

Przewidzieć pragnienia klienta



Zgrany duet dostawcy urządzeń i drukarni buduje sukces firmy

XXI wiek to czas klienta i odpowiadania na jego potrzeby. Czas, w którym bardzo ważna jest jakość produktu i obsługi, jaką można zaoferować klientowi, który żyje w szybkim tempie, bardzo ceni swój czas, chce być traktowany indywidualnie i mieć rzeczywisty wybór. Dopracowaną odpowiedź na potrzeby rynku znalazła drukarnia działająca w ramach sp. z o.o. Dom Aukcyjny Mebis, która strategię działania opiera na zróżnicowaniu oferty, zagwarantowaniu jakości i automatyzacji procesów produkcyjnych. Ostatnio park maszynowy drukarni został wzbogacony o urządzenie Uchida Foil Glazer – w pełni automatyczny, pneumatyczny laminator rolowy z podawaniem z podciśnieniem, separacją arkuszy i modułem złączenia, będący nową pozycją w szerokiej ofercie doświadczonych dostawcy – firmy Riset Polska.



Od lewej: Adrian Dźbikowicz (Riset Polska), Piotr Cierlica (Mebis) i Tomasz Kowalczyk (Mebis)

Drukarnia specjalizuje się zarówno w druku wysoko-, jak i niskonakładowym przy wykorzystaniu druku cyfrowego oraz offsetowego. Oferuje kompleksową obsługę poligraficzną na każdym etapie realizacji zamówienia. Bogaty wachlarz usług firmy obejmuje druki reklamowe i użytkowe (także z możliwością personalizacji), druk wielkoformatowy z zakresu szeroko rozumianej reklamy wizualnej, ponadto markę PaperLove – artystyczną kolekcję papeterii ślubnej. Drukarnia realizuje również prace introligatorskie, m.in. uszlachetnianie druków, oprawę miękką, twardą i spiralną, falcowanie, bigowanie, sztancowanie. I właśnie potrzeba poszerzenia możliwości produkcyjnych związanych z uszlachetnianiem wydruków cyfrowych była powodem decyzji o zakupie nowej maszyny.

Marek Horubała, prezes zarządu firmy, wyjaśnia, co zaważyło na wyborze dostawcy i modelu urządzenia: „Z racji naszego profilu działalności związanego z drukami nisko- i wysokonakładowymi, a także z artystyczną papeterią ślubną, zdecydowaliśmy się na urządzenie do foliowania z opcją złączenia. Nasz wybór finalnie padł na system oferowany

przez firmę Riset. Nie ukrywamy, że przed zakupem analizowaliśmy rynek i testowaliśmy także konkurencyjne rozwiązania tej samej klasy. Wybór kompaktowego urządzenia od firmy Riset był podyktowany kilkoma czynnikami. FoilGlazer najlepiej sprawdzał się na droższych papierach fakturowanych, które bardzo często wykorzystujemy przy produkcji artystycznych kartek i zaproszeń. Z naszego punktu widzenia jest to bardzo proste w obsłudze i niezwykle intuicyjne urządzenie, które nie wymaga skomplikowanych czynności w celu przygotowania do kolejnej pracy. Maszyna w standardzie jest w pełni automatyczna, dzięki czemu operator nie musi skupiać się tylko i wyłącznie na procesach foliowania. Innym wyróżnikiem, który zwrócił naszą uwagę, jest szybki i ekonomiczny narząd urządzenia. Także poziom obsługi klienta przez dostawcę oceniamy bardzo wysoko – firma Riset bez przeszkód udostępniła nam urządzenie do kilkudniowych testów, ponadto otrzymaliśmy wyczerpujące i merytoryczne odpowiedzi na każdą naszą wątpliwość i zgłaszany problem. Przy tej okazji chcemy jeszcze raz serdecznie podziękować Adrianowi Dźbikowiczowi,

który pomagał nam w całym procesie decyzyjno-zakupowym”.

Jarosław Szablowski, dyrektor generalny Riset Polska, dodaje: „Rynek introligatorski w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie, dodatkowo w dobie walki o pracownika drukarnie stawiają na automatyzację. Samo zaś złączenie i foliowanie stało się bardzo popularne, tak jak kiedyś lakierowanie. Uchida FoilGlazer łączy wszystkie te trendy, przez co jest idealnym rozwiązaniem dla firm poligraficznych”.

Nowa foliarka przeszła już swój chrzest bojowy przy okazji produkcji naklejek dla jednego z klientów drukarni. Zostały one zabezpieczone transparentną folią w błysku. Obecnie zespół pracuje nad nowymi wzorami zaproszeń ślubnych, w których będą wykorzystane elementy zdobnicze projektowane specjalnie z myślą o wykonaniu ich przy użyciu maszyny FoilGlazer. Inwestycja jest bowiem elementem filozofii firmy, która sprowadza się do indywidualnego podejścia do klienta i budowania z nim trwałych relacji w myśl słów Steve'a Jobsa: „Bądź na tyle blisko swoich klientów, aby powiedzieć im czego chcą, zanim sami się na to zdecydują”.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY