



Transitie van speciaaldrukkerij Lijnco naar een digitale speler

Over Lijnco

Lijnco is een speciaaldrukkerij die van plan was om hun diensten via het web aan te bieden. Een nieuw e-commerce kanaal zou de productlijn ontsluiten voor bestaande en nieuwe klanten. YTEC heeft deze transitie vanaf 2010 begeleid. De eerste fase van het project was een consulting traject voor het verkennen van mogelijkheden en uitdagingen van e-commerce. Vervolgens heeft YTEC gedurende een aantal jaren verscheidene projecten voor Lijnco gerealiseerd, in de rol van zowel projectleider als uitvoerende IT-partner.

Uitdagingen voor Lijnco als speciaaldrukkerij

Bij aanvang van het project was de grafimediabranche snel aan het ontwikkelen. Printing-on-demand en web2print prijsvechters zoals Vistaprint, Drukwerkdeal, Flyerzone en PrintCarrier, hadden massadrukwerk al volledig geautomatiseerd, waardoor hier weinig marge op viel te behalen. Drukkerijen werden gedwongen tot de keuze zich te specialiseren of zich te onderscheiden met extra diensten zoals gepersonaliseerd drukwerk. Deze differentiatie vereist nieuwe competenties die worden ondersteund met informatie technologie (IT).

Nieuwe competenties ondersteund door IT

YTEC is Lijnco van dienst geweest bij het opstellen van een strategie voor de e-commerce van Lijnco. Zo kon het bedrijf veranderen van een traditionele drukkery in een volwaardige e-commerce organisatie. Lijnco beschikte aanvankelijk over een conglomeraat aan weboplossingen voor zowel de eigen producten als klantspecifieke oplossingen. Hoewel het bedrijf al online was, ontbrak bij Lijnco de kennis van IT en online marketing.

De nieuwe strategie kwam voort uit het marketingplan, een concurrentieanalyse en een inventarisatie van de bestaande webapplicaties. De consultants van YTEC hebben eveneens geholpen met

een huisstijlboek en de samenstelling van de projectteams.

Lijnco wilde zich voorbereiden op een toekomst met web2print: het automatiseren van elke stap tussen een bestelling via de website, tot aan de bezorging bij de klant. YTEC heeft de nodige informatieanalyses en implementatie van de nieuwe e-commerce oplossingen uitgevoerd.

Het consultingtraject met YTEC heeft antwoord gegeven op vragen zoals

Hoe kan Lijnco een grotere omzet verwerven via het web?

Hoe kan Lijnco een grotere omzet verwerven via het web?

- Hoe kan de visie van de directie worden vertaald naar concrete stappen voor marktpenetratie en consolidatie?
- Welke webprojecten hebben prioriteit?

Het advies en de projecten van YTEC ondersteunen de nieuwe competentie van Lijnco. Ze kunnen tegenwoordig variabele productiedata goed verwerken, en hebben een nieuwe workflow voor gepersonaliseerd speciaaldrukwerk. De klanten kunnen online bestellen, en de variabele data vanuit de klant wordt automatisch in het productieproces geïntegreerd.

De digitale drukker en variabele data

Bij gepersonaliseerde marketing wordt een prospect via het juiste kanaal te bereikt, op het juiste moment, met behulp van variabele data. Een bekend voorbeeld is de brief met de naam van de klant in de aanhef, en een aangehangen acceptgiro voor het verlengen van zijn of haar abonnement, verstuurd wanneer het eerdere abonnement verloopt. Een ander voorbeeld is de autodealer die een aanbieding toestuurt op het moment dat je auto toe is aan een onderhoudsbeurt. Datastromen met de unieke klantkenmerken komen samen in een fysiek product zoals drukwerk en vergroten zo de effectiviteit van een marketingcampagne.

Bedrijven in de traditionele grafimedia kunnen hier stelling nemen tegen prijsvechters die alleen massadrukwerk leveren. De uitdaging is het ontwikkelen van een nieuwe competentie: het sturen van variabele datastromen. In een gepersonaliseerde campagne heeft het drukwerk unieke kenmerken, zoals een naam, een adres, of een persoonlijke aanbieding. Dat type drukwerk vereist een workflow die wordt ondersteund met IT.

Transitie naar een focus op IT en e-commerce

Lijnco wilde investeren in een toekomst als IT organisatie. YTEC heeft een aantal opties samengesteld voor de ontwikkeling van IT competenties. E-commerce organisaties zijn multidisciplinair, en Lijnco zou nieuw talent kunnen aantrekken voor een toekomst als IT bedrijf.

Bestelling van acceptgiro's via de website van Lijnco

De typen drukwerk van Lijnco zijn complex vanwege de grote hoeveelheid variabelen die in een product worden verwerkt. Een voorbeeld hiervan is een het bestellen van acceptgiro's via de website van Lijnco. Acceptgiro's moeten voldoen aan strenge eisen. Elke gedrukte acceptgiro heeft een aantal nummers die uniek zijn per klant en type overschrijving. De variabele data voor deze nummers moet foutloos worden verwerkt, en

Lijnco gebruikt software van YTEC om de acceptgiro's te drukken en de kwaliteit te garanderen.

Het drukken van krasloten volgens een winplan

Niet alle producten van Lijnco worden besteld via het internet. Zo drukt Lijnco bijvoorbeeld ook krasloten. Individuele krasloten hebben een eigen nummer en een deel van de loten is verbonden aan prijzen. Verder heeft elk kraslot controlegetallen om de echtheid te verifiëren.

Het prijzengeld moet automatisch worden verdeeld over de gedrukte krasloten en het systeem moet redundant zijn voor fouten. Als een batch aan krasloten opnieuw moet worden gedrukt, dan mag het winplan niet in gevaar komen. YTEC heeft het systeem gebouwd dat het prijzengeld verdeeld over de gedrukte krasloten, waarbij batches krasloten kunnen worden geactiveerd. Zo kunnen krasloten worden verspreid met de garantie dat het winplan consistent blijft.

Marthijn de Jong

E-business consultant

Heeft u advies nodig, of heeft u vragen? Ik help u graag verder.

06 - 58 82 43 45

marthijn@ytec.nl

