

# Dinamikus növekedés várható az európai Web-to-Print piacon

**Az InfoTrends a Canon megbízásából Európa 13 országában végzett felmérése szerint a Web-to-Print piac értékesítési volumene 2010-ig várhatóan 264%-kal nő, meghaladja majd a 10,5 milliárd eurót.**

A Canon, a képpalkotási technológiák piacán meghatározó nemzetközi vállalat, Európa 13 országában elsőként vizsgálta a Web-to-Print piac alakulását. A Canon tanulmánya szerint a Web-to-Print megoldásokat kínáló cégek száma várhatóan 68 százalékkal növekszik az elkövetkező öt évben. Ugyanakkor a tanulmány azt is kimutatta, hogy a nyomtatási üzletág csaknem egyenlően oszlik meg az internetes technológiákat kedvelő és alkalmazó felhasználók, valamint a Web-to-Print szolgáltatást visszaautasítók között.

A 13 európai országban 652 interjú alapján készített tanulmány, melyet kereskedelmi nyomdai cégek, digitális szolgáltatók, másolóirodák és nyomdai előkészítő vállalatok körében végeztek, azt is kimutatta, hogy az említett tevékenységeket végző cégek egyharmada már jelenleg is rendelkezik Web-to-Print szolgáltatással. Ez az érték azonban öt éven belül várhatóan a kétharmadával növekszik, amikor is az európai nyomdák felénél lesz elérhető ez a szolgáltatás. Azok a vállalatok, akiknél már elérhető a Web-to-Print szolgáltatás, jelenlegi munkamennyiségüknek átlagosan 14 százalékát kapják ezen a rendszeren keresztül, de várakozásaik szerint a következő években, ahogy a vevők egyre inkább hozzászoknak az on-line rendeléshez, növekedni fog a kereslet.

2010-re azok az európaiak, akiknek a nyomtatói rendelkeznek Web-to-Print rendszerrel, átlagban a nyomtatási volumen több mint egyharmadára webalapú alkalmazásokból származnak, ami 264 százalékos növekedést jelent. A kutatással megbízott InfoTrends becslése szerint a Web-to-Print módszerrel leadott munka volumene 2010-re értékben meg fogja haladni a 10,5 milliárd eurót. A kutatás azt is kiderítette,

hogy magával a „web-to-print” kifejezéssel kapcsolatban is van némi zavar. A nyomtatás területén dolgozó európai szakemberek negyede (26%) vallotta be, hogy nem biztos a fogalom jelentésében. A Web-to-Print szolgáltatás ismerete tekintetében az északi országok haladnak az élen. A finn szakemberek körében csak 10 százalék vallotta be, hogy nem tudták, mit jelent, őket a dán (12%), norvég (16%) és svéd (18%) kollégáik követték. Ezzel ellentétben a brit nyomdaipari szakemberek 40 százaléka és a francia vezetők 46 százaléka nem ismerte a fogalmat. A belga nyomdaipari vezetők 48 százaléka vallotta be, hogy számára ismeretlen a fogalom.

„Fontos hogy megértsük, milyen kihívásokkal és akadályokkal néznek szembe a nyomdai szolgáltatók, továbbá milyenek látják és hogyan valósítják meg ezeket a megoldásokat. Ez a felmérés pontos képet ad a szakmának a Web-to-Print szolgáltatás jelenlegi és jövőbeli helyzetéről, illetve segíti annak megértését, hogy egyeseket mi tart vissza a beruházástól” – mondta Mark Lawn, a Canon Europe professzionális megoldások európai marketing igazgatója a kutatás kapcsán. „A Canon akkor képes továbbra is megfelelő megoldásokat fejleszteni, ha alaposan ismeri a nyomtatási szolgáltatásokat igénybe vevők hardver- és szoftvermegoldásokkal, valamint professzionális támogató szolgáltatásokkal kapcsolatos igényeit, amelyek segítségével előnyhöz juttatjuk ügyfeleinket a piaci versenyben. A prognózis szerint, a következő néhány évben a Web-to-Print megoldásokkal nyomtatásra leadott munkák volumene több mint duplájára emelkedik. A Canon feladata, hogy segítsen ügyfeleinek az ebben rejlő lehetőségek felismerésében” – tette hozzá Mark Lawn.

## WEB-TO-PRINT JELENLEGI PIACI TRENDEK

Az európai nyomdaipar mintha kettészakadna. A piacon megtalálhatók egyrészt az ambiciózus,

a technológiákat jól ismerő vállalatok, amelyek már bevezették vagy tervezik a Web-to-Print szolgáltatás bevezetését, másrésről viszont számos vállalatnak még meg kell barátkoznia ezekkel a megoldásokkal. Azoknak az európai nyomdai vállalkozásoknak a többsége (52%), amelyek nem tervezik, hogy beruházzanak a Web-to-Print szolgáltatásba, jelenleg e-mailen és FTP site-okon keresztül kapják a munkát az ügyfeleiktől. Sok szolgáltató (47%) úgy érzi, hogy egyéb digitális médiumok, mint például a CD-k és USB-k miatt nincs szüksége Web-to-Print megoldásra. A bevezetést gátló egyéb tényezők között említették a költségeket (25%), a megfelelő nyomdai alkalmazások hiányát (25%), az informatikai szaktudás hiányát (21%), az ügyfelek részéről az elfogadottság hiányát (20%), a műszaki munkafolyamattal kapcsolatos szaktudás hiányát (15%) és a webalapú szolgáltatások biztonsági kockázatát (10%). Azok közül, akik nem tervezik Web-to-Print megoldás bevezetését, csak 17% adta azt a magyarázatot, hogy nem hisz ebben a koncepcióban.

„A Web-to-Print rendszerek által kezelt nyomtatási termékeknek 2010-re prognosztizált 10,5 milliárd euró elérő növekedése jól illusztrálja, hogy ez a megoldás jelentős lehetőséget képvisel az európai nyomdai szolgáltatók számára” – mondta *Ralf Schlözer*, az InfoTrends European On-Demand Printing Service társigazgatója. „A felmérésből kiderül, hogy a Web-to-Print piac még csak a korai szakaszában van. A szolgáltatás még sokszor kihasználatlan. Az integráció hiánya a belső munkafolyamatokkal és adminisztrációs rendszerekkel, valamint a piacon található belső fejlesztésű megoldások nagy száma is a szolgáltatás jelenlegi alacsony fejlettségi szintjét igazolja. Nagyon sok előnyvel járhat a nyomtatás beszerzési folyamatának automatizálása, hiszen csökkenti a hozzáférés akadályait az ügyfelek számára, miközben olyan értéknövelő szolgáltatásokat jelent, mint például a munka nyomon követhetősége, a távkorrektúrázás, az adatbázis-szolgáltatások. Szélesebb körű elfogadottságot érhetünk el azáltal, hogy a nyomdai szolgáltatásokat igénylő vásárlókat tájékoztatjuk ezekről az előnyökről” – tette hozzá Schlözer.

### **Kutatási háttéranyag**

A Canon Europe által megrendelt felmérést az InfoTrends bonyolította le 2007 júliusában.

A felmérés 652 telefonos interjúból állt, azaz országonként 50 interjúból az alábbi országokban: Ausztria, Belgium, Dánia, Finnország, Franciaország, Németország, Olaszország, Hollandia, Norvégia, Spanyolország, Svédország, Svájc és az Egyesült Királyság.

### **„WEB-TO-PRINT” MEGOLDÁS FOGALMA**

Az InfoTrends a „Web-to-Print” megoldást olyan internetalapú alkalmazásra érti, amely lehetővé teszi a kereskedelmet, kollaborációt és/vagy ügyfélszolgálati kapcsolatot azok között, akik vásárolják a nyomtatási szolgáltatásokat, és azok között, akik nyújtják.

### **A „WEB-TO-PRINT” MEGOLDÁS TÖRTÉNETE**

A Web-to-Print koncepciója a dot-com boom során jelent meg a kilencvenes évek végén. Ebben az időszakban sok, szabadalommal és tőkével rendelkező e-kereskedő cég mutatta be elképzeléseit és e-beszerzési üzleti modelljét a nyomtatási üzletágnak. Az e-beszerzési folyamat alapvetően a nyomtatási beszerzési folyamat automatizálására koncentrált, a munka beérkezésétől a gyártáson és elosztáson át egészen a számlázásig, az internet használatával. Ez az elv nagy paradigmaváltást jelent a nyomtatási iparág számára, mivel új módszert mutat be a dokumentumkészítők/-nyomtatást rendelők és a nyomtatási szolgáltatók által használt, gyakran nehézkes kommunikációs és rendelési folyamatok felgyorsítására.

Sajnos, amikor a dot-com buborék kipukkadt, és a befektetők pénze elfogyott 2000 és 2001 környékén, az e-kereskedő vállalkozások többsége bezárt, és eladta a technológiát a túlélőknek. A negatív időszak ellenére a Web-to-Print fejlődése tovább folytatódott, és hosszú utat járt be 2001 óta. Az InfoTrends becslése szerint a Web-to-Print szoftvermegoldások piaca Nyugat-Európában 52 millió euró volt 2006-ban, és a várható növekedés után 2010-ig 99 millió lesz, összesen 17%-os éves növekedést mutatva ezzel. Úgy becsültük, hogy ma legalább négy-milliárd eurónyi árbevétel érkezik ilyen szolgáltatásokra. Ez a volumen 2010-ig várhatóan a 10,5 milliárd eurót is meg fogja haladni.

A Web-to-Print alapvetően fontos üzleti alakulást jelent a nyomtatási iparban, mivel je-

lentősen módosítja a szolgáltatók kommunikációs módszereit és a szolgáltatások nyújtásának módszereit. A megoldás lehetővé teszi a szolgáltatók számára, hogy hatékonyabban dolgozhassanak, és megnyitja az utat sok más hozzáadott értékű szolgáltatás előtt, mint például az e-kereskedelem, kollaboráció, értékesítési menedzsment és/vagy ügyfélszolgálat. Az InfoTrends szerint az e-beszerzés hamarosan népszerűvé válik, és a teljes nyomtatási szolgáltatási folyamatra alkalmazható lesz, amint a határidők rövidülnek és a just-in-time (JIT) igények növekednek.

A piacon jelenleg kapható, internetalapú Web-to-Print üzleti modellek köre igen széles, azonban a legtöbb nyomtató jelenleg csak alapszintű webalapú funkciókészletet kínál. A Web-to-Print rendszerrel rendelkező európai nyomdai vállalatok 90 százaléka elmondta, hogy már jelenleg is kínálnak vagy a közeljövőben tervezik, hogy lehetőséget nyújtanak ügyfeleiknek arra, hogy a nyomdakész állományokat a cég internetes portálján keresztül küldjék nyomdába. Ugyanekkora arányban fogadnak anyago-

kat vagy tervezik az ügyfelek ajánlatkérésének on-line fogadását, míg 84 százalékuk állította, hogy a lehetőséget felhasználják vagy felhasználnák a feladatok on-line korrektúrázására. A Web-to-Print módszert leggyakrabban marketinganyagok nyomdai munkáihoz kínálják, amelyeket tíz nyomtatóból nyolc kínál, ezt követik a levélpapírok (69%), katalógusok (56%), kézikönyvek (53%) és a direkt mail (50%).

A Web-to-Print rendszerrel rendelkezőknek csupán alig több mint negyede kínál jelenleg internetes felületen keresztül automatizált ajánlatadást. Ez a szám azonban 62 százalékra emelkedik, ha azokat is ideszámítjuk, akiknek ez szerepel a terveik között. Azonos arányt (28%) képviselnek azok, akik nyomtatás és URL-ek segítségével jelenleg is kínálnak már integrált marketingkampányokat ügyfeleiknek. Arányuk pedig 55 százalékra emelkedik, ha azokat is hozzávesszük, akik mindezt tervezik. A legkevésbé általános Web-to-Print funkció a címjegyzék biztosításának lehetősége a weben, amelyet jelenleg 26 százalék alkalmaz, és további 20 százalék tervezi.

## Canon Buzzword Buster szójegyzék

A Canon Europe, a digitális képpalkotási technológiák egyik vezető vállalata a drupa-kiállításon jelentette be az iparági szakzsavakat magyarázó Canon Buzzword Buster szójegyzék kiadványát. Egy a Canon által végzett európai felmérés szerint tíz ügyfélből kilencet (86 százalék) zavarba ejtenek az iparág mindennapos kifejezései, miközben 43 százalékuk egyenesen a szakzsargon okolja a hibás nyomatok keletkezéséért. A kutatás eredményei egyértelműen jelzik, hogy az érthető kommunikáció különösen fontos a nyomdaiiparban. Ezen felismerés nyomán született meg a Canon Buzzword Buster szójegyzéke.

„Az elmúlt évben végzett kutatások során világossá vált, hogy az iparág egy jelentős része nem érti a webes nyomtatás (Web-to-Print) kifejezést. Ez a felismerés volt a közvetlen előzménye a nyomtatás nyelvezetét célzó kutatásunknak” – nyilatkozta Mark Lawn, a Canon Europe professzionális nyomdai megoldásokért felelős európai igazgatója. „Az iparágban komolyabban kell vennie a szolgáltatások marketingjét és az értékesítést, ennek első lépéseként érthetővé kell

tenni az ügyfelek számára, hogy mit is rendelnek a szolgáltatótól. Az olyan kifejezések, mint a „tördelés” vagy a „nyomdakész” egyértelműek számunkra, de az ügyfélnek gyakran semmit nem jelentenek.

A Canon Essential Business Builder Program már most is egy leegyszerűsített fogalomkészletet használ, hogy a nyomdáknak bemutassa az új ötletek, szolgáltatások és kezdeményezések közvetítési lehetőségeit az ügyfelek felé” – tette hozzá Lawn.

A felmérés egyértelműen megmutatta, hogy többre becsülik az ügyfelek a könnyedén megérthető kifejezéseket használó nyomdákat. A Canon Buzzword Buster egy további eszköz, melynek segítségével a nyomdai szakemberek és az ügyfelek hatékonyabban kommunikálhatnak. A drupa 2008 kiállítás látogatói a kiadvány egy példányát beszerezhetik a Canontól.

A Buzzword Buster kiadvány a Canon honlapján, a [www.canon-europe.com/buzzwordbuster](http://www.canon-europe.com/buzzwordbuster) címen is elérhető, ezzel segítve az ügyfeleket az iparági szakzsargon megértésében.