



EO Grafiska wraca do gry dzięki cyfrowej transformacji



Nazwa firmy
EO Grafiska

Branża
Komunikacja marketingowa

Rok założenia
1985

Lokalizacja
Sztokholm, Szwecja

Usługi
Druk cyfrowy, druk offsetowy,
komunikacja marketingowa,
komunikacja cyfrowas

Witryna internetowa
www.eo.se

Współpraca z Canon
5 lat

Cel

Usprawnienie i optymalizacja druku
cyfrowego.

Wyzwania

- Wysokie koszty produkcji cyfrowej
- Niewystarczająca jakość i szybkość druku
- Brak pomocy w rozwoju działalności ze strony dotychczasowego dostawcy

Podejście

- Klient wspólnie z firmą Canon opracował i zrealizował nowy plan działań mających na celu obniżenie kosztów produkcji cyfrowej.
- Canon dostarczył kompleksowe rozwiązanie, obejmujące sprzęt, oprogramowanie i doradztwo, aby zoptymalizować funkcjonowanie działu druku cyfrowego i pomóc klientowi w uruchomieniu nowych usług marketingowych, takich jak cross-media.

Rozwiązania Canon

- 2 x Canon imagePRESS C7010VP
- Canon imagePRESS 1100
- Océ VarioPrint 6000
- Canon imagePROGRAF iPF8300
- Canon imagePROGRAF iPF8400
- DirectSmile Cross Media Suite
- PrintShop Mail
- Essential Business Builder Programme (VDP)

Rezultaty

-  Ograniczenie kosztów ok. 900 000 euro w skali 5 lat
-  Szybsze i wyższej jakości usługi druku cyfrowego
-  Rozwinięcie działalności na nowe obszary usług

“”

Konferencja Canon For Business była bardzo cennym doświadczeniem. Zyskailiśmy wiedzę na temat wielu kwestii biznesowych, które mają znacznie na rynku komunikacji marketingowej, i mogliśmy porozmawiać z innymi klientami o podobnych doświadczeniach.

Canon

EO Grafiska wraca do gry dzięki cyfrowej transformacji



“„

Obecnie jesteśmy w znakomitej formie, a Canon odegrał w tym ważną rolę, pomagając nam osiągnąć ten poziom

Wyzwanie

Kiedy tylko nowy dyrektor generalny, Krister Mellström, przestąpił próg EO Grafiska w 2010 roku, uświadomił sobie, że czeka go niezwykle trudne zadanie. Szwedzka firma, dostawca komercyjnych usług druku cyfrowego, wpadła w tarapaty finansowe z powodu przestarzałego modelu tradycyjnego druku oraz niezadawalającej infrastruktury druku cyfrowego.

“Krótko mówiąc, firma straciła kontakt z realiami współczesnej komunikacji marketingowej, a mnie wezwano do gaszenia pożaru — wyjaśnia Mellström. — Rok 2010 był godny uwagi, ponieważ mniej więcej w tym czasie internet i media cyfrowe zaczęły naprawdę wpływać na krajobraz komunikacyjny i na branżę poligraficzną. Nasi najwięksi klienci, tacy jak miasto Sztokholm i szwedzki producent żywności Hemköp, potrzebowali usług komunikacyjnych uwzględniających te zmiany rynkowe.”

Podobnie jak w całej światowej branży drukarskiej, nakłady zmniejszały się, a popyt klientów na krótkie serie, szybką realizację zleceń oraz druk zmiennych danych (VDP), a także na media cyfrowe.

Trendy te sugerowały zmianę w kierunku cyfrowej technologii druku.

Mellström przekonał się jednak, że środowisko druku cyfrowego w EO Grafiska było pogrążone w chaosie:

“Druk cyfrowy jest stworzony do takich warunków rynkowych. Niestety, nasza istniejąca technologia była niewydajna i kosztowna. Co więcej, nie mieliśmy wsparcia ze strony istniejącego dostawcy, który chętnie przedłużyłby kontrakt, ale nie był skłonny udzielać nam rad. Musieliśmy rozwiązać te problemy i to szybko.”

Podobnie jak EO Grafiska aktywnie starała się o zatrudnienie Mellströma, licząc na to, że odmieni on losy firmy — ze względu na jego ogromne doświadczenie na wymagających stanowiskach kierowniczych w branży drukarskiej — tak Mellström zwrócił się do firmy Canon, aby przedyskutować stojące przed nim wyzwania.

“Zawsze dobrze pracowało mi się z firmą Canon, która na pierwszym miejscu stawia interes klienta. Nasza wizja zakładała stworzenie najlepszej na rynku oferty usług komunikacyjnych wspieranych przez efektywny przepływ pracy oraz niezawodną, szybką technologię druku. Jeśli ktokolwiek mógł nam pomóc, to tylko Canon.”

“”

Canon stawia na pierwszym miejscu interes klienta.

“Był to ważny moment; uświadomiliśmy sobie, jakie możliwości otwierają przed nami dobrze zaimplementowane usługi druku cyfrowego”.



Rozwiązanie

Przedstawiciele firmy Canon odwiedzili zakłady EO Grafiska w Sztokholmie, aby przeanalizować działalność firmy, i szybko doszli do podobnych wniosków, co Mellström. „Canon zobaczył to, co my widzieliśmy: infrastrukturę druku cyfrowego składającą się ze zbyt wielu powolnych maszyn, które były źle skonfigurowane i nie nadawały się do świadczenia usług wysokiej jakości”, kontynuuje Mellström.

“Odbyliśmy wiele szczegółowych i szczerych rozmów o tym, co chcemy osiągnąć, jakie są bieżące potrzeby naszych klientów i jak mogą się zmienić w przyszłości. Wspólnie stworzyliśmy plan działań skoncentrowanych wokół druku cyfrowego.”

Pierwszym etapem planu była edukacja. Mellström i jego zespół wzięli udział w serii szkoleń w ramach programu Canon Essential Business Builder, który obejmuje warsztaty, przewodniki informacyjne oraz mentoring biznesowy i pomaga klientom w sprzedaży oraz marketingu druku cyfrowego, w tym druku zmiennych danych (VDP).

“Był to ważny moment; uświadomiliśmy sobie, jakie możliwości otwierają przed nami dobrze zaimplementowane usługi druku cyfrowego — wspomina Mellström. — Mogły stać się podstawą nowej oferty dla klientów, a z czasem głównym filarem naszej działalności.”

Następnym krokiem była wizyta na targach IpeX 2010 w Birmingham w Anglii. Mellström, udał się na nie w towarzystwie przedstawiciela Canon Sweden. Po tym wydarzeniu nabrał przekonania, że znalazł właściwą technologię i partnera biznesowego, który pomoże EO Grafiska znaleźć właściwe miejsce na rynku.

Mellström wrócił do Szwecji po zaaprobowaniu kompleksowego pakietu rozwiązań Canon, który składał się z sześciu nowych urządzeń imagePRESS, oprogramowania PrintShop Mail oraz oprogramowania marketingowego DirectSmile.

„Pokazano nam, jak każde z rozwiązań wpisuje się w nasz plan biznesowy, a sensownie było nabyć wszystko od jednego dostawcy, któremu zaufaliśmy — wyjaśnia. — Transakcja umożliwiała nam efektywne produkowanie krótkich serii kolorowych i monochromatycznych na żądanie, jednocześnie oferując spersonalizowaną komunikację na papierze oraz, co istotne, za pośrednictwem mediów cyfrowych z wykorzystaniem nowego oprogramowania.”



Rezultaty

W ciągu pięciu lat EO Grafiska zmieniła się nie do poznania. Rodzinna firma, dotychczas zajmująca się tradycyjnym drukiem offsetowym, przekształciła się w nowoczesne przedsiębiorstwo marketingowo-komunikacyjne.

“Zmiana nie była łatwa ani szybka, na co zresztą nie liczyliśmy, ale konsekwentna, i miała daleko idące skutki — dodaje Mellström. — Wyniki finansowe działu druku cyfrowego radykalnie się poprawiły; w ciągu pięciu lat zaoszczędziliśmy niemal 900 000 euro na kosztach produkcji.”

Choć ograniczenie kosztów było kluczowym celem, osiągnięcia EO Grafiska na tym się nie kończą. W ramach bieżącego partnerstwa z firmą Canon udało się optymalizować model biznesowy zorientowany na druk cyfrowy i wejść na nowe rynki poprzez zaoferowanie komunikacji wielokanałowej i usług cross-media.

“Ta ewolucja pozwala nam realizować kampanie klientów w nowy, efektywny sposób — wyjaśnia Mellström.

— Na przykład z pomocą firmy Canon i oprogramowania DirectSmile stworzyliśmy udaną kampanię cross-media dla dostawcy pomp grzejnych VUAB, aby pomóc mu nawiązać bliższy kontakt z dotychczasowymi klientami. Zaczęto się od kampanii pocztowej, która prowadziła adresata do spersonalizowanej strony z prośbą o przekazanie opinii do VUAB, aby firma mogła aktualizować swoje prospekty w czasie rzeczywistym. Kampania ta zapewniła duży wzrost sprzedaży.”

Zachęcona reakcją klientów na nowy model biznesowy, EO Grafiska nadal konsultuje się z firmą Canon, szukając innych sposobów ulepszenia i zróżnicowania swoich usług, m.in. poprzez uczestnictwo w wydarzeniach dla klientów, takich jak Canon For Business 2014 w Monachium. „Było to bardzo cenne doświadczenie. Zysaliśmy wiedzę na temat wielu kwestii biznesowych, które mają znacznie na rynku komunikacji marketingowej, i mogliśmy porozmawiać z innymi klientami o podobnych doświadczeniach”, wspomina Mellström.

Druk cyfrowy jest teraz ważnym źródłem przychodów dla EO Grafiska i reprezentuje 40 proc. obrotów firmy. Zmiana modelu biznesowego z naciskiem na personalizację oraz marketing cyfrowy dała firmie nową szansę i zainspirowała dalsze inwestycje w kilka maszyn Canon VarioPrint oraz szerokoformatowe urządzenia imagePROGRAF między 2013 a 2015 rokiem.

“Obecnie jesteśmy w znakomitej formie, a Canon odegrał w tym ważną rolę, pomagając nam osiągnąć ten poziom — podsumowuje Mellström. — Teraz inne skandynawskie firmy odwiedzają nas, żeby przedyskutować nasze podejście do biznesu. Ich zainteresowanie potwierdza sens tego, co robimy, i zachęca nas do jeszcze większego wysiłku.”

“”

Druk cyfrowy jest teraz ważnym źródłem przychodów dla EO Grafiska i reprezentuje 40% obrotów firmy.

Zaoszczędziliśmy niemal

900 000 €

na kosztach produkcji
w ciągu 5 lat

Zobacz więcej

www.canon.pl/lfp

www.canon.pl/cut-sheet-printers

Canon Europe Ltd

3 The Square
Stockley Park
Uxbridge
Middlesex
United Kingdom
UB11 1ET

Tel: +44 208 588 8000
Fax: +44 208 588 8001

www.canon-europe.com

Canon Polska Sp. z o.o.

ul. Gottlieba Daimlera 2
02-460 Warszawa
Tel: +48 22 430 60 00
www.canon.pl

 /CanonProPrintPL

 /CanonBiznes

 /CanonBiznes

Canon