصاحبه قرار گرفتند قبول کردند که کاتالوگ‌ها بیشتر آن‌ها را به خرید اقلام یک خرده‌فروشی علاقه‌مند می‌کنند و 8 تا از هر 10 نفر گفتند که بعد از دیدن یک کالایی که دوست داشتند آن را خریداری کرده‌اند. یکی دیگر از دلایلی که چاپ کاتالوگ تأثیرگذار در فروش کالاهاست این است که قابل لمس‌تر از خرید آنلاین از پشت یک صفحه‌نمایش است.

2. چاپ کاتالوگ به خرید چندکاناله کمک می‌کند

خریدار امروزی کانال‌های خرید بسیاری در دسترس دارند (مثل مغازه‌های واقعی، آنلاین شاپ‌ها، فضای مجازی، خرید تلفنی و ...) کاتالوگ‌ها مصرف‌کننده‌ها را تشویق می‌کنند تا از کانال‌های خرید دیگر هم استفاده کنند و این‌گونه خریداران با روش‌های جدید آشنا می‌شوند و از آن‌ها استفاده می‌کنند. چاپ کاتالوگ وقتی بیشترین نتیجه را می‌دهد که به‌عنوان قسمتی از بازاریابی چندکاناله استفاده شود تا مصرف‌کننده‌ها به سمت وبسایت‌های آنلاین برای خرید بکشاند.

3. چاپ کاتالوگ می‌تواند یکی از ابزارهای باکیفیت بازاریابی باشد

از نقطه‌ی شروع بشریت تا به امروز مردم همیشه با استفاده از داستان‌ها باهم ارتباط برقرار می‌کردند و بازاریابی محتوا هم با استفاده از داستان‌گویی تلاش برای جلب و نگه‌داشتن مشتری‌ها می‌کند. علاوه بر آموزش و آگاه‌سازی مردم در مورد محصولات شما، کاتالوگ‌ها می‌توانند با استفاده از داستان‌گویی و تصویرسازی مخاطب‌ها را در یک مسیر ذهنی هدایت کنند. نمایش دادن محصولاتتان با این روش تأثیر زیادی روی ارتباط گرفتن مصرف‌کننده‌ها با برند شما از لحاظ احساسی دارد.

4. نسل جوان عاشق گرفتن پست مستقیم است

نسل جوان (Millennial) کاملاً با تکنولوژی بزرگ شدند و دریافت کردن ست و کاتالوگ به روش قدیمی برایشان بسیار جالب است و به آن‌ها توجه زیادی می‌کنند. از آنجایی که این نسل در فضای دیجیتال غرق شده‌اند استفاده از این روش قدیمی بازاریابی یعنی چاپ کاتالوگ بیشتر به چشمشان می‌آید. نسل جوان به محتوای تصویری راحت‌ترند تا محتوای متنی و چاپ کاتالوگ کاملاً از لحاظ بصری آن‌ها را راضی می‌کند. با توجه به آمار سرویس پستی آمریکا، نسل جوان بیشتر از هر دوره‌ی سنی دیگری از مردم زمان برای جدا کردن و خواندن پست‌هایی دریافتی می‌کنند و بیشتر از مصرف‌کننده‌های معمولی با آن‌ها ارتباط می‌گیرند. درنهایت تمام گروه‌های سنی به دریافت نامه در صندوق پستی علاقه دارند اما نسل جوان بیشتر با این روش هیجان‌زده می‌شوند.