

# Új felmérések – Canon

AZ ÜGYFELEK ALAPOSABB TÁJÉKOZTATÁSA HOZZÁJÁRULHAT A NYOMDÁK FEJLŐDÉSÉHEZ

## CANON A DRUPÁN...

A képkezelési megoldások terén globális vezető szerepet betöltő *Canon Europe* a drupa 2012 alkalmával a hangsúlyt a nyomdaipari szolgáltatók segítésére helyezi azzal, hogy azok új lehetőségeket fedezhessenek fel a maguk számára.

A Canon-standot ezért négy különböző rendeltetésű zónára osztották fel: közülük az egyik a *belföldi*, a következő a *külföldi nyomdai szolgáltatás* témakörében nyújt új ismereteket. Egy másik az olyan értéknövelő *üzletépítési, üzletfejlesztési* szolgáltatásokat mutatja be, mint pl. a Canon üzletépítő program (*Canon Essential Business Builder Program*).

Végül a negyedik zóna a különböző média-technológiák (fotó, nyomtatás, online és sugárzott média stb.), közeledése, konvergenciája (*Cross Media Publishing*) és a fotónyomtatás témakörét mutatja be. Ha például egy fogyasztó az árcsökkenésre koncentrál vagy új üzleti lehetőségek, a való életből származó lelkesítő ötletek után kutat, a Canon-stand látogatói e területeken lelkesítő és provokatív gondolatokkal egyaránt szembesülhetnek majd.

A drupa mostani Canon-standján széles skálán mutatunk be *Canon-* és *Océ*-technológiákat és -eszközöket. Köztük például az *Océ Colorstream 3700*-at. A stand látogatói a képalkotástól a kinyomtatásig terjedő széles skálán ismerhetik meg majd az ipari professzionális nyomtatóeljárások és műszaki megoldások portfólióit.

A Canon a kiállítás egész időtartama alatt sorozatban rendez üzleti tárgyú szemináriumokat, amelyeken arra összpontosítanak, hogy az érdeklődők a saját üzleti tevékenységüket és pia-



caikat komplexebben, eddiginél szélesebb körű szemléletmóddal közelítve tudják áttekinteni, új, nagyobb profitot biztosító üzleti lehetőségeket tudjanak maguknak felfedezni, és képesek legyenek üzletvitelüket továbbfejleszteni.

„A Canon arra helyezi a hangsúlyt, hogy a kutatási eredmények alapján elérje: a piaci vevőkörébe tartozó partnerei szélesebb képet alkothassanak maguknak arról, hogy az ő fogyasztóinak mi a fontos”, mondja *David Preskett*, a Canon európai professzionális nyomtatás témakörének igazgatója, majd hozzáteszi: „Célunk, hozzásegíteni őket ahhoz, hogy jobban megértsék a saját fogyasztóikat, és a maga nemében páratlan portfóliónk, továbbá a nyomtatás jövőjébe vetett bizalmunk alapján segítséget nyújtsunk üzletfejlesztési elképzeléseik megvalósításában.”

„Standunk látogatóinak lehetőségük lesz részleteiben is megismerni az új üzletépítő monitoring programunkat (a *Canon Essential Business Builder Monitoring Programot*), melynek keretében független szakértők dolgoznak együtt nyom-



Canon imagePRESS 1135



dászokkal, segítséget nyújtva számukra ahhoz, hogy megvalósíthassák hosszú távú céljaikat. A mentorok igény szerint strukturált tanácsokat és gyakorlati támogatást nyújtanak olyan szakterületeken, mint pl. az üzletiterv-fejlesztés, új nyomdaipari szolgáltatás bevezetése, marketing-fejlesztés, belföldi pénzügyi ügyek stb.”

- ♦ A nyomdai megrendelők tájékoztatása jelentősen növelheti a nyomdák üzleti sikereit. – A megkérdezett megrendelők 36%-a nem volt tisztában a print-on-demand lehetőségeivel.
- ♦ A megrendelők több mint 70%-a legalább olyan hatékonynak vagy még hatékonyabbnak találja a nyomtatást, mint a kommunikációs világ más médiáit.
- ♦ A nyomtatás pozitív kilátásai. – A megrendelők több mint 70%-a egyre fontosabbnak vagy legalábbis a jelenlegivel megegyező fontosságúnak tartja a nyomtatást.
- ♦ Csak a megrendelők 10%-a hivatkozott a „legolcsóbb” kategóriára mint legfontosabb kiválasztási szempontra, az elsődleges tényező az ár-érték arány.

## **8A csarnok, C06-1 stand, drupa 2012. május 3–16.**

A Canon Europe új, a nyomdai beszerzéseikért felelős üzleti szakembereket kérdező átfogó felmérése rávilágít arra, hogy a digitális nyomtatási szolgáltatók (Print Service Providers – PSPs) elszalasztják az ügyfelek jobb tájékoztatásából eredő üzleti növekedés lehetőségeit. A kutatás eredményét a Canon a drupa 2012 alkalmából megjelenő negyedik, „The Bigger Picture” című Insight Reportban hozza nyilvánosságra.

Az Európa vezető vállalkozásainak, reklám- és kreatív ügynökségeinek vezető döntéshozói- val készített 420 telefoninterjú eredménye megerősíti, hogy a nyomtatás továbbra is megbecsült tagja a marketingeszközök családjának. A válaszadók közel 90%-a fontosnak ítéli meg a professzionális nyomdatermékeket, 15%-a szerint a nyomtatás kérdéses, és több mint 70%-a úgy látja, hogy egyre fontosabb vagy továbbra is fontos marad.

Ugyanakkor a válaszok rámutatnak arra, hogy a nyomdai szolgáltatók nem hívják fel ügyfeleik figyelmét a digitális nyomtatásból származó új lehetőségekre, ezért a megrendelőknek fogalmuk sincs arról, milyen előnye származhat a digitális nyomtatásból. Például a megkérdezettek egyharmada nem tudta, hogy mi a print-on-demand, pedig az értékesítés gyorsasága az egyik legfontosabb szempont a marketing-médiacsatornák kiválasztása során. Szintén egyharmada tájékozatlan volt a kis példányszámú kiadás lehetőségeivel kapcsolatban, és majdnem a fele nem használta a célzott, személyre szabott direct mailt.



*Canon imagePROGRAF IPF9100*

Ezt támasztja alá az a tény is, hogy a megrendelők több mint fele – amikor a nyomdai szolgáltatók tanácsadással és támogatással kapcsolatos proaktivitásáról kérdezték – azt válaszolta, hogy nem értesül az új nyomtatási fejlesztésekről és alternatívákról.

A válaszadók biztosak a nyomtatás hatékonyságában, 71%-uk azonos hatékonyságúnak vagy hatékonyabbnak találta, mint a kommunikációs ipar egyéb médiáit. A nyomtatás bizonyított hatékonyságára mint a nyomtatás jövőjének fő hajtóerejére hivatkoztak, mivel a nyomtatás fokozott használata az online és a Cross Media fő támogató eszköze. A nyomtatás egyben a többszörös kommunikáció kulcsfontosságú össze-



Océ Arizona 550XT

tevője is, amit a válaszadók a leghatékonyabb eszköznek tartanak a megnyerés és a hatás maximalizálásához.

Miközben a tanulmány megerősíti, amit már oly sokan tudnak, hogy a nyomdai szolgáltatók kiválasztásakor az elsődleges szempont az „ár-érték” arány, csak a megkérdezettek 10%-a hivatkozik a legalacsonyabb árra mint döntő kiválasztási szempontra, 20%-uk viszont a nyomtatási minőségre helyezi a hangsúlyt.

Ami a nyomdai szolgáltatásoknak a megrendelők számára nyújtott minőségét illeti, a kérdésre válaszoló megrendelők 97%-a arról számolt be, hogy a szolgáltató partner megfelel az elvárt tájékoztatási igényeinek, és ugyanilyen százalékban



Canon imageRUNNER ADVANCE 810S

ítélték úgy, hogy a nyomdai szolgáltatás ára megfelel az értékének. Ez a magas szintű elégedettség azonban a megrendelők ismerethiányának is köszönhető, mivel a döntéshez nem kapnak meg minden szükséges információt.



Canon imagePRESS C7010VP

Mark Lawn, a Canon Europe Professzionális Nyomtatási Megoldások üzletágának marketingigazgatója arra figyelmeztet, hogy „A nyomdák számára óriási lehetőség a megrendelők tájékoztatása arról, hogy milyen marketingelőnyöket jelenthet számukra a nyomtatás – különösen a megszemélyesített print-on-demand nyomtatás – a márka megerősítéséhez és a hatékonyság növeléséhez. A vevők egyre inkább igénylik az alaposabb tájékoztatást, a kreatív ötleteket és a nyomtatási innovációk megismerését. Egyértelmű tehát, hogy a nyomdák jelentős potenciális fejlődési lehetőségtől esnek el, ha nem kommunikálnak rendszeresen megrendelőikkel, függetlenül azok tájékoztatói szintjétől. A magabiztos és konzultatív hozzáállású nyomdák növelhetik a bevételeiket és erősíthetik üzleti kapcsolataikat.

A Canon a drupa 2012-ön arra összpontosít, hogy a nyomdák nagyobb képet (bigger picture) kapjanak arról, hogyan használhatják aktív katalizátorként a digitális beruházásokat az üzleti sikerek fokozásához. A Canon új felmérése igazolja, hogy a lehetőségek óriásiak, és a cég arra fogja használni a kutatást, hogy támogatást nyújtson azoknak a nyomdáknak, amelyek felkeresik a Canont a drupa 2012 kiállítás (8A csarnok, C06-1 stand) helyszínén 2012. május 3. és 16. között. A nyomdák meggyőződhetnek arról, hogy minden eszköz a rendelkezésükre áll ahhoz, hogy sikeresen kommunikálják a digitális nyomtatás összes előnyét a megrendelők felé.



Océ Varioprint 6000