



## Door 3d-e-motion-design raakt je klant in beweging

3D-e-motion-design is een vorm van zeer effectieve, gedrukte communicatie. Het is niet het traditionele 2d-drukwerk. Het is boeiend, trekt je aan, het is interactief en ja, sommige mensen raken er zelfs van slag. Dimensionale ontwerpen zijn er in verschillende maten en soorten. Ze zijn er in pop-up-, trek-, schuif- en draaivorm of ze onthullen iets totaal onverwachts. Het is juist het element van verrassing en de magie van de techniek dat mensen doet glimlachen waardoor ze net even wat langer geboeid zijn en de boodschap onvergetelijk maken.

### Verschillende vormen

Van high fashion tot high tech, van bier- tot bankconcerns en van auto-industrie tot huishoudelijke apparaten; allerlei topmerken hebben 3d-e-motion-design omarmd om op te vallen, zich te onderscheiden en om een hoger rendement uit hun marketing-euro's te halen. Designs met hoge impact worden gebruikt in alle kanalen van gedrukte communicatie zoals uitnodigingen voor evenementen, ondersteunende verkoopmiddelen, toonbank displays, promotionele verpakkingen, tijdschrift reclames en media kits.

### In beweging raken

Kortom met een aansprekend 3d-e-motion-design wordt een klant emotioneel geraakt en raakt daardoor betrokken bij het product of de dienst. Het is dan niet meer dan logisch dat daaruit een beweging volgt met de gewenste actie.

Het proces voor een 3d-e-motion-design omvat een aantal elementen. Daarbij is het belangrijk te weten wat de eisen, de uitdagingen zijn. Wat zijn precies de huidige producten en/of diensten, de mogelijkheden en hoe onderscheidt men zich van de concurrentie. Uiteraard zijn hierbij eigen ideeën, thema's belangrijk om te weten of speelt er misschien al een bepaalde boodschap in gedachten. Het budget is belangrijk. Hoe meer details vooraf besproken worden, hoe beter het resultaat en hoe nauwkeuriger het 3d-emotion-design kan worden afgestemd op de behoeften.

### Rekenvoorbeeld: is het de extra investering waard?

3D-e-motion-design heeft bewezen effectief te zijn. Laten we dat eens bekijken aan de hand van een rekenmodel. In dit voorbeeld nemen we aan dat het product voor €1000,- wordt verkocht. Hiervoor verzenden we 5000 drukwerk-items.

Bij een verkoopprijs van €1000,- per product

	2D-uiting (plat)	3D-uiting (dimensionaal)
oplage	5000	5000
stuksprijs inkoop (€)	0,90	2,25
totaalprijs inkoop (€)	4.500,-	11.250,-
reponse (%)	2	6
aantal reacties	100	300
kosten per response (€)	45,-	37,50

Bij een verkoopperscentage van 10%

aantal verkopen	10	30
totaal omzet (€)	10.000,-	30.000,-
ROI (%)	122	167

Het 2d-drukwerk kost €0,90 en 3d-e-motion-design is bijna drie keer de kosten van de platte versie: €2,25. Bij een respons van 2% bij de traditionele, platte uiting en dus ook een drie keer hogere respons (6%) bij de 3d-uiting, levert het rekenmodel ons een totaal aantal responsen.

We nemen aan dat van de 100 reacties 10% overgaat op aankoop. Dat zijn dus 10 verkopen. Vermenigvuldig dit met de verkoopprijs van het product (€1000,-). Zo ziet u dat de 2d-uiting een ROI (rendement op investeringen) oplevert van 122% en voor de 3d-uiting liefst 167%.

*De conclusie is dat de drukkosten meer zullen zijn. Maar is het dan ook de extra investering waard? Is het de moeite waard? Mijn antwoord is zeker 'ja!'.*

**“3D-e-motion-design zet jouw klant in beweging”**