

יותר ממחצית הארגונים לא יודעים את עלות ההדפסה שלהם

מרסל הבנהורסט, ריקו: "הלקוחות הארגוניים עוברים מהדפסה במיקור-חוץ להדפסה בתוך הבית" ♦ "הדפסה במיקור-חוץ לא זולה יותר. לטווח הארוך, בניית מרכזי הדפסה פנים-ארגוניים מקטינה את העלות הבעלות הכוללת", אמר הבנהורסט, מנהל שיווק אזורי של החברה ♦ רז דרבי, מנכ"ל מפעיל: "נתח השוק שלנו עומד בישראל על קרוב ל-40%"

יוסי הטוני < צילום פלי הנמר

ומורכבים. הוא הוסיף כי לצד ריקו, מפעיל היא יבואנית של טושיבה בעולם המיחשוב הנייד ושותפת זהב של HP. "המטרה שלנו היא לממש את תפיסת ה-Total Office Solution לארגונים", אמר.

"אנחנו מובילים בתחום הדפוס המקצועי את המגמה של מעבר ארגונים ממיקור-חוץ לעבודה 'בתוך הבית', על ידי הקמה של מרכזי דפוס פנימיים בתוך הארגונים, שמספקים מענה לכלל צורכי ההדפסה שלהם, לרבות היבטי השיווק והדפסת חומרי הדרכה", הוסיף דרבי. "אנחנו פועלים מול שני סוגי לקוחות: בתי דפוס וארגונים מהמגזרים הפיננסי, הביטחוני, האקדמיה ועוד". כך, למשל, "לאחר שב-2012 צה"ל עבר למדפסות שחור לבן של ריקו, השנה הוא עבר למדפסות צבע שלה", ציין.

הוא ציטט נתונים של InfoSource, חברת מחקר שאומדת נתוני שוק בתחום התקשורת והמכונות המשרדי ב-EMEA (אירופה, המזרח התיכון ואפריקה), שלפיהם ריקו היא המותג הנמכר ביותר בתחום הפקות הדפוס ומכונות דפוס בצבע במהלך שלושת הרבעונים הראשונים של 2013. "הנתונים עולים בקנה אחד עם נתוני המכירות בישראל: לפי InfoSource, בגלל ריקו, נתח השוק של מפעיל עומד על קרוב ל-40%", אמר.

במסגרת התערוכה הוצגו מכונות דפוס של ריקו, HP, וכן מכונה וטכנולוגיית Memjet של ריגולי, שמדפיסה דפוס רחב בצבע מלא, במהירות גבוהה פי שלושה מהמתחרות. כן הושקו בתערוכה מדפסות רחבות, של 1.5 מטר, של HP ומכונת דפוס תעשייתית קטנה, בשחור לבן ובצבע, של ריקו. עוד הוצגו מכונות של מאסטר, שפועלת בעולם גימורי הדפוס. החברה עושה למינציה להדפסות דיגיטליות בפורמט רחב, ומספקת פתרונות חיתוך, לרבות חיתוך אוטומטי של כרטיסי ביקור ופתרונות כריכה ליישומים שונים.

לדברי דרבי, "המערכות החדשות יבטיחו שנמשיך לספק מדפסות תעשייתיות שיובילו את השוק וימשיכו לספק ללקוחות שירותי הדפסה חסכוניים, מידיים ומהירים". הוא ציין כי "בנוסף לטכנולוגיה, במפעיל מתמקדים באספקת מגוון רחב של שירותים, כדי לסייע ללקוחותינו להשיג את היעד שהציבו לעצמם: להרחיב את מגוון המוצרים של העסק שלהם ולספק מענה לצורכיהם בעתיד".

"התפיסה שלפיה הדפסה במיקור-חוץ זולה יותר היא שגויה. אנחנו מובילים את השוק בבניית מרכזי הדפסה פנים-ארגוניים ולקוחות מבינים כי לטווח הארוך, העלות בבעלות כוללת (TCO) קטנה יותר", כך אמר **מרסל הבנהורסט**, מנהל שיווק אזורי של ריקו. לדבריו, "המגמה של ירידת דפוס האופסט מביאה לכך שארגונים רוכשים מדפסות ועוברים לעבוד 'בתוך הבית', משום שהשימוש במדפסות המקצועיות, קל, זמין וכלכלי, מגדיל את רמת אבטחת המידע ושומר על המידע בתוך הארגון".

הבנהורסט התראיין לאנשים ומחשבים במסגרת התערוכה השנתית שערכה מפעיל. התערוכה, "יום פתוח דפוס מקצועי", התקיימה בכפר המכבייה ברמת גן, בהפקת אנשים ומחשבים ובהשתתפות מאות מלקוחות מפעיל ושותפיה העסקיים.

לדברי הבנהורסט, "העולם נע לעבודה ללא נייר, אבל עדיין יש תחומים שבהם ההדפסה הארגונית נמצאת בצמיחה, או לפחות באותם היקפים כבעבר". הוא תיאר את האתגרים שבפניהם ניצב עולם ההדפסה הארגונית: הצורך באנשי מקצוע שמטפלים במכונות; הרצון להפחתת עלויות והתאמת מוצר הדפוס המתאים ביותר ללקוחות; הבנה של הסביבה

העסקית של הלקוח הארגוני וצרכיו בעולם הדפוס; ויצירת מסגרות עבודה ותהליכים שמייעלים את שרשרת ההדפסה.

מחקר שציטט הבנהורסט מראה, כי "60% מהארגונים לא יודעים מה עלות ההוצאות השנתיות שלהם על הדפסה". לדבריו, "הדפוס המקצועי מתאפיין בכמה מגמות: העולם נע לעבר הדפסות בעלות ערך; ניהול הדפסה ארגוני; ניהול צילומים; מתן שירותים יצירתיים; העברות מסמכים ומניעת הדפסתם; והדפסה מאובטחת". הבנהורסט סיכם באומרו כי "הטמעת פתרונות הדפסה מקצועית וחכמה, באופן פנים ארגוני, יכולה להביא לחיסכון שנתי של 30% בעלויות ההדפסה הארגונית".

"צה"ל עבר למדפסות צבע של ריקו"

רז דרבי, מנכ"ל מפעיל, ציין כי החברה מייבאת את מוצרי ריקו מאז 1987 ועוסקת בפתרונות הדפסה חכמים ושירותים לארגונים גדולים



מימין: מרסל הבנהורסט, מנהל שיווק אזורי של ריקו, ורז דרבי, מנכ"ל מפעיל