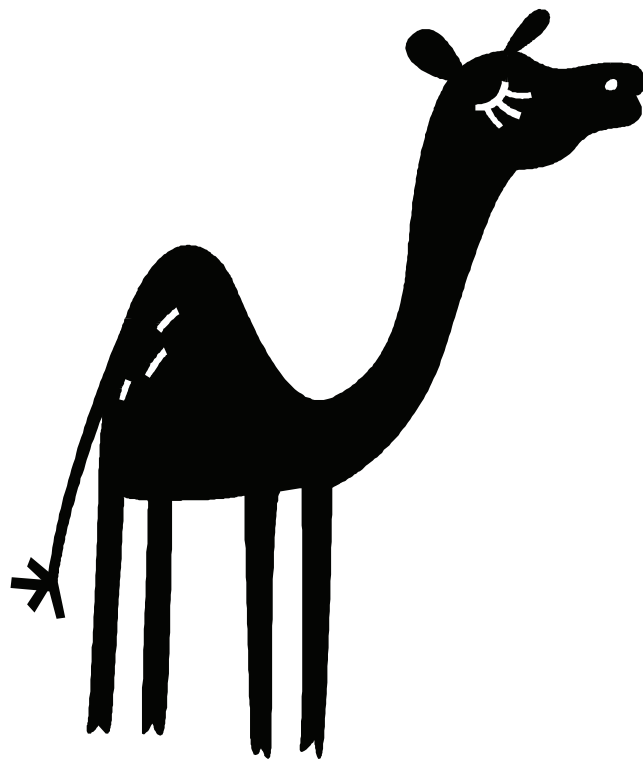
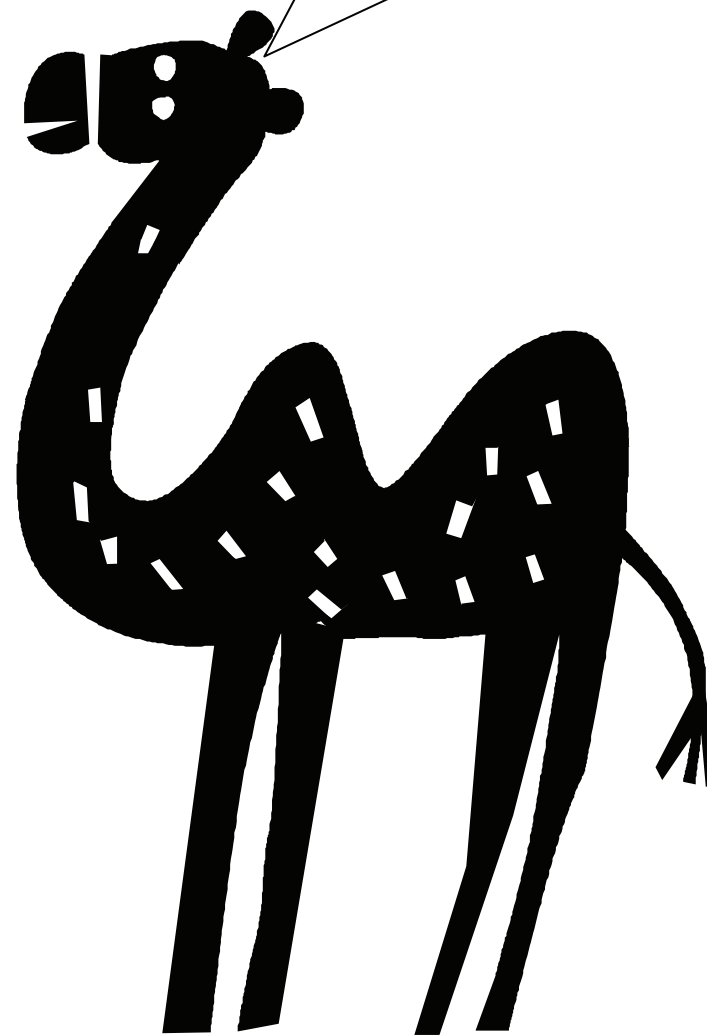


Mama, mogu te nešto
upitati?

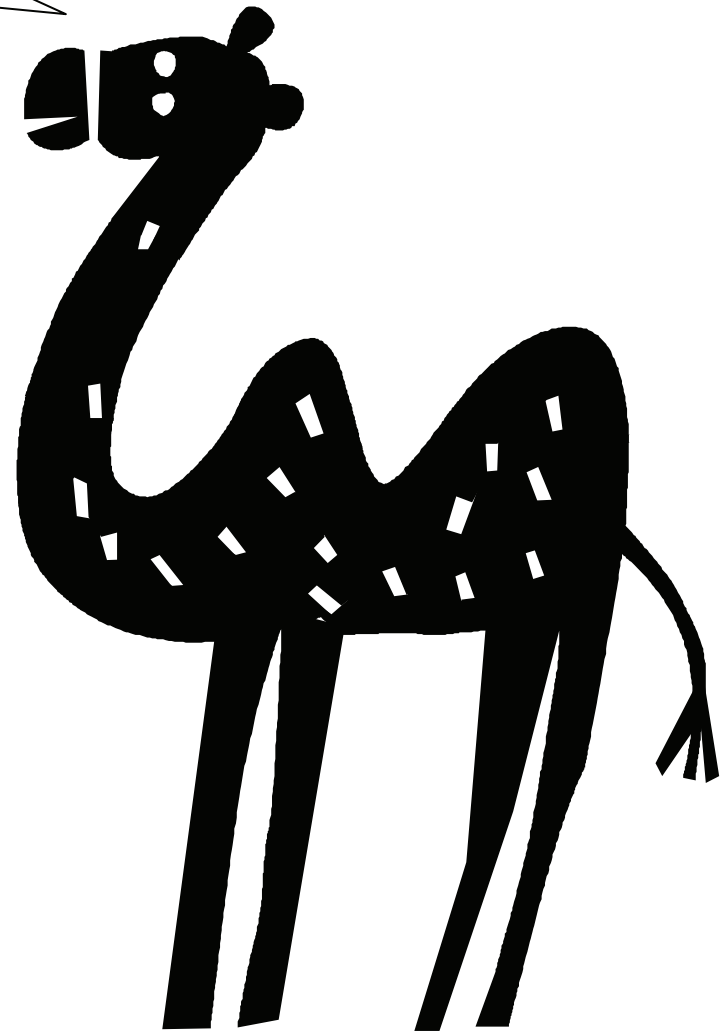
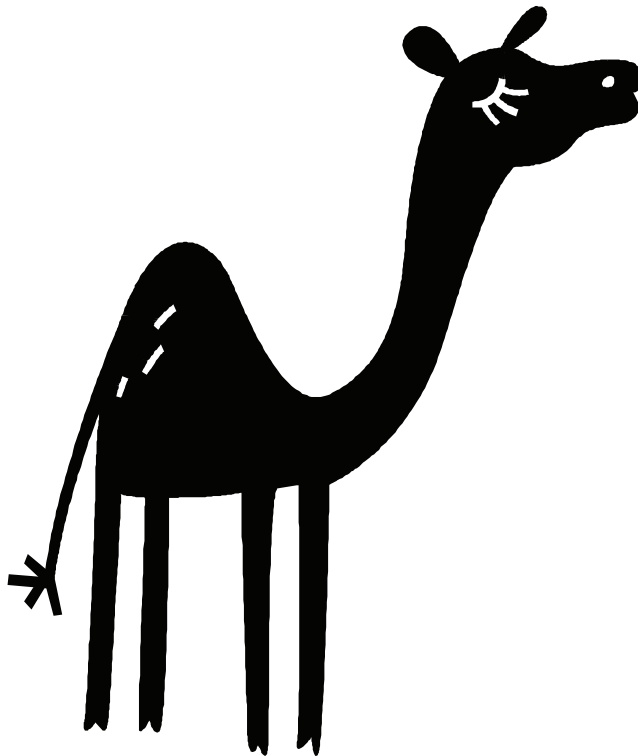


Naravno, sine. Što te
zanima?



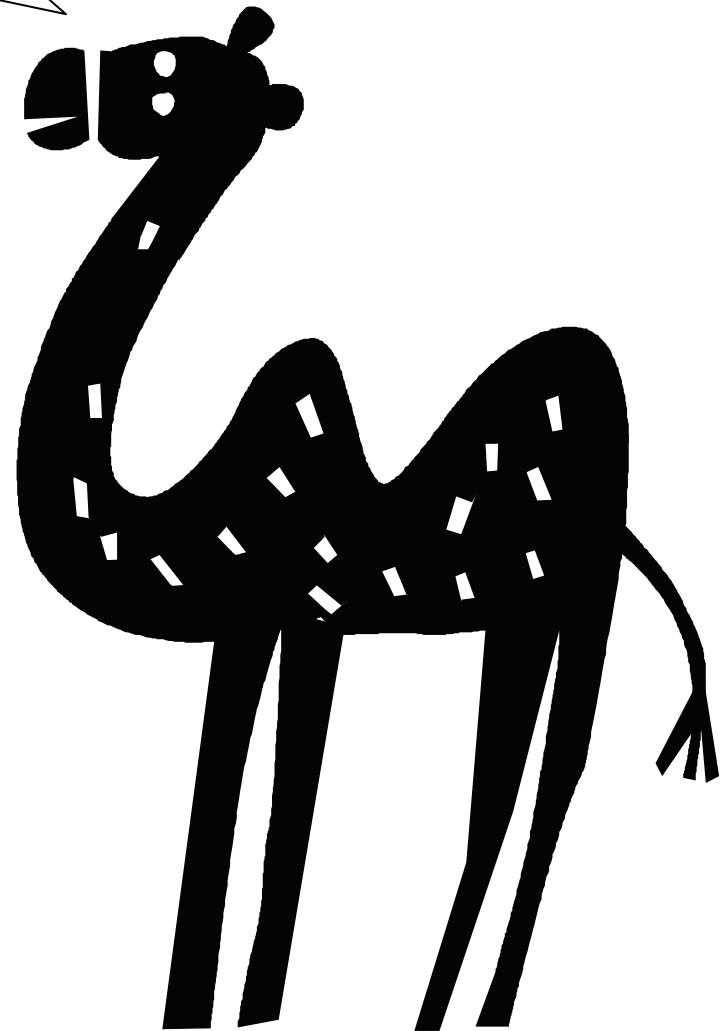
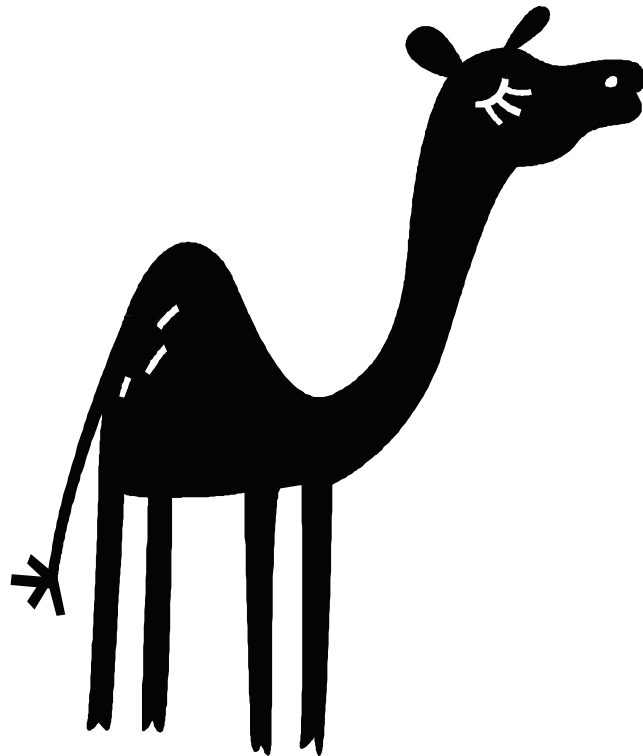
Pa sine, mi smo pustinjske životinje.
Grbe nam služe da u njih spremimo
vodu i poznati smo po tome što možemo
dugo živjeti bez vode.

Zašto deve imaju grbe?



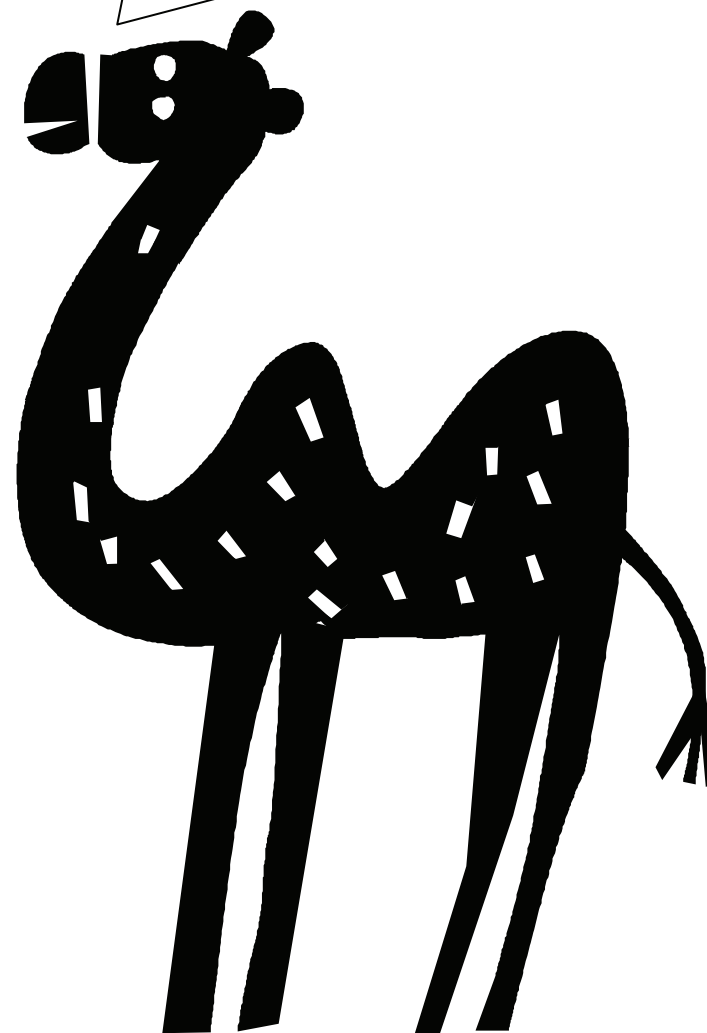
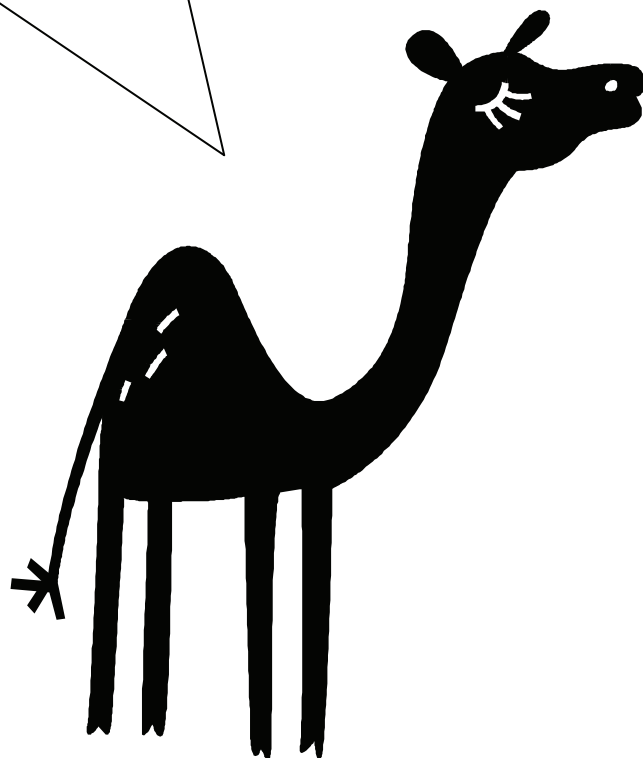
Sine, one nam služe da hodamo po pijesku lakše nego bilo tko drugi.

U redu, a zašto imamo duge noge i okrugla kopita?

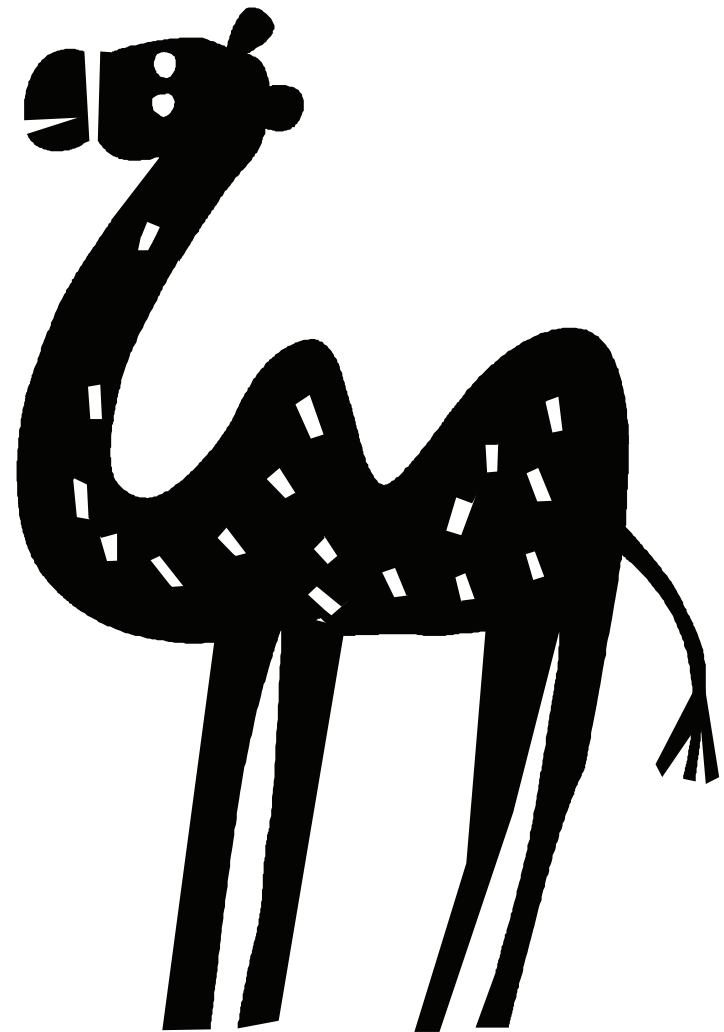
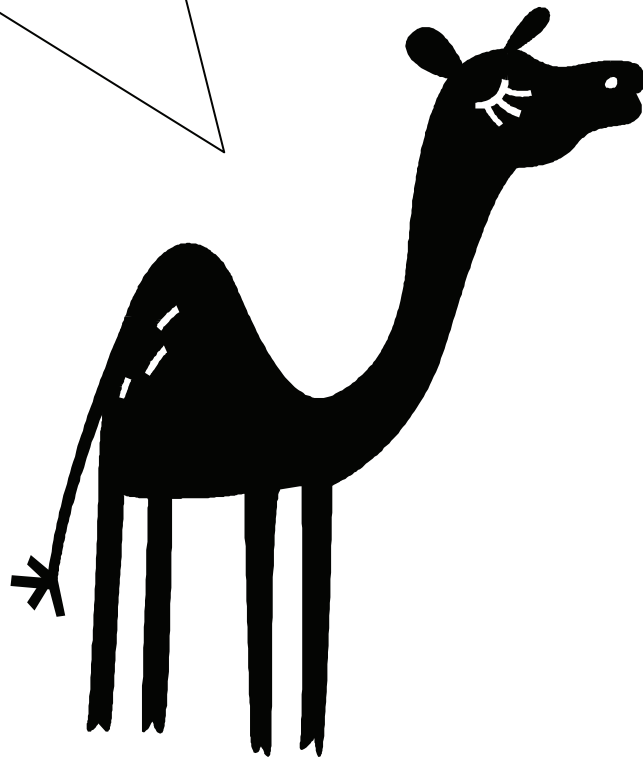


Sine, one služe da bi nas zaštitile. One
nam štite oči od pustinjskog pijeska i
vjetra.

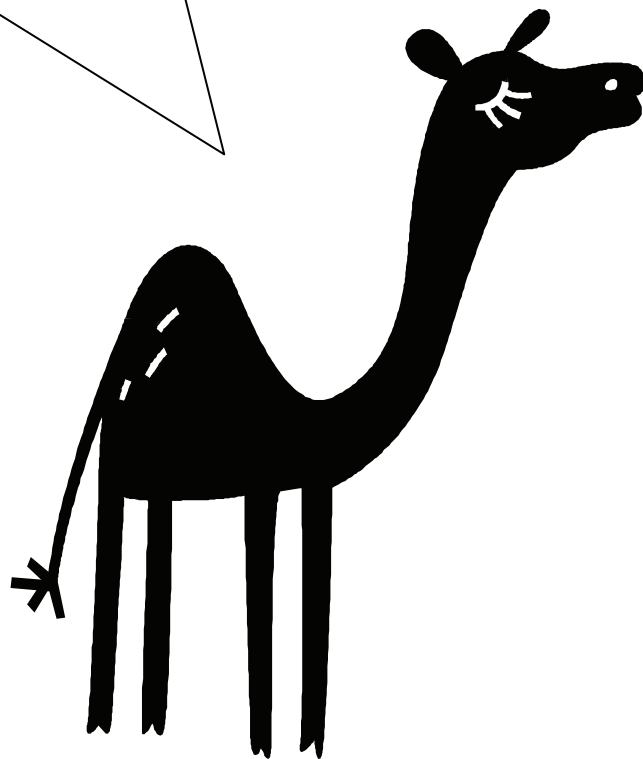
U redu, a zašto imamo duge
trepavice? Ponekad mi
smetaju vidu.



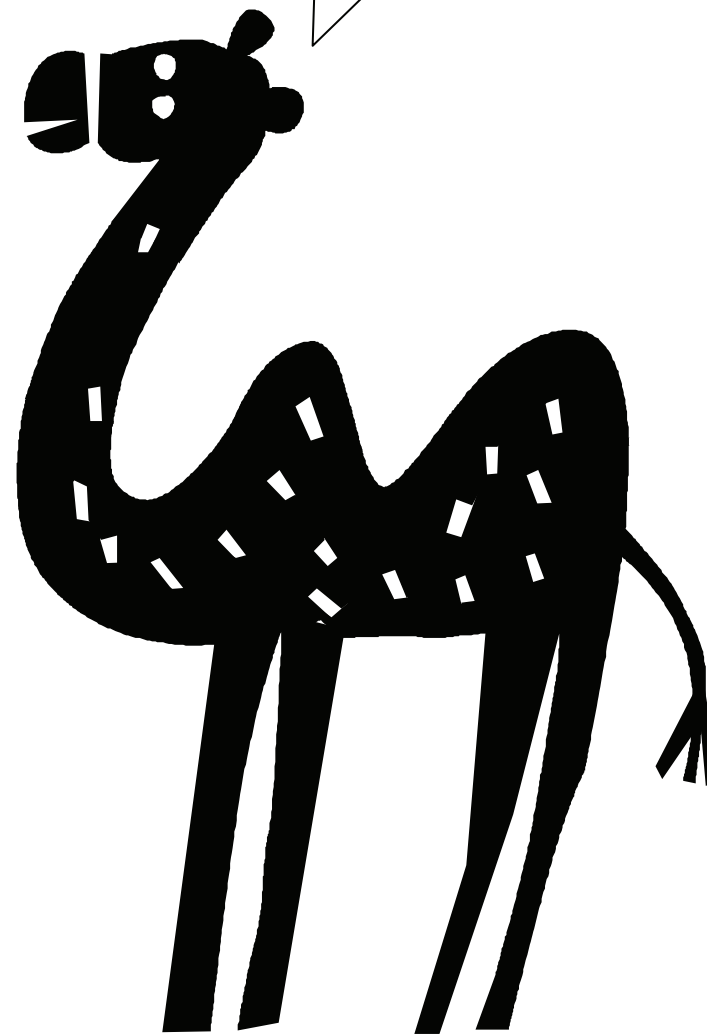
Aha. Znači, grba nam služi da
pohranimo vodu kada smo u
pustinji, noge nam služe za
hodanje pustinjom, a
trepavice nam štite oči od
pustinjskog pijeska i vjetra...



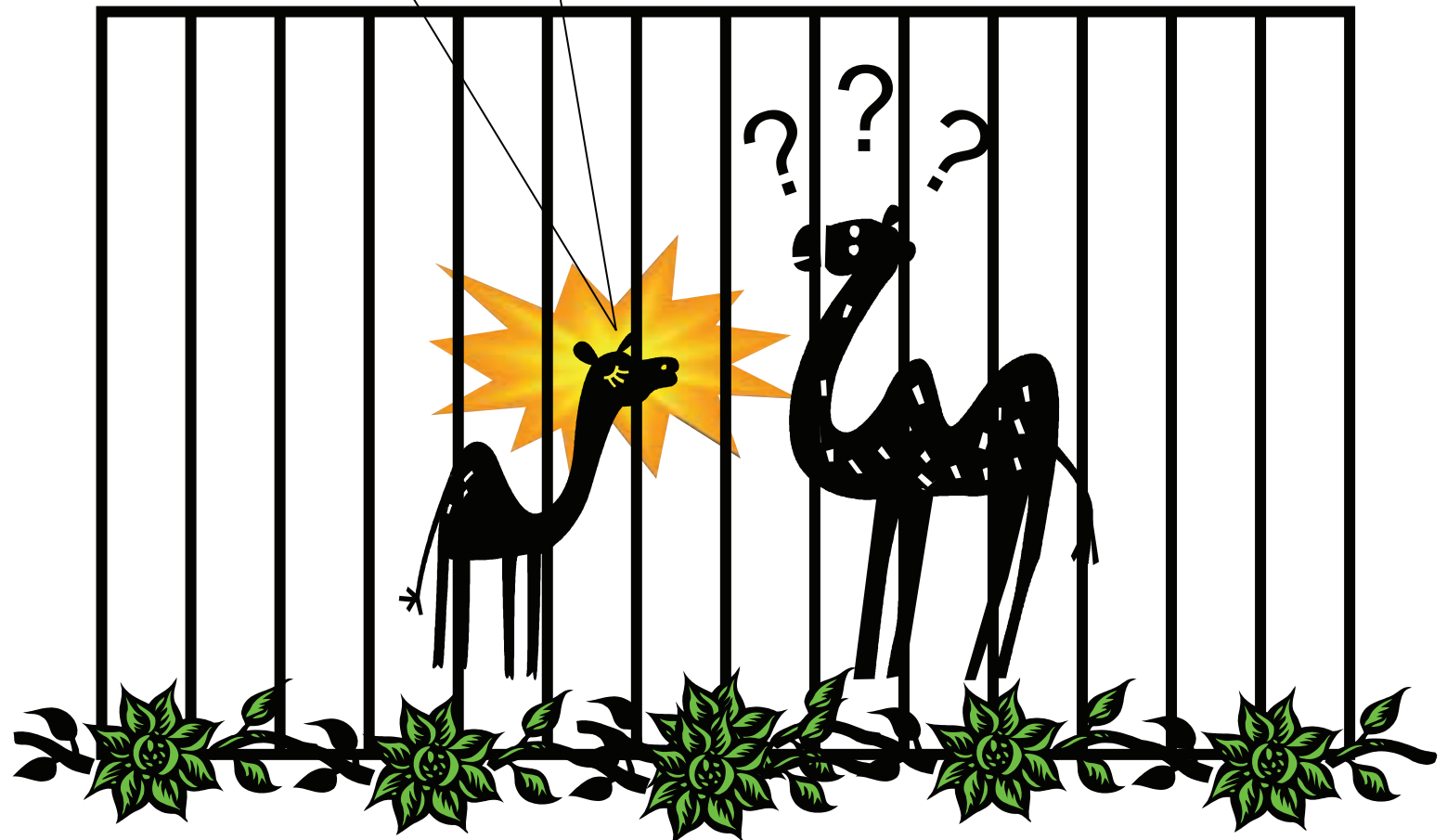
Samo još jedno pitanje,
mama...



Da, sine?



A koji onda k**** radimo ovdje
u Zoološkom?!



**Vještine, znanje, sposobnosti i
iskustvo korisni
su samo ako se nalaziš na
pravom mjestu!**

Merus, Hrvatska

mag. Mario Antić, MBA, dipl.ing.stroj.

Zašto investirati u digitalnu tehnologiju?

- Merus: Hrvatska, Slovenija, Srbija,
- Merus surađuje sa najboljima
- Specijalizirana, inovativna rješenja
- Lokalni servis i podrška
- Ekipa izvrsnih ljudi !!!

- Pregled tržišta i trendova grafičke i ambalažne ind.:
 - Gdje smo sada, kamo idemo?
 - 2008 : 2014
 - Proizvodi sa trendom pada: knjige, katalogi, magazini, novine, brošure, pamfleti ...
 - Proizvodi sa trendom rasta: PoS-indoor, PoP outdoor, pakiranje/ambalaža (rast tržišta u rasponu 15-30%)

- Pregled po tehnologiji tiska:
 - Gdje smo (bili) sada, kamo idemo?
 - 1995: cca 1,61 mil. strojeva (offset, flexo i sl.)
 - 2005: cca 1,15 mil
 - 2015: cca **674,000** (predviđanje)
 - Da li industrija pada ili raste!?

- Pregled po tehnologiji tiska:
 - "Klasična" tehnologija: offset, flexo, sitotisk
 - pad broja novih jedinica u rangu od 25 – 60%
 - "Digitalna" tehnologija
 - Elektrografija -> rast od cca 25%
 - Inkjet -> rast od cca 120%
- **Kamo ćemo investirati!?**

... zamislimo slijedeću situaciju:

- Dobivate upit kupca za **300 POP** display-a. Proizvodi vašeg kupca se prodaju u specijaliziranim trgovinama u regiji. Sa željom po povećanju prodaje on želi izvesti integriranu **marketinšku inicijativu** oglašavanjem putem **POP display-a**.
- Vaš kupac teži k tome da privuče svog kupca.... Pomoću individualiziranog marketinga. Od vas traži da mu napravite **regionalno diferencirane display-e** za 5 različitih regija (500, 350, 200, 150, 60).
- Vaš kupac ima problema sa dobijanjem prostora/police u trgovini.
 - a) **30 komada uzoraka** to za pokazivanje na polici u trgovini bi pomoglo!
 - b) Kupac Vas traži da napravite **pojedinoj trgovini prilagođene display-e**. Za prvog trgovca kupac Vas traži **400 POP display-a**.

Želite li rješenje za vašeg kupca?i da pritom zaradite?

... idemo dalje:

- Vaša prodaja posjećuje **važnog kupca**. Znete naravno i da vaša konkurencija također obilazi tog kupca i želi ga. Otisnuti prototipovi uzoraka, koje kupac može doživjeti (**vidjeti, taknuti, isprobati**) te Vaš izvorni design može prevagnuti!?
- Vaš kupac uvodi **novi proizvod** na tržište. Petar, produkt manager ne izgleda baš najbolje jer je loše spavao prošlu noć. Želio bi smanjiti rizik realizacijom “in-store” marketinškog testiranja sa **700 kutija**.

Želite li možda profesionalno rješenje za prototipove i marketinška testiranja?

- U problemu ste jer Vam iz nekog razloga nedostaje **50 POP Display-a**. Display-i su ili oštećeni, izgubljeni, ne-planirani, nešto je uglavnom iskrslilo i Vi Trebate ih sutra!

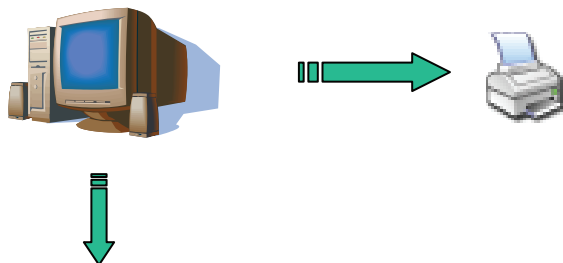
Želite li troškovno učinkovito rješenje za suočavanje s tom situacijom?

... kakve su konzekvence?

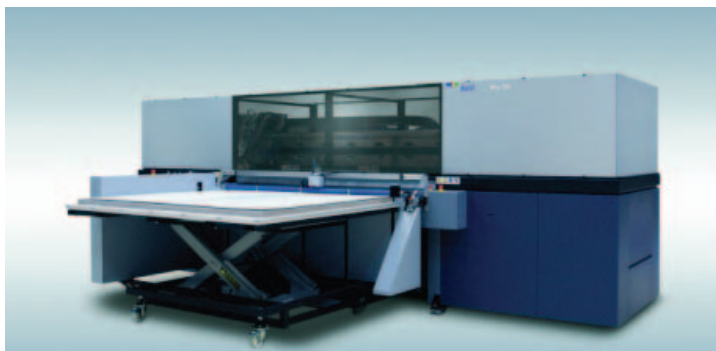


Trebamo **manje naklade i kraće vrijeme izrade**
sa **VISOKOM KVALITETOM OTISKA i niskom cijenom**

Kako nam digitalna tehnologija može pomoći?

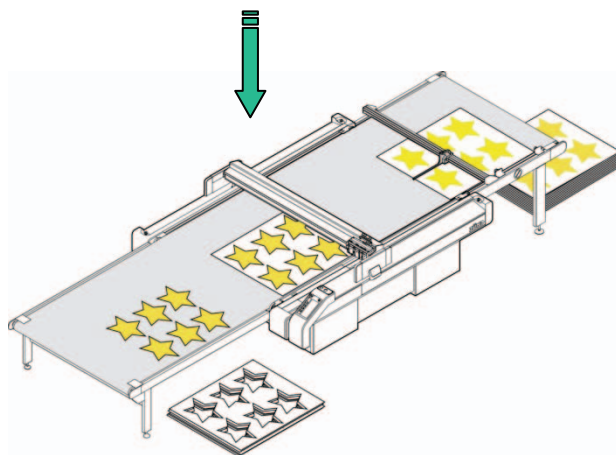


Jendostavna za korištenje! Ne bi li bilo lijepo tiskati na karton kao i na uredski printer i izrezati/bigati bez izrade štanc alata?



To je već sada moguće!

Neki od proizvođača POP Display-a već rade na takav način!



Dobivate:

Troškovno učinkovitu proizvodnju malih naklada
Personalizaciju
Brzi odaziv i kratko vrijeme izrade
Tisak i izrada uzoraka
Izrada prototipova
Proofing

Razlozi za digitlani tisak , Marketinško istraživanje na uzorku od 10.000 proizvođača ambalaže
Izvor: Packaging Digest



Paul France, Head of Printing Innovation, Procter & Gamble :

„Svatko tko želi raditi za nas mora definitivno nabaviti digitalnu tehnologiju“

International Paper and Board Industry 2009

Apliakcije u kartonaži:

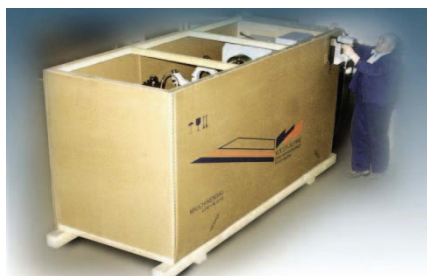
Kvaliteta tiska

Transportna ambalaža

Pokrivna ambalaža,
kratkotrajna, za hranu

Display-i

Primarna



Ciljna aplikacija:

Kvaliteta tiska

Transportna ambalaža

Pokrivna ambalaža,
kratkotrajna, za hranu

Display-i

Primarna

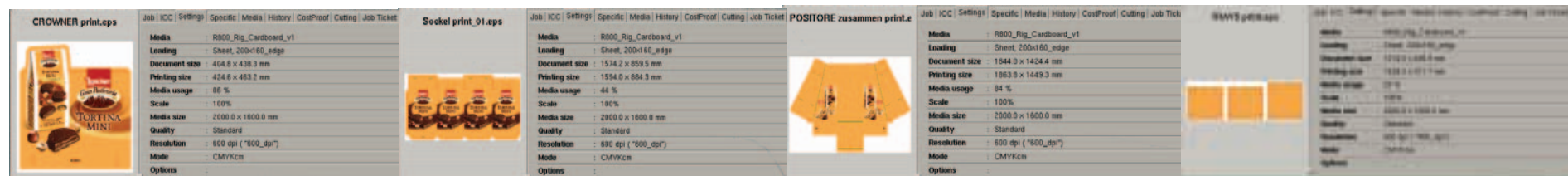
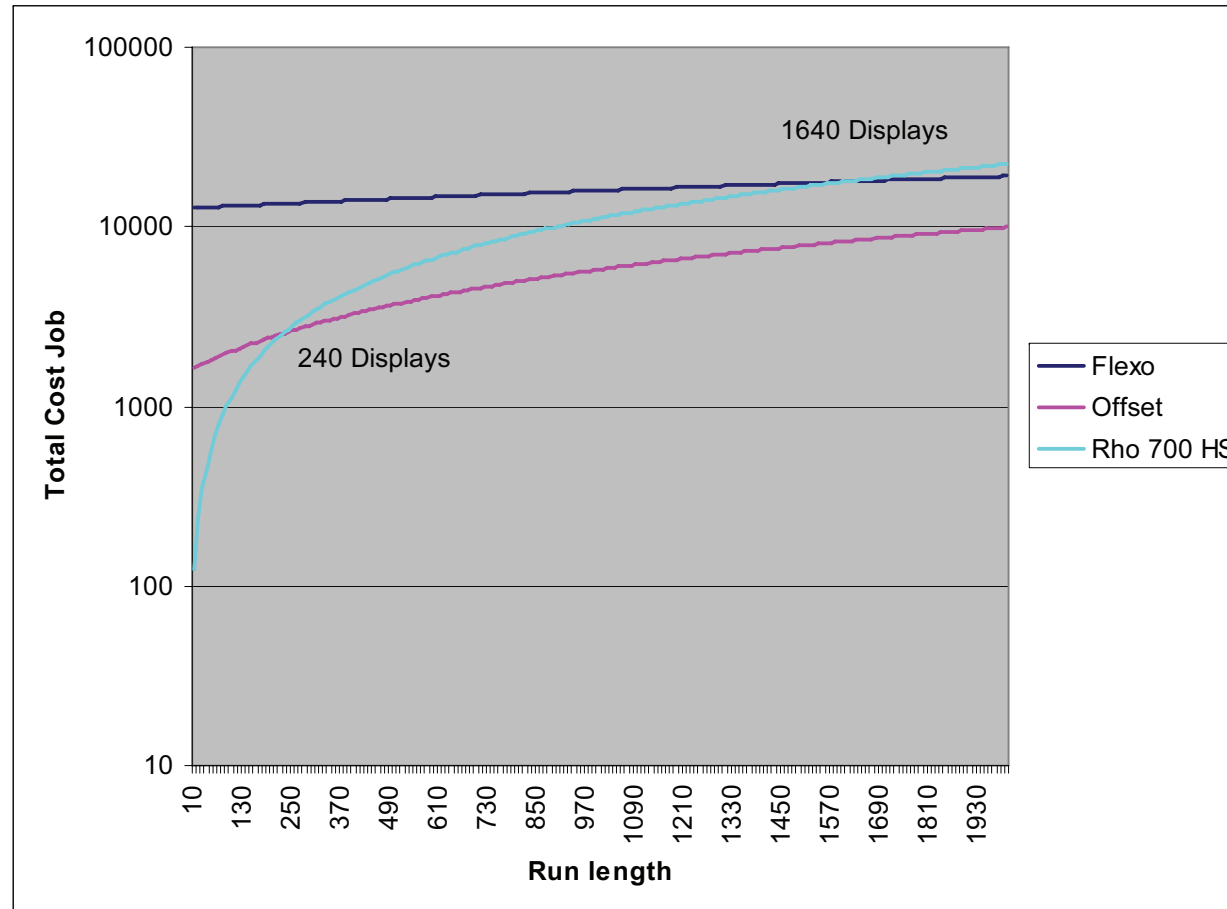


75% odluka u kupovini donose se na Mjestu same kupovine!

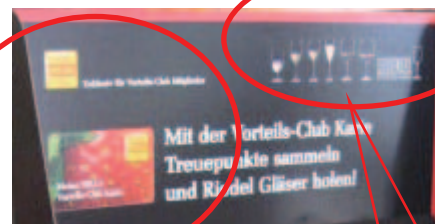
Source: POPAI



Primjer: usporedba cijena/troškova:

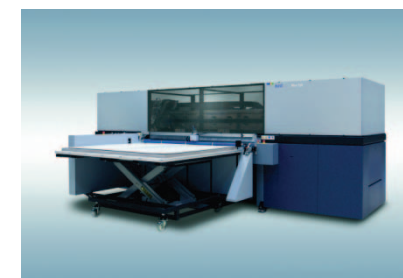


Šansa: verzija za svaku trgovinu posebno!



Informacija o trgovcu

Informacija o brandu



Šansa: tzv. "hibridni" otisak/dotisak!



Hybridni tisak

- velike homogene površine otisnu se flexo a
- "kruna" digitalno



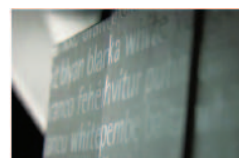
Digitalni "imprint"

- dotisak sa bijelom podložnom bojom na obojene površine
- dotisak tekstualnih elemenata

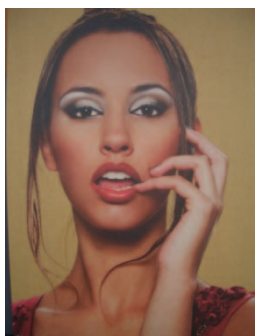


Tisak na strukturirane materijale

„Vidi i **osjeti!**“

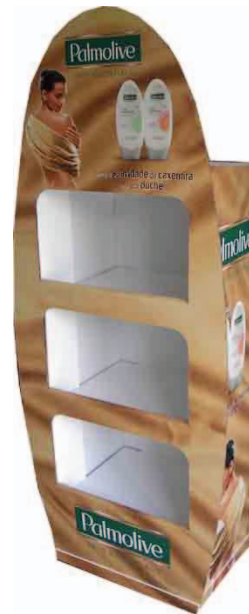


**Dekoratívni lak –
za specijalne efekte!**



Smeđi karton– sa ekskluzivnim otiskom

Direktan tisak (tamne boje) ili **bijela podložna boja**.



Pogled iz proizvodnog vidika

- Što nam dakle donosi "digitalno"?
 - Sigurno NE zamjenjuje "klasičnu" tehnologiju
 - Sigurno sadrži mnogo argumenata "ZA"
 - Kvaliteta, produktivnost, pouzdanost, isplativost
 - Brz odaziv, standardiziranost,
 - Varijabilnost, unikatnost, na bazi CRM

- SVE zajedno donosi "VIŠE ZA KUPCA"



Pogled iz vidika marketinga

- Šta kupci zapravo kupuju!?
 - U tvornici proizvodimo kozmetiku- U trgovini prodajemo nadu (Charles Revson, osnivač Revlona)
 - Možda ponekad kupci niti ne zanju što žele!?
 - "da sam kupce pitao što žele, rekli bi: "želimo bržeg konja" (*Henry Ford*)

Razmišljajmo sa našim kupcem, otvorimo mu više mogućnosti...

U što ćemo onda investirati?

- Investicija samo u opremu - dovoljno!?
 - Male naklade – alternativa “klasici”
 - Nove aplikacije – budimo konkurentniji
 - Novi pristupi, novi koncepti pobjeđuju
 - Ne dajemo samo proizvode, rješavajmo probleme!

**Investirajmo u ljude, opremu, software,
kompletan proces podrške i suradnje sa
kupcem!**

Ključ je optimizacija cijelog procesa (*workflow!*)

- Učinkovitost
- Prilagodljivost zahtjevima/željama kupaca
- Cjelovita fleksibilnost (unutar firme i prema tržištu)
- Integracija web baziranih tehnologija

**Uspjeh temelji na optimizaciji i
automatizaciji procesa, kanalima
komunikacije i ukupnom ROI!**

Hvala na pažnji!



durst

ZÜND
swiss cutting systems

Podaci/informacije u prezentaciji rezultat su mog znanja i iskustva u kombinaciji sa rezultatima istraživanja agencije PIRA International i g.Neila Falconera. Prezentacija je također pripremljena uz pomoć informacija i materijala od strane Durst-a i Zund-a.