

Digimaster 9110.

Heidelberg Digimaster 9110 Network Imaging System – это сетевое решение для производства

Печатный салон в одной машине

черно-белой печатной продукции высокого качества и удовлетворения потребностей в оператив-

ной печати по запросу (on-demand-printing). Опережающее растрирование изображений (RIP) и

скорость печати 110 страниц А4 в минуту, как в симплексном, так и в дуплексном режиме обес-

печивают высокую производительность и позволяют использовать Digimaster 9110 для тиражи-

рования материалов, печати малых тиражей персонифицированных документов, а также для

промышленной печати результатов обработки данных. Например, печать счетов для клиентов

телекоммуникационных компаний.

ООО «Гейдельберг СНГ» Россия, 127550, Москва, ул. Прянишникова, 2а Тел.: 095-742 34 54, факс: 095-742 34 56 www.ru.heidelberg.com hoc@ru.heidelberg.com







Необходимо заставить персонализированную

дизайнеров предла-

Многие рекламные

такое цифровая

печать, от нас

агентства узнали, что

Г. Боев (с. 5)

большой типографией

О. Казьмин (с. 10)

нормально работать на

М. Зайцев (с. 12)

рынке, типографии

Взаимодействие с

очень выгодно

Чтобы начать

два-три года

требуется

А. Романов (с.3)

гать заказчикам

продукцию

Адольфович капель Типография ИРМ-1 Директор

ГАРТ: Павел, конкуренты утверждают, что Ваш Xeikon, в отличие от других, много печатает. Расскажите нашим чи-

тателям, как удалось этого добиться. П. К.: Цифровая машина была установлена у нас 1 августа 1998 г. К тому моменту ИРМ-1 стала уже достаточно крупной типографией, в которой работало около 60 сотрудников. Основной продукцией были бланки и другая продукция, печатавшаяся на листовых офсетных машинах. Кроме того, имелась флексографская машина для печати этикетки и другое оборудование.

После кризиса заказы на цифровую печать практически исчезли, и никакого разговора о самоокупаемости быть не могло. Нас «спасли» другие направления. Практически год жизни был посвящен тому, чтобы найти заказы на цифровую печать.

(Продолжение на с. 4)



B HOMEPE:

может, их уже ЗАСТАВИТЬ?

ДИНАМИКА ПРОДАЖ БУМАГИ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

11

14

РЕАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТИРАЖЕЙ

ПРОСТО ПРОДАВЕЦ ЦПМ



Елена Алексеевна ПОЛИТОВА ИЦ «Федоров» Директор

ГАРТ: Елена Алексеевна, Ваша цифровая печатная машина была первой в

Е. П.: Да, эта машина была первой не только в нашей стране, но и в Восточной Европе. Мы приобрели Indigo E-Print на выставке Drupa в 1995 г., установлена она была летом 1996 г., и работает до сих пор.

В 2000 г. мы приняли решение о дальнейшем развитии. Дом печати «Столичный бизнес» — новое производство, которое находится в центре Москвы. Сначала для него были приобретены листовые офсетные машины — четырехкрасочный Heidelberg Speedmaster SM 52-4 и маленькая Hamada, а также послепечатное обору-

ГАРТ: После всего, что было, Вы решили изменить цифровой печати?

(Продолжение на с. 6)



ЦИФРОВЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

Цифровые машины XEIKON воплощают в себе многолетний опыт исследований и разработок в области цифровой печати. Прямая печать файлов из издательской системы (direct-to-paper) является самой производительной и эффективной технологией для коротких тиражей

XEIKON предоставляет законченные решения для разнообразной печати, выходящей за рамки производственных возможностей традиционного офсета.

Оборудование XEIKON обеспечивает высокое качество, быструю подготовку к печати, широчайшие возможности по печати персонализированной продукции и продукции нестандартных форматов, а также упаковки.

Устойчивую конкурентоспобность на рынке полиграфических услуг и гарантию реальной окупаемости капиталовложений Вы приобретаете вместе с машиной XEIKON.



117420 **MOCKBA**ПРОФСОЮЗНАЯ, 57

TEA.: (095) 234 9000, 332 6420

EMAIL: info@yam.ru

WWW-CEPBEP: http://www.yam.ru

Цифровые печатные машины XEIKON

- полноцветная печать сверхкоротких тиражей от 1 экз.
- низкая себестоимость оттиска
- печать на каждом экземпляре переменной информации (нумерация, штрих-код, изображение, имя и другое)
- печать на бумаге, картоне, полимерных и самоклеющихся материалах
- плотность материала до 300 г/кв. м
- скорость печати до 14 метров в минуту (до 3900 А4 в час)
- ширина материала до 500 мм
- линиатура до 170 Ірі

Для выполнения отделочных и финишных операций в линию с печатью возможно подключение устройств:

- ламинации лакирования тиснения
- высечки удаления облоя

01103 **KMEB**XEAE3HOAOPOXHOE W., 57

TEA.: (044) 254 5254

EMAIL: info@yam.com.ua

WWW-CEPBEP: http://www.yam.com.ua

700000 **ТАШКЕНТ** ПУШКИНА, 57 (Ц-1, д. 7) ТЕЛ.: (99 871) 132 0660 (99 871) 180 4617 EMAIL: sao@yam.ru

ГАРТ

Всемирные полиграфические новости

Ежемесячная газета для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307 Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ

andrei@romanov.ru

Адрес редакции:

Заказ № 1440

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15, офис 217, издательство «Курсив»

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив» **Телефон/факс:** (095) 264 3708

Размещение рекламы: агентство AAGA

Подписано в печать: 30.07.2001 Отпечатано в типографии «Новости», Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46 Телефон: (095) 265 6108, 265 5553

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2001

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

предполагаемые ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

АВГУСТ 2001: МАЛЫЙ ОФСЕТ

СЕНТЯБРЬ 2001: РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ОКТЯБРЬ 2001: КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА

НОЯБРЬ 2001: ПОЛИГРАФИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



МОЖЕТ, ИХ УЖЕ ЗАСТАВИТЬ?

Год назад я сказал, что рынка пока нет. Похоже, ситуация исправляется. Цифровые типографии выглядят намного бодрее, количество заказов, которые они печатают, растет. Это не может не радовать. В этом году все очень хорошо не только у цифровых, но и у обычных типографий. Растет рынок, растут продажи полиграфического оборудования, в первую очередь полу- и полноформатных офсетных машин. Чего нельзя сказать о продажах оборудования для цифровой печати.

За первые полгода, правда, продано около десяти машин. В борьбе между Indigo и Xeikon победил Xerox. Кстати, во всем мире ситуация аналогичная. Я считаю, что основная причина успеха Хегох в России — фиксированная цена оттиска, которая получается при заключении клиентом сервисного контракта. Тот факт, что себестоимость не зависит от заполнения тонером, оказывает существенное влияние на конкуренцию на рынке цифровой печати, и это хорошо. По нашим сведениям, другие поставшики тоже разрабатывают новые стратегии продажи расходных материалов для своих ЦПМ. В результате цены должны понизиться, а рынок — вырасти еще больше.

«Ксерокс СНГ» принял политическое решение о том, что необходимо уделять больше внимания полиграфическому рынку, еще одно подтверждение этому — участие фирмы в предстоящей выставке «ПолиграфИнтер 2001». Экспозиция будет не самой большой, но полностью займет павильон № 17.

Вообще, поставщики активно готовятся к выставке, все места уже заняты, но, по словам Б. А. Кузьмина, места хватит всем. Летний павильон, построенный на месте автомобильной стоянки, превратится в зимний. Там разместятся продавцы расходных материалов.

Фирма «Гейдельберг СНГ» открыла на территории МГУП демонстрационный зал цифровой печати. В нем установлен Digimaster 9110. Интересно,

покажут ли на «ПолиграфИнтер 2001» NexPress 2100? Ведь обещанный срок начала продаж — сентябрь 2001. В США первая машина уже установлена. Досрочно.

Мы неоднократно упоминаем в этом номере Xerox DocuColor 12. Является ли он цифровой печатной машиной? Представительство Хегох предоставило нам данные о средней загрузке машин, установленных в Москве на предприятиях, занимающихся коммерческой печатью. Из этих данных следует, что аппараты DC 12 вносят существенный вклад в общий объем производимой цифровым способом продукции. Суммарный объем составляет около 140 тыс. односторонних листов АЗ. Средняя загрузка одного аппарата — более 6 тыс. оттисков в месяц. Конечно, называть такой аппарат цифровой печатной машиной неверно, но два участника этого номера, начав с DC 12, приобрели после этого «настоящие» цифровые машины.

Я считаю, что ЦПМ — это машина, которая может печатать не менее 50 тыс. односторонних листов АЗ в месяц — объем, необходимый для того, чтобы окупить машину стоимостью около двухсот тыс. долл. При 20 рабочих днях в месяц машина будет печатать всего 1-2 часа в день. То есть потенциал очень большой, например, для Xeikon DCP/32D рекомендованная загрузка составляет 250 тыс. таких оттисков. Вопрос в том, как найти столько заказов. Возможно, это звучит грубо, но, мне кажется, необходимо заставить дизайнеров предлагать заказчикам персонализированную продукцию. В конце концов, должна быть создана «тусовка», которая станет настоящим источником новых заказов.

Андрей Романов, главный редактор



Спуск полос, вывод фотоформ и печать: типография «Новости»



Бумага Metsa Serla Galerie Art предоставлена фирмой «Акцент»

Геннадий

Picket Fence

Генеральный

директор

БОЕВ

Павел Адольфович КАПЕЛЬ

(Окончание. Начало на с. 1)

Но постепенно все стало меняться в лучшую сторону. В последнее время доля цифровой печати в общем объеме производства постоянно растет. Пока она еще не превысила по объему остальные направления, но последний год — стабильно приносит существенную прибыль, даже в летние месяцы.

ГАРТ: Сколько вообще необходимо печатать в месяц на Xeikon, чтобы быть, как минимум, «в нулях»?

П. К.: Я считаю, что минимум — 20 тыс. двусторонних листов А4 в месяц. Правда, это благодаря наличию у нас других направлений деятельности, ведь инфраструктуру бизнеса они имеют общую. Кроме того, напечатав 20 тыс., мы заработаем при этом на допечатной подготовке — у нас есть хорошо оснащенная дизайн-студия. Дополнительные деньги принесут и послепечатные операции.

ГАРТ: А какова система ценообразования на цифровую печать?

П. К.: Мы стараемся придерживаться определенной логики ценообразования. При любом тираже печать одного двустороннего А4 обходится заказчику

в 50 центов. Кроме того, мы берем дополнительную плату в зависимости от того, насколько профессионально подготовлен макет. Если его делали наши дизайнеры, то дополнительная оплата исключается. В последнее время мы чувствуем себя увереннее и многим постоянным клиентам делаем скидки. ГАРТ: Павел, а кто Ваши заказчики?

П. К.: Очень разные. Это очень крупные фирмы — нефтяные компании и банки. Есть средние и небольшие фирмы, которые пользуются нашими услугами при подготовке к выставкам или другим мероприятиям. Особо хочется отметить рекламные агентства, которые активно откликаются на наши предложения, а также, как ни странно большое число других типографий. Мы хорошее подспорье для них при малых тиражах или при сроках, в которые обычный офсет не укладывается.

Некоторые тиражи мы печатаем прямо в присутствии заказчика, то есть тираж до 1000 двусторонних листов А4 мы можем выдать в течение часа.

ГАРТ: У Вас есть и другое оборудование, не только цифровая печать. Помогает ли это развитию цифрового направления?

П. К.: Безусловно, помогает, и я счи-

таю, что это одна из главных составляющих успеха цифровой типографии. Если вы оказываете несколько видов услуг, то в какой-то момент потребителю одной из них потребуется и цифровая печать. У нас по каждому направлению поиском заказов занимаются разные люди, но они пре-

печать. Очень важным этапом развития стало для нас открытие салона оперативной полиграфии в «Доме Книги» на

красно могут

принять заказ и

на цифровую



Новом Арбате. Мы установили там Xerox DC 12 и другое оборудование. Это позволило конкурировать с производителями печатной продукции, работающими в центре Москвы уже многие годы, включая американские и финские салоны печати. Мы начали работать с заказчиками, с которыми раньше не пересекались.

ГАРТ: Неужели такой печатный аппарат может обеспечить возможность конкурировать с многоопытными сервис-центрами?

П. К.: Но у нас-то опыт тоже большой, и наше безусловное преимущество в том, что при необходимости мы можем печатать все, что нужно, на Xeikon. У каждой машины есть своя область применения и свой тип заказов. Xeikon и DC 12 неплохо дополняют друг друга.

ГАРТ: Но в Вашем случае территориально эти машины находятся достаточно далеко.

П. К.: В Москве все близко, и мы с самого начала предоставляли клиентам возможность вызова нашего представителя для приема заказа и доставки готовой продукции. В Москве мы принимаем заказы в четырех местах: основное производство на Перовской улице, упомянутый «Дом Книги», офсетное и флексографское производство в районе Таганской площади и еще один пункт приема заказов на Ленинском проспекте.

ГАРТ: Легко ли конкурировать на московском рынке?

П. К.: Конкуренты нам не дают расслабиться. Мы стараемся развиваться, планируем купить еще один DC 12.

Если же говорить о рынке цифровой печати в Москве, то он формируется на наших глазах. Появились постоянные заказчики, многие из них обращаются целенаправленно, их интересует именно цифровая печать. С улучшением экономической ситуации в стране мы ошущаем нарастающий интерес к нашим услугам. Постепенно из экзотики цифровая печать превращается в привычный инструмент, к которому все чаще прибегают заказчики печатной продукции.



ГАРТ: Геннадий, как Вы начали зани-

маться цифровой печатью?

Г. Б.: Я работал в «Экстра-М» управляющим на Indigo. Потом уволился и решил открыть собственную цифровую типографию. Это было в начале 2000 г. Сначала хотел купить неновую Indigo, стоявшую в законсервированном виде в Ярославле. Мы согласовали разумную цену, я уже договорился с фирмой «Нисса» о восстановлении машины, но затем продавцы подняли цену, и мне пришлось от этой затеи отказаться.

Я начал рассматривать другие варианты и остановился на Xerox DC 12 в самой простой конфигурации. Главным преимуществом стал сервисный контракт с «Ксерокс СНГ», при котором себестоимость одностороннего оттиска АЗ составляет около 10 центов. Наша машина была первой, которая использовалась в коммерческой печати. За год мы напечатали 220 тыс. односторонних АЗ. Заказов становилось все больше, и тогда было принято решение купить «настоящую» ЦПМ — Xerox Now!Press 2060.

ГАРТ: Как Вы предполагаете, какой должен быть срок окупаемости для 2060? Г. Б.: Я считаю, что разумно исходить из двух лет. При этом надо печатать в месяц 50 тыс. односторонних АЗ. Наша машина была установлена четыре месяца назад, и сейчас на счетчике больше 250 тыс. оттисков.

ГАРТ: Как Вам удается находить столько заказов на цифровую печать?

Г. Б.: Машина работает в две смены, и очень важной является концепция привлечения клиентов. Опыт работы в «Экстра-М» дал мне главное: я понял, что работать с непрофессионалами неэффективно. Можно верстать, заниматься дизайном и сканированием, строить профили устройств, перепечатывать тиражи... А можно просто печатать. Для этого не надо работать с конечными пользователями. Поэтому мы работаем только с рекламными агентствами, стараемся не уводить чужих заказчиков, а привлекать новых. Рекламных агентств в Москве огромное количество, и многие из них узнали о том, что такое цифровая печать, от нас.

У нас в штате нет дизайнеров. Схема работы очень простая: заказчик привозит макет в электронном виде, наш специалист его проверяет, при необходимости печатает пробный оттиск на DC 12 — и все! Через 24 часа заказчик получает готовый тираж. Для рекламных агентств это очень удобно и эффективно, для нас — тоже. Благодаря такой стратегии у нас очень небольшой штат, всего восемь человек, правда, все квалифицированные специалисты. Могут и печатать, и резать, и ламинировать, и в файле поправить что нужно.

На одной территории площадью около 30 м² производится прием заказов, и еще около 60 м^2 мы арендуем в «Экспериментальной типографии», которая находится неподалеку. Там установлена 2060 и послепечатное оборудование. Между этими площадками проложена линия связи 100 Мбит.

ГАРТ: А есть ли у Вас заказы с персонализацией?

Г. Б.: Практически нет. Рекламные агентства не знают о таких возможностях нашего оборудования. Есть, конечно, среди заказов некоторое количество именных приглашений, дисконтных карт и какой-то нумерованной продукции. Вообще, билеты в театры и на концерты — очень

хорошие заказы, но мы их не печатаем, потому что для этого нужна лицензия, которую сейчас никто не выдает. ГАРТ: Что Вы можете сказать о качестве печати ЦПМ?

Г. Б.: Нас оно полностью устраивает. Вообще, я считаю, что проблема не в качестве, а в том, как люди его воспринимают. Все сравнивают цифровую печать, которой исполнилось

шесть лет, с офсетом, которому vже десятки лет. Это неправильно. Но даже при таком сравнении цифровая печать не всегда проигрывает.

ГАРТ: Как Вы считаете, насколько важным является географическое положение цифровой типографии?

Г. Б.: Типография, которая хочет иметь серьезную загрузку, должна находиться в центре Москвы и рядом с метро. Заказы, в основном, доставляют курьеры, и важно, чтобы им было легко добираться. Об этом же говорит и опыт Indigo, установленной в районе метро «Студенческая». Туда особо никто не ездит. **ГАРТ:** А цены на цифровую печать?

Г. Б.: Сначала у нас была единая цена оттиска, но сейчас в зависимости от тиража цена меняется.

Я знаю другие цифровые типографии, и все они не очень загружены за редким исключением. Цены приблизительно одинаковые у всех. «Ксерокс СНГ» продал почти 30 машин DC 12. Реально — это просто большие принтеры, но их владельцы имеют возможность демпинга, и это оказывает влияние на рынок.

Я считаю, что рынок цифровой печати сформируется тогда, когда каждое рекламное агентство поймет, что может заработать на цифровой типографии 100% прибыли, и начнет активно предлагать цифровую печать своим клиентам.



даже очень срочный ТИРАЖ ОТПЕЧАТАТЬ МОЖНО за разумные деньги



оперативная/цифровая печать формата А3+ тиражи от 10 до 1000 и выше за 24 часа 208 4823 www.pdf.ru



(Окончание. Начало на с. 1)

Е. П.: Цифровая печать остается для нас первой любовью. Но когда начинаешь активно работать на рынке, появляется много заказчиков, которым нужна не только цифровая печать, но и традиционная, офсетная. Отдавать эти тиражи в чужие руки просто неразумно, поэтому мы и решили создать собственное офсетное производство. Кроме того, существуют капризные заказчики, которых «не устраивает» качество цифровой печати.

Очень быстро стало понятно, что возить заказы на цифровую печать из центра в Бескудниково неэффективно, и в этом году мы приобрели новую цифровую машину — Indigo E-Print PRO+.

ГАРТ: Насколько важно расположение в центре Москвы?

Е. П.: Для цифровой печати — очень важно. У нас большой опыт работы на окраине — это неудобно, и я все время стремилась перевести производство в центр: оперативная полиграфия должна размещаться рядом с заказчиками.

ГАРТ: Возвращаясь к оборудованию: Вы считаете этот набор оптимальным? Е. П.: Такой набор оборудования, как наш, позволяет не только эффективно напечатать любой тираж, но и получить дополнительные заказы.

С одной стороны, наличие офсетной печати очень важно для нашего развития потому, что этот рынок намного лучше проработан, здесь очень много заказов и заказчиков. «Офсетные» заказчики активно интересуются возможностями цифровой печати, и от этого растет, конечно, число зака-

РЯДОМ С НОВОЙ INDIGO



зов на Indigo. Часто клиенты просят отпечатать тираж на Speedmaster, но несколько сигнальных экземпляров на Indigo.

С другой стороны, ЦПМ очень хороша для рекламы типографии, которая должна чем-то выделяться среди множества других. Наличие ЦПМ очень помогает. Клиенты сразу берут нас на заметку, потому что представляют себе наши возможности.

Практически на давая рекламы, мы смогли получить хорошую загрузку. Speedmaster работает в две смены, и я планирую перевести к сентябрю на двухсменную работу Indigo.

С точки зрения оптимальности набора оборудования: мы планируем развиваться, и меня очень интересует переход на больший формат. Мы задумываемся о цифровой машине формата А2.

ГАРТ: А что еще является важным для цифровой типографии, кроме оборудования?

Е. П.: Оборудование — это далеко не все, очень важны люди. Мы имеем большой опыт работы, квалифицированных специалистов, проходивших

Не пора ли

ЗАПРАВИТЬСЯ?

стажировку в Голландии. Все, включая себестоимость оттиска, зависит от того, кто работает на машине. Множества проблем можно избежать, а материалы, которые уходят в брак, могут быть сэкономлены.

ИНТЕРВЬЮ

Очень важны люди, работающие с клиентами: ведь то, как Вас встретили, насколько профессионально приняли Ваш заказ зачастую определяет, придете Вы в следующий раз в эту типографию или нет.

ГАРТ: Какие виды продукции Вы печа-

Е. П.: У нас нет такого вида продукции, который бы имел подавляющее преимущество в общем объеме производства — мы печатаем все.

Наши заказчики — рекламные агентства и крупные компании. Отдельный рынок — всевозможная печатная продукция для частных лиц: календари, приглашения и т. п. Мы много печатаем для людей творческих профессий: художников и актеров.

ГАРТ: А какую долю составляют заказы с персонализацией?

Е. П.: Очень много. Около 30% оборота цифровой печати — персонали-

ГАРТ: Как Вы считаете, за какое время должна окупаться цифровая машина? Е. П.: Такой вопрос не имеет однозначного ответа. Я считаю, что за два-три года. Реальный срок зависит от многих факторов, но главным, на мой взгляд, является наличие стабильных заказчиков и гарантированной загрузки. Если просто так поставить машину в центре Москвы, ждать от нее быстрой окупае-

ГАРТ: Что можно сказать о конкуренции на рынке?

мости не стоит.

Е. П.: Рынок заказов на цифровую печать еще не поделен. Поделена более или менее группа постоянных заказчиков, которые хорошо ориентируются на этом рынке. Но объемы их заказов — ничто по сравнению с тем, что можно найти. Большинство массовых заказчиков не знают о цифровой печати ничего, но возможности наши им необходимы. Они должны каким-то образом узнать о том, что такие возможности есть.

Если говорить о конкуренции на московском рынке, то ее практически нет. Она появится, когда будет установлено еще несколько десятков машин, и их владельцы вынуждены будут активно искать заказы, рекламировать услуги и бороться за клиентов — тогда рынок цифровой печати увеличится во много раз.



Алексей Гарриевич **ДЕМУШКИН** Менеджер по продажам Modo Paper Moscow

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

ГАРТ: Алексей, на протяжении трех лет Ваша фирма была практически единственным поставщиком бумаги для рулонных цифровых печатных машин. Для наших читателей самой интересной является информация о динамике развития рынка этой бумаги в России, ведь она говорит и о развитии рынка цифровой печати. Вы владеете самыми актуальными данными. Поделитесь?

А. Д.: Мы начинали в 1998 г. с поставок только под заказ, но уже к концу года, несмотря на кризис, было принято решение завезти «цифровую» бумагу на склад. С тех пор этот бизнес продолжает развиваться. В какой-то момент нам принадлежало не менее 80% российского рынка рулонной бумаги для цифровой печати. На сегодняшний день эта доля, возможно, сократилась,

Нашу бумагу приобретают владельцы рулонных ЦПМ Xeikon, AGFA, есть одна ЦПМ фирмы ІВМ, в скором времени появятся, видимо, и машины MAN Roland.

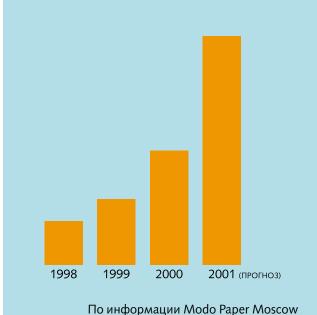
Из всех машин только одна, установленная в Сургуте, имеет ширину рулона 50 см. остальные — «узкие». 32 см. Основные потребители бумаги находятся, конечно, в Москве, но появление «широкой» машины позволило нам существенно увеличить объем продаж.

Всего за год мы продаем несколько десятков тонн этой бумаги. На фоне продаж других бумаг в ассортименте фирмы Modo Paper — практически ничего. Ассортимент «цифровой» бумаги достаточно широкий, это и мелованная, и немелованная бумаги различной плотности. Мы накопили уже большой опыт, знаем, когда ожидать ажиотажный спрос, а когда будет затишье. Но рынок меняется, а его динамика говорит о хороших перспективах.

По моему мнению, пока в нашей стране процветает разгильдяйство среди людей, которые должны вовремя размещать заказы, цифровая печать без работы не останется

РОСТ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ РУЛОННОЙ БУМАГИ ДЛЯ ЦИФРОВЫХ ПЕ-ЧАТНЫХ МАШИН НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Объемы цифровой печати на российском рынке всегда делились между ЦПМ фирм Indigo и Xeikon. Доли тех и других оценить сегодня практически невозможно, но динамика изменения объема продаж рулонной бумаги отражает развитие рынка цифровой печати.



ПОГ2-84 именно то, что нужно для печати цветных газет продуманная модульная конструкция машины позволяет получать оптимальную конфигурацию для любых видов продукции

качество выше цены



E-mail: rpm_moscow@mail.ru

Исторически сложилось так, что о каждом дающем ГАРТ интервью указывалась только краткая информация (ФИО, название организации и должность). Всегда оставался вопрос о том, где эта фирма находится, московская она или нет и т. п. Правда подавляющее большинство участников представляли именно московские фирмы, за что нас постоянно упрекали наши читатели.

Мы планируем исправиться в скором будущем, но в этом номере — опять только московские участники. Но, так как для цифровой печати важным является и конкретное местоположение в Москве, мы приводим дополнительную информацию о типографиях.

Типография ИРМ-1 Москва, метро «Перово»

ЦПМ: Xeikon DCP/32D

ЦПМ: Indigo E-Print PRO+

Дом печати «Столичный бизнес» Москва, метро «Красные ворота»

Picket Fence

Москва, метро «Цветной бульвар» ЦПМ: Xerox Now!Press 2060

24 printservice

Москва, метро «Охотный ряд» ЦПМ: Xerox Now!Press 2060

«Московские учебники СиДи Пресс»

Москва, метро «Полежаевская» ЦПМ: Xeikon DCP/32D

«Парк Принт»

Москва, метро «Сокол» ЦПМ: Heidelberg Quickmaster QM46 DI

ВЕСЕЛОВСКИЙ 24_printservice Руководитель

Алексей

ГАРТ: Алексей, почему Вы приняли решение заняться цифровой печатью?

А. В.: Я пять лет занимался рекламой, и оперативной печати — и цифровой, и Имея этот опыт, мы решили сделать 10 тыс. односторонних листов А3.

дизайн»?

А. В.: «Союз дизайн» — рекламное

Благодаря этому мы можем держать самые высокие цены на рынке. Клиенты знают, что их заказ в другой типографии может оказаться дешевле, но они доверяют нам, и это доверие нельзя обмануть. Стоит допустить ошибку на одном тираже, и заказчик может уйти к конкуренту. Мы за эти четыре месяца напечатали более 400 заказов, и ни у одного заказчика не было

все эти годы мы использовали услуги офсетной, но главное — оперативной. проект с использованием оборудования для цифровой печати. После изучения московского рынка мы остановили свой выбор на Xerox DC 12, который при относительно невысокой цене отвечает требованиям, предъявляемым заказчиками. При этом он не требует печатника с опытом работы на Speedmaster — необходимы знания, связанные с допечатной подготовкой и созданием PostScript-файлов. То есть те знания, которыми обладают специалисты, работающие в рекламном агентстве. Мы приобрели это устройство и объявили о начале оказания услуг по срочной печати на выставке «Дизайн и реклама». Прошло четыре месяца, в течение каждого из которых DC 12 печатал больше

ГАРТ: Как Вам удалось получить такую загрузку? Благодаря агентству «Союз

агентство, на базе которого был создан проект 24 printservice. Мы печатаем для этого агентства много заказов, но их объем не превышает 10-15% общей загрузки. Главный источник заказов — другие рекламные агентства, с которыми «проводилась работа», есть старые личные связи. Люди знают меня и верят, что качество продукции и сроки исполнения будут соблюдены, а степень доверия для работы на рекламном рынке — одна из главных составляющих успеха.

претензий. В этом большая заслуга ис-

полнительного директора проекта Ю. Ефремова и подобранного им коллектива специалистов.

ГАРТ: Как Вам удается конкурировать с цифровыми типографиями, в которых установлены мощные ЦПМ?

А. В.: Особой конкуренции на рынке цифровой печати нет. Десять активно работающих фирм для Москвы — ничто. Я считаю, что их должно быть сто. У каждой типографии сегодня существует свой круг постоянных заказчиков, заполучить которых непросто. Серьезный заказчик сначала приезжает сам, чтобы оценить, как люди работают, на чем печатают, как получается... Посмотрев, делает для себя вывод, и после этого уже будут ездить курьеры.

ГАРТ: Насколько важно место, где находится цифровая типография?

А. В.: Очень важно. Все должно строиться на том, чтобы клиенту нравилось, как его обслуживают. Начиная с того, что типография должна находиться в центре, рядом с метро, иметь стоянку для автомобилей, сервис при входе, приветливых и доброжелательных сотрудников... Может быть, и не совсем верно, но я бы сравнил это с McDonalds. Менеджеры должны уметь разговаривать с заказчиками, особенно с непрофессионалами.

Кроме того, очень важно, чтобы клиент смог дождаться тиражной пробы, подписать ее и, может быть, подождать, когда будет готов весь тираж. Даже на DC 12 можно посередине другого тиража напечатать пробный оттиск, я уже не говорю про «большие» ЦПМ.

Передвижение по Москве всегда связано с проблемами, поэтому часто клиенту лучше подождать час-полтора, сделать несколько звонков, но увезти с собой готовый тираж, а не ждать потом нашего курьера или не присылать своего. Главная задача — чтобы клиент пришел к Вам с новым заказом и рассказал своим друзьям, как у Вас хорошо.

Я считаю, что мы не ошиблись, занявшись этим бизнесом. Это дало неоценимый опыт, на основе которого было принято решение, куда двигаться

ГАРТ: И какой путь развития выбрали? А. В.: Новый проект с цифровой печатной машиной Xerox Now!Press 2060 и всем, что необходимо вокруг. Это будет именно новый, отдельный проект с отдельными помещениями и собственным штатом из 16 сотрудников. Несмотря на то, что машина с послепечатным оборудованием легко уместилась бы на 100 м², для нашего проекта необходимы помещения в три раза больше. Концепция заключается в том, что клиенту предоставляется максимально широкий набор услуг. Инвестиции в машину составляют, кстати, всего 30% от стоимости проекта.

ГАРТ: За какое время Вы рассчитываете окупить вложенные в него средства и сколько планируете печатать в месяц? А. В.: Нами просчитаны три сценария, и, в соответствии со «средним», окупится проект через год. Печатать при этом мы будем 100-120 тыс. односто-

ГАРТ: Но это очень большая, даже рекордная загрузка для ЦПМ в Москве.

ронних листов АЗ в месяц.

А. В.: Возможно. Но мы знаем, как этой загрузки достичь. Мы хотим, чтобы к нам приходили люди, которые спокойно оставляют сто долларов в субботу в супермаркете. Мы хотим, чтобы они платили деньги за услуги цифровой печати, ведь в таких услугах — самый большой уровень прибыли. Мы планируем использовать Интернет. Впрочем, мне бы не хотелось раскрывать все секреты. Можно сказать, что многое строится на рекламной кампании — в этом у нас большой опыт. Сначала доля непрофессиональных заказчиков будет не больше 10%, но она должна быстро вырасти. На это мы и рассчитываем

ТУРИСТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО

World Business Travel

Туристическое агентство **WBT** предлагает Вам посетить крупнейшие мировые специализированные выставки по полиграфии и упаковке



Звоните нам: (095)264-97-22 (095)264-31-75

Помимо перечисленных, мы организуем поездки на другие специализированные выставки и семинары: JGAS (Токио), К (Дюссельдорф) LuxPack (Монако) и ряд других.

Если у вас есть желание попасть на какую-либо специализированную выставку, позвоните нам. или ишите информацию на

PRINT 2001

Чикаго, США, 06-13 сентября 2001 г.

Самая крупная и представительная в этом году полиграфическая выставка

Отель Essex Inn 3*, центр города (~3 км от выставки).

8 дней/7 ночей - 1620 USD.

Доплата за одноместный номер - 540 USD.

Цена включает перелет авиакомпанией AirFrance.

Внимание! Для оформления визы в США требуется время, не тяните с принятием решения

LABELEXPO EUROPE 2001

Брюссель, Бельгия, 26-29 сентября 2001 г.

Самая крупная и представительная выставка технологий и оборудования для производства этикеток, а также средств и технологий их нанесения.

Отель Ustel 3*, центр города.

7 дней/6 ночей – 585 USD, 5 дней/4 ночи – 445 USD Доплата за одноместный номер - 192/141 USD.

Авиабилет Москва-Брюссель-Москва – от 290 USD (групповой тариф).

KAYECTBO

дизайн и верстка

оперативная полиграфия

тиражи от 1 экземпляра

прием заказов и утверждение макетов по интернету

курьерская доставка

24 часа в сутки

7 дней в неделю



745 0673 745 1642 www.24print.ru info@24print.ru

В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ СУТОК

WWW.KURSIV.RU/WBT



Олег КАЗЬМИН «Московские учебники СиДи Пресс» Генеральный директор

ГАРТ: Олег, уже полтора года у Вас работает ЦПМ Xeikon DCP/32D. Как в настоящее время с загрузкой?

О. К.: Загрузка не такая высокая, как нам хотелось бы. Правда, в разгаре лето. Полтора года дали нам неоценимый опыт. Стали понятны два главных преимущества нашей типографии — супероперативность и возможность печати продукции с персонализацией.

ГАРТ: Если говорить об оперативности, то вокруг множество офсетных типографий, которые берутся за любые тиражи и предлагают сделать все за 24 часа.

О. К.: Да, но, например, тираж 500 двусторонних А4 на офсете берутся делать за 150 долл., а мы — за 190. И заказчики идут к нам, потому что знают — мы можем выполнить его за час. Понимая, что оперативность — глав-

ное преимущество, мы за эти полтора года расширили набор послепечатного оборудования. Ведь срочно требуется не только листовая продукция. У нас теперь есть все, включая бесшвейное скрепление, купили хорошую фальцевальную машину. Даже аппарат для упаковки продукции в термоусадочную пленку есть.

ГАРТ: А устраивает ли заказчиков качество?

О. К.: В подавляющем большинстве случаев — да. Считается, что на Хеікоп качество печати выше, чем на других цифровых машинах. Бывают, конечно, заказы со сложными плашками, но мы справляемся. Безусловно важно, какая у Вас машина, но не менее важно — кто на ней работает. Наши печатники умеют хорошо печатать и об этом заказчики знают. Часто сложные заказы привозят из других цифровых типографий, показывают, что получилось там...

ГАРТ: Что значит «уметь печатать» на цифровой машине?

О. К.: Это не как на офсетной машине. Нужны совершенно другие навыки. Наших печатников обучали специалисты поставщика — «ЯМ Интернешнл». Теперь у них еще и большой опыт работы. Кроме того, чтобы понимать, что происходит в машине, необходимо

> быть специалистами и по допечатной подготовке. Бывает, заказчики прифайлы, сделанные так, что приходится чуть ли не заново все переделывать. Несколько часов работы, а потом десять минут печати.

ГАРТ: А «Московские учебники» много дают Вам заказов?

О. К.: Доля заказов от «Московских учебников» не самая большая, но проблемы с малыми тиражами в этой типографии теперь полностью решены. Вообще, я считаю, что взаимодействие с большой типографией для нас очень выгодно. Кроме того, что мы получаем все заказы, которые там печатать нерентабельно, мы и сами можем брать хороших заказчиков на комплексное обслуживание. Например, мы печатаем много продукции для организаторов культурно-массовых мероприятий. Кроме продукции, которая печатается на ЦПМ, им требуются афиши, которые печатаются на машинах большого формата.

ГАРТ: Как меняются обычные заказчики от того, что знакомятся с возможностями цифровой печати?

О. К.: Они меняются, но я бы не сказал, что от этого становится лучше. Заказчики поняли теперь, что можно делать все очень быстро, поэтому приезжают с заказом буквально за два часа до начала мероприятия.

ГАРТ: А как с печатью персонализованной продукции?

О. К.: Мы печатаем ее достаточно много. Это различные приглашения и грамоты, дипломы и др. Умеем это делать и хотели бы печатать больше, ведь наша машина для этого предназначена. Когда мы были в прошлом году на Drupa, возможности машин там демонстрировались на продукции с «серьезной» полноцветной персонализацией, с использованием переменных изображений. У нас такая продукция пока не востребована, по крайней мере, наши заказчики пока этими возможностями не пользуются. Вся персонализация в основном примитивная.

Стопроцентное использование возможностей нашей машины — печать высококачественных билетов для зрелищных мероприятий. Создав однажды базу данных для большого зала или стадиона, можем очень быстро, буквально за несколько часов, произвести тысячи билетов. Технология, которая используется сейчас – печать подложек

«ЦИФРОВЫЕ» ПЕЧАТНИКИ

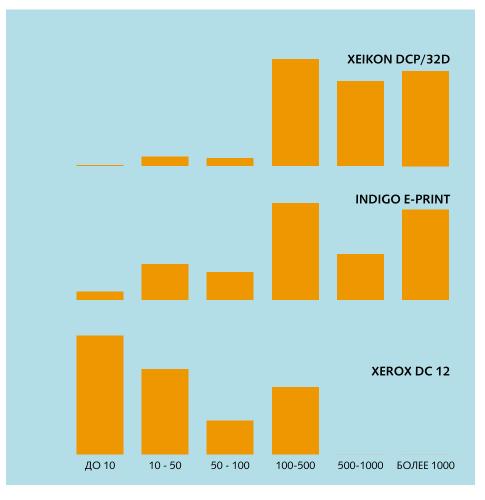


на офсете и впечатывание затем на лазерном принтере — во много раз медленнее. Но чтобы печатать билеты, необходимо иметь лицензию. Раньше ее выдавал один орган, теперь должен выдавать другой, но на сегодня один уже не выдает, а другой еще не делает этого.

ГАРТ: А что Вы можете сказать о конкуренции на московском рынке?

О. К.: В Москве есть несколько цифровых типографий, и я считаю, что конкурировать они должны сотрудничая, ведь рынок цифровой печати должен развиваться, клиентов должно становиться больше, а согласованные действия типографий будут этому способствовать.

На приведенных справа диаграммах демонстрируется распределение отпечатанных листов по тиражам для трех типов оборудования. Фактические данные предоставлены типографиями-владельцами машин



КОНВЕРТЫ сделано в россии



<u>ПОЗВОНИТЕ</u>

279-4402, 279-6888 279-3995, 279-3957 279-5543, 279-1790

Конверты стандартных размеров

Конверты с окном

Конверты с отрывной лентой (самоклей)

Конверты с печатью логотипов

Полноцветные фирменные конверты



ОАО "МОСКОВСКАЯ ТИПОГРАФИЯ №11"

КТО всегда ПРАВ?Заказчик!

ОН хочет КОНГРЕВ

ГРАВИРОВАЛЬНО-ФРЕЗЕРНЫЕ СТАНКИ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ КЛИШЕ И ШТАМПОВ

Более 30 моделей:

• Alfa • Epsilon • Beta • Gamma • Delta Подробнее см. <u>www.ciellecnc.com/eng</u>

Дополнительные опции:

- 3D лазерное сканирование
- гравировка на валах
- гравировка на криволинейных поверхностях

Наши партнеры и клиенты:

- HEIDELBERG Москва
- DELCAM Mосква
- СОФРИНО Софрино
- СТЕЗЯ Йошкар-Ола
- ПОЛИГРАФИСТ Ханты-Мансийск • ВОЕНЗНАК Мытищи
- ОМЕГА ТЕГИ Тбилиси и др.

Специальная оснастка, программное обеспечение, режущий инструмент



Москва, 113105, Варшавское шоссе, 33 Тел.: (095)363-6790, 795-3990, факс: (095) 958-4990, E-mail:mail@ler.ru http://www.ler.ru





Михаил ЗАЙЦЕВ «Парк Принт»

ГАРТ: Михаил, этот номер ГАРТ посвящен цифровой печати. Как Вы оцениваете ее перспективы на рекламном

М. 3.: Прошлогодняя Drupa показала, что Xerox намерен активно предлагать оборудование для цифровой печати полиграфическим предприятиям. В этой ситуации Heidelberg, видимо, в стороне не может оставаться.

Тем не менее, я считаю, что на российском рекламном рынке возможности цифровой печати не будут востребованы в больших объемах еще долго.

Правда, рынок непрерывно изменяется, и если четыре года назад, выбирая оборудование для «Парк Принт», мы исходили из одних экономических данных, то сегодня считали бы все совсем по-другому. Интересно, что поставщики оборудования тоже стали предлагать потенциальным покупателям другие, не такие оптимистичные, как раньше, модели для расчетов.

Несмотря на изменение ситуации, я считаю, что и по сей день выбранный нами для «Парк Принт» комплект оборудования является оптимальным для формата А3. Он включает Heidelberg Speedmaster 52-5, Quickmaster QM46 DI и Quickmaster QM46-2.

Мы, правда, за эти годы выросли, и заказы наших постоянных клиентов требуют «большего». Но мы пришли к этому, только проработав несколько лет.

flexoplus.ru сайт, посвященный

заходите!

флексографии.

конференция.

ГАРТ: Что следует изменить?

М. 3.: Не стоит задача что-то во что бы то ни стало изменить, но если придет реальный покупатель на Quickmaster QM46 DI, то я его продам. Мы около года назад об этом объявили, и за это время приходили трое покупателей, которым все очень понравилось, но денег у них, видимо, не было.

ГАРТ: А сами Вы его совсем не используете?

М. 3.: Мы его используем постоянно. Вот простой пример, когда DI прекрасно демонстрирует свои возможности. Сегодня приходит клиент и заказывает буклет: 32 полосы, тираж 1500 экз. Первые 10 экз. он хочет получить

32 полосы — это 16 приладок, каждая минимум по часу. Учитывая все остальное, получаются как раз сутки. Заказчики чаще всего приносят файлы, то есть требуется еще и допечатная подготовка. Наши печатники могут прилаживаться на Speedmaster почти так же быстро, как и на DI. Но если печатать заказ на Speedmaster, то практически в течение суток будут заняты четыре наших специалиста, а на DI — только два, да и то специалист по допечатной подготовке через несколько часов может идти домой. Для такого заказа DI — идеальная машина, проблема в том, что у нас такой заказ возникает раз в месяц.

ГАРТ: А если продадите DI, то что ку-

М. 3.: Мы предполагаем купить полуформатную машину. Видимо, Speedmaster 74, причем двухкрасочный. Не самые большие инвестиции, но существенное расширение возможностей для нашей типографии.

ГАРТ: В Москве расстояние от одной типографии со Speedmaster до другой составляет подчас несколько сот метров. Как Вам удается конкурировать на

М. 3.: Я считаю, что для того, чтобы достичь успеха, надо просто хорошо и много работать. Мы так и делаем — и всегда стараемся быть лучшими.

«Парк Принт» печатает разнообразную рекламно-коммерческую продукцию, клиенты у нас достаточно избалованные, «сдаются» в печать в самый последний момент, и им все нужно вчера. Поэтому мы — салон оперативной, очень оперативной полиграфии, но не для людей, приходящих с улицы, а для профессионалов, работающих на рекламном рынке.

Кроме того, что мы печатаем сами, часть нашего оборота составляют заказы, которые мы размещаем в других типографиях. Рекламные агентства, как правило, не интересует технологический процесс. Главное, чтобы все было выполнено качественно и в срок.

ИНТЕРВЬЮ

Рынок рекламной продукции в Москве находится в таком состоянии, когда любой клиент требует, чтобы каждый его заказ был выполнен как высокохудожественный, с таким качеством, чтобы никто не смог ни к чему придраться. Именно поэтому многие работы не для DI и не для ЦПМ. На Западе этот этап давно прошел, и для «бытовых» работ существует среднее качество исполнения, для которого DI прекрасно подходит.

В Европе очень много успешных установок DI. Возможно, московский рынок изменится, но когда это произойдет — неизвестно.

ГАРТ: Говорят, что в этом году все очень хорошо с заказами?

М. 3.: Я этого тоже не отрицаю. В этом году, в отличие от предыдущих, у нас хорошая, абсолютно ровная загрузка — как началась с января, так и не снижается. Есть даже проблема с тем, чтобы отпустить сотрудника в отпуск. Но это не говорит о том, что загрузка у нас 100-процентная. Мы могли бы печатать больше. Я, кстати, не знаю в Москве ни одной типографии, работающей на рекламном рынке, которая имела бы 100-процентную загрузку. Поэтому у нас есть над чем работать.

ГАРТ: Как Вы относитесь к тому, что в Москве как грибы растут типографии, специализирующиеся на цифровой печати? Не задумывались о приобретении ЦПМ для «Парк Принт»?

М. 3.: Конечно мы имеем это в виду и следим за развитием технологии, но рынка цифровой печати пока нет, а мы не готовы прикладывать усилия для его создания, поэтому ЦПМ пока покупать

Мне кажется, на сегодняшний день цифровые печатные машины необходимы в больших офисных и бизнесцентрах, как, например, в гостинице «Рэдиссон-Славянская». Там живут богатые иностранцы, приехавшие в Россию по делам, и им необходимы такие услуги по печати и цветному копиро-

Для нас это другой, незнакомый рынок и другая экономика. Чтобы начать нормально работать на новом рынке, типографии требуется два-три года. После этого заказчики уже приходят сами, а инфраструктура из затратной части бизнеса становится источником дохода.

Вторые полиграфические

В самом начале августа прошло ставшее за многие годы традиционным мероприятие, известное под названием «Корабль ХГС». Заключается оно в том, что около двухсот полиграфистов поднимаются в Москве на корабль, «идут» на нем до какого-нибудь города, а потом снова возвращаются в Москву. Продолжается плавание три дня. В этот раз конечной точкой стал полиграфический город Тверь.

К нашему удивлению, официальная часть поездки была очень короткой и состояла из нескольких сообщений, после чего мероприятие превратилось просто во встречу друзей.

Одним из самых интересных пунктов программы были полиграфические игры, которые проводились уже во второй раз. Пять сборных команд отвечали на достаточно сложные вопросы, связанные с полиграфией. К финалу пришли только три команды, которые и разыграли между собой призы. Первое место досталось сборной, состоявшей из представителей типографии «Альфа дизайн», группы компаний «Регент» и др. Все команды-финалисты получили «весомые» призы в виде наборов для пикника. Эти наборы оказались очень кстати и были уничтожены общими усилиями во время очередной остановки.

КРАСАВЕЦ ТЕПЛОХОД

ОФИЦИАЛЬНАЯ ЧАСТЬ БЫЛА ОЧЕНЬ КОРОТКОЙ

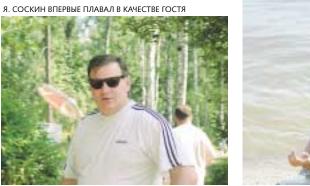


ШОУ ВЕЛ А НОВОЖИЛОВ



ВЕСОМЫЕ ПРИЗЫ УНИЧТОЖАЛИ ВМЕСТЕ









І ДИЗАЙН І ПОЛИГРАФИЯ І

І СУВЕНИРЫ І СПЕЦПРОЕКТЫ І





T: (095) 450-5001, Φ: (095) 913-9850

www.alfa-design.ru





Дмитрий пиотровский продавец ЦПМ

ГАРТ: Дмитрий. Вы занимаетесь цифровыми печатными машинами уже много лет, а нам очень хотелось узнать мнение о ЦПМ именно опытного специалиста, но как-бы в неофициальной обстановке. Эта рубрика как раз под-

Д. П.: Да, если быть точным, я занимаюсь цифровой печатью шесть лет. За это время поработал в трех фирмах, где занимался и продажами, и сервисом.

ГАРТ: Что изменилось на российском рынке с тех пор, как Вы начинали заниматься ЦПМ?

Д. П.: Изменилось, прежде всего, отношение самих потенциальных заказчиков-пользователей. Их эволюцию можно условно разделить на три этапа.

Этап «оптимизма». В самом начале, на заре развития профессиональных систем цифровой печати, было много энтузиазма, не подкрепленного реальным опытом работы на рынке цифровых услуг. В результате, приобреталась новейшая техника для так называемой «оперативной» экспресс-печати. Вся работа с клиентами сводилась к рекламе скорости выполнения заказов. Интерес заказчиков стал понемногу угасать, когда выяснилось, что «оперативность» могла растянуться на несколько суток и никто не мог объяснить клиенту, за что необходимо платить такие

Этап «протрезвления». Первые обладатели ЦПМ стали задумываться, почему не все получается, и что же с этим делать? Выводы были полярными: одни стали думать над тем, как искать заказы и как работать с клиентами, другие решили, что овчинка не стоит выделки. Пессимизм вторых по поводу

перспектив цифровой печати базировался, в основном, на сравнении себестоимости офсетной печати и затрат (не только прямых) для цифровой техно-

Этап «бизнес-подхода». Среди профессионалов-полиграфистов существует мнение, что интерес к цифровой печати заметно упал. Позволю себе не согласиться с этим. Интерес есть, и многие внимательно следят за тем, что происходит на этом рынке. Просто сегодня потенциальные заказчики больше не поддаются на лозунги «оперативная печать», «короткие тиражи» и т. д. Любой проект, особенно на рынке коммерческой печати, тщательно готовится. Причем, не только с точки зрения затрат и прибыли. Ему, как правило, предшествует анализ того, откуда эти прибыль возьмется, как позиционировать себя на этом рынке. То есть, готовится полноценный бизнес-план.

То, что интерес не пропал — во многом заслуга тех «первооткрывателей», которые проявили упорство и продолжают успешно работать, создав необходимую инфраструктуру, репутацию, клиентскую базу. Многие потенциальные покупатели ЦПМ имеют необходимый опыт и понимание этого рынка. Они представляют себе, какую нишу могут занять и на какие дивиденды рассчитывать.

ГАРТ: Каковы перспективы цифровой печати в России?

Д. П.: Я оцениваю перспективы достаточно оптимистично. Хотя, с оговоркой. Рынок услуг цифровой печати, как, впрочем, и традиционной, является частью экономики и не может рассматриваться изолированно. Во многом динамика его развития будет зависеть от того, насколько стабильно будет развиваться бизнес вообще, то есть, в частности, бизнес самих заказчиков услуг. Я не случайно акцентирую внимание на слове «услуги», поскольку это ключевое понятие для цифровой печати. Бизнес, построенный на базе ЦПМ — это в меньшей степени продажа отпечатков. Цифровые технологии позволяют предлагать новые услуги, создают новые приложения, новые заказы. Если в стране все нормально с экономикой, если предприятия успешно развиваются, если в страну поступают инвестиции, то такие услуги будут востребованы и будут стоить дорого.

ГАРТ: В чем главные преимущества ЦПМ, которые Вы сегодня продаете, по сравнению с техникой конкурентов?

Д. П.: Наш подход достаточно прост и, что приятно, его разделяют многие наши заказчики. Никто из них не будет принимать решение о покупке той или иной машины только потому, что она быстро печатает или дает более равномерные плашки. Любая ЦПМ — это только инструмент, с помощью которого они планируют зарабатывать деньги.

Критерий оценки может быть только один — насколько инструмент соответствует этой задаче. Если говорить о ЦПМ, продажами которой я занимаюсь, то она пользуется большой популярностью. Мы не утверждаем, что это идеальная машина, способная делать

Серьезный заказчик анализирует целый комплекс факторов:

а) сегодня есть более-менее сложившийся (и, в то же время, динамично развивающийся) рынок малотиражной коммерческой печати, потенциал которого далеко не исчерпан;

б) есть «типовая» структура (портфель) заказов, достаточно разнообразных по своим параметрам;

в) есть возможности печатной машины (простота, гибкость, качество, производительность);

г) есть качество, которое можно или нельзя продать;

д) есть стоимость расходных материалов и эксплуатационные издержки, от которых никуда не деться, но которые нужно стараться минимизировать.

Если наш клиент мыслит такими же категориями, то мы, как правило, легко находим с ним общий язык. Немаловажным условием для построения эффективного бизнеса наших заказчиков является уровень технической поддержки, где мы чувствуем себя очень уверенно.



самые нефиктивные мероприятия

объединенные рассылки

ЗА РАССЫЛКУ

ОДНОГО ЛИСТА А4**

B KOHBEPTE GART DIRECT

ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

ПО БАЗЕ ДАННЫХ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

ЗА РАССЫЛКУ ОДНОГО ЛИСТА A4* В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует уже год. База данных постоянно обновляется и на середину мая включает 4190 персональных получателей.





ЗА ОТПРАВКУ ОДНОГО ЛИСТА

НЕ ВКЛЮЧАЕТ ЦЕНУ КОНВЕРТА

ДАННЫХ АДРЕСУ. ВЫБОРКА

НЕ МЕНЕЕ 600 АДРЕСОВ.

А4** ПО ВЫБРАННОМУ ИЗ БАЗЫ

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ VIР ПРИГЛАШЕНИЙ НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ

GART DIRECT

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15, офис 217

Телефон/факс: (095) 264 3708 (095) 264 9722

www.kursiv.ru/gart E-mail: gart@kursiv.ru

^{*} ЦЕНЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ НА ПЕРИОД МАЙ-АВГУСТ 2001 Г. КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100. СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

^{**} ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м². ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ