

# К лучшему пониманию потребностей клиентов



Интервью руководителя отдела маркетинга продукции Xerox **Михаила Мартынова** журналу «Новости Полиграфии»

ной комбинации программных и аппаратных средств. Главным образом назначение таких систем состоит в решении задач по коммерческой печати средних и больших объёмов.

Xerox работает с разными индустриями: государственные структуры, телекоммуникационный сектор, банки, образование, коммерческая печать – вот далеко не полный перечень отраслей, где реализованы и успешно эксплуатируются элементы комплексных отраслевых предложений, разработанных Xerox. Благодаря многолетнему опыту работы с заказчиками из разных сфер, компания Xerox обладает обширной локальной экспертизой. Все проекты ведутся выделенными специалистами, хорошо знающими специфику своих сегментов, а разрабатываемые и поставляемые нами комплексные решения позволяют эффективно решать индивидуальные отраслевые задачи заказчиков. Так, например, в энергетическом секторе мы осуществляем проекты по созданию электронных кабинетов для потребителей услуг наших клиентов. В образовательной отрасли мы выводим на европейский уровень печатную инфраструктуру крупнейших вузов и библиотек России, создаём электронные книгохранилища, виртуальные читальные залы вузовских библиотек.

**НП: Каким оказался прошлый год для вашей компании? Удалось ли компании Xerox сохранить лидирующие позиции в сегменте промышленных решений для печати?**

**М.М.:** Прошлый год был очень удачным, по единицам проданного оборудования мы превзошли результаты докризисных лет. Что касается доли рынка, то здесь на протяжении многих лет Xerox является ключевым игроком, и в 2010 году мы сохранили за собой

лидирующую позицию: по данным исследовательской компании IDC, Xerox занимает порядка 51% российского рынка полноцветных производительных печатных систем и около 70% рынка монохромных.

Хотелось бы также обозначить ряд посткризисных тенденций, сформировавшихся в сегменте коммерческой печати. В первую очередь, это растущая конкуренция, которая стимулирует всех вендоров к повышению уровня качества выпускаемых продуктов. Вместе с этим мы наблюдаем и существенное изменение спроса: компании стали более осмысленно и требовательно относиться к распределению средств на необходимые инфраструктурные решения, в расчёт берётся и стоимость оборудования, и стоимость отпечатка. Несмотря на эти изменения, мы чувствуем себя очень уверенно, поскольку на рынке цифровой коммерческой печати технологии Xerox по-прежнему остаются высочайшим отраслевым стандартом. Кроме того, развитая региональная сеть позволяет нам не только реализовывать проекты практически в любом регионе РФ, но и предоставлять лучший на российском рынке сервис.

**НП: В прошлом году вы запустили на российском рынке ЦПМ Color 1000. Каковы результаты первого года продаж этой машины? Оправдались ли ваши ожидания?**

**М.М.:** Система Color 1000 была запущена на IPEX-2010 и стала одной из самых ярких премьер выставки. Данный продукт рассчитан на крупные объёмы печати превышающие 500 тыс. страниц в месяц и обеспечивает исключительно высокое качество полноцветного отпечатка, по некоторым параметрам превосходящее офсетный.

**НП: Компания Xerox широко известна своими решениями для промышленной печати. Что такое промышленные системы в понимании компании Xerox Россия?**

**М.М.:** Действительно, компания Xerox является одним из крупнейших игроков рынка цифровых систем промышленной печати. Если же говорить о терминологии, то здесь мы руководствуемся общерыночными критериями – производительность, максимальная месячная нагрузка (от 30 тыс. отпечатков формата А4 для полноцветных машин и от 500 тыс. – для монохромных) и стоимость решения. Важно также отметить, что в большинстве случаев речь идёт не просто об отдельном устройстве, а о слож-

Color 1000 предназначена для производства полиграфической продукции любого уровня сложности: от простых листовок и календарей до фотокниг, издательских приложений и сертификатов. Отличительная особенность машины – наличие дополнительной пятой секции для прозрачного тонера, с помощью которого можно осуществлять печать с эффектом сплошного или выборочного лакирования листа, что позволяет создавать уникальные продукты.

Результаты первого года продаж Color 1000 оказались гораздо выше наших первоначальных ожиданий: только на выставке мы заключили пять контрактов на установку данной системы, а до конца 2010 года продали десять машин. Сегодня Color 1000 является лидером наших продаж в полноцветном сегменте. Установки совершаются в типографиях и предприятиях коммерческой полиграфии, которые расширяют свой спектр предложений благодаря возможностям печатной системы. В целом могу сказать, что ЦПМ Color 1000 полностью удовлетворяет возрастающим требованиям российских заказчиков и по уровню отпечатков, и по соотношению цена-качество.

**НП: В среде профессиональных полиграфистов существует мнение о том, что будущее промышленной печати принадлежит струйным машинам. Как вы оцениваете перспективы струйного оборудования для полиграфического бизнеса? Есть ли у Xerox разработки в данной области?**

**М.М.:** «Отдавать» будущее промышленной печати только струйным или только электрографическим машинам было бы неправильно. Глобальные тенденции полиграфического рынка – падение тиражей, сокращение производственных циклов – говорят в пользу цифровой технологии, которая предлагает более выгодную стоимость отпечатков при невысоких тиражах. Сегмент цифровой печати действительно стабильно растёт на протяжении нескольких лет и имеет отличные перспективы. Однако на сегодняшний день, по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, доля цифровой печати в России не превышает 5%, то есть большинство крупных типографий по-прежнему используют офсетное оборудование и будут использовать его ещё долгое время. Основным вектором развития полиграфических предприятий сегодня является

не полный переход на цифровые технологии, а правильная интеграция цифровых машин в существующие парки оборудования. Эффективность бизнеса определяется верным сочетанием двух способов печати в соответствии со стоящими перед компаниями задачами.

Если говорить о перспективах струйной технологии, то она имеет хорошие перспективы в области транспромо и биллинга – в тех сферах, где важна высокая скорость и низкая себестоимость отпечатка, а качество печати (цветопередача, разрешение, передача мелких фоновых деталей) имеет второстепенное значение. Например, размещение рекламы кредитных карт в ежемесячных банковских выписках, квитанции на оплату ЖКУ услуг и т.п. Так согласно исследованию, проведённому исследовательской компанией Forrester Consulting, большинство потребителей находят полезной персонализированную рекламу на финансовых документах, таких как банковские выписки, счета за услуги коммунальные и связи.

Безусловно, решения, основанные на данной технологии, могут быть использованы и для производства более сложной полиграфической продукции. Однако для этого потребуются применение специальных бумаг, большее количество чернил, что замедляет работу оборудования и увеличивает издержки. Поэтому я могу согласиться с утверждением, что струйные машины имеют будущее, но с поправкой: они имеют будущее в сегменте, где пока нет больших претензий к качеству цвета. В то же время, в связи с развитием полноцветной рекламы в транспромоматериалах всё больше компаний интересуются цифровыми рулонными системами. И хотя пока внедрение подобных решений идёт на уровне проб, в ближайшие годы мы ожидаем значительный рост этого сегмента.

В следующем году мы собираемся запустить на российском рынке рулонную машину, созданную на базе эксклюзивной технологии твёрдочернильной печати Solid Ink. Эта технология позволяет осуществлять качественную печать на высоких скоростях с низкой стоимостью отпечатка, и при этом не требует специального покрытия бумаг.

**НП: Как вы оцениваете успех того или иного продукта? Есть ли какие-то критерии успеха? Разнятся ли они в зависимости от сегментов рынка и индустрий, на которые направлены?**

**М.М.:** Оценка успешности продукта строится на соответствии реально достигнутого

результата первоначальному бизнес-плану. Перед запуском каждого нового продукта мы оцениваем его коммерческий потенциал, прогнозируем объём продаж, издержек и уровень прибыльности. С учётом потребительских свойств продукта мы определяем нашу целевую аудиторию и конкурентную среду и далее переходим к оценке ёмкости рынка. Исходя из этого анализа, мы формулируем критерии успеха, которые, безусловно, в значительной степени определяются сегментом, в котором ведётся работа. В зависимости от того, удаётся ли нам выполнить изначальный план, мы можем назвать продукт успешным или неуспешным.

**НП: Каковы ваши планы по выпуску новых продуктов? На каком направлении, по вашему мнению, следует акцентировать внимание в ближайшие годы?**

**М.М.:** Рынок полноцветной промышленной печати в России ещё не скоро достигнет полного насыщения, поэтому мы уверены, что в ближайшие годы он будет расти и развиваться. В частности, сегмент рулонных полноцветных систем в нашей стране находится на стадии становления и сегодня активно набирает обороты. Как я уже отметил, в ближайшее время у Xerox появится очень хорошее предложение в данном сегменте – рулонная полноцветная машина на базе твёрдочернильной технологии Solid Ink. Растить продолжит и монохромный рынок печати, особенно в промышленной и образовательной отраслях. Отдельно стоит упомянуть рост интереса во всех индустриях к различным типам программного обеспечения. Мы сейчас прикладываем много усилий, для того чтобы сформировать хорошую линейку программных продуктов. Потенциал нашего бизнеса в этих областях очень высок, чтобы удержать и увеличить долю рынка, мы по-прежнему будем усиливать отраслевую экспертизу, развивать наше сервисное направление, стремясь к лучшему пониманию потребностей клиентов.