

Strategies in the Digital Printing Value System

Thomas Mejtoft

STFI-Packforsk/Kungliga Tekniska Högskolan (KTH)

Sammanfattning

Syftet med denna forskningsstudie är att identifiera affärsstrategier och strategiska beslut inom digitaltrycksindustrin, samt att analysera hur dessa strategier har utvecklats i och med introduktionen av digitaltryck. Licentiatavhandlingen består av tre separata studier, alla baserade på kvalitativ forskningsmetodik. Den första studien fokuserar på digitaltryckerier och hur deras affärsstrategier har förändrats på grund av investering i den digitala trycktekniken. Den andra studien fokuseras på kunder till digitaltryckerier och hur de uppfattar värdet av digitaltryckta produkter. I den tredje studien analyseras ett framgångsrikt producent-kund samarbete, där värde skapas för båda parter i den dynamiska affärsmiljön.

Resultaten indikerar att vertikal integration hos digitaltryckerierna är en giltig strategi för att övervinna problem relaterade till digitaltryck, som till exempel att inte kunna erhålla lämpliga order för att tryckas med digitaltryck. Den främsta anledningen, bland kunderna, att beställa trycksaker som trycks digitalt, är möjligheten att beställa korta serier vilket kan minska lagervolymer och kasseringsvolymer. Detta är också det främsta upplevda kundvärdet. Användandet av mer komplexa applikationer, såsom variabeldatatryck, är väldigt lågt. Noteras bör dock att många respondenter säger sig villiga att börja använda enklare former av anpassning av sina trycksaker, alternativt så anser de sig redan få värde från enklare former av variabeldatatryck (exempelvis adressering eller byte av logotyper och namn).

Konkurrensmiljön inom tryckindustrin blir successivt mer och mer dynamisk och företag inom industrin påverkas idag av en allt mer heterogen grupp av konkurrenter. Därför är det viktigt, för tryckerier, att anamma ett förhållningssätt som bidrar till ett hyperkonkurrensbeteende. Att utnyttja snabbhet, överraskning, överlägsen kundnöjdhet och kontinuerligt försöka förändra konkurrensvillkoren till företagets fördel, är viktiga strategier för att upprätthålla konkurrenskraft. Som komplement till fokus på kostnad och kvalitet, blir timing och kunnande ännu mer viktigt för att kunna uppfylla kundernas behov.

Resultaten visar på att digitaltryck används effektivt och framgångsrikt när den underliggande visionen inte är att trycka. Genom att sträva mot en lösning med elektroniska dokument, blir digitaltryck det naturliga sättet att få en fysisk kopia när en sådan eftersträvas eftersom det är möjligt för kunden att beställa exakt vad kunden vill ha, när den vill ha det utan att man behöver lagerhålla produkter. Vertikal integration har bidragit till att digitaltryckerierna har kunnat erhålla lämpliga jobb för sina digitala tryckpressar. Horisontell integration av alternativa kanaler, exempelvis elektronisk publicering, är en naturlig utveckling inom industrin för att stötta affärsmodellerna kring digital tryckteknik.

Nyckelord: affärsstrategi, kundvärde, differentiering, digitaltryck, hyperkonkurrens, vertikal integration

Thomas Mejtoft

Strategies in the Digital Printing Value System