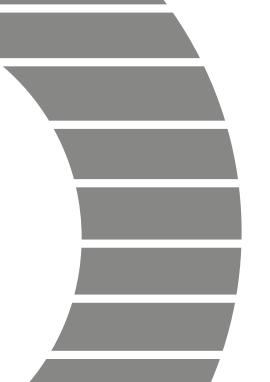


Web-to-Print Kompendium

Clever personalisierte Drucksachen einkaufen – clever beschaffen.







Inhalt

WEB-TO-PRINT

Was ist Web-to-Print? Entwicklung von Web-to-Print Für wen Web-to-Print? Vorteile von Web-to-Print Welches System für mich? Bestellabläufe Ausbaustufen Anworten auf Kundenfragen ab	Seite 04 Seite 05 Seite 07 Seite 09 Seite 10 Seite 12
FULFILLMENT Nur drucken ist uns zu wenig Der Ablauf Fulfillment unter der Lupe Logistik nach KANBAN Vorteile von Fulfillment	Seite 18 Seite 19 Seite 20
EIN BEISPIEL AUS DER PRAXIS at DER VERGLEICH	Seite 24 Seite 25



Was ist Web-to-Print?

Web-to-Print (Web2Print) ermöglicht es personalisierte Druckerzeugnisse in Echtzeit online zu bestellen. Sie füllen dabei hinterlegte Layout-Vorlagen mit variablem Inhalt. So bestellen Sie über das Internet zum Beispiel Geschäftsdrucksachen wie Visitenkarten, die dem Corporate Design des Unternehmens entsprechen. Aber auch komplette Marketingaktionen können Sie darüber abwickeln, beispielsweise Mailings oder Firmenmagazine und vieles mehr.

Bei Bedarf rufen Sie diese Vorlage von Ihrem Internet Browser auf, editieren sie und bestellen sofort. Dies geschieht spielend einfach mit nur wenigen Klicks.

Web-to-Print

- automatisiertes System für den Drucksacheneinkauf
- Vorlagen im Corporate Design



Entwicklung von Web-to-Print

Bereits vor zehn Jahren beschäftigten wir uns mit dem Thema "Web-to-Print". Und jetzt boomt's: Web-to-Print ist auf dem Vormarsch. Immer mehr Firmen erkennen die Vorzüge dieses Systems. Und der Aufwärtstrend ist anhaltend. Auf Anfrage senden wir Ihnen gerne eine Kundenreferenzliste.



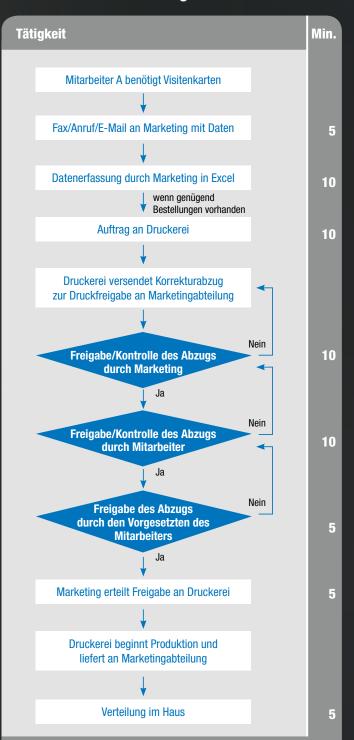
Für wen Web-to-Print?

Das Beschaffungssystem über Web-to-Print ist besonders geeignet für mittelständische und große Industrie-, Franchise- und Handelsunternehmen sowie für Verbände, Parteien, Behörden und Ämter. Für Unternehmen empfehlen wir – getreu unserem Motto – eine Größe von 111 bis 9999 Mitarbeitern.

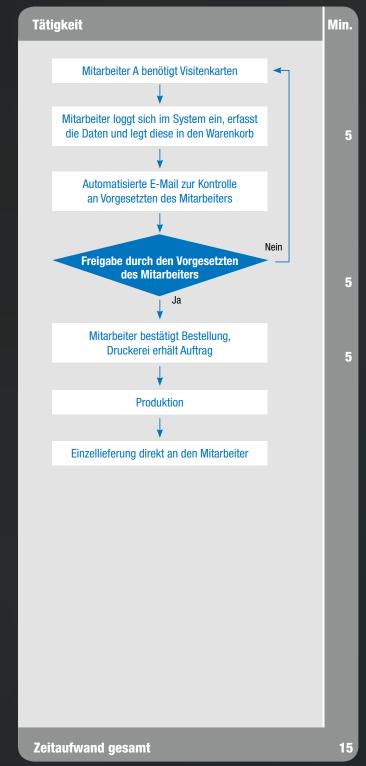
Der Einstieg erfolgt häufig über Visitenkarten. Schnell erkennen die Kunden aber das Potential von Web-to-Print und beziehen auch Firmenzeitungen, Türanhänger, Werbeartikel und vieles mehr über das System.

Visitenkarten gehören zur Standardausstattung einer Firma und werden von vielen verschiedenen Mitarbeitern benötigt. Hier kann Ihre Marketingabteilung dank Web-to-Print deutlich entlastet werden, wie der Vergleich auf der nächsten Seite zeigt.

Visitenkartenbestellung ohne Web-to-Print



Visitenkartenbestellung mit Web-to-Print



Fiktives Beispiel:

Zeitaufwand gesamt

Kosten gesamt (60 Min ≙ 1 Std ≙ 30 €)	30,00€
Produktionskosten (fiktiv)	20,00€
Gesamtkosten	50,00€

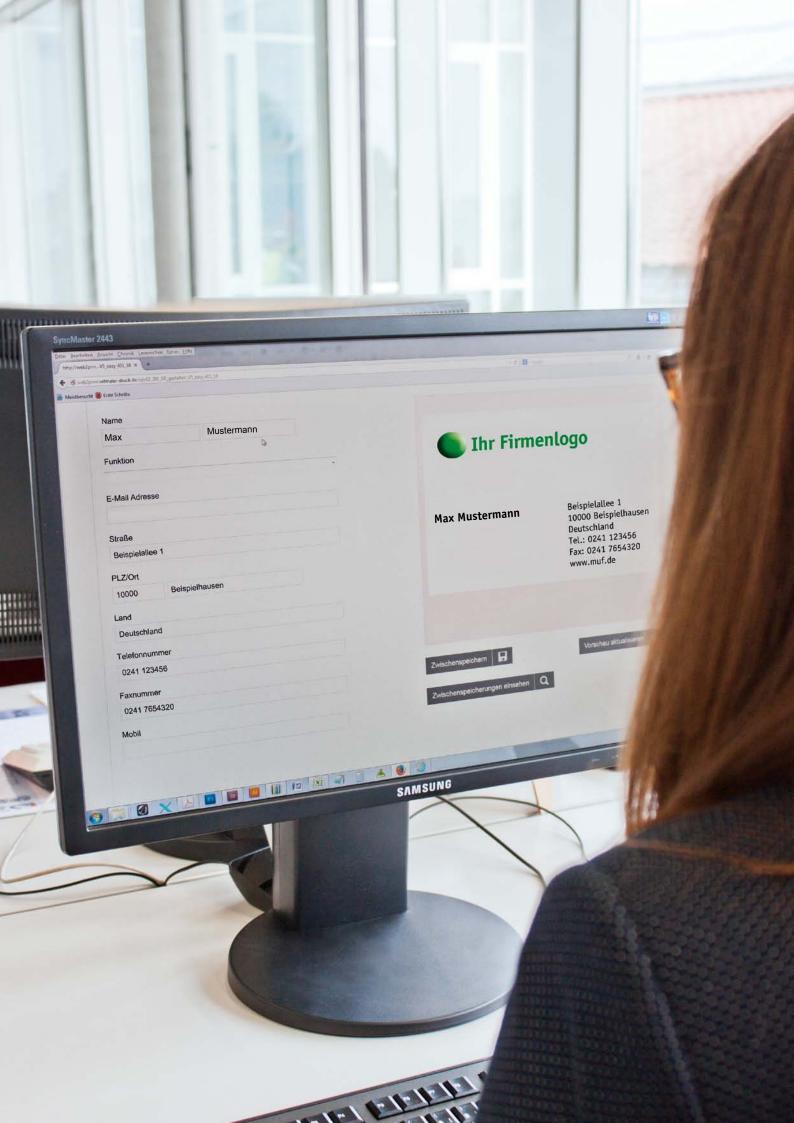
60

Kosten gesamt (60 Min ≙ 30 €) 15 Min =	7,50 €		
Produktionskosten (fiktiv)	20,00 €		
Gesamtkosten	27,50 €		



Die Vorteile

- Zeitersparnis
 - Direkte Erfassung im Bestellsystem
 - Personen- und zeitunabhängiger Zugriff
- Kostenersparnis
 - Kostengünstigere Eigenleistung
 - Reduzierung von (externen) Agenturleistungen
- **Heine speziellen Softwarekenntnisse notwendig**
- Nur Standard-PC mit Internetanbindung nötig
- Verringerung von Korrekturläufen
- Minimierung von Schnittstellen
- Eindeutige Berechtigungsstrukturen
- **Example 2** Zentrale Verwaltung
- Bestellungen rund um die Uhr möglich
- Bestellungen von jedem Ort aus möglich
- Berücksichtigung von Sonderkonditionen
- **Einbindung des Corporate Designs**
- Anbindung an ein Firmen-Intranet möglich
- Individuelles Drucksachensortiment
- SAP-Anbindung möglich
- Versand an Niederlassungen und Filialen
- Automatisierte Abläufe
- Systembasierter Versand von Auftrags-/Bestellbestätigungen und Benachrichtigungen
- 1 Individualität
- Höchste Aktualität und Relevanz
- Print-on-Demand
- Professionelles Websystem
- **Einfache Bedienung**
- Minimierung der Fehlerquote





Welches System für mich?

Einsatzmöglichkeiten von Web-to-Print

Beispiel A

Die Marketing-Abteilung eines mittelständischen Unternehmens mit 250 Mitarbeitern bestellt regelmäßig Visitenkarten.

Bisher – ohne Web-to-Print:

Die Visitenkarten-Bestellungen wurden in der Marketing-Abteilung gesammelt. Bei genügend Bestellungen wurde der Druckauftrag an die Druckerei weitergegeben. Nach einem oder mehrmaligen Korrekturläufen erfolgte schließlich die Druckfreigabe und die Visitenkarten wurden produziert.

Mit Web-to-Print:

Der Mitarbeiter, der eine Visitenkarte benötigt, loggt sich selbst im Web-to-Print System ein. Er füllt die Visitenkarte, die der Cl des Unternehmens entspricht, mit seinen Daten wie Vorname, Nachname, Telefon etc. In Echtzeit sieht er das Ergebnis am Bildschirm. Anschließend legt er die Bestellmenge fest und schickt die Bestellung ab. Im Hintergrund wird eine PDF für den Druck erzeugt und weitergegeben. Durch den Rechnungsversand oder einen Freigabeworkflow erlangt die Marketing-Abteilung über jede Bestellung Kenntnis.

Beispiel B

Ein Dachverband vieler Vereine möchte seinen Mitgliedern Werbeartikel wie Kugelschreiber, Werbebanner und Briefbogen anbieten.

Bisher – ohne Web-to-Print:

Die Bestellungen der einzelnen Ortsvereine ging per Fax oder per E-Mail beim Dachverband ein. Dort musste eine Sekretärin die Artikel "personalisieren", bei der Druckerei bestellen und evtl. versenden. Außerdem musste die Sekretärin sich um die Nachbestellung der Artikel kümmern, falls der Lagerbestand dem Ende zuging.

Mit Web-to-Print:

Die Ortsvereine bestellen eigenständig über das Web-to-Print System. Der Versand sowie die Nachbestellung erfolgt unter der Regie von uns. Auch hier eine enorme Zeitersparnis. Und natürlich hat der Dachverband jederzeit alle Bestellungen im Blick oder kann gar durch einen Freigabeworkflow in den Bestellprozess eingebunden werden.

Beispiel C

Firma A produziert Motorsägen. Im Vertrieb sind 500 Handelsvertreter beschäftigt. Diese sollen alle mit neuen Produktflyern und Anzeigenvorlagen ausgestattet werden.

Bisher – ohne Web-to-Print:

Bisher mussten die Handelsvertreter abgefragt werden, wer Flyer bekommen möchte. Dann musste der Adresseindruck abgeklärt und im Marketing der Firma A der entsprechende Flyer oder die Anzeige gestaltet werden. Danach wurde eine bestimmte Anzahl von Flyern gesammelt, bis sich eine Sammelbestellung bei der Druckerei lohnte.

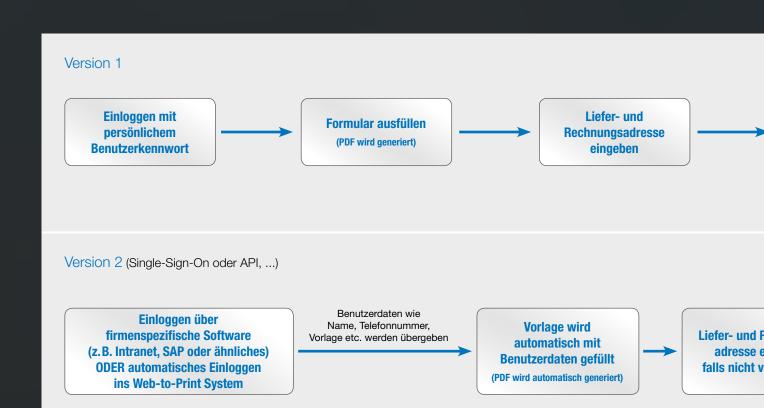
Mit Web-to-Print:

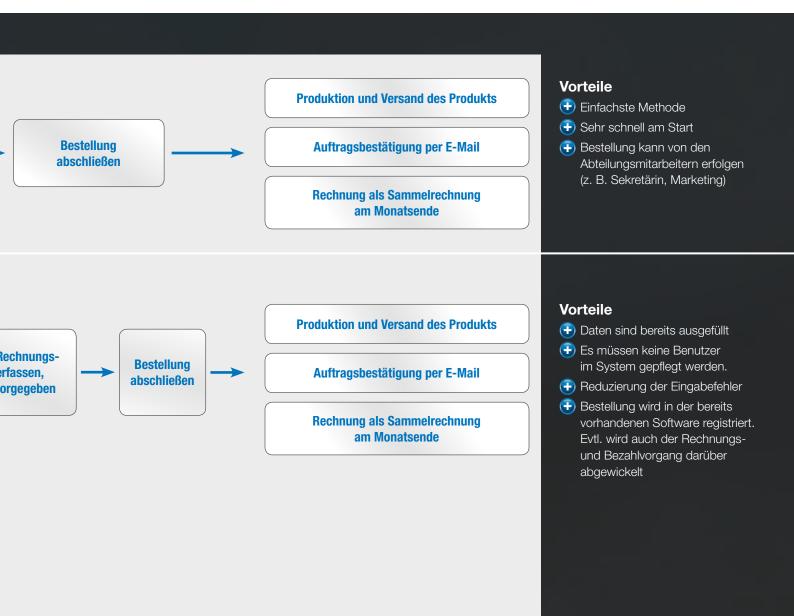
Die Firma A schickt nun eine E-Mail an die Handelsvertreter mit der Vorstellung des neuen Flyers. Der Handelsvertreter kann den Flyer direkt online über Web-to-Print selbst bestellen – zu vergünstigten Konditionen. Eine "schier unbezahlbare" Zeitersparnis für die Marketingabteilung der Firma A.



Bestellabläufe über Web-to-Print

So könnte der Bestellablauf mit Web-to-Print aussehen:





Ausbaustufen

Verschiedene Ausbaustufen von Web-to-Print Systemen.	Basic	Prenium
Startseite im eigenen Design	✓	✓
Grundlayout (Header im eigenen Design)	✓	✓
Link zum Web-to-Print System aus Firmenintranet möglich	✓	✓
Zwischenspeichern (für Nachbestellungen)	✓	✓
unterschiedliche Lieferadressen möglich	✓	✓
unterschiedliche Rechnungsadressen möglich	✓	✓
Sammelrechnung am Monatsende	✓	✓
Anzahl der User (Besteller)	5	unbegrenzt
Anzahl personalisierbarer Produkte (unterschiedliche Vorlagen)	3	unbegrenzt
Anzahl Lagerartikel	3	unbegrenzt
Freigabeworkflow	-	✓
Versandtracking	-	✓
Budgetfunktion	-	✓
Automatische Barcode-Generierung	_	✓
Download einer personalisierten PDF-Datei	_	✓
SAP-Schnittstelle	-	✓
API-Schnittstelle	_	✓
OCI-Schnittstelle	_	✓
Anbindung einer Bilddatenbank	-	✓
Anbindung einer Textdatenbank	_	✓
Anbindung anderer Dienstleister	_	✓
Eigener Server		✓



Antworten auf Kundenfragen

Eigentlich schon seit Jahren auf dem Markt, setzen sich Web-to-Print Systeme gerade bei mittelständischen Firmen erst jetzt durch. Häufige Kundenfragen beantwortet Geschäftsführer Stefan Ortmaier in einem Interview.





Was ist Web-to-Print?

Stefan Ortmaier: Unter Web-to-Print verstehen wir eigene Onlineshops für Kunden im B2B-Bereich. Wir erstellen also Onlineshops im Design des Kunden. Es haben nur Mitarbeiter des Kunden Zugriff. In diesem Shop-System befinden sich Artikel, die der Kunde regelmäßig bestellen möchte. Diese Artikel können personalisiert werden, wie Visitenkarten, Flyer, Anzeigen oder Firmenzeitungen.

Wie lange bietet Ortmaier Druck schon Web-to-Print für seine Kunden an?

Stefan Ortmaier: Das Thema Web-to-Print beschäftigt uns schon sehr lange. Eigentlich seit dem Start unseres Online-Portals www. flyerpara.de. Allerdings ist flyerpara.de ein **offener** Shop. Hier kann "jeder" bestellen. Web-to-Print Shops für unsere Kunden sind **geschlossene** Shops. Hier haben nur Mitar-

beiter bzw. spezielle Personenkreise Zugriff. Gerade in den letzten Monaten erleben die Web-to-Print Systeme einen regelrechten Boom.

Wie funktioniert Web-to-Print?

Stefan Ortmaier: Ein Beispiel: Der Mitarbeiter einer Firma loggt sich im Web-to-Print System sein. Dann wählt er ein Produkt aus: eine Visitenkarte, die natürlich dem Design seiner Firma entspricht. Im nächsten Schritt kann er diese Visitenkarte mit seinen eigenen Daten füllen: Vorname, Name, Telefonnummer, E-Mail-Adresse etc. Der Mitarbeiter sieht nun "in Echtzeit" wie seine fertige Visitenkarte aussehen wird. Er wählt noch die Menge aus und schickt die Bestellung ab. Fertig! Im Hintergrund wird eine PDF-Datei erzeugt, die direkt zu uns gesendet wird. Und einer sofortigen Produktion steht nichts mehr im Wege.

Was sind die Vorteile von Web-to-Print?

Stefan Ortmaier: Die Bestellung über Webto-Print bietet einige Vorteile. So ist der Bestellvorgang deutlich schneller als auf herkömmliche Weise. Der Besteller erfasst die Daten selbst im System, prüft selbst und löst die Bestellung selbst aus. Zudem entspricht jedes Produkt durch die hinterlegten Layoutvorlagen exakt den CI-Richtlinien der Firma.

Welche Produkte können über Web-to-Print bestellt werden?

Stefan Ortmaier: Das System kann für alle Arten von Werbemitteln angewendet werden. Zum Beispiel: Flyer, die einen individuellen Eindruck bekommen sollen. Ebenso für Visitenkarten, Stempel, Broschüren, Anzeigen, Firmenzeitungen, Roll-Ups und vieles mehr. Die Möglichkeiten sind unbegrenzt. Für einen Kunden realisierten wir sogar die Bestellung von T-Shirts, die den Namen des Bestellers eingestickt bekommen.

Funktioniert Web-to-Print also nur für Produkte, die personalisiert werden sollen?

Stefan Ortmaier: Nein, das System besteht aus zwei Bereichen. Ein Bereich ist der Gestaltungseditor. Hier personalisiert der Besteller seine Drucksache. Der andere Bereich ist die Bestellabwicklung wie in einem normalen Onlineshop. Viele Kunden nutzen daher dieses System auch für die Bestellung von nicht individualisierten Produkten, beispielsweise für die Bestellung von Briefpapier oder Werbeartikeln. Diese Artikel werden bei uns gelagert. Wird ein Produkt bestellt verschicken wir die Ware – Stichwort: Fulfillment.

Wie hoch sind die Kosten für Web-to-Print?

Stefan Ortmaier: Die Kosten variieren je nach Ausbaustufe. Die Investitionskosten für das Standard-System belaufen sich auf einige hundert Euro. Inbegriffen sind hier ein eigenes Shop-Design und das Einpflegen von zwei oder drei Produkten. Natürlich kann das System weiter ausgebaut werden. Ich denke da an die Einrichtung eines Freigabeworkflows, an die Anbindung an ein kundeneigenes System wie SAP oder an eine Budgetbeschränkung. Hier würde dem Mitarbeiter ein bestimmtes Budget zur Verfügung stehen. Der Kunde kann über SAP oder über ein eigenes Intranet in das System springen. Hier können die Benutzerdaten automatisch übernommen werden. Die Visitenkarten sind somit bereits mit diesen Daten gefüllt.

Und wie sieht es mit den Produktionskosten für die Artikel aus?

Stefan Ortmaier: Die Drucksachen, die über Web-to-Print bezogen werden, haben absolut attraktive Preise. Das liegt einfach an den extrem schlanken Bestell- und Produktionsabläufen. Die Abläufe sind standardisiert. Es müssen keine PDFs geprüft, Auftragstaschen oder Lieferscheine ausgefüllt werden. Dies geschieht alles automatisch, wie auch der Versand der Rechnung am Monatsende per E-Mail.

Bei der Bestellung einer Visitenkarte über Web-to-Print ist bei uns nur "ein einziger Mitarbeiter" an der Produktion beteiligt. Und dieser braucht für die Produktion bis zur Verpackung genau vier Minuten. Deshalb sind auch die Preise solcher Bestellungen sehr attraktiv.

Für welche Firmen ist ein Web-to-Print System geeignet?

Stefan Ortmaier: Ursprünglich hatten wir einmal einen simplen Werbespruch: "Webto-Print für Firmen von 111 bis 9999 Mitarbeiter". Wirklich ausschlaggebend, ob Webto-Print sinnvoll ist, ist aber die Frage, wieviele Bestellungen regelmäßig ausgeführt werden. Bei fünf Bestellungen pro Jahr ist das Einrichten eines Shops bestimmt zu aufwändig. Sollten aber regelmäßig und standardisiert Bestellungen abgewickelt werden (mindestens wöchentlich) so kann sich die Investition

schnell lohnen. Wir haben Kunden, die die komplette Geschäftsausstattung bei uns eingelagert haben. Sie rufen alles über das System ab. Dadurch sparen sie die komplette Lagerhaltung und die Personalkosten für die Nachbestellung der Artikel bzw. die Ausgabe aus dem Lager.

Aber um zu unserem Werbeslogan zurückzukommen: Wir haben tatsächlich einige Kunden mit weniger als 111 Mitarbeiter. Einige Kunden haben aber auch deutlich mehr als 9999 Mitarbeiter.

Wann ist der richtige Zeitpunkt einzusteigen?

Stefan Ortmaier: Das muss natürlich jede Firma für sich selbst entscheiden. Abhängig davon, welcher Aufwand momentan mit der Beschaffung von Werbematerialien betrieben wird.

Was ich aber sagen kann: Wir arbeiten jetzt seit einigen Jahren mit Web-to-Print Systemen. Seit einigen Monaten ist das Thema wirklich "brandheiß". War Web-to-Print bisher nur in Großbetrieben verbreitet, erkennen mittlerweile sehr viele mittelständische Unternehmen die Vorzüge und schenken uns ihr Vertrauen bei der Implementierung des Systems. Aktuell installieren wir sehr viele Systeme. Ich denke, das liegt an den guten Erfahrungen und der mittlerweile ausgereiften Technologie.

Gibt es mehr Infos zu Web-to-Print? Kann man das System testen?

Stefan Ortmaier: Wir haben einen neuen **Demoshop** eingerichtet. Unter folgender Adresse kann das Web-to-Print System getestet werden:



Die LOGIN-Daten sind auf der Startseite im grauen Kästchen aufgeführt.

Benutzername: Demoshop Passwort: Demo1234





Nur drucken ist uns zu wenig

Woran denken Sie, wenn Sie sich eine Druckerei vorstellen? An einen Schriftsetzer der alten Garde mit Arbeitskittel, der bewegliche Bleilettern zusammensetzt? Oder an einen Arbeiter im Blaumann, der von oben bis unten schwarz vor einer alten, mechanischen Maschine Papierblätter bedruckt?

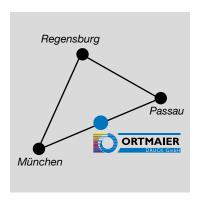
So war es vielleicht in der "guten alten Zeit". Mittlerweile hat sich das Bild der Druckerei gewandelt, nicht einmal der Name stimmt mehr. Treffender ist: Druckdienstleister, Mediendienstleister oder Medienhaus. So bieten wir Ihnen Lösungen, die weit über das eigentliche Drucken hinausgehen.

Erfahren Sie auf den folgenden Seite mehr über unsere Fulfillment-Lösung. Um Ihnen diese Leistung anbieten zu können haben wir unsere Bereiche Versand und Logistik immer weiter ausgebaut. Die Grundlage dafür ist natürlich ausreichend Platz. Und hier sind wir absolut im Vorteil: Durch den Standort auf dem Land steht uns Platz unbegrenzt – und vor allem kostengünstig – zur Verfügung. Ein Riesenvorteil gegenüber Mitbewerbern.

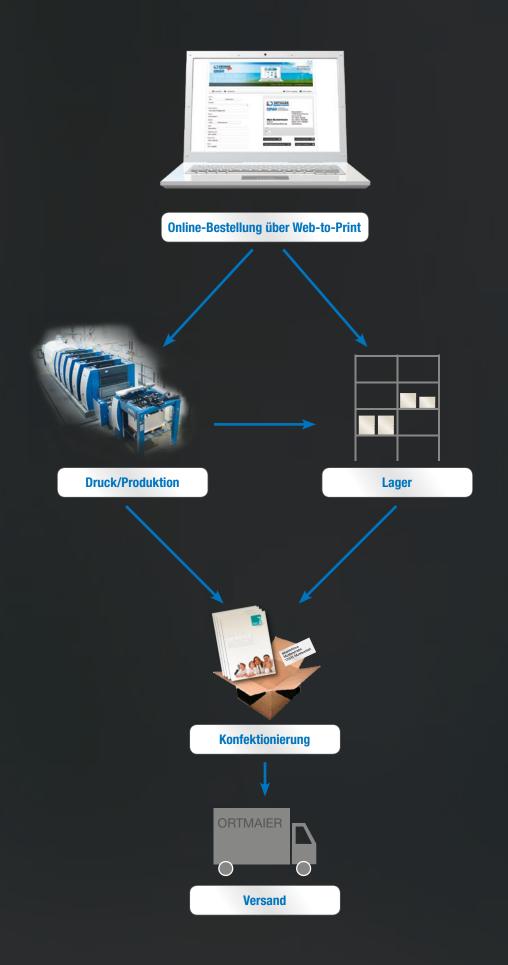
Zudem verfügen wir über eine optimale Verkehrsanbindung. Der Großraum München, Regensburg und Passau ist durch die Anbindung, wie über die A 92, innerhalb einer Stunde zu erreichen.

Fulfillment

- Lagerung
- Konfektionierung
- Versanddienstleistung



Der Ablauf von der Bestellung bis zum Versand





Fulfillment unter der Lupe

In den letzten Jahren haben wir viele Erfahrungen mit Logistikdienstleistungen für Kunden gesammelt – vor allem durch unser Online-Druckportal flyerpara.de. Nun also der logische Schritt: Die Einführung eines Fulfillment-Moduls, das auf dem Web-to-Print-System basiert.

Und das funktioniert so:

Der Kunde schließt mit Ortmaier Druck einen Rahmenvertrag über die Logistikdienstleistungen. Hier werden die Leistungen, die zu erbringen sind, festgelegt.

Das sind zum Beispiel:

Einlagerung von Druckprodukten, die bei uns produziert wurden (Firmenbroschüren, Briefbogen, ...). Diese Produkte werden vorproduziert oder immer bei Erreichen des Mindestbestands nachproduziert. Bestimmte Produkte können noch mit Namen und/oder Adresse personalisiert werden.

Einlagerung von Produkten, die nicht bei uns produziert wurden, beispielsweise Merchandising-Produkte wie Sonnenschirme, Becher, Schlüsselanhänger etc.

Selbstverständlich können aber auch alle anderen – auch artfremde – Artikel eingelagert werden. "Wir können also bei Bedarf auch die Einlagerung und den Versand von Ersatzteilen zum Beispiel für eine Maschinenbaufirma oder ähnliches übernehmen," so Geschäftsführer Stefan Ortmaier.





Logistik nach KANBAN

Alle gelagerten Produkte werden in eine Datenbank eingepflegt. Sie können nun per Internet auf "Ihre" eingelagerten Produkte zugreifen und die gewünschte Menge abrufen. Natürlich haben Sie dabei immer die Kontrolle, wieviel Stück derzeit noch auf Lager sind bzw. wann der Mindestlagerbestand unterschritten wird.

Durch das ausgeklügelte System können Sie nun selbst Ihre gewünschte Lieferadresse, Rechnungsadresse, die gewünschte Versandart, den Liefertermin etc. eingeben. Sie haben also keinen Aufwand für eigenes Lagerpersonal.

Das KANBAN-System

Natürlich sind wir nicht auf das Logistik-Modul fixiert. Vielmehr werden auch gerne individuelle Lösungen vereinbart, zum Beispiel die Belieferung nach dem KANBAN-System. Diese Methode wird bei uns bereits eingesetzt und funktioniert folgendermaßen: Kanban stammt aus Japan und bedeutet soviel wie Karte, Etikett oder Aufkleber. Das heißt, bei diesem System dienen Karten (Kanban-Karten) als Basiselement der Steuerungssystematik und der Informationsweiterleitung.

Nach dem sogenannten "Pull-Prinzip" wird das verbrauchte Material neu gefertigt. Sobald ein vereinbarter Mindestlagerbestand erreicht ist, gibt eine Kanban-Karte diese Information rechtzeitig weiter. Daraufhin wird die Drucksache nachproduziert, und der Materialbedarf ist gesichert. Es werden also bestimmte Artikel bei uns auf Lager gelegt. Sie rufen Ihre gewünschten Stückzahlen automatisch ab. Für Sie eine Riesenerleichterung!

Außerdem können wir durch unseren eigenen Fuhrpark im Umkreis von 200 km ohne weiteres liefern. Wodurch Produkte, die schnell benötigt werden, just-in-time bei Ihnen vor Ort sind.



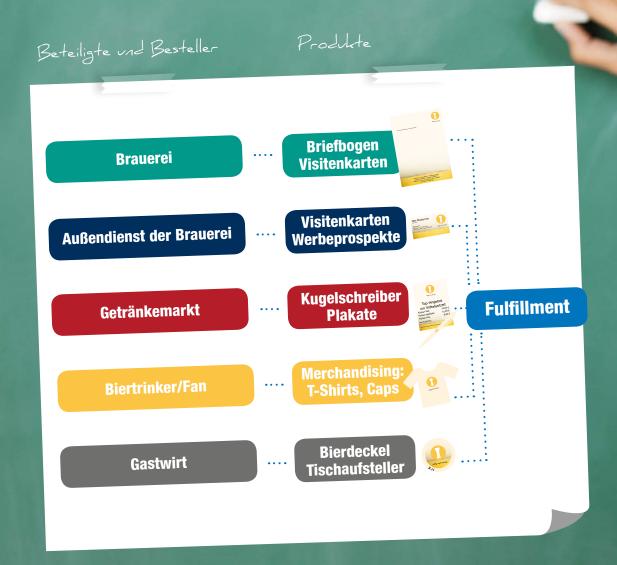
Vorteile von Fulfillment



Neben den bereits genannten Vorteilen von Web-to-Print auf Seite 7 eröffnet das Fulfillment-Modell weitere Vorzüge:

- Minderung der Lagerkosten
- Hinderung der Lagerfläche
- Minderung des Lagerrisikos
- Mindestbestand vorrätig
- Lagerung von Drucksachen, Werbeartikeln aber auch branchenfremden Gegenständen
- Kunden- und Händlerbindung wird gestärkt
- Print-on-Demand
- just-in-time Lieferung
- **Hein Lagerengpass**
- **Example 1** Keine Kapitalbindung
- **Teitersparnis**
- Kostenersparnis
- Minimale Rechnungsabwicklungskosten

Beispiel: Braverei XY



Jeder Einzelne, egal ob Händler oder Gastwirt, loggt sich mit unterschiedlichen Daten im System ein und hat Zugriff auf seine bestimmten Produkte. Das heißt, es werden für jeden einzelnen Partner die Produkte hinterlegt, die er bestellen darf. Die Produktauswahl und somit die zentrale Verwaltung bleibt in den Händen der Brauerei.



Ein Beispiel aus der Praxis

Am Beispiel einer Brauerei zeigen wir Ihnen, wie schlank Abläufe sein können.

Die *Brauererei XY* schließt einen Rahmenvertrag mit Ortmaier und richtet gemeinsam das Web-to-Print- bzw. Fulfillment-System ein.

Der Außendienstmitarbeiter der Brauerei kann sich im System einloggen. Er kann alle nötigen Werbematerialien darüber bestellen, zum Beispiel Visitenkarten, Werbeprospekte, Briefbogen – auf Wunsch natürlich mit seinen persönlichen Daten.

Der Getränkemarkt, den die Brauerei beliefert, kann sich Werbematerialien, Plakate, Roll-Ups und vieles mehr über das System bestellen.

Für den Biertrinker, also den Fan der Brauerei, steht ein großes Sortiment an Merchandising-Artikeln zur Verfügung. Denkbar sind hier T-Shirts, Caps, Tassen, Kugelschreiber und vieles mehr. Diese Artikel stärken die Kundenbindung ungemein.

Der Gastwirt kann mit seinem eigenen Login aus einer Vielzahl von verkaufsunterstützenden Drucksachen wählen: Tischaufsteller, Speisekarten, Bierdeckel, Bedienungsblöcke etc. Diese Artikel können natürlich auch personalisiert werden (Beispiel: Tischaufsteller mit dem "Angebot der Woche" oder eine Zeitung für seine Gäste mit individuellen Inhalten).





Der Vergleich

Wie der Ablauf früher war - ohne Web-to-Print/Fulfillment

Die Bestellungen landen bei der Sekretärin.

Folgende Schritte sind nun zu tun:

- Im Lager checken, ob die jeweiligen Artikel vorrätig sind.
- Wenn vorhanden, wird die Ware verpackt, sortiert und an die jeweiligen Besteller versendet.
- Wenn nicht vorhanden, dann muss jedes einzelne Produkt bestellt werden, per E-Mail oder Fax, mit dem üblichen Hin und Her bei der Freigabe der Korrekturabzüge.
- Nach Eingang der fertigen Ware werden die einzelnen Produkte sortiert, verpackt und versendet.
- Am Ende folgt dann evtl. die Erstellung der Abrechnung auf die jeweilige Kostenstelle oder den jeweiligen Außendienstler.

Geschätzter Zeit- und Arbeitsaufwand bei lediglich einer Visitenkarte: ca. 60 Minuten

Mit Web-to-Print/Fulfillment

Der Außendienstler und die einzelnen Partner loggen sich mit den jeweiligen Zugangsdaten ins Web-to-Print System ein und bestellen das gewünschte Produkt in der gewünschten Menge. Dabei kann beispielsweise die Visitenkarte auch direkt online erstellt und freigegeben werden. Weiterhin werden die Lieferadresse und die Lieferart erfasst.

Der reine Arbeitsaufwand bei der Bestellung der Visitenkarte beträgt nur mehr 15 Minuten.

Fazit: Enorme Zeit- und somit auch Kostenersparnis.



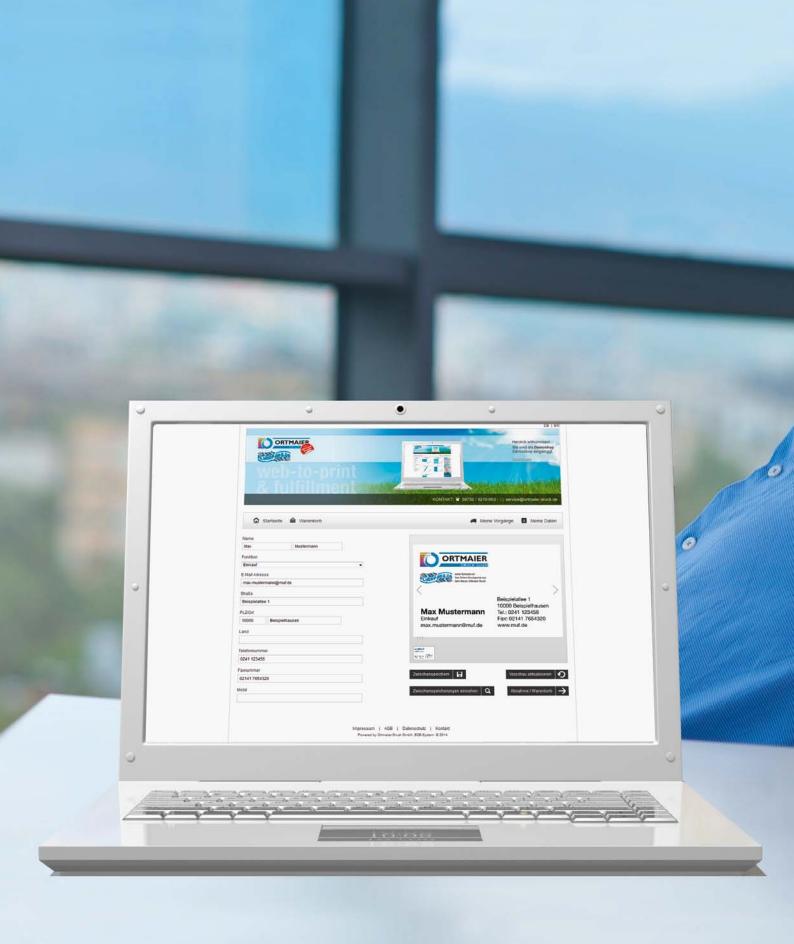
Kontakt — Ihre Ansprechpartner



Stefan Ortmaier
Telefon 08732/9210-591
Telefax 08732/9210-599
stefan.ortmaier@ortmaier-druck.de
www.ortmaier-druck.de



Reinhard Reichgruber
Telefon 08732/9210-662
Mobil 0151/46148308
reinhard.reichgruber@ortmaier-druck.de
www.ortmaier-druck.de



Der Demoshop: Im Gestaltungseditor können Vorlagen einfach und schnell bearbeitet werden. Über "Vorschau aktualisieren" werden die Änderungen sofort sichtbar.

Selber testen im Demoshop

Damit Sie sich von Web-to-Print selbst überzeugen können, haben wir einen **Demoshop** eingerichtet. Unter folgender Adresse können Sie das System testen: www.demo2.ortmaier-druck.de

Webadresse Demoshop: www.demo2.ortmaier-druck.de

Die LOGIN-Daten entnehmen Sie der Startseite des Demoshops.

Benutzername: Demoshop Passwort: Demo1234

Anschließend können Sie sich einloggen und testen. Überzeugen Sie sich von den Möglichkeiten an verschiedenen Vorlagen! Außerdem sehen Sie, dass unterschiedliche Artikel über Web-to-Print bestellt werden können: Visitenkarten, Werbeartikel und vieles mehr.

Warten Sie nicht lange! Ausprobieren – kostenlos und unverbindlich!



Scannen Sie den QR-Code und Sie gelangen direkt zum Demoshop!



Zudem können Sie den Demoshop auch als Video bei You-Tube anschauen! Einfach QR-Code scannen!



