


VIP/Doc

ONAFHANKELIJK PLATFORM VOOR DE DOCUMENT PROFESSIONAL

www.VIPDoc.nl

EEN UITGAVE VAN 

**Keurmerk
E-factoreren:**
vertrouwen en adoptie

Gemeenten
gaan
zaakgericht
werken

AKN
terug naar
TNT Post

Waterschap wint Award

© Jans

■ **THEMA** ■
e-Government
P-34-49

■ **Web-to-print** ■ **MultiCopy** optimistisch ■ **Kwaliteit in de postketen** ■ Tweeluik: **PDF/a** ■ **Integratie van e-Government** ■ **Digitale Nota** voordeur CZ-portal ■ **Netwerken** in recessie

Grafische Vakbeurs Hardenberg toont state-of-the-art

Web-to-print richting multichannel

Tijdens de **Grafische Vakbeurs Hardenberg** zagen we alle verschijningsvormen van web-to-print. De eerste drie zijn volwassen: aanleveren, bestellen en volgen. De vierde is nog pril: **multichannel communicatie**.

Zeker tien jaar terug vroegen we al aan grote fabrikanten van grafische workflows waarom er geen lijntje lag naar de klant, de toeleverancier van de basis van het grafische product. Daar gingen ze mee aan de slag of daar waren ze mee bezig. Het resultaat na tien jaar: zeker vijftien aanbieders die zich presenteerden op de Grafische Vakbeurs van 9 tot en met 11 februari jl. Zij opereren in de markt van web-to-print. De een integreert het product volledig in zijn grafische productieworkflow, vaak te zien bij printerfabrikanten. De ander gaat uit van het idee dat veel grafische bedrijven zo'n productieomgeving al hebben en wil web-to-print daaraan koppelen. Feitelijk maakt het niet uit of ze printen of offset drukken of allebei. Voor zowel integraal of gekoppeld is wat te zeggen, afhankelijk van wat een bedrijf al gebruikt.

Drie doelen

Web-to-print betreft een reeks faciliteiten die een grafisch bedrijf aan opdrachtgevers kan bieden via internet. De aangeboden faciliteiten zijn in grofweg drie groepen onder te verdelen, gericht op drie verschillende doelen.

De eerste betreft een gestroomlijnder, geautomatiseerde vorm van aanleveren. Opdrachtgever en grafisch bedrijf gebruiken een betere, veiligere, goedkopere en snellere methodiek om bestanden aan te maken, aan te leveren en te ontvangen. Door een hoge mate van procesautomatisering is de kans op fouten aanzienlijk kleiner. Het betreft zowel PDF-bestanden als open bestanden zoals Word, Powerpoint of InDesign.

De tweede faciliteit betreft een gestroomlijnde en geautomatiseerde manier van bestellen. Het grafisch bedrijf bouwt en faciliteert voor de opdrachtgever een webshop, waarop de opdrachtgever of diens klanten kunnen inloggen, bestellen en een opdracht laten afhandelen via de browser. De website kan het uiterlijk van de website van de opdrachtgever hebben. Dit kan gaan van het bestellen van herhaalorders en van materialen zoals papier, tot het aanmaken en bestellen van complete, gepersonaliseerde fotoalbums, kalenders en brochures.

De derde faciliteit betreft het volgen van onderhanden werk. De opdrachtgever krijgt de gelegenheid via de website van het grafisch bedrijf meerdere productionele activiteiten te volgen ('tracking and tracing'), zoals de status van een opdracht in de grafische productie, het controleren van proeven, en het aanvragen en verkrijgen van offertes. Dit biedt betere tools voor opdrachtgever en grafisch bedrijf om te kunnen samenwerken.

De vierde vorm volgt later in dit artikel.

Web-to-print betekent niet dat klanten de binding met je bedrijf verliezen



>> Canon boekt succes tijdens Grafische Vakbeurs

Gemiste kans

Op een van de seminars rondom de beursvloer stond web-to-print centraal. Afgevaardigden van vijf printerleveranciers, Konica-Minolta, Canon, Océ, Xerox en Ricoh, deden goed hun best het nut van web-to-print te benadrukken. Het publiek bestond vooral uit collega's, familieleden, journalisten en een enkele drukker. Je kunt je daar twee dingen bij afvragen. Of de gemiddelde drukker kent deze praatjes al op zijn duimpje, blijft weg en oriënteert zich liever op de beurs zelf. Of de printerleveranciers zouden zich eens af moeten vragen of zij wel voldoende interessante kennis van het onderwerp kunnen aandragen. Het antwoordspel hing aan elkaar van onjuiste veronderstellingen én open deuren over trends en ontwikkelingen. Sommige leveranciers komen met voorbeelden uit de kantoor- of schoolwereld en geven er blijk van dat ze nauwelijks weten wat de wensen van een drukker zijn. Een gemiste kans.

Mede om die redenen bestond het vertoonde spel uit niet veel meer dan elkaar vliegen afvangen en dat is na een

paar minuten erg saai. De suggestie wordt bovendien gewekt dat je voor web-to-print bij een printerleverancier moet zijn. Een rondgang op de beurs zelf maakte duidelijk dat dit niet het geval hoeft te zijn.

Integraal

De printerleveranciers stonden natuurlijk ook zelf op de beurs. De trend bij hen was om verschillende 'oplossingen' op het terrein van web-to-print aan te bieden, van eenvoudig tot allesomvattend. Eigenlijk was het andersom: de allesomvattende systemen die enkele jaren terug werden aangeboden, bleken zo log en prijzig, dat drukkers ervoor terugschrokken. Met als gevolg dat nu ook eenvoudiger en goedkoper systemen worden aangeboden.

Populair is iWay van Press-sense, dat zich heeft ontwikkeld tot een complete, op internet gebaseerde print-on-demand workflow. Press-sense heeft allerlei partnerships, bijvoorbeeld met Xerox (FreeFlow Web Services) en met Océ (PRISMAweb), HP, Kodak, Presstek en Xeikon. Canon en Ricoh komen met EFI's Digital StoreFront. Canon prijst

>> Vlnr Sander van der Velden (Konica Minolta), Rob Stokmans (Xerox) en Ronald Ostendorf (Canon)



daarnaast ook Helix aan, ook een integraal productiesysteem, van klant tot en met aflevering. Ricoh voert ook nog Repro- en Printticket, Konica-Minolta PrintGroove. Er ontbreekt veelal simpele, duidelijke documentatie over web-to-print.

Verdrinken

Een tweede stroom web-to-print producten komt uit de richting van de ontwikkelaars van administratieve pakketten. Daar heet het verschijnsel dan e-commerce en het betreft vooral het onderdeel *bestellen* van web-to-print. Tenslotte zullen we met een webshop toch ook te maken krijgen met offertes, een administratie en de daarbij behorende aanmaak en verwerking van facturen. Leveranciers als Optimus, TNR Software, Rainbow Solutions en Compri zijn daar goed in. Ook in deze categorie is het oppassen niet te verdrinken in termen als Customer Relationship Management en Management Informatie Systemen.

Webshop

Een derde stroom web-to-print-producten komt van individuele aanbieders die een pakket hebben gebouwd voor één klant en daar nu een horizontale toepassing van maken. Daartoe behoort zeker Printspace van het bedrijfje Prindustry, software die voor Drukwerkgroep.nl is ontwikkeld. Dit is een groep van 24 drukkerijen die met behulp van één internetportaal drukwerk binnenhalen en verdelen onder het motto 'Altijd een drukkerij bij u in de buurt', maar dan wel met een landelijke dekking. Want het grote voordeel van 'Web2Print' is volgens hen dat je je eigen regio overstijgt, bestaande klanten behoudt en nieuwe klanten werft door ze via internet direct inzage te geven in orderstatus, tarieven en levertijden. Min of meer dezelfde software wordt gebruikt door Dehuisdrukker.nl, maar deze groep werkt op een andere manier. Zij vangen decentraal orders af en kijken vervolgens waar ze de opdracht het best kunnen laten produceren, ook buiten de groep. Daardoor kan Dehuisdrukker.nl een uitgebreid assortiment 'maatschappelijk verantwoord' drukwerk aanbieden voor een aantrekkelijke prijs, met een persoonlijk advies en ontwerp. De vestigingen zijn daarmee een soort verkoopkantoren geworden.

Individuele aanbieders

Noemenswaard in de categorie individuele aanbieders is ISI, dat de Docuboxx Webshop kan koppelen aan allerlei

Web-to-print past in het moderne tijdsgewricht en hoort bij telewerken

andere automatisen in de grafische workflow. ISI publishing innovators stapte al vroeg in deze markt, heeft kennis van de grafische industrie en al een flink aantal drukkerijen en uitgeverijen als klant.

Een andere leverancier op dit terrein is Screens&Pages, waar op het terrein van web-to-print ook zeker spannende dingen gebeuren. Een jongere aanbieder, Xpression manager in Emmen, komt van origine zelfs voort uit een grafisch bedrijf. Zij werken volgens een ASP-model met een modulair product, dat de gebruiker al naar gelang de toepassing 299, 399 of 499 euro per maand kost, inclusief hosting, onderhoud en ondersteuning. De webshop voorziet in het aanbrenge van variabele teksten en beelden.

Web-to-print past in het moderne tijdsgewricht en hoort bij meer telewerken, het oplossen van het fileprobleem en het vermijden van milieuvriendelijke koeriers. Het biedt organisatorisch een prima model omdat het fouten door menselijke onzorgvuldigheid vermijdt en een gestroomlijnder productie oplevert.

Dat web-to-print sociaal gezien betekent dat klanten de binding met je bedrijf verliezen, is onzin. Maar je moet natuurlijk niet vergeten om in de crossmediale communicatiemix zo nu en dan een barbecue, etentje of zeiltochtje met je klanten te organiseren. Dat blijft.

Multichannel

Echt nieuw en spannend is de vierde verschijningsvorm, multichannel communicatie. Tenzij de software volledig zelf gebouwd is, komt tot nu toe alleen XMPie van Xerox in aan-

merking voor het toepassen van zeer individuele, persoonlijk gerichte, interactieve communicatie, waarin volledig wordt ingespeeld op het begrip 'user generated content', oftewel 'door de gebruiker gegenereerde inhoud'. Marketeers zien het op dit moment als grootste uitdaging om op internet gebaseerde toepassingen in hun marketing- en verkoopproces te integreren.

Een paar grafische bedrijven in Nederland springen daar op in. Hun aanpak is bewust multichannel, dat wil zeggen dat er meer mediavormen en -kanalen worden ingezet die elkaar versterken en aanvullen. Gert-Jan Mulder van Yourcentral zegt: 'De clou is dat we het contact met de mensen in de front-office koppelen aan ons eigen, geautomatiseerde systeem, dat we de back-office noemen. Gewoon printjes ma-

ken met personalisatie is relatief eenvoudig; bij ons is het systeem echt multimediaal gekoppeld. Binnen die multichannel omgeving kun je allerlei printactiviteiten opnemen.' Jeroen van Druenen van Jubels Communicatie in Amsterdam zegt: 'Met XMPie hebben we de weg opengebrouwen naar klanten met andere, crossmediale wensen, die met hun promotie in willen spelen op meer sociale evenementen via internet. Wij bieden ze daarbij web- en print-, maar ook SMS-toepassingen aan, die bovendien nog feilloos op elkaar zijn afgestemd. Ik wil er niet te veel over kwijt, maar het kan gaan over hun externe, maar ook hun interne communicatie. Als ik kan aantonen en realiseren dat zij daar veel geld mee kunnen verdienen of besparen, kan ik er gezond aan verdienen.' ■



De meest betrouwbare weg voor het verzenden van internationale zakelijke post.

Voor de wereldwijde verzending van uw dagelijkse correspondentie, facturen, offertes en rekeningafschriften heeft Swiss Post een veilige en betrouwbare service: Business Mail International. Daarmee bereiken uw zendingen de juiste ontvangers tegen aantrekkelijke voorwaarden. Stelt u prijs op persoonlijk en maatwerk advies?

Bel gratis 0800 swisspost (794 777 678) of kijk op www.swisspost.nl

