

Matjaž BABNIK

Konica Minolta Slovenija, d. o. o.

Letališka cesta 29, 1000 Ljubljana

T: +386 (0)1 568 05 11

M: +386 (0)31 68 33 31

F: +386 (0)1 568 05 69

E: matjaz.babnik@konicaminolta.si

www.konicaminolta.si



## Pet razlogov za tisk variabilnih vsebin

**Digitalno natisnjena stran z variabilno vsebino stane praktično enako kot tisk strani s statično vsebino.**

1

Čeprav je cena enaka, se vrednost tiskovine z variabilno vsebino bistveno poveča, ko je naslovljena in vsebinsko prilagojena določeni osebi. Ko izboljšate svoje znanje tiska variabilnih vsebin, se boste s stranko pogovarjali namesto o ceni tiskovine o dodani vrednosti. Dober dokaz so dolge vrste na sejnih, kjer obiskovalci čakajo na svoje personalizirane tiskovine (koledarje, ovitke, plakate ipd.).

2

**Tiskovine z variabilno vsebino spodbujajo večji in boljši odziv prejemnikov.**

Dokazano je, da je pozornost ljudi na tiskovine z variabilno in personalizirano vsebino bistveno večja v primerjavi s tiskovinami s statično vsebino. Rezultat je večji odziv prejemnikov tovrstnih tiskovin. Raziskave pa kažejo, da je še večji, če prejemniku ponudimo možnost nadaljnjih interaktivnih korakov (na primer obrazec za dogovor).

3

**Ob uporabi sporočil z variabilno vsebino se krepi zaupanje in odnos s stranko.**

Osnova dobrega poslovanja je zaupen odnos s stranko. Variabilne vsebine v svojem bistvu spodbujajo razvoj bolj osebnega odnosa, saj se navezuje na sistemski opis vaše stranke. Najboljši primer je pošiljanje letakov, pri čemer lahko vsak letak personaliziramo glede na individualne interese prejemnikov, ki jih najdemo v bazi strank sistema.

4

**Tisk variabilnih vsebin je pomemben del marketinških akcij, ki potekajo po več medijskih kanalih.**

Komunikacija s strankami se vse bolj seli v digitalni svet (e-pošta, ponujanje vsebin po pametnih telefonih ipd.). Kljub temu je za direktni marketing še vedno bistven tisk varia-

bilnih vsebin. Pomembno je, da letak fizično pride do naslovnika, da je zaradi vsebine čustveno privlačen, poleg tega pa lahko vsebino s QR-kodami in personaliziranimi URL-stranmi (PURL) naredimo interaktivno in s tem še povečamo dodano vrednost letaka.

**Uspešne kampanje z variabilno vsebino vodijo do večjega zadovoljstva strank in povratnega posla.**

5

Ponudniki tiskovin, ki so uspešni v ponudbi variabilnih storitev, zanesljivo investirajo v dolgotrajno poslovno sodelovanje s svojimi strankami. Ko vam stranka za potrebe tiska, na primer letaka, z variabilno vsebino pošlje kopijo svoje baze strank, vas je v bistvu priznala kot zaupanja vrednega partnerja. Ko ste tako globoko vključeni v procese svoje stranke, vas težko nadomesti kakršna koli konkurenca.

**Kakšne rešitve z variabilno vsebino lahko ponudite?**

Ponudba je tako široka, da vam ne bo zmanjkalo domišljije za uresničitev zahtev strank. Kot ponudniku vam bo v veliko pomoč, če za potrebe predstavitve razvijete nekaj privlačnih variabilnih aplikacij, ki jasno prikazujejo vaše zmogljivosti pri obvladovanju variabilnih vsebin, hkrati pa tudi pokažejo možnosti uporabe. Dobra marketinška poteza je tudi razpošiljanje vzorčnih tiskovin z logotipom strankinega podjetja, ki prikazujejo različne možnosti uporabe variabilnih vsebin.

**Možnosti variabilnih produktov glede na izvedbo**

➤ **Številčenje**

Osnova dokumenta je lahko fiksna, torej iz statične vsebine, variabilno je lahko le določeno zaporedje števil oziroma numeraci-

ja. Ta raven variabilne vsebine je primerna za izdelavo na primer kuponov, vstopnic za različne dogodke in podobno. Rezultat je tiskovina, sestavljena iz predloge in zaporedja unikatnih števil iz baze podatkov.

➤ **Različica**

Osnova dokumenta je fiksna, razen določenih delov ali odstavkov besedila. Ta raven variabilne vsebine je primerna, kadar naslavljamo različne ciljne skupine na podlagi lokacije, spola, starosti in podobno. Rezultat je tiskovina iz predloge, dopolnjena z variabilno vsebino na podlagi meril, ki smo jih določili.

➤ **Personalizacija**

Pri pripravi personaliziranih tiskovin je osnova stilsko predloga. Ta vsebuje določene variabilne označbe in z njimi povezana pravila, ki jih dinamično povezujejo s podatki v bazi. Ta raven variabilne vsebine je primerna za nagovarjanje točno določenih oseb. Rezultat je stilsko poenotena tiskovina iz variabilnih označb, ki so zamenjane z referenčnimi podatki baze klientov.

➤ **Vizualizacija**

Pri sestavi vizualizirane tiskovine je po navadi osnova tudi personalizirana stilsko predloga. Ta vsebuje eno ali več slikovnih variabilnih označb, ki se dinamično povezujejo z naborom slik (fotografij) v bazi. Ta raven variabilne vsebine je primerna za nagovarjanje točno določenih oseb s poudarjenim vizualizacijskim sporočilom.

➤ **Personalizirana slika**

Pri sestavi personalizirane slike je osnova vizualizirana predloga s slikovno/besedilno variabilno označbo. Z drugimi besedami ima na primer fotografija plaže definirano

Giving Shape to Ideas

# VSEBIN

*Personalizacija in individualizacija tiskovin še vedno raste. To velja zlasti za naš trg, ki tega segmenta še ni osvojil toliko, kot so ga drugod po Evropi. Če želite povečati odziv strank, se jim je treba približati individualno in z ustrežno vsebino. Vaše možnosti kot dobavitelja tiskovin vam dajejo priložnost, da s ponudbo tiska variabilnih vsebin razširite svoj posel.*

besedilno variabilno označbo, ki je upodobljena z motivom peska. Variabilno besedilo (npr. ime stranke) postane enotni del slike, dejansko kot vpisan element v pesek ob zajemu slike.

## Kako začeti s ponudbo variabilnih vsebin?

Največ dobaviteljev tiskovin najprej ponudi storitev tiska variabilnih vsebin obstoječim strankam. Kljub temu pogosto to ni jamstvo za uspešno sklenjen posel, če se ne držimo nekaterih preprostih pravil:

- Osredotočite se na podatke v bazi. Zanimivo je videti, kaj pomeni prejemniku njegovo ime, upodobljeno personalizirano, slika priljubljene mesta ali barve. Predvsem je pri teh občutljivih variabilnih vsebinah najbolj pomembno, da so podatki točni. Poskusite to razrešiti s svojimi potencialnimi naslovniki vnaprej, če za to nimate časa ali ne zmorete natančno določiti, se držite pravila »več je manj«.
- Osredotočite se na dizajn. Zavedajte se, da je stranka tista, ki se odloči za končni dizajn, zato je pametno imeti na zalogi več predlog, ki jih lahko ponudimo. Pri tem lahko izkoristite tudi morebitno poznavanje svojih strank iz preteklosti. Nekateri se bodo odločili na primer za enostaven tekstovni, drugi za vizualno pestrejši dizajn s fotografijami in barvami.
- Osredotočite se na kakovost. Tisk



variabilnih vsebin zahteva povsem drugačen pristop kot tisk klasičnih. V bistvu celotnemu procesu tiska dodamo dodatno dimenzijo. Vsaka natisnjena stran je lahko drugačna, kar pomeni, da se poveča ne le njena vrednost, temveč tudi zasebnost in ponovljivost. Če je potreben variabilni ponatis le dela naročila, morate biti izjemno natančni in paziti, da ne pride do podvajanja ali manka, saj to lahko zelo negativno vpliva na ugled vaših strank.

- Uporabite prava orodja. Programске rešitve v naši ponudbi vsebujejo širok nabor orodij za manipulacijo z variabilnimi vsebinami. Večina vam bo pomagala optimizirati delovne procese, vseeno pa se je pametno prepričati, ali programi podpirajo vsaj tisk izhodnih formatov, kot na primer optimiziran PDF, PPML, PDF-VT.
- Ostanite korak pred konkurenco, pa tudi pred svojimi strankami. Ko bodo izkusile večji odziv svojih personaliziranih trženjskih kampanj, bodite pripravljeni s ponudbo novih inovativnih aplikativnih primerov, ki jim bodo dodatno zagotavljale poslovno

rast. Končno bodo lahko naročila in variabilne vsebine postali tako kompleksni, da boste prešli navadno fazo naročnik-izvajalec in bosta oba sodelovala pri nastanku še atraktivnejše tiskovine/kampanje. Vzpostavili boste pravi partnerski odnos!

## Sklep

Pametno je začeti z majhnimi naročili obstoječih strank. Po primerjavi odziva na denimo statične letake in na letake z variabilno vsebino se bosta lahko skupaj odločala o nadaljnjih korakih. Ko je posel z obstoječimi strankami dobro utečen, pa lahko začnete pridobivati nove, pri katerih lahko dobite naročila tako statične kot tudi variabilne narave.

Osredotočite se na KAKOVOST in ne na KOLIČINO. Zadnja pride, ko so kakovostno izvedena prva variabilna naročila.

*Če želite izvedeti več o variabilnih vsebinah ali bi radi predstavitev programske opreme, poiščite strokovnjake iz Konice Minolte Slovenija!*



## Konica Minolta prejela priznanje EDP

Podjetje Konica Minolta je spet prejelo priznanje združenja EDP za kakovostno ponudbo svojih tiskalniških rešitev.

Bizhub PRESS C1070 je prejel nagrado za najboljši tiskalnik rezanega papirja za tisk manjših naklad. V tej kategoriji je premagal konkurenčna modela:

- Xerox Colour 570 Printer
- Ricoh Pro C5110S

Konica Minolta je po prvem EDP-priznanju v letu 2007 za model bizhub PRO C6500 leta 2009 prejela priznanje še za bizhub PRO C65hc in v letu 2011 za bizhub PRO C6000. Odlej so odlikovani še barvni tiskalniki serije PRESS.

Več informacij na [www.konicaminolta.si](http://www.konicaminolta.si).

Certifikat EDP za model tiskalnika bizhub PRESS C1070.