

Rozhovor s channel managerem společnosti Xerox ČR Martinem Binderem

Jsme zde pro partnery

Náš zákazník – náš pán. Po zkušenostech s chováním některých našich podnikatelských subjektů si dnes určitě často připomínáte toto staré dobré rčení a marně vzpomínáte na situace, kdy bezpečně platilo. V případě Xeroxu by se však dalo parafrázovat s jistou obměnou: náš partner – náš pán.

Chip: Jaká je současná pozice Xeroxu v oblasti kancelářských produktů, případně v jejich jednotlivých segmentech?

M. B.: V oblasti inkoustových tiskáren se Xerox začal etablovat na trhu zhruba před rokem a půl. Zpočátku byla naše nabídka limitovaná, ovšem tento rok už můžeme zákazníkům nabídnout celou řadu produktů od nejnižších modelů až po profesionální zařízení určená pro grafické práce. Tato oblast je spolu s barevnými laserovými tiskárnami nejrychleji rostoucím trhem. Ohlásili jsme výstavbu nové továrny v Irsku a spuštění programu SFX – společného joint venture společností Sharp a Fuji-Xerox.

Ale k číslům. Tento rok už bychom tedy měli mít zhruba dvouprocentní podíl v oblasti inkoustových tiskáren. V pro nás velmi atraktivní oblasti – tedy středně kapacitních laserových tiskárnách řady N s rychlostí tisku 21 až 30 str./min – chceme dosáhnout sedmiprocentního podílu a v oblasti strojů s rychlostí tisku 30 až 57 str./min až 40 procent.

Zcela specifickou oblastí jsou barevné laserové tiskárny; určitě víte, že naše společnost koupila divizi firmy Tektronix. Probíhají související organizační změny, aby se tento fakt projevil i u nás v České republice. Pokud bych tedy sečetl podíly obou firem, dosáhli bychom v roce 1999 zhruba 58 procent.

Chip: Kdy můžeme očekávat první výsledky projektu SFX?

M. B.: První produkty by měly být k dispozici na podzim tohoto roku. Naše technologie byla u levnějších tiskáren založena na možnosti oddělitelných barevných náplní, což je vyhovující pro trh malých kanceláří a domácností. U středních a profesionálních modelů jsme šli klasickou cestou výměnných kazet (třibarevná, fotorealistická a černá), ale i to se u nových produktů změní a tiskárny této kategorie budou vybaveny jednotlivě vyměnitelnými barevnými náplněmi. Očekávám, že nové technologii bude věnována i značná marketingová podpora, a vzhledem k investicím, které se v této souvislosti realizují, cítím, že společnost Xerox na ni klade značný důraz.

Chip: Co má vlastně Xerox společného s Fuji?

M. B.: V Japonsku má Xerox už dlouhou dobu s Fuji spojeny výrobní kapacity. Jde o všechny špičkové technologie Xeroxu – digitální barevné a B/W multifunkční zařízení formátu A3, středně kapacitní laserové tiskárny, atd.

Chip: V současnosti mnoho tradičních výrobců kancelářského vybavení pro zpracování papíru velmi silně podporuje digitální řešení. Je to i strategie Xeroxu?

M. B.: Tato otázka se spíše hodí pro kolegy z oblasti systémů. Ale ano, např. většina našich multifunkčních zařízení je vybaveno skenery a softwarem umožňující práce s dokumenty. Zpracovávané dokumenty tedy můžete bez problému převést do digitální formy a v té s nimi nadále pracovat.

Chip: Spolupracujete při vývoji produktů s jinými společnostmi, a pokud ano, tak s kterými?

M. B.: Tak jako většina větších výrobců i my máme několik aliancí. Z těch nejdůležitějších pro segment trhu v České republice je nejzajímavější už zmíněná SFX, tzn. Sharp, Fuji-Xerox. Je to spojení výrobních kapacit těchto společností a technologií Xeroxu, který je jednou z pěti firem, které disponují vlastním inkoustovým know-how. Co se týče Tektronixu, tak tam nejde o spolupráci, Xerox příslušné technologie převzal a hodlá vyrábět barevné laserové tiskárny a tiskárny na tuhý vosk.

V oblasti malých produktů je to spíše naopak. Např. Lexmark dnes kupuje technologie vyvinuté Xeroxem a prodává je pod vlastní značkou. V oblasti laserového tisku, kde má Xerox silnější pozici a, řekl bych, i tradici, můžete naše tiskárny najít např. pod značkou IBM, Epson, Tektronix, Mannesmann. V podstatě s výjimkou Kyocery a HP pracuje většina výrobců v této oblasti s naší technologií. Spolupracovali jsme také s Olivetti, ale díky skutečnosti, že už disponujeme vlastní technologií, tato spolupráce končí. Na digitálních multifunkčních kopírkách/tiskárnách spolupracujeme také s firmou Sharp.

Chip: Čím si myslíte, že jste pro své potenciální partnery a zákazníky zajímaví?

M. B.: Domnívám se, že naše portfolio produktů nabízí partnerům zvolit právě Xerox jako zajímavou alternativu díky širokému záběru včetně spotřebního materiálu, nemusí totiž mít smlouvy s dalšími výrobci pro nutnost kompletace hlavní řady produktů. Je to samozřejmě méně náročné na školení, přípravu propagačních materiálů, sklady náhradních dílů, servis, prodejní prostory. Co se týče novinek, jde o už zmíněné tiskárny řady N s rychlostí tisku od 20 str./min do 40 str./min. Symbol N reprezentuje jisté sjednocující prvky celé řady, ke kterým patří síťový adaptér kategorie Fast Ethernet, USB, Adobe PostScript 3, 32 MB paměti atd. K tiskárnám se také dodávají softwarové komplety pro možnost jejich správy prostřednictvím sítě pro všechny operační systémy.

Zajímavou novinkou je dodávaný software MailinX, tzn. podpora automatického vyslání zprávy při určitém požadavku zařízení (např. při potřebě výměny toneru či chybovém stavu) na předem zadanou e-mailovou adresu. Pokud bychom tyto možnosti dovedli do konce a existovala u nás důvěra mezi zákazníkem a dodavatelem, bylo by možné MailinX použít např. pro přímou objednávku toneru do tiskárny; jeho fyzické dodání je dnes otázkou zhruba jedné hodiny.

K tomu, abychom podpořili prodej našich produktů, zavádíme Extranet a certifikace, chystáme se také posílit náš tým. Před půldruhým rokem jsme zavedli webové stránky pro partnery. Od 1. května zavádíme také e-commerce.

Chip: Součást podlehnutí módním trendům, nebo vážný záměr?

M. B.: Je sice fakt, že v současnosti tento projekt příliš velké obchody generovat nebude, a ani to od něj neočekáváme, ale děláme to z dlouhodobého hlediska. Za rok za dva, až se i u nás rozběhnou platby přes kreditní karty a home banking bude situace jiná. Vzpomeňte si na situaci před dvěma lety, kdy jste si asi stěžít dokázal představit, že si půjдете do obchodu s potravinami koupit inkoustovou tiskárnu, která se vlastně stane spotřební záležitostí. Lidé se také báli nakupovat prostřednictvím katalogů. Vzhledem ke skutečnosti, že neprodáváme přímo, je naše e-commerce výhradně orientována na partnery. Zvolili jsme model, kdy si zákazník po výběru produktu může zvolit partnera pro jeho dodání např. podle předchozích zkušeností, lokality atd.

Chip: Elektronický obchod jste realizovali vlastními prostředky?

M. B.: Zbudovat e-shop není nijak nákladné, reprezentuje to spíše mnoho administrativní práce. Pro nás ho realizovala firma, se kterou jsme už předtím měli nějaké zkušenosti. Cítím už jisté příznaky, že se pomalu začíná blýskat na "internetové" časy. Pokud porovnáme stav před rokem a půl, kdy jsme zaváděli naši internetovou stránku, nedostali jsme prostřednictvím webu ani jeden dotaz. Dnes jich dostáváme několik desítek měsíčně, což by signalizovalo, že se lidé naučili na naši webovou stránku chodit a internet používat.

Chip: Nabízíte na e-shopu celou škálu produktů?

M. B.: Vybrali jsme jen ty, o kterých se domníváme, že je lze touto cestou reálně prodávat, jejich cenová relace se pohybuje zhruba okolo deseti tisíc korun. Přidáváme samozřejmě i služby, zákazník si může objednat technickou podporu, spotřební materiál. To je pro nás velmi důležité. Nechci říci, že dostupnost spotřebního materiálu je omezená, nicméně tato možnost je velmi jednoduchou cestou, jak se k němu spolehlivě dostat. Časem bychom se samozřejmě chtěli dostat na takovou úroveň služeb, jakou poskytují naši hlavní konkurenti. To je nezbytná nutnost. Myslím samozřejmě služby pro partnery.

Chip: Jak je na tom Xerox v oblasti servisní podpory?

M. B.: To je velmi důležitá oblast, zařízení se většinou servisují za pomoci třetích stran. Pro partnery je provádění malých oprav samozřejmě nerentabilní. V rámci České republiky disponujeme celkem sedmi servisními místy, do druhého kvartálu jsme si však předsevzali, že tuto oblast zlepšíme, a budeme tedy nabídku rozšiřovat o dalšího servisního partnera.

Chip: S kolika spolupracujete distributory?

M. B.: V současné době máme v České republice tři distributory, kteří mají přímý kontrakt. Zajímavá situace je u produktů Tektronix. Jde o specializovanou distribuci, která by měla zůstat v rukou dvou současných (Value Added) distributorů. Uvidíme, jak se situace vyvine, protože oba mají co zlepšovat. Pakliže se to podaří, zůstanou jako specializovaní distributoři, neuvažuje se o tom, že by se produkty Tektronix zahrnuly do portfolia ostatních distributorů.

Chip: Tiskárny se tedy i nadále budou prodávat pod značkou Tektronix?

M. B.: V současné době je používáno logo Tektronix printers by Xerox. Značka Tektronix má svou "váhu" a předpokládám, že se bude používat i nadále.

Chip: Nabízí Xerox i ucelenější tiskové systémy?

M. B.: Ano, Xerox takové systémy nabízí, a to včetně archivace, zařízení pro velkoformátové skenování, rychlé skenování, speciálních výstupů např. v podobě brožur. Od systémů úrovně

středněkapacitních tiskáren je naše nabídka kombinovaná s partnerem. My jsme dodavatelem železa a základního softwaru. V rámci komplexní péče o zákazníka nabízíme také outsourcing, převzetí kompletní péče o zákaznickovy tiskárny, faxy a kopírky, včetně personálu i dodávek spotřebního materiálu. Zákazník poté platí pouze měsíční paušál podle množství provedených tisků či kopií.

Chip: Jak vidíte prodej prostřednictvím supermarketů?

M. B.: V západní Evropě díky nákupním střediskům takřka vymizela kategorie, kterou my nazýváme IT dealer nebo office equipment dealer (prodejce IT nebo prodejce kancelářského vybavení, pozn. red.). U nás vidím trend obdobný, prodej levnějších produktů se také bude přesouvat do supermarketů na úkor běžných prodejců. V budoucnu odhaduji, že 60 až 80 % našeho prodeje (těchto levnějších produktů) bude realizováno prostřednictvím supermarketů. Ještě to ovšem chvíli potrvá.

Chip: Trápí vás šedé dovozy?

M. B.: Ani tak ne šedé dovozy strojů jako šedé dovozy spotřebního materiálu. Odhadujeme podíl šedého dovozu na celkovém objemu v ČR cca 50 %. Problém je to např. u inkoustových náplní, které bývají často nekvalitní a zákazníci jsou právem nespokojeni. Navíc samozřejmě náš zákazník kromě nekvalitních výstupů riskuje i ztrátu záruky.

Chip: Děkuji vám za rozhovor.

Za Chip se ptal Jiří Palyza.