

## **Imprenta Madrid revela "el papel del marketing impreso en un mundo digital"**

**En los últimos 10 a 15 años, la tecnología ha cambiado drásticamente las actitudes y los procesos en el lugar de trabajo. Los dispositivos móviles, los sistemas de CRM, la computación en la nube y los macrodatos han dejado sus huellas en la forma en que se trabaja, se administran negocios y se hace marketing**

Según ImprentaMadrid, "la tecnología impulsa el valor de un negocio de cuatro maneras, mediante la mejora de la conectividad, la automatización de tareas manuales, la mejora de la toma de decisiones y la innovación de productos y servicios".

Con los avances en la impresión digital, la impresión corporativa ahora puede beneficiarse de dicha creación de valor.

El auge de la impresión digital les ha dado a los especialistas en marketing la posibilidad de llevar a cabo pequeñas tiradas de impresión a demanda y, como industria, sus previsiones de cara a 2024 son impresionantes.

"Este es un gran cambio con respecto a los días de la impresión offset masiva, cuando los materiales de marketing tenían que producirse en grandes cantidades para lograr cualquier tipo de eficiencia de costes, pero todavía hay muchos cambios por venir", mantienen.

La industria de la impresión es cincuenta veces más grande que la industria de la música y crece rápidamente gracias, en gran medida, a la industria del marketing, que sigue creciendo y evolucionando junto con la gran cantidad de canales digitales establecidos y emergentes.

"La impresión continúa teniendo un lugar en la mezcla de marketing, porque funciona. Cuatro quintas partes (79%) de los consumidores actúan por correo directo de inmediato, en comparación con solo el 45% que reacciona ante el correo electrónico. El correo directo cuenta con una tasa de respuesta del 4.4%, en comparación con la tasa de correo electrónico del 0.12%", afirman.

Si bien muchos procesos comerciales se han digitalizado, lo que se traduce en una mayor eficiencia, el pedido de impresiones sigue siendo un proceso muy manual para la mayoría de las empresas.

"Ahora es posible la entrega en sólo dos horas o la impresión bajo demanda, incluso si un evento de ventas se realiza en tres días y en un continente diferente. Ya no es necesario imprimir online con unas condiciones limitadas", explican en ImprentaMadrid.

Si se combinan todos estos avances tecnológicos, "una industria que ha existido durante cientos de años se está volviendo extremadamente ágil, adecuada para el marketing moderno y que permite a las empresas conseguir que la impresión comercial sea un proceso eficiente y transparente en su empresa", terminan.

**Datos de contacto:**

ImprentaMadrid

<https://imprentamadrid.com/>

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>