

Web to print/e-business print

STRATÉGIÁK, ÜZLETI MODELLEK, MEGVALÓSÍTÁS

Fordította: Keresztes Tamás

Háromrészes cikksorozatban járja körül a Deutscher Drucker a web to print és az e-business print témakörét. A cikksorozatban az iparág szakértőit kérdezi a szaklap az online nyomtatás jövőjéről.

E-business print:

- ♦ Milyen stratégiákra van szükség, milyen kihívásokat kell leküzdeni?
- ♦ Hogyan kell sikeresen megvalósítani a web to print projekteket?
- ♦ E-business print a gyakorlatban.

A körkérdésekre adott válaszokból és felhasználókkal, illetve szolgáltatókkal készült riportokból szemezgetünk érdekes véleményeket és részleteket, kihagyva közvetlen, egyébként hasznos termékismertetőket és reklámokat. A teljes, német nyelvű anyagot a www.print.de weboldaláról lehet letölteni.



NYITOTT-E MÉG A PIACI RÉSZ?

Az esseni Zipcon Consulting GmbH aktuális tanulmánya szerint a német, az osztrák és a svájci online nyomdák csupán az elmúlt évben több mint 1,7 milliárd eurós forgalmat bonyolítottak. Biztatóak a további prognózisok is: a web to Print szakma ez évi várható 2,1 milliárd eurós forgalma 2014-ben 2,3 milliárdra fog növekedni. Sikerszámokat közölnek az iparág vezető vállalatai is. A Cewe Color Holding AG 2013. első fél évében tovább folytatta a fejlődést, 7,8 százalékos növekedéssel 218,2 millió eurós forgalmat ért el, és ebbe még nem is számították bele a várható karácsonyi bevételt.

Növekvő tendencia: a D/A/CH régió (Németország, Ausztria, Svájc) online nyomdái 2014-ben 2,3 milliárd eurós forgalomra számítanak. Forrás: részlet a „Die Zukunft wird gedruckt” marketingkampány plakátjából.

„...Aki azt hiszi, létezik olyan, hogy a »jövő online nyomtatása«, az nem ismeri az online piac törvényszerűségeit. Ahogy a klasszikus nyomtatásban is száz különféle üzleti modell létezik, ugyanúgy számos üzleti modellt találunk az e-business printben, vagy ahogy a köznyelvben használják, az online nyomtatásban is. A leginkább ismert modell az Onlineshop à la Vista-print vagy a Flyeralarm. Mivel jelenleg ez az üzleti modell hozza a legnagyobb bevételeket, a fotókönyv szektortól eltekintve, sok nyomdai vállalkozás terjeszkedik ebbe az irányba. Ez azért hiba, mert az a vállalkozás, amelyik korábban még nem járt az online úton, akár veszélybe is kerülhet. Ezt a piac nagy játékosainak több mint tízéves tapasztalata és azok a százmilliós befektetések igazolják, amit erre költöttek. Ezért fontos szerepe lehet a saját üzleti modell kidolgozásának, amely akár egy különleges termékre, akár egy piaci résre vagy speciális szolgáltatásra épül. Itt ugyanis – és ez az e-business print elvé előnye – nem számít a vállalkozás mérete. Minden rugalmas vállalkozás jól pozícionálhatja magát, ame-

lyikben megvan az akarat és a képesség, hogy nyisson az online piac felé, és megtanulja, mi több, alkalmazza annak szabályait. Ez viszont – és itt van a kutya elásva – nem működik befektetés nélkül. Az online platformot, a személyzetet és a marketinget meg kell fizetni, ami viszont a modellől függően igen költséges lehet. Világosan kifejezve: valóban, bárki megcsinálhatja, a KKV ugyanúgy, mint a nagy nyomdák – minden az üzleti modellen múlik...”

Bernd Zipper, Zipcon Consulting

„...A jövő online nyomtatását azok a nagy nyomdagyarak fogják meghatározni, amelyek átlátható termékkínálatot képesek előállítani jó minőségben és rövid határidővel. Csak nagy méretben valósíthatók meg azok költség- és árelőnyök, amiket a piac ettől a nyomdai üzletágtól elvár. Egy online nyomda üzleti alapokra helyezése jelentős eszközbefektetéseket igényel az online és offline médiáktól. Csak bizonyos vállalatméret fölött lehet elérni a szükséges alacsony darabárat. Véleményem szerint, egy KKV számára nagyon nehéz lesz felépíteni azokat a folyamatokat és elérni azt a nagyságot, ami ahhoz szükséges, hogy kézben lehessen tartani a költségeket...”

Dr. Michael Fries, Cewe Color

„...Létezik még Németországban olyan nyomda, amelyik nem online? Mindenesetre az e-mailben folytatott kommunikáció és az ügyfeladatok FTP-szerveren történő fogadása ma már megszokott dolog. Egyre több nyomda hajlik arra, hogy teljes elektronikus munkafolyamatát összekapcsolja a webbel. Véleményem szerint az egyes ügyfelek online kapcsolódása a nyomda workflow-jához legalább olyan fontos, mint egy online shop...”

Christian Luther, Leserline

„...Az »Online Print Symposium 2013« statisztikai megmutatták, hogy az online nyomtatásnak van jövője. A szimpóziumon viszont az is kiderült, hogy az online printing a profiknak való. A sikert nem a véletlen szüli, hanem egy hosz-

szú, rögzös út eredménye. A mai nagyok is elkövettek hibákat a múltban, és meg kellett tanulniuk a leckét. A szimpózium résztvevői sok jó ötletet kaphattak az online nyomtatási üzletágban való sikeres működéshez, még akkor is, ha általános recept nem létezik. A kis és közepes vállalkozásoknak persze nehéz dolguk van. Elsőknek kell lenniük, be kell tölteniük a piaci rést, vagy jobbnak kell lenniük a meglévőknél. Mégis fontos, aki azt akarja, hogy komolyan vegyék, annak az online piacon is jelen kell lennie. És ehhez szükség van szakmai ismeretekre a nyomdai előkészítés, az online szakmarketing és az információs technológia területén, és nem utolsósorban a cégvezetés elszántságára és kitartásra. Az online nyomtatás ugyanis nem melléktevékenység.”

Ronny Willfahrt,

Verband Druck und Medien Nordost

GYAKORLATILAG BÁRMILYEN NYOMDATERMÉKET EL LEHET ADNI ONLINE KERESKEDELEMBEN

Újságírói kérdésre, hogy lenne-e ekkora forgalmuk a B2B és B2C OnLine Shop nélkül is, a megrendelések nagy részét tekintve egyértelmű *nem* a Ninodruck nyomda válasza. A neustadti akcidents nyomda jó időben fordult az e-business irányába.

„...Eleinte nem is vártunk különösebb forgalomnövekedést a web to print bevezetésétől – állítja *Marcus Kalle*, a Ninodruck új médiáért felelős munkatársa. – Cégvezetésünk a kezdetekben sokkal inkább az ügyfélmegtartás stratégiai eszközének tekintette az online kereskedelmet, ami lehetővé teszi, hogy integrálódhassunk megrendelőink folyamatrendszerébe, ezzel is újabb megrendeléseket generálva...”

„...Ha már a szokványos kereskedelmi és üzleti nyomtatványok esetén úgyis az egyszerűsített megrendelési utat ajánljuk, akkor felkínáljuk a komplex nyomdai termékskála előállításának lehetőségét is, egészen az online megszemélyesítéséig. Ezzel megeremti a Ninodruck annak lehetőségét, hogy kikerülhessen az árversenyből, illetve, hogy azon kívül maradjon...”

Kalle véleménye szerint: „...bármilyen nyomdatermékkel kapcsolatos ötletet meg lehet valósítani az online shopon belül. Például igényes



prezentációs mappákat UV-lakkozással, aranyfóliázást, hidegfóliás felületnemesítést, cérnafűzést és keménykötést. A kérdés csak az: hogyan. Aki azt hiszi, hogy bonyolult, egyeztetéseket igénylő nyomdatermékeket nem lehet online shopon keresztül eladni, az rossz nyomon jár. Elég, ha megnézzük, mekkora a választék bővülés az első nyomdai portálok megjelenése óta. Ha őszinték akarunk lenni magunkhoz, akkor elismerjük, hogy a megrendelők ma már csak a munkák kis részénél igénylik a nyomdai szolgáltató tanácsát” – mutat rá a lényegre az új médiák szakértője. – „És ez nem csak a standard nyomdatermékekre vonatkozik, és független attól, hogy digitálisan vagy ofszeteljárással készülnek-e...”

„...A Ninodruck éjjel-nappal elérhető a megrendelők számára. A visszajelzések alapján nem kétséges, hogy a nyomda jó úton jár. Egyre több ügyfél este, ünnepnapon vagy hétvégén küldi el megrendelését...”

„...Sok más akcidens nyomdához hasonlóan a neustadti nyomda is az egyszerű névjegykártya nyomtatástól jutott el a web to print üzemeltetésig. Ma már 15 B2B portált működtet a törzsvevők kiszolgálására, valamint egy bárki számára elérhető nyitott B2C online shopot. Nagyra törőek a további fejlesztési tervek is: 2014 végéig legalább két B2C üzletet és 50 B2B portált nyitnak...”

A WEB TO PRINT MINT MISSZIÓ

A Schwäbisch Neckartailfingeni székhelyű That's it Solutions az egyik legnagyobb W2P rendszerház Németországban, amely kizárólag az e-business print területével foglalkozik. Saját programozású megoldásokat kínál nyomdáknak és ipari ügyfeleknek. Mivel az iparág nagy része még mindig mostohaként bánik a web to print üzleti model-

lel, a vállalkozásnak még mindig jóval többet kell foglalkoznia a meggyőzéssel, mint szeretné.

„...A That's Solutions a B2B területre specializálódott. Web to print rendszerházként az e-business terén mi szeretnénk a német nyelvterület nyomdaiparának a kapcsolata lenni. Azonban fokozottabban nyitunk közvetlenül az ipar felé. Sikerünknek az a receptje, hogy ügyfeleinknek valódi partnerei kívánunk lenni, akiket nem hagyunk magára a gondjaival. Itt nem érvényesülhet az »add el, aztán annyi« mentalitás. Mi a nyomdaiparból jöttünk, vélhetően egyedülálló tudásbázissal rendelkezünk Németországban, és szorosan együtt dolgozunk a programozókkal. Ez egy ideális kiindulási helyzet. Abból mindenki csak nyerhet, ha beépítjük a számos megvalósult projektből hozott megoldási tapasztalatainkat, akár már a koncepció kialakítása során. Partnereinknek abban is tanácsot adunk, hogyan tudják legjobban kihasználni a SEO-optimalizált shop előnyeit, és értékesítési tippekkel is szolgálunk. Mindez benne van az árban. A That's Solution átvállalja a teljes tárhelyszolgáltatást; a vevőnek nem kell szervert felállítania és nem kell speciális IT-szakembereket alkalmaznia, tehát levesszük ezeket a terheket a válláról. Ehhez egy nagy biztonsággal elérhető szerverfarmot bérlünk, amely az adatok megbízható kezeléséről is gondoskodik. Fontos, hogy nem egy polcra leemelt standard szoftvert árulunk, hanem egy az ügyfél igénye szerint kialakított egyedi megoldást...”

LÁTOGASSA HONLAPUNKAT:
WWW.MGONLINE.HU