

**THINK BOOKS - PRZEWODNIKI PO MODELACH BIZNESOWYCH**



# **DROK NA ŻĄDANIE**

**„Najpierw sprzedaj, potem drukuj”  
nowym podejściem w branży wydawniczej**

**Canon**

---

See the bigger picture

# NAJPIERW SPRZEDAJ, POTEM DRUKUJ

Gdy ponad dwadzieścia lat temu pojawiły się pierwsze urządzenia cyfrowe, otwierały się rewolucyjne jak na ówczesne czasy możliwości drukowania nakładu w jednym egzemplarzu. Jednak dopiero po jakimś czasie ta kusząca perspektywa stała się naprawdę opłacalna, a drukarnie i ich klienci nauczyli się optymalnie z niej korzystać. Dziś dzięki rozwiązaniom cyfrowym i płynnym ścieżkom zadań druk na żądanie w jednym egzemplarzu wszedł do powszechnego użytku.

Prawdziwą transformację przeszły takie branże, jak druk kartek okolicznościowych czy produkcja ubrań. Dziś taki sam trend obserwujemy w branży wydawniczej. Model produkcji na żądanie otwiera przed wydawnictwami nowe, fascynujące możliwości. Zamiast drukować książki, a potem je sprzedawać, można najpierw książkę sprzedać, a dopiero potem ją wydrukować. Tym samym unikamy konieczności magazynowania książek i jednocześnie optymalizujemy łańcuch wartości i dystrybucji. Sklepy internetowe stają się najważniejszym kanałem sprzedaży i składania zamówień, a cyfrowy marketing oparty na rekomendacjach funkcjonuje jak cyfrowa wystawa sklepowa. Umożliwia to wykorzystanie pełnego potencjału sprzedażowego każdej pozycji, w tym tytułów wyczerpanych, które zniknęły już z półek u detalistów.

Branża wydawnicza nie stoi już w obliczu wyzwań charakterystycznych dla czasów, gdy modele biznesowe opierały się na dużych nakładach, a żeby książka mogła się ukazać, popyt na nią musiał być wysoce prawdopodobny, jeśli nie gwarantowany. Dzięki drukowi na żądanie wyczerpanie nakładu odchodzi w przeszłość. Dany tytuł można wydrukować, dopóki istnieje cyfrowy plik. Każde hobby czy pasja staje się nisзовym rynkiem, który wydawcy mogą obsługiwać, a tzw. „długi ogon” zmienia się w źródło stałych dochodów. Literatura w językach mniejszości może być uratowana czy wręcz promowana, co niesie konkretne korzyści dla kultury.

Modele biznesowe oparte na niewielkich nakładach i zarządzaniu cyklem życia książki znacznie obniżają ryzyko związane z publikowaniem nowych, nieznanych jeszcze autorów. Dzięki drukowi na żądanie każdy autor i każdy tekst w powiązaniu z ukierunkowanym marketingiem i odpowiednimi kanałami sprzedaży może prezentować sobą opłacalną możliwość sprzedaży. Tom Weldon, prezes wydawnictwa Penguin Random House UK, mówił o tym już w 2016 r.:

**« Kiedy wydawca trafi na bestseller, łatwo jest publikować ciągle to, co się sprzedało. Ale jest też przecież gro interesujących autorów, których nie wydajemy. Cała branża musi się zmienić. »**

To tylko jeden z rynków, które otwierają się dzięki modelowi produkcji na żądanie. Każdy z nich niesie ze sobą perspektywy wyższych marż towarzyszących drukowi na zamówienie. Jak jednak za chwilę zobaczymy, wprowadzenie modelu „na żądanie” wymaga szczególnego zaangażowania, szerokiej współpracy i nowego podejścia do kosztów.

## CZY JESTEŚ GOTÓW NA DRUK NA ŻĄDANIE?

**Dla wydawnictw druk na żądanie stanowi kolejny krok na drodze rozwoju modeli biznesowych i rozwinięcie publikacji w niewielkich nakładach i zarządzania cyklem życia książki. U podstaw wszystkich tych założeń leży cel obniżenia wysokich nakładów, jakich zawsze wymagało wydawanie książek, kiedy masowo drukowano w offsecie pozycje w liczbie egzemplarzy opartej tylko na szacunkach, ponosząc koszty ich magazynowania i dystrybucji, a wreszcie koszty przechowywania lub zniszczenia zwrotów pod koniec cyklu życia handlowego danej publikacji.**

Choć druk na żądanie to logiczny etap rozwoju, to jednocześnie stanowi wielki krok w przejściu od publikacji niskich nakładów i zarządzania cyklem życia książki. Produkcja i dostawa pojedynczych egzemplarzy na żądanie w bardzo krótkim terminie wymaga automatyzacji ścieżki zadań dla potrzeb sprawnej i niezawodnej obsługi tysięcy pojedynczych zamówień i tytułów dziennie. Cały proces musi być zautomatyzowany od początku do końca, włączając w to zarządzanie zamówieniami, danymi i kolorem, zarządzanie zadaniami drukowania, śledzenie przesyłek, zarządzanie materiałami, druk i obróbkę końcową, dystrybucję, sprawozdawczość i fakturowanie.



Wdrożenie takiego systemu wymaga prawdziwego zaangażowania i znacznych inwestycji, ale możliwe korzyści są ogromne. W efekcie można się nie tylko przygotować na stopniowe przejście w branży wydawniczej na technologie cyfrowe, ale również poszerzyć bazę potencjalnych klientów.

Wydawnictwa będą oczekiwać, że oprócz dotychczasowych nabywców system druku na żądanie będzie otwarty na autorów zainteresowanych samopublikowaniem. To zjawisko świetnie wpisuje się w rozwój cyfrowych publikacji na żądanie, umożliwiając odkrycie nowych, bestsellerowych autorów niezależnie od oferowania (za opłatą) takich usług, jak projektowanie graficzne, marketing, dystrybucja i dostawa.

# PRZYGOTUJ SIĘ NA ZMIANY



Nasz przewodnik „Zarządzanie cyklem życia książki” opisuje stopniowe zmiany w praktyce biznesowej konieczne dla wdrożenia tego modelu biznesowego – jak standaryzacja portfolio (wielkość docięcia, rodzaj papieru, typ oprawy), a w szczególności mocny nacisk na infrastrukturę informatyczną. Podobne zmiany towarzyszą przejściu na druk książek na żądanie, gdyż z punktu widzenia modelu „najpierw sprzedaj, potem wydrukuj” absolutnie fundamentalne znaczenie ma automatyzacja ścieżki zadań. W odróżnieniu od zarządzania cyklem życia książki, gdzie utrzymuje się minimalny poziom zapasów magazynowych, druk na żądanie nie pozostawia takiego marginesu bezpieczeństwa na wypadek awarii w produkcji. Na stanie pozostaje wyłącznie cyfrowy plik z danym tytułem. Konieczne więc jest poszerzenie i uszczegółowienie umów o poziomie usług (SLA) zawartych z wydawnictwami, detalistami i partnerami logistycznymi.

**Wdrożenie modelu biznesowego „druku na żądanie” zależy od skutecznej automatyzacji poszczególnych etapów procesu. Wymaga to szerszej współpracy pomiędzy drukarnią a wydawnictwem. Konieczne jest stworzenie systemu, który może funkcjonować przez całą dobę, 7 dni w tygodniu, i to w sposób na tyle elastyczny, by obsłużyć szereg scenariuszy zakupowych.**

Kolejna istotna zmiana z perspektywy drukarni i wydawnictwa dotyczy podejścia do analizy kosztów. Jednostkowy koszt książki drukowanej na żądanie może być wyższy w produkcji i wysyłce, ale koszt jednostkowy nie jest prawidłową miarą. Właściwe podejście polega na oszacowaniu pełnego kosztu danego tytułu w całym jego cyklu życia. Uwzględnia on wszystkie pozycje kosztów w całym łańcuchu wartości i dystrybucji. Należy do nich prefinansowanie produkcji, magazynowanie i obsługa, zwroty od detalistów, logistyka oraz dodatkowe przychody wygenerowane dzięki dostępności tytułu.

W świecie edukacji i technologii analogowe modele wydawnicze z trudem nadążały za błyskawicznym tempem publikacji w internecie. Wielu obserwatorów wieszczło kres książki drukowanej. Ale – jak można było usłyszeć na zorganizowanym przez Canon forum pod hasłem „Przyszłość książki” – personalizowany druk na żądanie otworzył drogę dla innowacyjnych modeli „inteligentnych publikacji”. Dzięki nim wydawnictwa edukacyjne mogą być dopasowane do potrzeb uczących się, łącząc standardowe podstawowe treści ze specjalnymi materiałami zaczerpniętymi z różnych obszarów systemu zarządzania treścią wydawniczą. Końcowy efekt spełnia szczególne potrzeby edukacyjne każdego ucznia czy studenta.

Wprowadzenie modelu „na żądanie” może wymagać zmiany podejścia oraz weryfikacji aktualnej praktyki biznesowej, ale korzyści finansowe wynikające z tego modelu wydawniczego są istotne. Z tego choćby powodu drukarnie powinny zapoznać się z możliwościami, jakie system ten może zapewniać.

## MODEL BIZNESOWY

„Inteligentne publikowanie” (ang. Smart Publishing) można uznać za kolejny etap w ewolucji personalizowanego druku na żądanie w oparciu o dynamiczny model wydawniczy. Koncepcja „inteligentnej książki” sięga daleko poza fizyczny produkt i stawia drukowaną książkę w centrum dopasowanego do potrzeb, realizowanego za pomocą różnych platform pakietu treści zorientowanych na użytkownika, które mogą zabrać konsumenta w wyjątkową, specjalnie dla niego stworzoną podróż.

W oparciu o cenne treści i bogate doświadczenia wydawcy w ich realizacji, „inteligentna książka” może otwierać liczne drogi i możliwości pogłębienia wiedzy i doświadczeń konsumenta, oferując łatwy dostęp do dodatkowych treści w rozmaitych, atrakcyjnych, interaktywnych formach.

Poszerzając możliwości wyboru i dostępność treści w sposób znany z obszaru współczesnych usług na żądanie w branży muzycznej, telewizyjnej czy filmowej, inteligentne publikowanie umożliwi wykorzystanie potencjału technologii cyfrowych jako platformy komplementarnej w stosunku do druku.



**INNE PRZEWODNIKI W SERII O MODELACH  
BIZNESOWYCH THINK BOOKS**



**#UNLEASHPRINT**

**Canon Inc.**  
Canon.com

**Canon Polska**  
canon.pl

**Canon Europe**  
canon-europe.com

ul. Gottlieba Daimlera 2  
02-460 Warszawa  
tel.: +48 22 430 60 00

Edycja polska  
© Canon Europe N.V. 2018

**Canon**

---