

envíen

MAILING. BILLING. MANIPULADOS. GESTION DOCUMENTAL

Nº 20 ● Febrero - Marzo 2012



TRANSFORMACION DEL NEGOCIO

**Ser otra empresa
sin dejar de ser PSP**

EXPLORE LAS OPORTUNIDADES MÁS AMPLIAS

FESPA¹² DIGITAL 2012
Barcelona
21-24 February 2012



Explore las oportunidades más amplias en FESPA Digital 2012.

Los negocios son un viaje y merece la pena estar preparado. Una visita a FESPA Digital 2012 le ayudará a planear su camino hacia el futuro, pues contará con 400 expositores a mano para mostrarle cómo sus innovaciones pueden acelerar su progreso. Pero los viajes más gratificantes son los que le llevan a uno en direcciones inesperadas y conducen a experiencias y lugares nuevos. Explore las oportunidades más amplias disponibles para su negocio en FESPA Digital 2012, que se celebrará en Barcelona del 21 al 24 de febrero de 2012. ¿Quién sabe adónde podría llevarle?

INSCRÍBASE AHORA EN WWW.FESPADIGITAL.COM

Corporate Sponsor



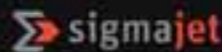
Platinum Sponsor



Platinum Sponsor



Platinum Sponsor



Digital Textile Sponsor



Global Technology Partner



Director
FERNANDO SANZ PASCUAL
fsanz@alborum.es

Publicidad
FRANCISCO GONZALEZ ECHEVERRIA

Suscripciones y Administración
ISABEL SANZ AGUILERA

Dr. Esquerdo, 105
28007 Madrid.
Telf.: 91 309 65 20.
Fax : 91 309 65 21.
envien@alborum.es



Edita
ALBORUM, S.L.
Dr. Esquerdo, 105.
Telf.: 91 309 65 20.
Fax : 91 309 65 21.
28007 Madrid.
www.alborum.es

Impresión
RIVADENEYRA, S.A.

Depósito Legal
M-17608-2008

• **MBM envien** no se hace responsable de las opiniones de sus colaboradores, siendo ellos los últimos responsables de éstas.

• Los contenidos de esta publicación no podrán ser reproducidos en ningún tipo de soporte, ni en su totalidad o en parte, sin la autorización escrita del editor.

Sumario

Nº 20. FEBRERO - MARZO 2012

4-11 EMPRESAS

- 4 Kodak se reorganizará acogiéndose al capítulo 11 de la Ley de Quiebras de EEUU
- 6 Cumbre Europea de Marketing Dinámico Jornada Técnica "EXPOenvien"
- 7 El Corte Inglés mejora su producción gráfica
- 8 El sobre tomo impulso y llegó a ser libro
- 10 - 11 Ibermail. Cuando la actividad principal decae surgen nuevas oportunidades de negocio

12-13 OPINION

- 12 - 13 ¿Cómo venden impresión digital las empresas con éxito?

15-16 G. DOCUMENTAL

- 14 Salvesen Logística automatiza la gestión de sus albaranes
- 15 Green Apple Award por la Ayuda a Oficinas Ecológicas
Ricoh incorpora Compart DocBridge Mill a sus soluciones
- 16 Imprimir con papel reciclado
Programa Océ de Optimización de Oficina

17-18 TECNICA

- 17 - 18 Transforme su negocio en un proveedor de servicios de marketing de éxito

20 EQUIPOS

- 20 **SOFTWARE**. DocBridge FileCab incorpora innovaciones
- HARDWARE** Personalización y mailing de tarjetas

21-23 DIRECTORIO

Unipost

Premio a la integración laboral

Unipost, operador privado del sector postal español, ha recibido el Premio a la Empresa Inclusiva por las acciones desarrolladas en materia de responsabilidad social empresarial durante 2011. El galardón distingue a aquellas compañías que potencian la integración laboral de personas en riesgo de exclusión social o discapacitadas.

La compañía mantiene convenios de colaboración con la Fundación Once y otras entidades con el objetivo de que los trabajadores con discapacidad representen más del 2% de su plantilla. Además, acoge a personas con discapacidad en prácticas profesionales en varios centros de su red así como organiza campañas de sensibilización entre sus empleados.

Unipost colabora también con el Consejo Superior de Deportes para favorecer la integración laboral de deportistas profesionales con dificultades de acceso al empleo. Asimismo, el grupo postal cuenta con Centros Especiales de Empleo entre su red de franquicias y centros colaboradores.

Adcloud

Adcloud lleva el geotargeting al mercado de resultados

Adcloud amplía su oferta. Los compradores de espacios publicitarios online podrán dirigir sus campañas a audiencias regionales mediante geotargeting. Esta posibilidad permite introducir los mensajes publicitarios a nivel local, precisando hasta los tres primeros dígitos del código postal. De este modo, los clientes de Adcloud llegan con precisión al 98% del público objetivo definido localmente. Asimismo, pueden excluirse determinadas zonas postales, ciudades, regiones y comunidades autónomas.

Kodak se reorganizará acogiendo al capítulo 11 de la Ley de Quiebras de EEUU

Eastman Kodak Company y sus subsidiarias estadounidenses han empezado el 19 de enero de 2012 una reorganización voluntaria del negocio según el Capítulo 11 de la Ley de Quiebras de Estados Unidos, que permite a las empresas norteamericanas con problemas financieros a reorganizarse bajo la citada ley. La compañía asegura en Estados Unidos 950 millones de dólares en financiación para acometer la reorganización que la permita su transformación en una empresa rentable y sostenible.

Kodak declara que sus subsidiarias no estadounidenses no están incluidas en esta medida y continuarán operando

como hasta ahora. De este modo, estas operaciones internacionales continuarán cumpliendo con todos sus compromisos hacia sus clientes y proveedores.

"Nuestro negocio europeo no se ve afectado por la decisión tomada por Eastman Kodak Company en los Estados Unidos de adscribirse a la reorganización voluntaria del negocio según el Capítulo 11" declara Philip Cullimore, Director general en Europa. "En Europa hemos visto un cambio significativo hacia las aplicaciones de imagen business-to-business, y nos hemos centrado en la impresión. Estos negocios en Europa se están desarrollando bien y creciendo rápido".



Premio de Oro a la tecnología más innovadora

Kodak ha conseguido por tercer año consecutivo el premio a la Tecnología más innovadora de la Industria de impresión alemana, que ha recibido sobre la máquina de impresión digital con impresión de hoja alargada Kodak Nexpress SX.

Los premios están organizados por la editorial Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft. Los ganadores fueron elegidos a través de una encuesta en internet por los lectores de "Deutscher Drucker" y "Grafische Palette", dos revistas líderes en el mercado alemán, y print.de, de un total de 30 tecnologías fueron nominados por los editores de las publicaciones.



seas como seas, eres único

Tú y todos nuestros clientes, por muy diferentes que seáis, tenéis algo en común, y es que confiáis en Telemail hasta el más mínimo detalle.

Porque sabéis que en outsourcing y marketing directo, lo deseable es optimizar los recursos, dominando todo el proceso con adelantos técnicos de última generación.

servicio integral, excelencia integral

telemail

Servicios de outsourcing y marketing directo
www.telemail.es

El transpromo permite ahorrar y generar nuevos negocios

Frente al diseño fijo del modelo tradicional, el transpromo o impresión traslacional es una iniciativa de marketing directo que permite a los clientes ahorrar un 30% en costes y generar nuevo negocio, al incorporar contenidos de marketing personalizados en los documentos transaccionales habituales (informes de transacciones bancarias, extractos de cuentas, facturas, etc.)

El consumidor medio está expuesto a 3.000 mensajes diarios, frente a sólo 12 extractos que recibe mensualmente y el tiempo de lectura de estos documentos transaccionales es de entre 1 y 3 minutos. El transpromo permite incorporar mensajes personalizados en estos recibos, facturas y extractos esperados por el destinatario de forma periódica. Según un estudio realizado para Digital Printing Council la personalización mejora en más de un 50% las tasas de respuesta de campañas promocionales y el uso combinado de personalización, color y relevancia la aumenta un 550%.

Tele Mail recibió en su día el Premio Best of the Best 2010 al mejor transpromo, concurso de Xerox dirigido a sus partners que premia la calidad de la impresión, innovación, rentabilidad y ahorro de costes operativos.

Agustín Minaya, Director General de Tele Mail, indica: "el transpromo establece una nueva forma de comunicación, maximizando el potencial de la única comunicación esperada por el cliente mediante la factura o el extracto. Gracias a esta herramienta se convierte la recepción de los documentos en una experiencia de comunicación personalizada, dirigida y relevante".

Tele Mail fue pionera en España en realizar transpromo, cuando empezó a utilizar la tecnología de impresión digital full color para extractos de banca privada, desde 2008 emplea el sistema full color continuo.

- Una oportunidad única para adquirir nuevos conocimientos y ampliar el networking profesional

Jornada Técnica "EXPOenvien"

La revista Envien ha organizado la 1ª Jornada Técnica "EXPOenvien", que se celebrará el jueves, día 15 de marzo de este año 2012, un año antes de la segunda edición de feria "EXPOenvien" que tendrá lugar el próximo 2013.

El lugar de encuentro serán las instalaciones del Instituto Tecnológico y Gráfico Tajamar, situado en la calle de Pío Felipe, 12. 28038 Madrid

El programa dará comienzo a las 9:30 h y final a las 14:30 h.

Habrán ocho conferencias de media hora de duración, sobre aspectos técnicos y operativos de los productos presentados y su relación con la próxima edición de Expoenvien que se celebrará en abril del próximo año 2013. Además será una plataforma de iniciación a lo que se mostrará en la próxima Drupa de mayo de este año.

Inscripciones www.alborum.es

Cumbre Europea de Marketing Dinámico

La Cumbre Europea de Marketing Dinámico se celebró los pasados 25 y 26 de noviembre y contó entre otros con el patrocinio de Telemail. La Cumbre demostró que los proveedores de servicios de impresión y a los usuarios finales ejemplos prácticos de cómo el imprimir puede jugar un papel firme en el desarrollo de una compañía cross-media.

"La impresión es un medio VIP", dijo en su presentación Danny Mertens, de Xeikon. Es creencia que une a los vendedores de las marcas y una novedad positiva saber que las agencias de comunicación digital también han llegado a la misma conclusión: "La impresión es un nuevo valor premium", afirmó Ben Golik, de Kitcatt Nohr Digitas.

El mensaje quedó claro: Imprimir significa autoridad, te hace sentir especial, permite un tiempo de privacidad con los clientes, se integra con otros medios de comunicación de una manera muy creativa.

Pero no sólo esto. En un mundo transitorio de píxeles se está experimentando un extraño renacimiento de la



Tim Van Canneyt, Nicole Wolters Ruckert, Ivan Vandermeersch, Daniela De Pasquale, Annabelle Carton, Dietmar Huemer y Michael Hoop.



Giorgio Albertini, General Manager de Rotomail.

impresión digital, que se está convirtiendo en una plataforma que permite el paso a una personalización sencilla de mensaje verdaderamente personal.

En el otro lado, la comunicación digital no es un demonio, recoge un contenido que se puede imprimir, la recopilación de datos que se puede utilizar y permite imprimir para ser aún más interactiva. Es una oportunidad que la industria de la impresión no se puede perder.



El Corte Inglés mejora su producción gráfica

El Corte Inglés ha implementado en su departamento gráfico la aplicación de flujo de trabajo Switch 10 de Enfocus. El objetivo, minimizar la dependencia de empresas de preimpresión externas, a la vez que poder asumir dicha labor internamente, motivo por el cual buscaban la automatización de procesos y el incremento de la calidad mediante la estandarización.

Javier Rayón, del Departamento de Realización y Publicidad de El Corte Inglés, explica la decisión de



Javier Rayón
Departamento de Realización y Publicidad de El Corte Inglés

la empresa: "Con esta adquisición buscábamos la actualización y mejora de nuestro modelo productivo ya que hasta ahora funcionábamos realizando el trabajo de forma manual y subcontratando a proveedores externos. Teniendo en cuenta que editamos un gran número de materiales impresos como catálogos, folletos, revistas, cartelería, vallas, lonas, etc, estaba claro que la mejor opción era integrarlo en nuestro sistema y con Enfocus Switch 10 lo hemos logrado".

PERSONAS



Francisco Calvache Director de la división WFPS de Océ

Océ ha nombrado a Francisco Calvache nuevo director de su división Océ Wide Format Printing Systems (Sistemas de impresión de gran formato) en Iberia; compatibilizará dicha responsabilidad con su cargo anterior de director de la división Océ Digital Document Systems (Sistemas digitales de gestión documental).

En 2007 lideró el Grupo de Negocio Océ Business Services (Servicios de Externalización) que, más adelante, se convertiría en una división de la empresa. En 2008 fue nombrado director de la división Océ Digital Document Systems para Iberia.



Francisco Sánchez Montilla Fallecimiento

A primeros de enero de este año falleció Francisco Sánchez Montilla (Paco para los muchos amigos, con los que contaba dentro y fuera del sector).

Partiendo de su condición de cartero de Correos fundó en 1984 Postalsur que en 1991 pasó a llamarse Mailing Andalucía, una empresa que ha crecido desde la nada hasta convertirse en una de las mayores empresas del sector.

Una enfermedad detectada tres meses antes de su fallecimiento y llevada con entereza y sin difusión pública, solo conocida por su círculo familiar, se ha llevado al cartero, como a él le gustaba recordar.

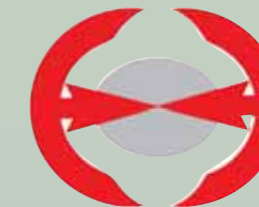


Próxima 1ª Jornada Técnica EXPOenvien

15 de Marzo de 2012

Instituto Tecnológico y Gráfico Tajamar
Calle de Pío Felipe, 12. 28038 Madrid

Una oportunidad única para adquirir nuevos conocimientos y ampliar el networking profesional.



La revista Envien ha organizado la 1ª Jornada Técnica "EXPOenvien", que se celebrará el jueves, día 15 de marzo de este año 2012, un año antes de la segunda edición de la feria "EXPOenvien".

El programa dará comienzo a las 9:30 h y finalizará a las 14:30 h.

Habrán ocho conferencias de media hora de duración, sobre aspectos técnicos y operativos de los productos presentados y su relación con la próxima edición de Expoenvien que se celebrará en abril del próximo año 2013.

INSCRIPCIONES

Registrándose en www.alborum.es enviando un e-mail con sus datos a envien@alborum.es ó al fax: 91 309 65 21

- El conocimiento de las Artes Gráficas gran parte del éxito en libros bajo demanda

El sobre tomó impulso y llegó a ser libro

El Grupo Plana, con cerca de medio siglo de vida, nació haciendo sobres de una forma artesanal, hoy ha crecido con el impulso (así se llama la última empresa: Impulso Global Solutions) de su objetivo inicial que no era otro que el de atender todo tipo de necesidad empresarial en el mundo de la comunicación gráfica.

El paso siguiente a la fabricación del sobre es el ensobrado de documentos. Este camino les llevó a crear Formularios Gráficos 85, empresa cuya actividad principal es preparar el papel para que sea posteriormente impreso con datos variables, proceso también conocido como personalización. El papel, normalmente en bobina, se preimprime y se trepa para su posterior uso.

Con la popularización de las técnicas de impresión digital les fue relativamente sencillo decidir realizar ellos mismos la personalización y el ensobrado posterior y así cerrar el ciclo completo ofreciendo a los clientes un solo interlocutor en todo el proceso de envío.

De esta forma llegaron al mercado transaccional, pero lo que les abrió un nuevo océano fue la entrada en el mercado de la impresión de libros en color y en blanco y negro, en tiradas cortas y según demanda.

Sin abandonar sus actividades anteriores, esto es, ofreciendo el mismo servicio a sus clientes tradicionales, en el último año han entrado por una parte en el ámbito de las grandes corporaciones tales como bancos y aseguradoras y, por otra parte, en el mercado editorial.

La entrada en el mundo edito-



La Océ JetStream permite hacer libros impresos en color.



rial debe su éxito en gran parte al conocimiento de Artes Gráficas (en el sentido más profesional del término) que tiene el Grupo. Esto quiere decir que conocen como se comportan todos los tipos de papel, cual es el incidencia de la ganancia de impresión, como se manejan las curvas de color en la reproducción y muchas otras características relativas al concepto tradicional de impresión. Un conocimiento que para otros supone una

revolución y que para ellos es una forma consustancial de trabajo.

Con tiradas cortas, desde un ejemplar hasta el número que marque el pedido, su especialidad en libros bajo demanda es publicaciones técnicas, de formación, científicas, médicas y humanísticas.

El proceso de producción comienza con la preparación de los documentos, normalmente PDF's, su posterior impresión digital (suele hacerse en una Océ JetStream)

y pasar a un sistema de corte y acumulación de Hunkeler. Las cubiertas se producen en una HP Indigo 5500 o una máquina de hoja cortada de Océ de menor velocidad, para junto con el taco anteriormente obtenido por la cortadora de Hunkeler, introducirse en una máquina de encuadernación Horizon de cola PUR, y llevarlos posteriormente a una cortadora trilateral del mismo fabricante para su esquadre y terminación del producto.

NOVEDAD

EasyBinder 300 / 450 PUR

Encuadernadora de cola PUR (poliuretano) y EVA (Hot Melt)

Sistema propio y patentado de gran sencillez, inmediata limpieza y ajustes automáticos.



- Limpieza en menos de un minuto, sin pérdida de cola.
- Posibilidad de puesta en marcha para hacer un solo libro, con un coste inapreciable de cola.
- Sistema de aplicación de cola PUR de tanque cerrado sin olores (Patentado)
- Anulación inmediata del fresado y microfresado para libros cosidos (1 seg.)
- Producción: 300 ó 450 libros / hora, según modelo.
- Ajustes automáticos.
- Permite combinar cola PUR y EVA/Hot melt en dos tanques independientes.
- Detector automático de grosor de libros (opcional)
- Pantalla táctil con gráficos en color.
- Alimentación automática de cubiertas y sistema automático de salida de libros (según modelo)
- Permite conectar una guillotina trilateral en línea.



kern

document output management

TECHNOLOGY

ENSOBRADORAS

CORTADORAS

EMBOLSADORAS

DESBOBINADORES

REBOBINADORES

SOFTWARE DE GESTIÓN

LECTURA, CASADO Y ENSOBRAO DE TARJETAS DE CRÉDITO

INK JET ON/OFF LINE B/N Y FULL COLOR

kern
document output management

C/ José Echegaray nº 3
"Parque Empresarial Las Rozas" 28232-Las Rozas Madrid.
Teléfono: 916 404 200. Fax: 916 404 202
www.kern.ch

BARCELONA LISBOA MADRID

- Un factor favorable para mantener la actividad es la Ley de Integración Social y Laboral de Minusválidos

Ibermail

Cuando la actividad principal decae surgen nuevas oportunidades de negocio

A finales de siglo pasado, en 1991, Ibermail comienza su actividad y es el embrión de lo que actualmente es Ibergrupo, un Centro Especial de Empleo perteneciente en su totalidad a la Fundación Juan XXIII, que da trabajo a un elevado número de profesionales con algún tipo de discapacidad, con especial atención sobre la discapacidad intelectual.

FUNDACIÓN JUAN XXIII

La Fundación Juan XXIII es una Entidad de iniciativa privada, sin ánimo de lucro, dedicada desde hace más de 40 años a mejorar la calidad de vida de las personas adultas con discapacidad intelectual y fomentar su integración social mediante la atención global, que abarca los aspectos pedagógico, terapéutico, psicosocial y psicolaboral.

Ibermail se integra en la Fundación Juan XXIII en 1991 y en 2005 se traslada a las actuales instalaciones de 10.000 m² útiles, que acoge tanto a la Fundación Juan XXIII en su tarea asistencial y de formación como a los distintos centros especiales de empleo.

El elemento que más resalta en cada una de sus actividades es la profesionalidad con la que hacen el trabajo. Tras la actividad original de marketing directo ofrecida por Ibermail han surgido otras como



Emilio Tallón, gerente de Ibermail e Ibermanip.



Miguel Ángel Rojo, gerente de Iberdoc.

● *Tras la actividad original de marketing directo ofrecida por Ibermail han surgido otras como logística y distribución (Iberlogic), gestión documental (Iberdoc), manipulados industriales (Ibermanip) y otras varias dedicadas al regalo promocional, asesoramiento de empresas, catering y servicios variados a empresas.*

logística y distribución (Iberlogic), gestión documental (Iberdoc), manipulados industriales (Ibermanip) y otras varias dedicadas al regalo promocional, asesoramiento de empresas, catering y servicios variados a empresas.

Ibermail trata más de 40 millones de envíos al año. Actualmente

el manipulado de suscripciones de publicaciones es una tarea que emplea a más de 150 personas, más del 80% con algún tipo de discapacidad.

Entre sus clientes se encuentran títulos como "¡Hola!", "Marca", el catálogo de Ikea y empresas como Coca Cola, Cepsa, Halcón Via-

jes, Air Europa, Mapfre, etc.

En el área de manipulados tratan más de 20 millones de elementos al año.

Disponen de las herramientas necesarias para la depuración, normalización y duplicado de bases de datos que después se utilizarán para la personalización de los envíos.

Por particularidad del personal, disponen de alguna ventaja social que puede hacerles más competitivos en el mercado, si bien lo que realmente les hace competitivos es el buen hacer con la que realizan las tareas que se les contrata. Además de la escasa conflictividad laboral del centro.

LEY DEL 2%

Un factor favorable para mantener la actividad es la Ley de Integración Social y Laboral de Minusválidos (LISMI), también conocida como Ley del 2%, que impone a las empresas de 50 o de más trabajadores, la obligación de reservar una cuota del 2% de la plantilla favor de trabajadores con alguna discapacidad.

Ante la dificultad de las empresas para cumplir esta ley, un Real Decreto flexibilizó esta norma con medidas alternativas que consisten en la contratación de bienes o servicios con un Centro especial de Empleo o con donaciones a fundaciones o asociaciones de utilidad



pública que fomenten la formación o inserción laboral.

La situación económica de los últimos años ha cambiado la orientación del cumplimiento de la ley, disminuyendo las donaciones y aumentando la demanda de contratación de servicios. Esta variación les ha favorecido en cuanto a la creación de empleo, creando nuevas líneas de negocio y aumentando las contrataciones, como ejemplo, el pasado año 2011 aumentaron la plantilla en más de 50 personas.

GESTIÓN DOCUMENTAL

Conscientes de la situación actual del mailing, en 2009 desarrollaron una nueva línea de negocio, la gestión documental, a la que dieron el nombre de Iberdoc, incorporando a Miguel Ángel Rojo como gerente.

Las líneas de actuación se basan en la custodia de documentos, la digitalización de documentos, la consultoría y la destrucción confidencial.

Relativo a la custodia de documentos, cuentan instalaciones



adecuadas al cumplimiento de la LOPD en materia de accesos indebidos y sistemas de seguridad física de los documentos almacenados.

Actualmente dan servicio 25 empresas, entre ellas está Red Eléctrica de España, su cliente más importante, con 26.000 unidades de archivo definitivo.

● *Las líneas de actuación de Iberdoc se basan en la custodia de documentos, la digitalización de documentos, la consultoría y la destrucción confidencial.*

Disponen de plataformas de digitalización masiva de documentos, pasando el documento físico a un archivo informático en formato PDF, TIFF o Multi-TIFF según lo requiera el proceso posterior de uso, incorporando los metadatos consensuados con el cliente.

En el aspecto de consultoría y formación, ofrecen recomendaciones y propuestas de mejora para que las organizaciones adecuen instalaciones y procedimientos, haciendo más eficaz los procesos de validación, acceso a la información y conservación de documentos.

Por último, en el apartado de destrucción confidencial de los documentos, alcanzaron un acuerdo de colaboración con la empresa Safety-Doc para la destrucción de la documentación, asegurándose que se cumplen los criterios de la LOPD, entre los que se encuentran el transporte de los documentos hasta el elemento destructor, no superar el tamaño máximo que deben tener las briznas de papel aunando todo ello con la legislación medioambiental.

● En el marketing digital no sólo cobras por la impresión si no por los proyectos y canales que se utilizan

¿Cómo venden impresión digital las empresas con éxito?

La impresión es un producto con poca capacidad de diferenciación. La mayoría de los impresores en el mercado pueden ofrecer calidades y servicios parecidos, esto hace que el criterio de compra final de sus clientes sea el precio. La pregunta del millón es: ¿Qué podemos vender, a quién, cuándo, cómo y por qué para poder incrementar no sólo nuestras ventas sino también nuestros beneficios?

Mi primer consejo es claro: "Deja de vender lo que vendes y empieza a vender lo que tu cliente vende". Al fin y al cabo es lo único que a tu cliente le importa. Con lo cual, si tu cliente vende coches ayúdale a vender más coches, si vende productos financieros ayúdale a vender más productos financieros, y si vende viajes ayúdale a vender más viajes. Si ponemos el foco en el producto de nuestro cliente, en vez de en el nuestro, automáticamente empezaremos a tener una conversación mucho más relevante con nuestros clientes y les podremos aportar más valor.

Desde el punto de vista del marketing y la comunicación tenéis herramientas eficaces para poder ayudar a vuestro cliente a vender más de lo que vende, pero desgraciadamente esto no es suficiente ya que las herramientas por sí solas no garantizan el éxito. La solución es elevar el compromiso

● Desde el punto de vista del marketing y la comunicación tenéis herramientas eficaces para poder ayudar a vuestro cliente a vender más de lo que vende, pero desgraciadamente esto no es suficiente ya que las herramientas por sí solas no garantizan el éxito. La solución es elevar el compromiso con vuestros clientes y entrar más en la parte estratégica de sus negocios. Allí es donde podréis aportar más valor y diferenciarnos más y mejor.

con vuestros clientes y entrar más en la parte estratégica de sus negocios. Allí es donde podréis aportar más valor y diferenciarnos más y mejor.

El porqué está claro: La impresión no es un negocio sino un proceso. El negocio de la impresión es la comunicación y eso es lo que a vuestros clientes les importa. Los vendedores de personalización de mayor éxito que conozco nunca hablan de personalización. Los vendedores de W2P (Web-to-Print) de mayor éxito que conozco nunca hablan de W2P. Los vendedores de mayor éxito de Transpromo nunca hablan de Transpromo, porque las aplicaciones tampoco garantizan el éxito si no van dentro de una estrategia. Todo empieza con la estrategia de comunicación: Qué tiene que decir tu cliente, a quién, cuándo y cómo para vender. Cuando esto lo tengas claro, solo entonces identificaras la aplicación y los canales adecuados.

ESTRATEGIA

Cuando hablamos de comunicación no solo hablamos del producto de marketing impreso si no de la estrategia que va detrás de dicho producto. Es la estrategia la que aumentará las posibilidades de éxito y no el producto. Cuanto más lejos estemos de la estrategia de nuestros clientes y menos participemos en ella menos valor podremos aportar.

La fabricación del material impreso se ejecuta al final de la cadena de valor, así que tenemos que crecer en esa cadena y acercarnos mucho más al negocio de nuestros clientes. Al final de la cadena de valor sólo esperamos a que nos caiga un PDF para imprimir. Allí el juego va en base a precio y la fidelidad del cliente es mínima. Aún más importante, al final de la cadena de valor no podemos influenciar a nuestros clientes los cuales decidirán sin nuestra aportación qué canal utilizarán para su próxima campaña.

Si queremos mantener a la impresión como un canal poderoso de comunicación lo tenemos que hacer arriba de la cadena de valor y no en la parte de producción. Los responsables de marketing también son humanos y se equivocan y a veces toman la decisión de un canal sobre otro porque aparentemente es más barato. Luego se dan cuenta, en base a las respuestas obtenidas, que lo barato a veces sale caro.

Éste es el caso del email que, aunque me parece un canal importantísimo que se complementa bien con la impresión, si no se utiliza correctamente en una campaña los resultados pueden ser nefastos. Pero si no participamos en conversaciones estratégicas con nuestros clientes antes de que decidan el producto final de marketing que van a ejecutar estamos



● Germán Sacristán

Responsable de Desarrollo de Negocio de Graphic Communications Group de Kodak para EAMER

poniendo el futuro de nuestros negocios en las manos de nuestros clientes de una manera muy arriesgada.

No podemos esperar pacientemente al final de la cadena de valor a que nos caiga un PDF para imprimir, ya que dichos PDFs podrían empezar a venir con menos frecuencia y a unos precios que en la mayoría de los casos no merece la pena imprimirlos. Estamos hablando del siguiente paso natural. Estamos en el piso X y tenemos que subir a piso X+1. No hay otra opción.

En este tipo de venta de comunicación y estrategia el valor diferencial no es la tecnología, aunque ésta juega un papel muy importante, si no las personas. Son las personas las que generan la gran diferencia. La clave radica en cómo dichas personas entienden el negocio de sus clientes y utilizan dicha sabiduría e información para presentarles proyectos y productos relevantes vinculados a sus oportunidades y retos de negocio.

AYUDA A TU CLIENTE

La estrategia para tumbar a la competencia es clara: Conoce a tu cliente mejor que lo hace tu competencia y ayúdale más y mejor de lo que lo hace tu competencia. Deja de mirar a tu alrededor. La diferencia ¡ERES TU! Y los

Partners que decidas utilizar. La dificultad de todo esto radica en cómo vendo este producto. La idea es buena, muchos la conocen, pero ¿Cómo la ejecuto? Aquí está la clave.

Para mí la idea supone el 10% y la ejecución el 90%. Es en la ejecución donde las empresas tienen éxito o fracasan, siempre y cuando partan de una buena idea. El siguiente reto es que el día a día está plagado de urgencias y eso nos impide hacer cosas importantes. En muchos casos tenemos la idea pero ni siquiera la hemos intentado ejecutar. Si no hay ejecución no hay resultados. Así de claro. Para una buena ejecución es necesario un plan. Para ello, mi consejo es contratar los servicios de un consultor con experiencia.

En el plan habrá que describir el producto, el mercado y el público objetivo, la estrategia de marketing, promoción y ventas. Sí, los impresores también deben de promocionarse para incrementar la productividad de ventas de sus vendedores.

MARKETING DIGITAL

El que quiera tener éxito en la venta de impresión digital tendrá que vender marketing digital ya que aporta mucho más valor. Lo primero porque es marketing, lo que vuestros clientes quieren y

● En la venta de comunicación y estrategia el valor diferencial no es la tecnología, aunque ésta juega un papel muy importante, si no las personas. Son las personas las que generan la gran diferencia. La clave radica en cómo dichas personas entienden el negocio de sus clientes y utilizan dicha sabiduría e información para presentarles proyectos y productos relevantes vinculados a sus oportunidades y retos de negocio.

necesitan hacer, y lo segundo, porque no podemos ignorar otros canales de comunicación digitales relevantes para vuestros clientes. Dichos canales a veces nos robarán volúmenes de impresión pero otras veces nos los devolverán.

En el marketing digital no sólo cobras por la impresión si no por los proyectos y canales que se utilizan. Veo una clara transformación de empresas de servicios de impresión que se convertirán en empresas de servicios de marketing digital vendiendo mucho más que una mera impresión. El momento es ahora, ya que es ahora cuando vuestros clientes necesitan más ayuda que nunca. Es ahora cuando todos estamos en la misma línea de salida, ya que el marketing digital es relativamente nuevo para la mayoría de empresas del mercado que lo venden y compran, y es ahora cuando hay que empezar a practicar este tipo de acercamiento comercial y venta de producto ya que requiere su tiempo de aprendizaje.

Los que empiecen ahora estarán muy por delante de su competencia en un futuro temprano. "El tigre es el mas fuerte pero es el camaleón el que sobrevive. No serán los más fuertes los que tengan éxito sino los que mejor se adapten al cambio".

www.cmc machinery.com

CMC

Ensobradoras para Marketing Directo y Transaccional.
Embolsadoras.
Y ahora como novedad líneas de Packaging.

Distribuidor en España:

MaBilMac, S.L.L.
Tlfs.: 692 46 33 48 – 663 72 67 44
www.mabilmac.es
www.cmc machinery.com
info: info@mabilmac.es

CMC JWR - Enveloping machine from reel

Everis México

Colaboración con DEYDE Calidad de Datos

Everis México, consultora multinacional de estrategia, negocio y desarrollo de aplicaciones tecnológicas y outsourcing, ha firmado un acuerdo de colaboración con la compañía tecnológica española DEYDE Calidad de Datos, para ofrecer productos y servicios con MyDataQ en el país.

MyDataQ es un sistema informático que realiza el tratamiento de bases de datos con alto volumen de información e incluye productos para la normalización de nombres, corrección de direcciones, localización de registros duplicados y enriquecimiento geográfico, entre otros.

GDF SUEZ

Impresoras y servicios gestionados

Océ consolida una relación de más de 20 años entre Océ y GDF SUEZ. El primer acuerdo internacional entre las dos compañías se remonta a finales de 2005, cuando la organización de ventas de Océ en Bélgica se hizo con el primer pedido de Electrabel -compañía energética situada en Bélgica y, ahora, filial de GDF SUEZ. A éste le siguió un primer contrato en toda Europa en 2007.

El acuerdo multianual alcanzado abarca más de 20 países, y por él, Océ suministrará más de 9000 plotters y productos multifuncionales (MFPs). El potencial de negocio de esta alianza está valorado en 55 millones de euros.

Epson e Incarsoft, eficiencia a la oficina

Para mejorar la productividad y reducir el tiempo dedicado a la gestión documental en las empresas, se han unido Incarsoft, con el software Contarapid, y Epson, con el escáner de gestión documental GT-S85, que resulta de gran importancia en el proceso.

Contarapid es un software de in-

novación para el área contable que mediante OCR extrae automáticamente los datos de las facturas y los exporta a una gran variedad de programas de contabilidad. Así, mejora la eficiencia en la oficina eliminando la introducción manual de datos y facilitando la accesibilidad de las facturas ante posibles solicitudes por

parte de la Administración o clientes. A su vez el escáner Epson GT-S85 es capaz de digitalizar más de 100 facturas en menos de 5 minutos. Un usuario puede cargar la factura en el alimentador de la manera que quiera, la imagen se volteará automáticamente situándose en la orientación correcta.

Salvesen Logística automatiza la gestión de sus albaranes

Salvesen Logística, empresa nacida de la Joint Venture entre Christian Salvesen y Danone en el año 1996 y que actualmente forma parte del grupo Norbert Dentressangle, es un referente en el sector del almacenamiento y de la distribución de mercancías alimenticias. Ha confiado en las soluciones de software documental de DocPath.

Salvesen Logística cuenta hoy con 15 bases logísticas distribuidas por todo el territorio nacional y Portugal con clientes como Kraft, Nestlé, Orangina-Schweppes, Bel o Carrefour, Alcampo y Dia%.

La gestión del albarán ha sido uno de los procesos más críticos al que ha tenido que enfrentarse esta compañía, según Jorge Luque, Director de Proyectos en Salvesen Logística: "El foco de nuestro negocio consiste en trasladar los productos que nos demandan nuestros clientes y con ellos los albaranes que justifican la realización del servicio contratado. La gestión del albarán es crítica para nosotros y la única manera que tenemos de llevarla a cabo de forma exitosa es digitalizando estos documentos y almacenándolos controladamente.

En 2005 el volumen de albaranes que teníamos que gestionar era demasiado elevado y hacerlo manualmente empezaba a resultar insostenible".

A partir de ese momento, la compañía empezó a estudiar las diferentes soluciones DocPath Remote Office Printing fue la opción elegida por su versatilidad, capacidades y presencia en el mercado"

LAS FASES DEL PROYECTO

Una vez seleccionada la solución, el proyecto se dividió en dos fases. En la primera, se llevó a cabo la digitalización de los albaranes de Danone, que representan una parte importante del volumen del operador logístico. Según ha manifestado Jorge Luque, fue la parte más crítica de la implementación.

A lo largo de la segunda fase, se realizaron las modificaciones oportunas en los formularios para adaptarlos y extender la solución al resto de clientes. En paralelo se llevaron a cabo una serie de desarrollos internos que permitieran estandarizar todo el proceso de gestión de albaranes.

Actualmente, Salvesen Logística imprime unos ocho millones de documentos al año.

Publicaciones Turner aumenta su productividad con Grupo Euclides

Grupo Euclides, organización de consultoría y servicios informáticos, ha automatizado los procesos de la editorial Turner, con la implantación del ERP de Microsoft Dynamics NAV.

Turner cuenta con una lista de referencias, suscriptores o encargos de gran tamaño. Por ello, se hacía necesario un mayor control del negocio, de este modo, se tomó la decisión de cambiar de ERP, de-



ció la implantación de Microsoft Dynamics NAV.

El proceso en la editorial empieza con la oferta inicial y continúa con la creación del proyecto (cada proyecto es un libro) para su gestión y posterior control de costes incurridos y análisis de la rentabilidad.

Migración desde JetForm e InfoPrint Designer

DocPath facilitará la migración desde la tecnología de JetForm/JetForm Designer o InfoPrint Designer a su plataforma de software.

El producto InfoPrint Designer -la aplicación para la plataforma System i creada hace años por IBM- se dejó de desarrollar y desde el año 2003 no se proporciona mantenimiento a los usuarios que aún lo utilizan.

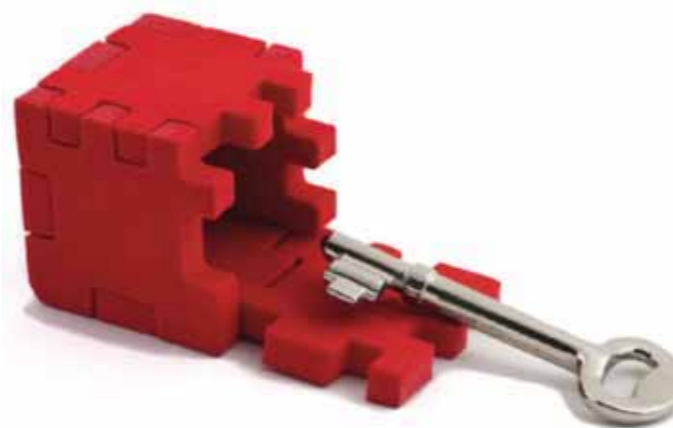
En junio del 2011, DocPath anunció que había desarrollado un mecanismo que reutiliza los diseños originales de InfoPrint Designer y los exporta a los formatos de las soluciones de software documental de DocPath.

Los clientes de InfoPrint Designer podrán migrar hacia la plataforma DocPath de una forma transparente sin rehacer sus diseños utilizando la solución Boulder Suite, que les permite realizar lo que ya hacían antes y, además, optar a nuevas funcionalidades.

JETFORM

La tecnología denominada aún como JetForm es un software que ha pertenecido a varias empresas, aunque en la actualidad es propiedad de Adobe Systems Inc. JetForm fue una de las primeras herramientas disponibles en el mercado que facilitaba la impresión de documentos electrónicos haciendo uso de las capacidades de las impresoras láser de sobremesa, entre otras aplicaciones.

En el caso de JetForm el éxito de la migración radica en que DocPath puede aceptar las mismas fuentes y formatos de datos ("data streams") que utiliza el software de JetForm para la generación de los documentos.



Compart Iberia S. L.
Tifno: 91 126 92 49
E-Mail: info@es.compart.com

Green Apple Award por la Ayuda a Oficinas Ecológicas



Konica Minolta ha ganado el Green Apple Award como reconocimiento a su innovador proyecto medioambiental



"Proceso de Auditoría Verde OPS". OPS (Servicios de Impresión Optimizados u Optimized Print Services, en sus siglas en inglés): A través de este servicio, Konica Minolta realiza el estudio del parque de impresión del cliente con el objetivo de desarrollar las soluciones de optimización más adecuadas para cada caso. De este modo, se implementa la mejor tecnología que genera un incremento de la eficiencia operacional del negocio.

Los Green Apple Awards están organizados por Green, una organización independiente sin ánimo de lucro dedicada a la promoción de la conservación medioambiental y

que otorga estos premios para reconocer, promover y recompensar a la mejor práctica de conservación del entorno.

Tradicionalmente, los negocios no cuentan con herramientas internas o con el conocimiento necesario para saber su impacto medioambiental. Tras un correcto Proceso de Auditoría Verde OPS, Konica Minolta UK puede calcular la cantidad de energía, papel y tóner utilizado por los dispositivos del cliente y, con esta información, es capaz de determinar el dióxido de carbono generado.

Ricoh incorpora Compart DocBridge Mill a sus soluciones

Ricoh ha incorporado Compart DocBridge Mill como nueva opción disponible en su porfolio de soluciones. Compart DocBridge Mill, software de transformación adicional, permite perfeccionar el trabajo de cada página de un documento cuando se necesita transformar varios flujos de impresión basados en texto.

Todo comenzó cuando Ricoh, proveedor líder de soluciones output digitales, pretendía añadir una nueva oferta que permitiera a sus clientes abordar nuevas necesidades de datos dentro de su flujo de trabajo.



Ricoh decidió incorporar DocBridge Mill a su porfolio de soluciones. Y el software transformador de Compart permite un output de texto completo facilitando la búsqueda y la posterior manipulación.



Damos soluciones de Output Management a:

- 12 de los 20 bancos más grandes de Europa
- 8 de los 25 bancos más grandes del mundo
- 7 de las 10 principales compañías de telecomunicaciones de Europa
- 80% de los proveedores de impresión europeos

¿Por qué no tú?

2ª Jornada Técnica

Luso Española

Jueves, día 21 de junio de 2011

Luso-Espanhola

Quinta-feira, dia 21 de Junho de 2011

Lisboa (Portugal)

Este año no es necesario ir a Alemania

Traemos DRUPA a Lisboa

- Ocho conferencias darán repaso a la situación actual del sector gráfico y se expondrán las tecnologías más novedosas para hacer más rentable la empresa gráfica.
- Ahorros en producción, retorno de la inversión e inversiones rentables son algunas de las facetas que se mostrarán en esta jornada.
- Las jornadas están diseñadas para empresarios y profesionales gráficos portugueses y españoles.
- Ocasión única de ampliar el networking profesional
- Habrá traducción simultánea al portugués y español.
- La 1ª Jornada Técnica dará comienzo a las 10 h y finalizará a las 20 h.
- El precio de la participación es de 90 €, que da derecho a la asistencia a las conferencias, comida y los coffee break.
- Incripción: enviar email a laprensa@alborum.es o a través de la página web www.alborum.es

Organización / Organizaçao

SHARED RISK La Prensa

Colaboran / Colaboram



Imprimir con papel reciclado

Toshiba TEC Spain Imaging Systems recomienda a sus clientes que utilicen papel reciclado para hacer sus impresiones. La compañía ha acabado con los problemas que provocaba el papel reciclado en los multifuncionales: complicaciones técnicas derivadas de las partículas que se acumulaba en las máquinas y pérdida de calidad en la impresión.

El uso de papel reciclado es la principal novedad de las prestaciones ecológicas que la compañía acaba de integrar de serie en todos sus equipos multifunción láser e-STUDIO. A la que se suma la configuración predefinida de la impresión a doble cara, con un ahorro de papel de hasta el 50%. Es decir, por defecto los equipos Toshiba siempre imprimen por las dos caras, siendo el usuario quien decide no hacerlo.

También desde ahora todos los equipos que venda Toshiba serán "Carbon Zero". Esto supone que Toshiba dedicará un porcentaje de su precio (35 € por máquina) a compensar las emisiones de CO₂ a la atmosfera que supone el uso, mantenimiento y reparación de sus multifuncionales. Este dinero se invierte en proyectos que absorben o reducen las emisiones de los gases que provocan sus equipos.



Programa Océ de Optimización de Oficina

El programa de Optimización de Oficina de Océ tiene como objetivo la mejora de la gestión de documentos en la oficina, con un enfoque paso a paso basado en cinco objetivos de mejora: control (costes, seguridad); integración (flujos de trabajo, impresión y escaneo); efectividad, comodidad y sostenibilidad.

Este programa ofrece asesoramiento en las necesidades de negocio relacionadas con los documentos. Gracias a las encuestas vía web, se obtiene una solución basada en el conocimiento y las necesidades de ca-



da empresa y usuario.

Con el Programa se mantienen bajo control los costes de impresión gestionando la utilización, el acceso y la impresión en color de los dispositivos instalados.

Imprimir desde la nube



EveryOne-Print es una solución de impresión que no está asociada a ningún dispositivo de impresión. Cualquier empleado de la empresa puede imprimir sobre el dispositivo de impresión más cercano a él, sin importar marca o modelo. Es una herramienta que no necesita drivers de impresora instalados en los teléfonos, ni hay que hacer una preselección de impresoras antes de imprimir.

Para imprimir hay que enviar un correo a una dirección de correo pre-establecida o subir un documento a una página web, por seguridad el documento nunca se imprime hasta que el usuario está delante del dispositivo de impresión que ha seleccionado.

EveryonePrint puede integrarse con soluciones de contabilidad de impresión como PageScope Enterprise Suite, Pcounter o PaperCut.

Seguros RGA optimiza sus procesos de negocio

La aseguradora RGA por medio de la consultora Entelgy, entelgy.com, lleva a cabo un plan estratégico de BPM (Business Process Management) que le permitirá modelizar, documentar y optimizar todos sus procesos de negocio.

Desde la dirección de RGA se han impulsado las iniciativas de optimización de sus procesos de gestión, orientados a consolidar sus capacidades de gestión y a garantizar la prestación de unos servicios de calidad.

En este marco, la aseguradora da un paso más para desarrollar un modelo que garantice la optimización de los controles, la mejora continua de sus procesos y la reducción de riesgos técnicos, y financieros. Además, le permitirá afrontar con solidez y agilidad el cumplimiento normativo de Solvencia II y los cambios legislativos.

Seguros RGA es la compañía de seguros de las Cajas Rurales. Participada al 70% por el grupo Caja Rural y el otro 30% por el grupo alemán R+V Allgemeine Versicherung AG.

TECNICA

Transforme su negocio en un proveedor de servicios de marketing de éxito

● Kodak Solutions for Business
Consultoría. Tecnología. Resultados

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, algunos proveedores de servicios de impresión (PSP) que están invirtiendo y añadiendo más servicios con el objetivo de convertirse en colaboradores de servicios de marketing (MSP) no se dan cuenta del nivel de crecimiento esperado. Es una situación frustrante que se debe a factores que no se tienen en cuenta en las etapas tempranas del plan o que escapan a las capacidades de la organización. Sin embargo, otros PSP han sido capaces de establecerse con éxito como MSP tras una transformación larga y costosa. Para lograr la transformación necesaria de forma rápida y eficaz, resulta crítico que los PSP comprendan lo que necesitan para convertirse en MSP. Las organizaciones que se han convertido en MSP establecidos han comprendido que este proceso va más allá de una evolución tecnológica y que sus empleados son una parte importante de una transformación exitosa.

INTRODUCCIÓN

Desde hace años se conoce el potencial de crecimiento de los PSP que amplían sus capacidades y se convierten en MSP. Sin embargo, sólo unos pocos impresores han realizado con éxito esta transformación. ¿A qué se debe?

A muchos PSP les resulta difícil aplicar los cambios necesarios para convertirse en MSP, porque necesitan planes completos para transformar sus negocios. Necesitan superar el modelo actual, en el que sólo ayudan a ejecutar los proyectos de sus clientes, e ir un nuevo modelo en el que también participan en la planificación y la medición de estos proyectos. Esta transformación exige el afinado de los planes de negocio, desarrollo de nuevas habilidades y capacidades y gestión de los cambios culturales en su negocio.

Sin embargo, muchas de estas organizaciones no tienen experiencia en gestión del cambio ni tiempo para gestionar las transformaciones en sus negocios. El resultado es que muchos PSP están experimentando ciertos resultados positivos al incorporar nuevos servicios, pero se enfrentan a dificultades cuando se trata de ampliar sus nuevas capacidades y replantear su negocio. Para transformarse en MSP maduros, los impresores necesitan saber cómo pueden realizar el cambio con rapidez y eficacia.

MSP: FUTURO O REALIDAD

En el actual sector de la impresión, los PSP están intentando mejorar su negocio ofreciendo servicios nuevos y ampliados. Están realizando esta transformación porque están experimentando una

reducción de los ingresos y los márgenes en su actividad central, la impresión. Al transformarse en MSP, intentan aprovechar las nuevas soluciones para crear oportunidades de crecimiento para sus organizaciones.

Sin embargo, esta transición no ha sido sencilla. Es posible que su nueva gama de servicios no esté creciendo lo suficientemente rápido para mitigar el declive de su negocio de impresión, lo que resulta frustrante porque el negocio sigue perdiendo fuerza mientras se hacen más inversiones para establecer los nuevos servicios.

Para muchos impresores, la transformación en un MSP no ha resultado fácil. Los servicios que están intentando establecer no alcanzan los niveles que esperaban y sus actividades de impresión siguen decreciendo.

¿Cómo pueden evitar los impresores esta situación? Teniendo en cuenta factores que quizá no se hayan previsto durante las etapas tempranas de la transformación o que en la práctica van más allá de las capacidades de su organización. Por ejemplo:

● ¿Han considerado la forma en que su organización comercial

centrada en la impresión abordará los clientes actuales y posibles clientes futuros en cuanto a las soluciones de marketing?

● ¿Estaban centrando la atención en soluciones de software puntuales para construir su propuesta?

● ¿Se ha construido el negocio sin una visión clara que incluyera el diseño organizativo y el futuro de la compañía?

● ¿Se han centrado en conseguir más volumen de impresión y en ejecutar los proyectos de sus clientes, en lugar de hacia dónde les está llevando esa actividad?

● ¿Han tenido en cuenta el clima económico en declive y cómo este hecho afectará al presupuesto de marketing de sus clientes?

MÁS QUE UN CAMBIO DE NOMBRE

La progresiva conversión de PSP en MSP ha dado lugar a una tendencia emergente. Los PSP están cambiando su denominación social para reposicionar sus compañías y están adquiriendo más herramientas para ampliar su gama de servicios. Sin embargo, esto no constituye una transformación real.

En un artículo reciente, el Dr. Joe Webb, experto del sector, afirma: "Tres de cada diez impresores afirman operar en el negocio de los servicios de marketing. El posicionamiento de una compañía como proveedor de servicios de marketing parece ser sólo un seguro contra ser incluido entre los peores perdedores." El Dr. Webb agrega: "No hay nada más fácil que colgar un cartel que dice que ofrece "servicios de marketing", pero otra cosa muy diferente es hacerlo realmente."

El cambio del nombre de una compañía puede ser un primer paso obvio para muchos impresores, pero la transformación en un MSP requiere pasos más críticos. Por ejemplo, los impresores necesitan cambiar la forma en que definen su negocio, además de desarrollar eficazmente su especialización en nuevas áreas a través de la selección y la formación de especialistas. Estos cambios les ayudarán a establecer soluciones que servirán mejor a sus clientes. Es importante recalcar que encontrar a las personas correctas para ejecutar su plan de negocio e impulsar el crecimiento futuro como MSP es altamente crítico para el éxito de la organización.

DOS EXTREMOS EN EL SECTOR

En un extremo del espectro están los PSP que definen su negocio por el tipo de equipamiento que poseen o por sus capacidades de producción. Este planteamiento resulta evidente al ver las páginas web de muchos impresores, dado que se centran en sus equipos y sus capacidades internas de servicio.

En el otro extremo del espectro están los MSP que definen su negocio ayudando a resolver los problemas de negocio de sus clientes. Miden el éxito de su negocio por el impacto que han conseguido aportar. Las compañías que definen su negocio de esta forma suelen monitorizar las campañas de marketing de sus clientes, proporcionan retroalimentación acerca de cómo mejorar los resultados y ayudan a planificar los proyectos.

POR QUÉ LOS MSP SON DIFERENTES

Nuevas habilidades y nuevos recursos necesarios para convertirse en MSP:

- Análisis y gestión de bases de datos
- TI y programación de web
- Herramientas de marketing electrónico y comunicación
- Seguimiento, análisis e informes de campañas
- Estratégicas creativas y de campaña
- Evaluaciones sobre negocios y comunicación
- Conocimientos estratégicos de marketing

● *Los PSP están intentando mejorar su negocio ofreciendo servicios nuevos y ampliados. Están realizando esta transformación porque están experimentando una reducción de los ingresos y los márgenes en su actividad central, la impresión. Al transformarse en MSP, intentan aprovechar las nuevas soluciones para crear oportunidades de crecimiento para sus organizaciones.*

Servicios que los MSP ofrecen hoy:

- Gestión, seguimiento e informes de campañas
 - Servicios de consultoría de marketing y comunicaciones
 - Servicios creativos y de diseño
 - Gestión, modelado y análisis de bases de datos
 - Correo directo con informes
 - Envíos masivos de correo electrónico
 - Reparto y distribución
 - Estrategia y desarrollo de marketing
 - Servicios de gestión de proyectos
 - PURL (URL personalizados)
 - Telemarketing
 - Impresión variable y bajo demanda
 - Desarrollo y alojamiento de páginas web
 - Escaparates de web-to-print
- A medida que los PSP se transforman para servir mejor a sus clientes y conseguir un mayor valor empresarial, necesitan evaluar en qué lugar se encuentran sus organizaciones. Al hacerlo, necesitan identificar hasta dónde han llegado

en el camino para convertirse en MSP maduros.

NIVEL DE MADUREZ DE UN MSP

En el trabajo de las organizaciones para convertirse en MSP, existen tres áreas específicas críticas: las acciones de negocio necesarias para impulsar la transformación en MSP, los empleados que harán realidad el cambio organizativo y las competencias técnicas de la organización. El diagrama de la derecha muestra varios ejemplos de cada una de estas áreas.

Para convertirse en MSP, los PSP necesitan:

- Tener un plan de negocio completo
- Reposicionar eficazmente su marca en el mercado como MSP de servicios completos
- Vender proactivamente sus soluciones

Además, la organización necesita expandir su especialización técnica y contar con el equipo humano adecuado para apoyar su gama de servicios. Al cubrir estas áreas específicas, la organización contará con los elementos esenciales de un líder de éxito en el sector y se posicionará para materializar todo el valor de negocio asociado a un MSP. La compañía será contemplada como asesor de confianza de sus clientes y contará con las capacidades y herramientas necesarias para un crecimiento sostenido.

POR QUÉ ES CRÍTICO REALIZAR ESTA TRANSFORMACIÓN

Los PSP se enfrentan a unos márgenes de beneficio decrecientes a causa de la contracción del mercado y el constante aumento de la competencia. La recesión actual y el crecimiento de las comunicaciones digitales han acelerado el declive de las comunicaciones impresas.

Además, las más afectadas son las organizaciones cuyos modelos de negocio tienen un alto porcentaje de ingresos por impresión y sus correspondientes inversiones fijas.

Sin embargo, los MSP han sido capaces de compensar el declive de negocio con una ampliación eficaz de su gama y generando flujos de ingresos con mayores márgenes. Más específicamente, los estudios demuestran que los

● *En el otro extremo del espectro están los MSP que definen su negocio ayudando a resolver los problemas de negocio de sus clientes. Miden el éxito de su negocio por el impacto que han conseguido aportar. Las compañías que definen su negocio de esta forma suelen monitorizar las campañas de marketing de sus clientes, proporcionan retroalimentación acerca de cómo mejorar los resultados.*

MSP han sido capaces de:

- Igualar sus ventas de offset con la venta de impresión digital dinámica
- Añadir flujos de ingresos nuevos y sustanciales que no sólo han evitado la caída de los ingresos sino que además han incrementado los ingresos y los márgenes
- Abordar continuamente nuevas oportunidades planificando y midiendo demostraciones de concepto, frente a la ejecución estándar centrada en la impresión

RESUMEN

Aunque la recesión sigue poniendo coto a la economía actual, no durará eternamente. A medida que la economía mejora, las organizaciones que se hayan convertido en MSP estarán mejor posicionadas que los PSP para un aumento de sus ingresos. Como resultado de una gama más diversa, los MSP estarán en posición de aprovechar plenamente sus nuevas soluciones en apoyo de su negocio y crear oportunidades de crecimiento continuas para sus organizaciones.

Desde 1990

MAXIPACK

La pieza indispensable que garantiza
Compromiso, Seriedad y Profesionalidad

Servicios integrales de tratamiento de revistas y publicaciones

GESTIÓN INTEGRAL DE PROCESOS DE SUSCRIPCIONES

1. Creación y mantenimiento de BBDD
2. Atención a suscriptores
3. Procesos informáticos
4. Manipulados
5. Franqueo
6. Depósito en correos
7. Atención a devoluciones
8. Almacenaje/Picking
9. Gestión de incidencias
10. Gestión de cobro

RETRACTILADO POSTAL

1. Proceso informático
2. Franqueo mecánico
3. Embolsado mecánico
4. Clasificación y paletizado
5. Transporte
6. Devoluciones

RETRACTILADO CRISTAL · MARKETING DIRECTO · MARKETING PROMOCIONAL · ALMACENAJE/PICKING · DEVOLUCIONES



Maxipack SL | Avda. del Sistema Solar nº3 A | 28830 San Fernando de Henares (Madrid)

| Telf. 91 674 93 00 - Fax: 91 674 93 01 | info@espartite.net

Maxipack. Todos los derechos reservados

Diseño realizado por Agencia de Marketing Espartite | www.espartite.net | info@espartite.net

SOFTWARE

DocBridge FileCab incorpora innovaciones

Compart, fabricante de software de sistemas de output management (OMS) modulares y multiplataforma, tiene nueva versión de su producto DocBridge FileCab con características más avanzadas para la gestión de documentos. Además, la compañía apuesta por la nueva herramienta, DocBridge Workbench para su sistema Mill, una solución de perfil de filtro para configuración de soporte gráfico en la conversión de documentos.

DocBridge FileCab es un nuevo canal de salida para los productos DocBridge Pilot. Esta base de datos, independiente de la plataforma de software, combina los documentos de diferentes fuentes y formatos en mailings personalizados para diferentes canales de salida, como son la impresión, el fax, el email, correo postal o archivo.

PdfaPilot 3, compatibilidad con PDF/A-3

callas software, especialista en tecnología PDF para publicación, producción y archivado de documentos, anuncia que la versión 3 de pdfaPilot es compatible con la nueva norma PDF/A-3 anunciada para 2012, que hace posible archivar el documento original (por ejemplo, Word, Excel, XML, etc.) en el archivo PDF/A. La integración con Microsoft SharePoint facilita la creación de archivos PDF/A en grandes entornos de oficina.



HARDWARE

RICOH obtiene el Certificado a la Excelencia en Color

La RICOH Pro C901 Graphic Arts Editions ha obtenido el certificado IDEAlliance Standards como Digital Press System "por su color, propiedades de impresión y capacidad de producción". Esta certificación de reconocimiento en el mercado americano garantiza que la RICOH Pro C901 con controlador Fiery alcanza los requisitos exigidos para lo-



grar la excelencia en precisión colorimétrica, repeticiones, durabilidad y registro.

La RICOH Pro C901 Graphic Arts Edition es el buque insignia de las prensas de color de la compañía y una de las razones de peso que movieron a Heidelberg a la selección de RICOH como partner para su andadura en la impresión digital.

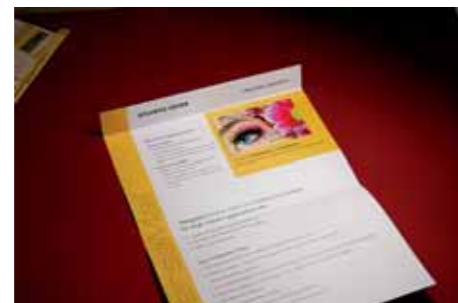
de peso que movieron a Heidelberg a la selección de RICOH como partner para su andadura en la impresión digital.

Personalización y mailing de tarjetas

Atlantic Zeiser Group presentó un planteamiento integrado para la personalización, gestión y fulfillment de tarjetas en CARTES 2011, que se celebró del 15 al 17 de noviembre en París.

Los sistemas presentados incluían un nuevo persomail para volúmenes de producción medios, Versamail para mailings de grandes volúmenes de tarjetas, y la Suite PMP, una plataforma de software

para la gestión de la producción, la personalización y mailing de tarjetas.



Premio múltiple de BERTL

El laboratorio de testing BERTL ha otorgado su premio múltiple BERTL Best Fall 2011 a Konica Minolta por sus soluciones hardware y software. En este fallo se incluye el premio a la mejor línea de producción del año para las bizhub PRESS C8000, PRESS C7000 y PRO 1200



envíen La agenda del sector ¡No se quede fuera!

Contrate su presencia en esta sección en:
 Dto. Publicidad
 Dr. Esquerdo, 105. 28007 Madrid
 Tlf.: 91 309 65 20. Fax: 91 309 65 21.
 laprensa@alborum.es
 www.alborum.es

INDICE DE EMPRESAS

Página	Empresa	Web
23	Albamac	www.albamac.com
21	Alborum	www.alborum.es
21	Böwe System	www.bowe-system.com
22	Cibeles Mailing	www.cibelesmailing.es
21	Compart	www.compart.es
22	Dismark	www.dismarkpost.com
23	eMode Engineering	spain@emode.es
22	Forquimsa	www.forquimsa.es
22	Kern	www.kern.ch
23	Mabilmac	www.mabilmac.es
21	Mailing Andalucía	www.mailingandalucia.com
23	Maxipack	www.maxipack.es
22	Muro	www.murodirect.com
23	Net Spain	www.netspainco.com
23	Per Pack	www.per-pack.com
21	Pitney Bowes	www.pitneybowes.es
22	Sitma Machinery	www.laguilar.es

Para anuncios en esta sección

Dr. Esquerdo, 105 • 28007 Madrid. Tlf.: 91 309 65 20 • Fax 91 309 65 21
 envien@alborum.es www.alborum.es

Pitney Bowes Consultanos sin compromiso

Especialistas en tecnologías innovadoras para la gestión de la correspondencia

- Financiación propia a través de Pitney Bowes Renting
- Tramitación sencilla y rápida
- Ensambladoras
- Direccionadoras
- Franqueadoras
- Plegadoras
- Destruyectoras
- Software

Visita nuestra página web www.pitneybowes.es

marketing.es@pb.com
 www.pbdirect.es
 Tel. 901 116 512

Suscripción anual a la revista



Precio de la suscripción cinco números al año
España: 20 euros
Extranjero: 60 euros
 (Incluye gastos de envío e IVA)

Alborum, S.L.
 Dr. Esquerdo, 105 • 28007 Madrid
 Tlf.: 91 309 65 20 • Fax: 91 309 65 21
 envien@alborum.es
 www.alborum.es

mailingandalucia

Soluciones globales en Marketing Directo

- Asesoramiento y Estrategia
- Diseño y Creatividad
- Edición e Impresión
- Personalización de Documentos
- Postalización
- Almacenaje y Logística

Parque Empresarial Alcalá X. M.3. Nave 9
 41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla)
 T. 954 237 040 • 954 236 803 • F. 954 230 749
 www.mailingandalucia.com

Member of

PDF/A Competence Center Xplor Spain

compart www.compart.net

Software para procesar documentos - de cualquier formato

Leer: AFP, AFP Mixed Mode, PDF, PDF/A, PCL5 & HPGL, PCL 6, PostScript, PPML, VPS, Linemode ASCII/EBCDIC, Data File, LCDS/DJDE, Metacode/DJDE, PRESCRIBE, XPS, XML, HTML, XSL-FO, SAP ALF & OTF, RTF, SVG, BMP, IOCA, JPEG, GIF, PCX, PNG, TGA, TIFF

Escribir: AFP, PDF, PDF/A, PCL, PostScript, Linemode ASCII/EBCDIC, Data File, Metacode/DJDE, IPDS, LPDS, XPS, XML, HTML**, SVG, BMP, IOCA, JPEG, GIF, PCX, PNG, TGA, TIFF (** con limitaciones)

Compart Iberia C/ Pilar Millán Astray 4 Tfn: 91 126 92 49
 28009 Madrid info@es.compart.net

BÖWE SYSTEC

MEMBER OF POSSEHL GROUP

Sistemas de alimentación y acabado para procesos de impresión:

- Cortadoras y Plegadoras/Cerradoras
- Sistemas de Ensamblado de Alta Gama y de Oficina
- Impresión on/offline de sobres llenos, Direccionadoras
- Líneas de Pre y Post Proceso de Impresión
- Clasificadoras Postales
- Personalización y Mailing de tarjetas
- Software de Integridad
- Abridorras, Cizallas, Guillotinas, Destruyectoras

ATLANTIC ZEISER

BÖWE SYSTEC, S.A.
 CL. Julián Camarillo, 12
 28037 MADRID
 Tel. 91.375.73.99
 Fax. 91.375.72.74
info@bowe-systec.es
www.bowe-systec.es

LR LasermaxRoll SYSTEMS **neopost** **IDEAL**

kern

document output management

SISTEMAS Y DESARROLLO PARA AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS DE MAILING.

SISTEMAS DE ENSOBRADO.
SOFTWARE DE GESTIÓN Y CONTROL.
EQUIPOS DE PRE Y POST PROCESO.

Edificio Kern
C/ José Echegaray nº 3
"Parque Empresarial Las Rozas"
28230-Las Rozas. Madrid.
Tel.: 916 404 200
www.kern.ch

Novedades Kern

Kern 40. Sistema de embolsado/retractilado con todos los alimentadores sobre base móviles y posibilidades de conectar entradas inteligentes para alimentación de facturas, etc... Máxima flexibilidad y fiabilidad.

Kern 515. Sistema de gestión personalizada del correo (carta & sobre) en un mismo proceso. Envíe un sobre y una carta distinta a cada uno de los destinatarios, en función de sus necesidades, aficiones, etc.



30 años
1978-2008

DisMark **CORREOS**

Comunicación Gráfica
Impresión
- Offset
- Digital

Personalización
- LASER
- INK-JET
(Numerados y perforados)

Manipulado
- Ensobrado
- Complet
- Retractilado
- Postalización

Camino de Hormigueras, 122 bis • 28031 MADRID • Tel.: 91 303 87 80 Fax: 91 777 45 24

sitma

MACHINERY S.p.A.

- Líneas envolventoras de film plástico y/o papel para envíos mailing, con sistema de alimentación selectiva de documentos y clasificación postal; encarte 1ª página o interior; impresión direcciones ink-jet, etc.
- Plegadoras de periódicos en formato A4.
- Líneas ensobradoras en papel, con sistema selectivo, alimentación personalizada "matching", etc. para formatos C4, C5, C6 y sobres tipo bolsa.

LUCIANO AGUILAR
c/Mallorca, 279 - pral.2ª - 08037 Barcelona
Tel: 93.487.66.67 - Fax: 93.488.03.75
www.laguilar.es - info@laguilar.es



aportando luz a su empresa

Bases de datos ★ Billing ★ Correo diario
Manipulados manuales y mecánicos
Creatividad, diseño y maquetación
Impresión ★ Embolsado y retractilado
Email marketing ★ Logística
Buzoneo, Etc.

Grupo Cibeles
Entidad Colaboradora de Correos

C/ Torneros, 12 - 14
28906 - Getafe (Madrid)
Tel.: 91 684 37 37
Fax: 91 684 20 80
www.grupocibeles.es



¡TODO EN UNO!

Una idea para cada proyecto.
Una solución para cada consumidor.

MINIFOLDER MURO
Cintas y hilos de ideas

MURO
PROCESOS DE COMUNICACION GRAFICA

- Personalizados y Numerados
- Mailing, Complet, Engomados
- Folletos y Plegados
- Promociones: rascas, tintas especiales, ventanas microperforados
- Productos exclusivos: Pop-Ups, persianas, sin-fin, telescópicos
- TROQUELADO EN LÍNEA DE PRODUCTOS ESPECIALES
- Asesoramiento técnico

MURO, EL VALOR AÑADIDO DE TUS PRODUCTOS.
Antonio López, 236 - 28026 Madrid • Telf. 913 920 920 - Fax. 91 475 47 86
e-mail: comercial@murodirect.com • web: www.murodirect.com



forquimsa
soluciones de comunicación

Alicante, 14 - 28500 Madrid
[Tel] 91 871 03 12
[Fax] 91 870 28 06
forquimsa@forquimsa.es
www.forquimsa.es

Tarjetas integradas y documentos especiales

Documentos personalizados
Documentos con tarjetas integradas
Documentos con etiquetas integradas
Talonarios con código de barras
Formularios de seguridad, códigos de barras
Etiquetas personalizadas con datos variables
Envíos de gestión
Documentos con RFID integrados
Tickets, y rollos personalizados



Morgana DIGIvac+ **CHALLENGE**

VARIO SPINE POWER FASTBIND 3ni

BindMaster tauler & BUSCH

Sistemas y Equipos de Hendido y Plegado, Terminación de folletos, Alzadoras, Trenes de terminación de revistas, Lomo cuadrado, Encuademadoras de: tapa dura, tapa blanda y FotoBooks, Laminadoras, Plásticas, Guillotinas, Cortadoras Automáticas de tarjetas y fotografías, Enfajadoras, Volteadoras, Ensobradoras, etc.

1 en Acabado de Impresión Digital y Offset

AlbaMac
Gamonal, 5 • 28031 Madrid
Tel. 917 774 649 • Fax 913 039 930
albamac@albamac.com



Sistema CASSILO de OTTO KÜNNECKE
el más FLEXIBLE del mercado y el PREFERIDO de las multinacionales para el mailing de TARJETAS

eMode ENGINEERING SL
Tif. 91 790 11 29
spain@emode.es

Sistemas para CONTAR SOBRES y TARJETAS
de precisión Alemana

- dentro / fuera de cajas
- portátiles / de sobremesa

OTTO KÜNNECKE
Certified Partner

MICTOM
DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS



Desde 1980
COMPROMISO, PROFESIONALIDAD Y SERIEDAD

Empresa altamente especializada en:
Gestión Integral de procesos de suscripciones a revistas
Retractilados Postales
Retractilados Cristal (Kiosko)
Marketing Directo

Av del Sistema Solar nº 3A, 28830 San Fernando de Henares - Madrid
Tel 91 674 93 00 - Fax 91 674 93 01 - www.maxipack.es



Optimizamos su gasto en telefonía fija y móvil

- Revisamos sus facturas
- Gestionamos sus comunicaciones
- Reducimos el gasto innecesario
- Analizamos el uso de internet
- Le asesoramos en la mejora de sus comunicaciones

NetSpain CONSULTING
Fuente del Berro, 12. 1 C. 28009 Madrid.
Tif.: 913 096 522. www.netspainco.com



PER-PACK
SOLUCIONES DE EMBALAJE

C/França, 26 - Pol. Ind. Pla de Llerona
08520 LES FRANQUESES DEL VALLES
(Barcelona)
Tel. 93 846 44 55 - Fax. 93 846 72 03
info@per-pack.com - www.per-pack.com

HUGO BECK

Nueva Neo X Advance

- Sistema solapado superior y soldadura lateral en la misma máquina.
- Hasta 18.000 ciclos/hora.
- Alto ajuste embolsado. De 3-5 mm. por cada lado inferior y superior.
- Ajuste perfecto de la soldadura lateral.



www.cmc-machinery.com **CMC**

- Líneas de Ensobrado:
 - Marketing Directo y Transaccional
- Software de gestión **cmc-envelope**
- Líneas de Embolsado
- Líneas de Packaging

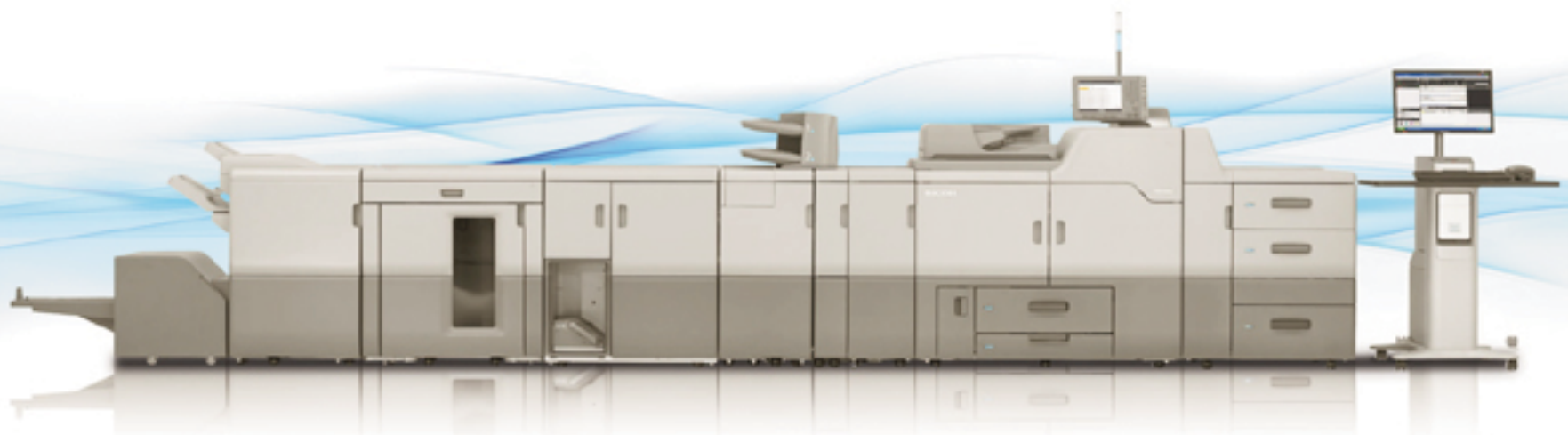
MaBilMac
Apartado de correos, 2026. 28924 Alcorcón - Madrid
Tel.: 692 46 33 48 - 663 72 67 44
www.mabilmac.es - info@mabilmac.es



**Lo ves,
aquí su empresa
sí se ve**

Anuncia aquí

Pro™ C651EX/C751EX/C751



Equipos de vanguardia para desarrollar su negocio

**Calidad, productividad y servicios
para elevar la rentabilidad**

Nuevo láser VCSEL de 4800 dpi
Flujo activo de tóner y revelador
Registro doble cara mecánico y óptico
Ajustes de papel con 43 parámetros
Máxima productividad en su segmento

Moving Ideas Forward.

RICOH