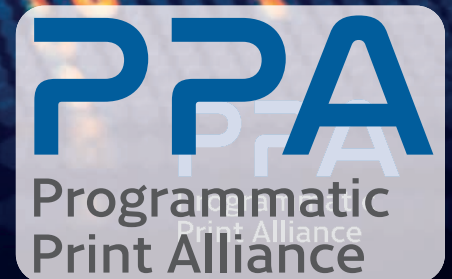


Think Print Different!

Programmatic Print Consulting

Das Entscheider-Wissen für Führungskräfte
der Druckindustrie



Auch neue Wege beginnen mit dem ersten Schritt

„Wie baue ich mein bestehendes Geschäft aus?“ – Diese Frage muss sich jede Führungskraft der Druckindustrie stellen. Eine der margen-trächtigen Möglichkeiten ist Programmatic Print. Doch passt diese jüngste und anspruchsvollste Print-Disziplin zu den betrieblichen Rahmenbedingungen Ihres Unternehmens?

Um dies herauszufinden, vermittelt Ihnen die PPA das strategische Grundlagenwissen rund um Programmatic Print. Dazu gehören Data-driven Marketing, Variabler Datendruck, Marketingautomation und vieles mehr. So können Sie erste Schritte auf dieses neue Terrain wagen: Erfahren Sie im PPA-Consulting, wie Sie mit kleinen Pilotprojekten starten und sich ein sicheres Fundament für die vollautomatisierte und vollindividualisierte Königsdisziplin erarbeiten.

Das Consulting der PPA setzt sich aus acht Modulen zusammen, die maßgeschneidert auf Ihren Betrieb zusammengesetzt werden. Nach zwei Tagen wird eine Grundlagenstrategie erarbeitet, die bereits erste Schritte zur Umsetzung umfasst.



Von Kleinauflagen zum One-to-One ist es nur ein kleiner Schritt

Geht es Ihnen nicht auch so: Von Jahr zu Jahr kommen mehr und mehr Jobs mit immer kleineren Auflagen ins Unternehmen. Dabei sind die Auflagen und Umfänge so gering, dass es sich nicht mehr lohnt, dafür Offsetplatten zu belichten. Vielleicht haben Sie auch längst Digitaldruckmaschinen für solche Jobs angeschafft? Damit ernten Sie die ganz unten hängenden Früchte im Druckgeschäft. Die süßesten Früchte aber hängen oben. Pflücken Sie diese Früchte, indem Sie zum Start in eine schlanke VDP-Software investieren. VDP steht für Variable Data Printing und ist die Grundvoraussetzung fürs datengetriebene One-to-One Marketing per Print: der entscheidende erste Schritt zum Aufstieg als Programmatic Print Service Provider.

Potenzial im Digitaldruck für Print Service Provider



Sweet Fruits

- Fokus auf neue Märkte / neue Anwendungen
- Neue Geschäftsmodelle, neue Wertschöpfungsketten
- Programmatische, hochautomatisierte Workflows

Bulk of Fruits

- Fokus auf Kunden / Print Buyer
- Optimierung der Wertschöpfungskette
- Verbesserung der Printanwendung (Einsatzzweck)
- Integrierte digitale Workflows mit Print Buyer

Low Hanging Fruits

- Fokus auf Print Service Providing/Production
- Kostenreduktion / Kürzere Produktionszeit
- Prozess- und Workflow-Optimierung
- Bestehende Jobs, Kunden und Märkte

Digital Printing Potential

Die PPA klassifiziert Druckunternehmen in vier Klassen: vom reinen Offset- oder Tiefdrucker (0%) über zwei Zwischenstufen (50% bzw. 75%) bis zum Vollautomatisations-Alleskönner (100%). Je nach Einstufung Ihres Unternehmens werden die Inhalte der Beratung abgestuft.

Von der Massen- zur Individualkommunikation



PPA
Programmatic
Print Alliance

Der modulare Einstieg

- Modul 1:** Videosession zur Erklärung/Einführung in die PPA-Consultingstrategie
- Modul 2:** Checkliste zur Unternehmensanalyse zur individuellen Vorbereitung von Schritt 3
- Modul 3:** 2-tägige, individuelle Beratung und Unterstützung bei der Planung und Umsetzung
- Modul 4:** bedarfsorientiertes Zusatz-Consulting

Die Bausteine des Programmatic Print

Über acht Bausteine nähert sich die Beratung dem Kern des Programmatic Print:

1. Trends, Verbraucher-Verhalten, Values of Print

- (1) Wohin dreht sich die Welt?
- (2) Entwicklung/Trends in der Druckbranche
- (3) Verhalten von Zielgruppen und Zielperson
Jeder Mensch hinterlässt Spuren/Daten
- (4) The Values of Print

2. Marketing verstehen

- (1) Zielgruppen/Persona/Customer Journey als Basis
- (2) Programmatic Advertising und Programmatic Print
- (3) Data Driven Marketing
- (4) Marketing Automation
- (5) Ziele und Arten von Kampagnen
- (6) Messkriterien und Kennzahlen im Marketing

3. Daten verstehen – Data Analytics

- (1) Analyse
- (2) Aufbereitung
- (3) Schnittstellen

4. PP Produkte, Layout und Content

- (1) Marketing-, Vertriebsziele und PP-Produkte
- (2) Wesentliche Merkmale erfolgreicher PP-Produkte
- (3) Einsatz von PP-Produkten in crossmedialen Kampagnen

5. Workflow-Automation

- (1) Anforderungen des Programmatic Print an Automation und Print Management Lösungen
- (2) Merkmale moderner ERP-Systeme
- (3) Kriterien für die Software Auswahl

6. Druck-Technologien

- (1) Toner
- (2) HSI-Bogen und Rolle (Eigenheiten des IJ-Drucks)
- (3) Kalkulationen, Stundensätze
- (4) Offset Transfer, Checkliste

7. Weiterverarbeitung, Veredelung, Porto-Optimierung

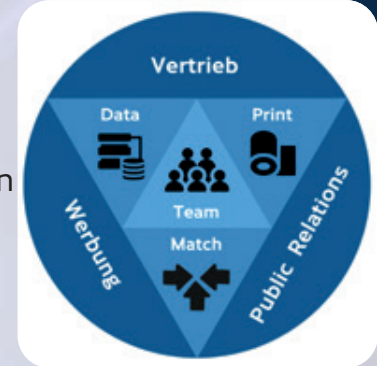
- (1) Inline, Nearline, Offline Produktionsmöglichkeiten
- (2) Veredelung und Verpackung als Wirkungsverstärker
- (3) Möglichkeiten zur Porto Optimierung

8. Eigenes Marketing/eigener Vertrieb

Es genügt nicht, die besten Maschinen, die beste Software und die beste Mannschaft zu haben: Man muss das alles auch verkaufen. Das PPA-Consulting beantwortet die sieben Schlüsselfragen des Marketings in der Druckbranche:

- (1) Kundenstruktur analysieren, Potenziale ermitteln
- (2) Strategische Positionierung Marketing/Vertrieb
 - Eigene Kampagnen, PP erklären und vorleben
- (3) Value Selling/Value based pricing
- (4) Vertriebliches Vorgehen/Projekt Vertrieb
 - Ansprache Trigger/Pain Points im Vertrieb/Marketing des Kunden
 - Beratung Medien/Formate
 - Komponenten eines Business Case
- (5) Kollaboration als höchste Form der Kundenbeziehung

Beim Interesse für das Programmatic Print Consulting erhalten Sie die ausführlichen Schulungsinhalte der acht Bausteine.



PPA
Programmatic
Print Alliance



:brain workers

ULI JEUSFELD
BUSINESS COACH

PPA-Consultant Uli Jeusfeld

Expertise in der Druckbranche

Seit 1999 berät, schult und coacht Uli Jeusfeld die Unternehmen der Druckbranche im deutschsprachigen Raum. Zu seiner Kundenschaft zählen Hersteller von Offset- und Digitaldruck-Maschinen, Software-Anbieter sowie Vertriebs- bzw. Handelspartner. Mittlerweile sind es mehr als 50 Druckereien, von Familienunternehmen bis hin zu größeren Mittelständlern mit bis zu 150 Angestellten, welche von seiner Erfahrung und seinem Fach- und Insiderwissen profitieren.

www.ulijeusfeld.de/druckbranche
www.linkedin.com/in/uli-jeusfeld

Kosten

Die Kosten für das Consulting werden individuell auf die jeweiligen Voraussetzungen der Firmen angeboten.

- Modul 1:** 1-stündige Videosession zur Erklärung/Einführung in die PPA-Consultingstrategie
-> kostenfrei
- Modul 2:** Checkliste zur Unternehmensanalyse zur individuellen Vorbereitung von Schritt 3
- Modul 3:** 2-tägige, individuelle Beratung & Unterstützung bei der Planung und Umsetzung
-> 4.900 € zzgl. MwSt. und Reisekosten (inkl. Vorbereitung und Dokumentation)
- Modul 4:** bedarfsorientiertes Zusatz-Consulting
-> individuelle Angebotserstellung nach Anfrage/Interesse

Think Print Different!

Print ist für uns kein Massenmedium mehr. Wir setzen auf One-to-One. Selbst bei Millionenaufgaben ist für uns jedes einzelne Blatt Papier – ein Unikat. Quasi der flachste Flatscreen der Welt. Den bespielen wir nach dem R.E.A.C.H.-Prinzip*. Damit erzielen wir die höchsten Conversion-Rates aller Kanäle. That's the Difference. Let's Think Print auf unsere Art und Weise!

PRESS publiziert

Wir stellen Programmatic Print ins Rampenlicht.



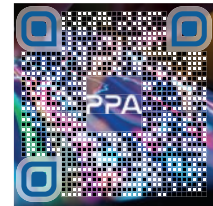
CAMPUS lehrt

Wir vertiefen das Wissen um Programmatic Print.



STAGE begeistert

Wir bieten Marktplatz und Bühne für Programmatic Print.



PPA

Programmatic
Print Alliance

Waldbornstraße 50
56856 Zell/Mosel
Telefon: +49 6542 5452
E-Mail: r.maass@programmatic-print.org
www.programmatic-print.org



* Mehr zur
Erfolgsformel
im Program-
matic Print