

# Printprofit.com immár ötödik éve sikeresen Magyarországon

Cseh Balázs

*Sokszor merül fel kérdésként, hogy van-e létjogosultsága az elektronikus piactereknek, főleg a nyomdaipar területén. A számok tükrében úgy tűnik, hogy külföldön és Magyarországon is egyre több vevő érdekli a nyitottságot és átláthatóságot biztosító, gyorsaságot garantáló on-line piacterek iránt.*

A Printprofit GmbH 2000-ben alakult Hamburgban, ezt követően nem sokkal kirendeltséget nyitott Magyarországon is. A cég elsősorban amerikai aukciós oldalak sikerén felbuzdulva próbálta meghonosítani a közép-európai országokban a B2B (business-to-business) kereskedelem egy speciális változatát, és mint utóbb kiderült, nem is sikertelenül.

A koncepció lényege az, hogy céges megrendelők ajánlatkéréseket készíthetnek nyomdai szolgáltatásokra, és ezáltal on-line tendereket valósíthatnak meg. A nyomdák ezekről az ajánlatkérekekről e-mail értesítést kapnak, és ők dönthetik el, hogy elindulnak-e ezeken a tendereken, vagy sem.

A piacterek célja nem az árak leverése vagy alacsonyan tartása, bár van erre is külföldi példa, hanem az, hogy a nagy megrendelők számára új alternatívákat, új kapcsolatokat kínáljanak, a kis megrendelők pedig – ismeretség híján – megoldást találjanak nyomdai megrendeléseikre.

Külföldön a [www.printprofit.com](http://www.printprofit.com)-hoz hasonló szolgáltatást a holland Printoffer.com és az amerikai 58k.com oldal kínál. Az 58k oldal, különlegességénél fogva, egy kicsivel több szót érdemel. Az oldal amellet, hogy – a Printprofithoz hasonlóan – kapcsolatot teremt a megrendelői és a nyomdai oldal között, egy lépéssel tovább is megy ennél: a nyomdák által küldött ajánlatokból az ajánlati árat az összes többi tenderen részt vevő nyomda is láthatja, ezáltal a honlap lehetőséget biztosít arra, hogy a nyomdák az ajánlatkérekesüket újra és újra felülbírálják, és egyfajta licit alakul ki a site-on egy-egy megbízás elnyerésére. A Printprofit számára nem cél az, hogy az árakat



mesterségesen alacsonyan tartás. A rendszer sok esetben természetesen az árérzékeny megrendelőket vonzza, de a honlap üzemeltetői bíznak abban, hogy az ár nem minden. Az oldal használatával új kapcsolatok létrehozása, a kapacitásnak leginkább megfelelő munkák megtalálása, ügyfélszerzési és marketingköltségek csökkenése érhető el. Mindazonáltal nem ritkák az olyan sürgösségi munkák, amelyeken a gyorsan reagáló nyomdák igen tisztességes árrést érvényesíthetnek.

Magyarországon is létezik néhány, a Printprofit-hoz hasonló elektronikus nyomdaipari piactér, azonban míg az alapkonceptió csaknem ugyanaz, a honlapon található szolgáltatások mennyiségében, valamint a nemzetköziségben jelentős különbségek vannak. A [www.printprofit.com](http://www.printprofit.com) oldal a magyaron kívül még hat nyelven (angolul, németül, csehül, szlovákul, portugálul és lengyelül) és természetesen az adott országok internetcímén érhető el. Ezzel, valamint az űrlapok segítségével elkészített ajánlatkérekekkel, amelyeket a rendszer mindig automatikusan a fogadó nyomda által beállított nyelvre fordít le, a honlap lehetőséget teremt arra, hogy határokon átívelően is igénybe lehessen venni a szolgáltatást, és akár egy cseh, szlovák, lengyel cég is árajánlatot kérhessen a magyar nyomdáktól.

2003-ra nyilvánvalóvá vált, hogy a portál kinőtte korábbi kereteit, és mind arculatában, mind szolgáltatási struktúrájában újra kell formálni

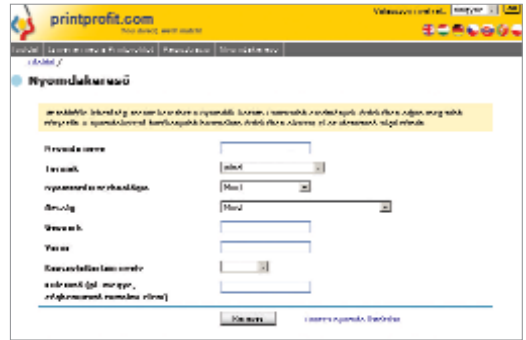
a rendszert. A technika fejlődése, az internetpenetráció régóta tartó növekedése és az internetes fizetési kultúra kialakulása megteremtette a lehetőséget egy komolyabb megoldás meghonosítására. A megújult site mind struktúrájában, mind használhatóság szempontjából felülmulta a korábbi. Tovább egyszerűsödött az ajánlatkérés folyamata, ami a vevőknek jelentett nagy könnyebbséget, a nyomdák számára pedig egyszerűsödött a regisztráció és az ajánlatküldés.

Ennek eredményeképp jelenleg több mint ezerkétszáz regisztrált vevő, azaz potenciális nyomdai megrendelő található a rendszerben, ebből ötszáznegyvenhárom magyarországi felhasználó, és a számuk napról napra folyamatosan nő.

Az internetes szolgáltatások esetében gyakran problémát jelent, hogy nem lehet tudni, ki van a felhasználónév mögött. A rendszer egyik alapelve éppen ezért a nyitottság: ha egy nyomda ajánlatkérést kap a rendszeren keresztül, nem kell látatlanban ajánlatot adnia rá. A honlapon ugyanis minden nyomdai megrendelőről le lehet kérni egy információs adatlapot, ezáltal meg lehet győződni az ajánlatkérő cég hitelességéről. Így az árajánlatküldés nem rejt magában nagyobb kockázatot, mintha azt a hagyományos módon tennék.

Míg 2004-ben körülbelül négyszázötven-négy-százhatvan nyomda használta a Printprofit.com szolgáltatását, 2005-ben ez a szám már ötszáz-húszra nőtt. Ennek körülbelül fele magyarországi székhelyű nyomda. Egyre több nyomda ismeri fel ugyanis azt, hogy az internetes jelenlét mellett mindinkább felértékelődik az is, hogy milyen honlapon, hol, milyen módon jelenik meg, milyen gyakran és hogyan kommunikál a potenciális megrendelői felé. A Printprofit.com internetoldal a nyomdák felé is a már említett nyitottsággal fordul: a nyomdai felhasználóknak lehetőségük van arra, hogy hatvan napon keresztül ingyenesen hozzáférjenek a rendszerhez, folyamatosan értesülhetnek a vevők által küldött ajánlatkéresekéről, és reagáljanak is rá a honlapon.

A hatvan napot követően a hozzáférés fizetössé válik. A tagsági díjat az üzemeltetők úgy alakították ki, hogy se a fél éves díj, se az egyéves (kedvezményes) díj ne legyen túl magas, azaz normál reklámköltést feltételezve, annak csak a töredékét tegye ki. Cserében a nyomdák nem csak hozzáférést, de reklámfelületet is kapnak, hiszen bekerülnek a nyomdakereső szolgáltatásba, sőt információs anyagot állíthatnak össze magukról.



Ez utóbbi szolgáltatás azoknak a kis nyomdák-nak a helyzetét is megkönnyíti, akiknek önálló honlapra nem jut a marketingkeretből, de on-line is elérhetővé szeretnének válni, és szívesen bekerülnének egy nemzetközi adatbázisba.

A Printprofit.com oldalt és szolgáltatásait emeltt folyamatos on-line- és printkommunikáció kíséri a potenciális nyomdai megrendelők körében, amellyel tulajdonképpen a nyomdákat is promotálja a site.

A folyamatos kommunikáció mellett a vevők számára a honlap használata ingyenes, ami jelentősen megkönnyíti az oldal kipróbálását és rendszeres használatát.

A honlap elindulása óta a mai napig ezerháromszázkilencvenkettő árajánlatkérés került be a Printprofit.com rendszerébe, ebből több mint négyszáz 2005. első tíz hónapjában. Ez azt jelenti tehát, hogy átlagosan két ajánlatkérés érkezett a rendszerbe minden munkanapon. Az ajánlatkérések több mint 25 százaléka valamilyen prospektus, katalógus, cégbemutató vagy DM-anyag gyártására, 15 százaléka könyvnyomtatásra, 10 százaléka magazin, újság, illetve egyéb periodika elkészítésére vonatkozik. Az ajánlatkéresekben szereplő termékek között megtalálhatóak ezenkívül még névjegykártyák, meghívók és egyéb üzleti nyomtatványok is, így az íves-, ofset-, valamint a digitális nyomtatásra berendezkedett nyomdák is megtalálhatják számításukat.

A karácsony és az év vége közeledtével egyre több cégnek van szüksége meghívókra, naptárakra, 2006-os katalógusokra, emiatt az őszi szezonban nem ritka, hogy hetente húsz-harminc árajánlatkérés is érkezik a [www.printprofit.com](http://www.printprofit.com) rendszerbe, érdemes tehát regisztrálni és akár ingyenesen kipróbálni a szolgáltatást, mert új megrendelések – és ami fontosabb – új kapcsolatok alakulhatnak ki segítségével.