

Szacowana wartość obrotów polskiej branży poligraficznej w 2012 roku wyniesie 10,9 mld zł. Za konsekwentny wzrost wartości sektora w coraz większym stopniu odpowiada powiększająca się aktywność biznesowa w Internecie, która staje się dla wielu drukarni ważnym uzupełnieniem tradycyjnego sposobu pozyskiwania zleceń. Dzięki przeniesieniu działalności akwizycyjnej do sieci, firmy drukarskie usprawniają komunikację z odbiorcami swoich usług i wkraczają na nowe rynki, pozyskując kolejnych klientów - także poza granicami kraju.

Technologia web-to-print, definitywnie wprowadziła branżę poligraficzną w erę informatyzacji. Polskie drukarnie coraz liczniej uruchamiają własne platformy internetowe, by umożliwić klientom sprawne i szybkie zamawianie usług druku za pomocą tego niezwykle skutecznego i wygodnego kanału komunikacji. Klientów przyciąga zarówno skrócony czas realizacji jak i konkurencyjne ceny, co przekłada się na ich lojalność i satysfakcję oraz daje im możliwość kontroli całego procesu produkcji poprzez wgląd i możliwość dokonywania bieżących zmian w swoim projekcie.

„Podstawową zaletą tego typu rozwiązań jest dla zleceniodawcy usług poligraficznych prostota i komfort. Klient tak naprawdę bez wychodzenia z domu może złożyć swoje zlecenie i kontrolować przebieg jego wykonania – mówi Mariusz Sosnowski, Prezes Zarządu Spółki INFOSYSTEMS, która oferuje własną profesjonalną platformę internetową. – Web-to-print to milowy krok w kierunku nowej jakości obsługi klienta i jeśli firma chce utrzymać się na rynku i dorównać konkurencji, nie może unikać usług on-line“. Dlatego też polskie przedsiębiorstwa poligraficzne nie tracą czasu i coraz więcej z nich, chcąc pozyskać rzesze nowych klientów, wprowadza rozwiązania web-to-print, co wydatnie skraca dystans pomiędzy drukarnią a odbiorcą jej usług i zachęca w ten sposób do rozwijania i umacniania współpracy. Dotyczy to także zagranicznych zleceniodawców. Już dziś dokładnie połowa polskich podmiotów działających w branży poligraficznej ma swoich klientów na rynkach zagranicznych a eksport usług w tej branży może stać się wkrótce głównym źródłem zysków.

Cechą charakterystyczną sektora poligraficznego w Polsce jest przewaga małych i średnich przedsiębiorstw, które w sumie dają zatrudnienie 43 tysiącom ludzi. Dzięki tak dużej aktywności firm specjalizujących się w przemyśle drukarskim zajmujemy pod tym względem w UE miejsce w pierwszej dziesiątce, zaś pomimo oznak kryzysu finansowego, ponad połowa firm poligraficznych ocenia obecnie swoją sytuację jako dobrą lub bardzo dobrą. Duża w tym zasługa otwartego podejścia przedsiębiorców z branży poligraficznej do innowacji i gotowości inwestowania w najnowsze technologie.

Okragłe 2 miliardy osób na świecie, 377 mln w Europie, a 17 mln w Polsce – tyle wynosi aktualna liczba aktywnych internautów. Według najnowszego raportu IAB Polska, z sieci korzysta dziś co trzeci człowiek na Ziemi. Jak widać, polskie firmy poligraficzne nie zachowują obojętności względem tych statystyk i starają się nie pozostawać w tyle za szybkim postępem technicznym.

Baddog PR