

IPEX 2010 – Birmingham

Faludi Viktória

A 2010-es IpeX vásárt a látogatók hatalmas érdeklődése övezte. A megnövekedett információéhség mellett a kiállítók zöme elégedett volt az üzleti eredményekkel is. A létrejött üzletkötések pontos számát és értékét nem lehet tudni, de egy biztos, az érdeklődés markánsan növekedett, a beruházási döntések tétje most talán még nagyobb, mint ezelőtt bármikor. Néhány nagyobb kiállítótól az alábbi nyilatkozatokat kaptuk a vásárt követő gyors számvetés tükrében.

Laurence Roberts, IpeX 2006 elnöke – **AGFA UK MD:** „A vásár egy pezsgő üzleti forgatag volt, miután több mint 25 000 000 € világméretű eladási forgalmat generált. Az idei rendezvényen jelentősen nőtt a látogatók száma, elsősorban nemzetközi viszonylatban.”



John Gilmore, ügyvezető igazgató – **Autobond:** „Ez az én kilencedik IpeX-em volt, és ez volt mindközül a legjobb. Kaptunk megrendeléseket a világ minden tájáról – az Egyesült Államok, Ausztrália, Németország, Franciaország, Dél-Afrika, Málta és természetesen az Egyesült Királyság térségéből.”



David Preskett, European Professional Print igazgatója – **Canon Europe:** „A Canon nagy tervekkel és reményekkel jött az IpeX 2010-re. A vásár megerősítést adott a lassan visszatérő vásárlói optimizmusra, amit legújabb ipari felmérésünk is megerősít. Nagyon örülök, hogy a technológiai újítások sok érdeklődőt vonzottak, de még inkább, hogy ügyfeleink inspirációt is meríthettek új bevételi források megvalósítására. Ennek már megvalósult eredményeként a standon látható képgalériánk és az ügyfél esettanulmányok és alkalmazások, valamint a szolgáltatások és támogatás terén különösbbe népszerűnek bizonyult. A vásáron összesen 250 nyomtató berendezést értékesítettünk, ami meghaladta a tervezettet.”



A Canon az IPEX idejére időzítette harmadik tanulmányát, ami a nyomdaipar jövőjét elemzi Frank Romano és egyetemi hallgatói által készített felmérés eredményeként. A tanulmányok előre vetítik a lehetséges fejlődés útját. Mark Lawn úr, a Canon Europe professzionális nyomtatási megoldásokért felelős marketingmenedzsere nyilatkozott lapunknak.

„Fontosnak tartom, hogy megértsük az ügyfeleket és az ügyfelek reakcióit. Az ügyfeleink nagyon jól együttműködtek velünk, így remek visszacsatolást kaphattunk a piac helyzetéről és a felmerülő igényekről.



Mark Lawn

Ennek a munkának három fontos tanulmányban foglaltuk össze a lényegét. Hiszek abban, hogy a digitális nyomtatás nagyon agresszív növekedés előtt áll, amire nagyon jó példa az, amit itt az Ipxen a saját szemünkkel is láthattunk. A kiállítási standok 80%-a a digitális technológiához kapcsolódó termékkel volt jelen, és a látogatók körében is és az érdeklődés középpontjában is a digitális technológia volt.

A globális trend az, hogy növekszik a digitálisan előállított nyomdatermékek aránya. Az új fejlesztésekkel új üzleti lehetőségeket adunk a Canon-berendezések felhasználói számára, amit az üzleti ugrást szemléltető reklámjaink is sugallnak.

A piac változásával egy időben a nyomdák is változniuk kell. A Canon úttörő szerepet vállal az alkalmazások fejlesztésében, sikeres ügyfélkapcsolathoz segíti hozzá partnereit. Több hardvert, kevesebb alkalmazást, kevesebb workflow-t, kevesebb felhasználói alkalmazást hoz a jövő.

A cégek többsége érdeklődni fog az új fejlesztések iránt, másrészt a nagyformátumú ink-jet is az érdeklődés középpontjában lesz, ami a sign és a display nyomtatás területét érinti.

Változik a nyomtatási piac. Például a direkt-mail egy hagyományosan nyomtatott munka része lehet, tartalmazhat adatbázis-, internet- és mail-szolgáltatásokat. Ez a feladat eltér a hagyományos nyomdai munkáktól, mivel tartalmaz három új területet, ami az árbevétel növelését

teszi lehetővé. A szélesformátumú nyomtatás pedig újabb távlatokat nyitott már a válság idején.

A digitálisan nyomtatott fotókönyvek és emlékkönyvek diadalútja után újabb és újabb termékek jelenhetnek meg a nyomdák termékpaletáján. Kutatásainkban ezeknek az új területeknek a feltérképezését is feladatunknak tekintjük, hogy ne csak nyomtatóberendezést, hanem üzleti ötleteket is adjunk vásárlóinknak.

A vevőinkkel interaktív kapcsolatban vagyunk, nem érjük be azzal, hogy küldünk egy termékünket népszerűsítő e-mailt, amit rendszerint törölnek, hanem a konkrét piaci pozíció megtartására és fejlesztésére adunk szaktanácsokat a berendezések mellé. Segítünk a vásárlóknak a logikus opció kiválasztásában, ötletekkel, tanácsokkal segítjük boldogulásukat.

A Canon stratégiája, hogy nem csupán a Canon-berendezést vásárlók számára nyújt segítséget, a bizalmat megelőlegezve hasznos információkkal és műszaki támogatással igyekszik megnyerni az ügyfél és a későbbi reménybeli vásárló elkötelezettségét a márka iránt.

A piac átalakulásával egyre kevesebb marketing költségkeretből gazdálkodnak a nyomdák megrendelői, különböző médiákat használnak: pl. internet, e-mail, direkt-mail, banner, display, amiket együttesen vagy részlegesen alkalmazva érik el a kívánt eredményt. Jó gyakorlati példa erre a vásáron is bemutatott personalizált csomagolás, a Lego építőköcska doboza, amit a vásárló a honlapon keresztül rendelhet meg a kívánt névre szóló, három helyen egyedivé tett csomagolásban.

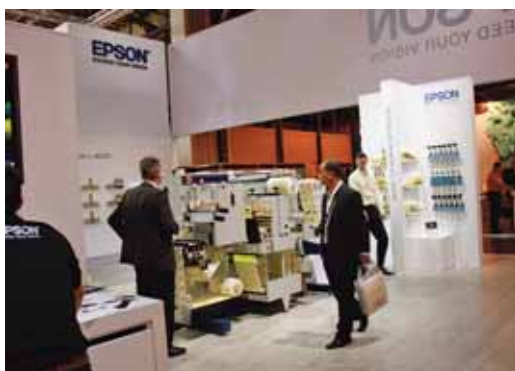


A vásárlók megnyerésére különböző új, egyedi, figyelemfelkeltő ugyanakkor költségtakarékos reklámlehetőségeket kell kitalálni. Ma már igen elterjedten alkalmazzák az elektronikus kommunikáció eszközeit marketingcélokra, aminek számos előnye is van, hiszen költséghatékony és gyors, ugyanakkor a nyomtatott kommunikáció számos előnye elvitathatatlan ma még. A Canon fontos feladatának tekinti, hogy rávilágítson ezekre az előnyökre. Ugyanakkor a gyorsaság és az utókövethetőség vitathatatlan előnye az elektronikus kommunikációnak. A nyomtatás sokkal sikeresebb formája a kommunikációnak, mert semmi sem fogható ahhoz az élményhez, hogy megérintsünk egy papírt, amin különösebb technikai háttér nélkül rengetegféle környezetben ugyanazt az esztétikai élményt



élhetjük át. A kézbesítés megbízhatóbb, kevésbé veszik bele az információtengerbe egy nyomtatott termék.”

Peter Jolly, marketingigazgató – **Duplo UK:** „Az IpeX 2010 volt a Duplo számára a legsikeresebb show, üzleti szempontból is. Több mint 2 238 000 € értékű megbízást kaptunk, amit egy hónappal a vásár után már teljesítünk.”



hogy kínálatunkból az új SurePress L-4033A digitális címke nyomót és a Stylus Pro felsőkategóriás üzleti és csomagolás próbanyomat készítő berendezéseinket és a nyomathordozóinkat kipróbálják és megrendelik.”

Mike Smyth, értékesítési igazgató az Egyesült Királyságban – **X-Rite:** „Az IpeX 2010 egy remek platformot adott nekünk, hogy elindítsunk új termékeket, és különösen annak a lehetőségét, hogy elég sok látogatónak mutathassuk azokat be. Nagyon jó visszajelzéseket kaptunk a látogatóktól az InkFormulation, az új PANTONE PLUS SERIES könyveket, valamint a Print-Check és PressOptimizer szoftvereket és az i1Profiler szoftver alfa változatát illetően.”



Duncan Ferguson, Pro-grafika – **Epson Europe:** „Az IpeX valóban egy nemzetközi show, és komoly befektetők jöttek a világ minden tájáról,

Jef Stoffels, vállalati marketingigazgató – **Esko Artwork**: „Az IpeX két meglepetést is hozott: a superidőjárást és a superlátogatókat! Az IpeX jó alkalom volt, hogy EskoArtwork és Enfocus megerősítse vezető szerepét és bemutassa legújabb fejlesztéseit a nyomdai, a csomagolás- és a jelöléstechnikai piacon. Egyre inkább világossá válik, hogy a munkafolyamat automatizálása kulcsfontosságú eleme a sikeres és növekvő vállalkozásoknak.”



Ryuta Masui, vezető alelnök, Graphic Systems Business Domain – **FUJIFILM Europe GmbH**: „A Fujifilm számára az IpeX 2010 sikeresnek bizonyult, rekordszámú üzletet kötöttünk. A Fujifilm standon nagy volt az érdeklődés, ami leginkább a Jet Press 720 berendezést bemutató előadásoknak tudható be. – Nagyon elégedettek vagyunk az eredménnyel, amit az IpeX kiállítás hozott nekünk. Annak ellenére, hogy vulkáni hamu és légi sztrájk nehezítette a látogatók utat-



zását, rekordszámú látogatót láthattunk vendégül standunkon. A legnagyobb érdeklődést a Jet Press 720 berendezés keltette, aminek minden prezentációján hatalmas tömeg gyűlt össze, naponta közel ezren ültek be a bemutatóra. A külföldi látogatók száma is rendkívül biztató, hogy ez egy igazi nemzetközi show lehetett számunkra.”

Richard de Boissezon, marketingigazgató – **HP Business Solutions Graphics**: „A várakozásainkat túllépte a vásár! A HP bevételei meghaladták a tervezettet. Tapasztalatunk szerint, erős igény van a HP egész grafikai portfóliójára, a látogatók több távoli helyről is felkerestek bennünket.”



Klaus Schmidt, marketingigazgató – **KBA**: „Az IpeX 2010 sokkal jobb a vártnál. Pessimisták voltunk eleinte, vajon mit várhatunk a show-tól, figyelembe véve a gazdasági helyzetet és a hamufelhő okozta közlekedési bonyodalmakat, így meglepő volt számunkra a látogatók száma és kompetenciája. A látogatók főként Oroszországból, a Közel-Kelet és a Távol-Kelet térségéből érkeztek hozzánk. Minden biztonnyal elértük értékesítési céljainkat, és esetleg meghaladhat-



juk azt, ha a további tárgyalások újabb sikereket hoznak.”

Chris Payne, Business to Business, marketing-igazgató és alelnök – **Kodak**: „A Kodak az IpeX 2010-en egy sor új, innovatív termékkel jött ki, ami segíti ügyfeleink üzleti növekedését. A Kodak PROSPER 5000XL Press, KODAK NEXPRESS SE, KODAK DIMENSION PRESS, a Kodak Trillian SP lemezek és a Kodak nyomtatási gyakorlati tanácsadás egyértelműen az érdeklődés középpontjában volt. A Kodak K-Zone talk show-ja az iparági szakértők részvételével szintén sikeres volt.”



ladta a várakozásainkat. Bár nagyon erős nyomás volt az értékesítési elvárás. Az IpeX most valóban egy nemzetközi kiállítás, és egy nagy növekedésnek lehettünk tanúi, miközben a látogatók a világ minden sarkából idesereglettek. Standunkon az értéknövelt nyomtatási megoldások iránt rendkívül nagy volt az érdeklődés, teltházas volt szinte minden 3D-s bemutatónk.”

Bron Curley, ügyvezető igazgató – **Océ UK**: „Az IpeX nagy sikertörténet volt az Océ számára, nagyobb érdeklődést mutattak a potenciális ügyfelek, mint az elmúlt két évben.”



Olaf Lorenz, általános igazgató, Termelés Nyomtatási Divízió – **Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH**: „Nagyon örülünk, hogy sikerrel vettünk részt az IpeX 2010-en. Sok látogatót és érdeklődőt üdvözölhettünk standunkon. A megrendelések is messze felülmúlták a várakozásainkat, és az első három napon már megtérült részvételünk.”

Thomas Hauser, marketing- és kommunikációs vezető – **manroland AG**: „Az IpeX 2010 sikereket hozott a manroland számára, ami megha-

Tracy Yelencsics, alelnök, termelés, termékek és programok, Global Business Group – **Xerox Corporation**: „Örömmel tekintünk vissza a vásárra, ami nagyon sok elfoglaltságot adott nekünk. Elégedettek vagyunk az érdeklődők számával és összetételével. A Xerox több mint száz digitális rendszert adott el a show alatt. A Xerox iGen4, az új Xerox színes 1000 Press és az egyre népszerűbb Xerox 700 színes digitális berendezés vezette a népszerűségi listát.”

