

Tenere sotto controllo i costi delle attività di marketing grazie a una "Stampa Intelligente"

Lacchiarella, Febbraio 2010 – Sussistono concrete possibilità che l'attuale e pesante crisi finanziaria possa comportare cambiamenti senza precedenti in tutti i settori economici, dallo stato all'industria. Le azioni conseguenti consistono in tagli sui costi ovunque sia possibile e nella ricerca delle soluzioni per ottenere i massimi ritorni possibili dagli investimenti.

Il paradosso è che le attività di marketing e i mezzi di comunicazione sono sempre il primo e più facile oggetto di questi tagli, senza tenere in considerazione che sono proprio questi i momenti in cui diventa più importante presentare nel modo migliore possibile il proprio messaggio. Come fare a soddisfare entrambe le necessità?

Un primo passo importante è quello di analizzare con attenzione i costi di stampa, per scoprire se è possibile ottenere risparmi svolgendo in azienda almeno parte dei lavori di stampa normalmente dati in outsourcing, chiaramente mantenendo la qualità professionale dei risultati.

Questa potrebbe sembrare una scelta senza grandi ripercussioni sui costi globali e gli sforzi per realizzare i cambiamenti potrebbero sembrare non giustificati in rapporto ai risparmi raggiungibili. Una recente ricerca, svolta dal Centre for Economics and Business Research (cebr), dimostra al contrario che una stampa intelligente può far ottenere reali vantaggi sui costi d'esercizio delle aziende e persino ottenere conseguenze positive sullo stato dell'economia nazionale.

17.918 milioni di Euro

cebr è uno fra i più noti enti indipendenti di ricerche economiche e finanziarie, con numerose e importanti attività di analisi e previsione al proprio attivo. Nel suo studio *Smarter Print Management – controlling costs and environmental impacts* (gestione più intelligente della stampa – controllo dei costi e impatti sull'ambiente) analizza la situazione di 23 paesi dell'area EMEA.

Il risultato sorprendente è che la spesa annuale per la stampa, sostenuta dalle aziende italiane, si aggira intorno ai 17.918 milioni di Euro, una cifra equivalente al PIL di paesi con una fiorente economia come l'Irlanda. cebr stima che con una gestione più intelligente della stampa in Italia si possano risparmiare fino a 1.680 milioni di Euro l'anno.

Un altro dato interessante: Il Gruppo Gartner, importante ente indipendente internazionale di analisi economiche, ha recentemente concluso che per le *Open up your dreams*

imprese che hanno deciso per una nuova gestione dei servizi di stampa, svolgendo in azienda parte dei lavori precedentemente dati in outsourcing, si attendono riduzioni sui costi attorno al 20% l'anno.

Questi numeri (basati su affidabili previsioni economiche) sono impressionanti. Ma come ottenere tali benefici senza scendere a compromessi con la visibilità del marchio e la qualità delle azioni di marketing?

La soluzione consiste in un'analisi di gestione della stampa e in particolare dei criteri utilizzati per decidere se dare in outsourcing tali lavori. Nel caso specifico delle comunicazioni marketing ciò potrebbe consistere nel cambiamento di abitudini radicate/obsolete adottando le innovative tecnologie offerte dal mercato.

Qualità senza compromessi

Un aspetto molto importante riguarda la qualità e i suoi effetti sulla percezione del valore del marchio aziendale. E' opinione diffusa che affidarsi a un fornitore esterno significhi avere stampe di buona qualità, accurata riproduzione dei colori e disponibilità di un'ampia gamma di supporti di stampa fra i quali scegliere quello più adatto allo scopo, ad esempio la stampa su carta lucida per le brochure.

La realtà è che le stampanti professionali come i prodotti OKI Printing Solutions, offrono all'utente tutti i controlli necessari: alta risoluzione, gestione del colore e possibilità di gestire un'ampia gamma di supporti di stampa. Oltre a questo, occorre inoltre considerare il grandissimo vantaggio di avere tutto sotto controllo tramite il proprio computer.

Dove sono i risparmi? La risposta è che si può stampare ciò che si vuole, quando si vuole. Non occorre più ordinare grandi quantità di stampati per poi doverli immagazzinare. Non più sprechi dovuti a necessità di modifiche dei contenuti dei documenti ed essere perciò costretti a mandare al macero grandi quantità di brochure ormai obsolete.

E' significativo considerare un esempio classico: la carta intestata. Per creare una lettera non è necessario stampare due volte, una prima volta logo e indirizzo aziendale su fogli bianchi, una seconda volta il testo sulla carta intestata precedentemente prodotta. Una stampante di alta qualità, condivisa in rete, è perfettamente capace di stampare tutto in un'unica soluzione.

La carta intestata prestampata è un costo inutile, oltretutto deve essere immagazzinata e distribuita in tutta l'azienda. Molti hanno sperimentato la necessità di modificare alcune sue parti per diversi motivi: una nuova affiliazione, un aggiornamento dell'indirizzo o una modifica del marchio aziendale. Queste situazioni comportano purtroppo il dover mandare al macero grandi quantità di carta. Una valida soluzione è quella di modificare semplicemente il modello

elettronico della carta intestata per poi stampare contemporaneamente sia le parti comuni (logo, indirizzi dell'azienda, ecc.) che il testo del documento.

Occorre considerare che i costi e le attività di magazzinaggio citate in precedenza devono essere moltiplicati per molti altri materiali di cancelleria, quali brochure, datasheet e altra documentazione di supporto. Se ad esempio cambiano le specifiche di prodotto bisogna ristampare i datasheet e/o le brochure ed eliminare i documenti ormai obsoleti.

Nel corso degli anni le modalità di utilizzo di brochure e datasheet sono completamente cambiate. Dieci anni fa, nel caso di un possibile cliente interessato a un prodotto, il venditore metteva la documentazione in una busta e la inviava per posta. Oggi tali informazioni devono essere disponibili online e brochure/datasheet devono poter essere stampati dall'utente.

Ha senso dunque risparmiare sui costi di stampa di grandi volumi di brochure che non verranno mai utilizzate e che potrebbero finire al macero. Per le reali esigenze (ad esempio un certo numero di copie per la forza vendita o ridotte quantità di documenti per le manifestazioni fieristiche) conviene sicuramente affidarsi alla stampa in azienda, considerando fra l'altro il grande vantaggio di avere sempre disponibili in questo modo le versioni aggiornate dei documenti.

Nell'attuale situazione economica è assolutamente importante agire con azioni di business vincenti e "giocate d'anticipo". La stampa in azienda consente di operare nel mercato con interventi veloci e convenienti, creando attività di Direct Email, ad esempio inviando tempestivamente i propri voucher quando un concorrente ha in corso una promozione. Più personalizzate, mirate e veloci saranno tali attività di mailing, migliori saranno i risultati.

Con l'avanzata tecnologia di stampa in azienda, attualmente disponibile sul mercato, si ha la possibilità di produrre questi e molti altri tipi di documenti. Si possono inviare tempestivamente ai clienti proposte, svolgere attività di marketing più mirate e veloci e mantenere i contatti con i clienti.

Riduzione dell'impatto ambientale

La stampa in azienda e la possibilità di produrre documenti in base alle reali necessità fruttano anche benefici effetti sull'ambiente. Oltre a un minore consumo delle materie prime, stampare i documenti nel posto/sede ove sono necessari elimina inutili costi di trasporto.

cebr stima che attuando tutti i cambiamenti consigliati si otterrebbe in Italia una riduzione delle emissioni di CO₂ pari a circa 110.000 tonnellate l'anno, una quantità equivalente alle emissioni inquinanti prodotte da oltre 30.000 auto.

Al giorno d'oggi è essenziale per le imprese svolgere una politica attenta all'ambiente, considerando anche che i contractor più importanti analizzano persino tali aspetti prima ancora di accettare un fornitore. E le migliori soluzioni di stampa offrono vantaggi anche in questi termini.

Le società che vogliono sopravvivere nell'attuale realtà economica devono affrontare sacrifici con tagli sui costi. Ma questo non può e non deve influire sull'eccellenza percepita sul mercato di prodotti e servizi.

In conclusione la disponibilità di materiale stampato di alta qualità, da presentazioni aziendali a brochure, a lettere e fatture è una necessità. Svolgere in azienda la maggiore quantità possibile di lavori di stampa, fruire dei vantaggi forniti dalle stampanti più moderne e dall'innovativa tecnologia per la gestione della stampa, come i prodotti offerti da OKI Printing Solutions, permette concreti risparmi e dà la possibilità di dare all'esterno un'immagine di azienda "amica dell'ambiente" dunque i clienti vedranno l'azienda sotto una luce migliore.