

Intelligens Nyomtatás

Hol tart ma a digitalizáció?

És mit lát ebből a print?

Miért?

A jelenlegi kiadói modell főbb problémái

- Csökkenő példányszám
- Elpártoló ügyfelek
- Digitális tartalmak -> <- print tartalmak

Van-e megoldás?

IntellyPrint modell

Az IntellyPrint modell 3 pilléren nyugszik

- Hirdetési reform » MultiLayer értékesítés
- Költséghatékonyság (remittenda csökkentés)
- Mikrofókusz » Geotargetálás / Tartalmi szegmentálás

Addicionális bevételi források

- Marketing hasznosítás » Adatbázis értékesítés / Scoring

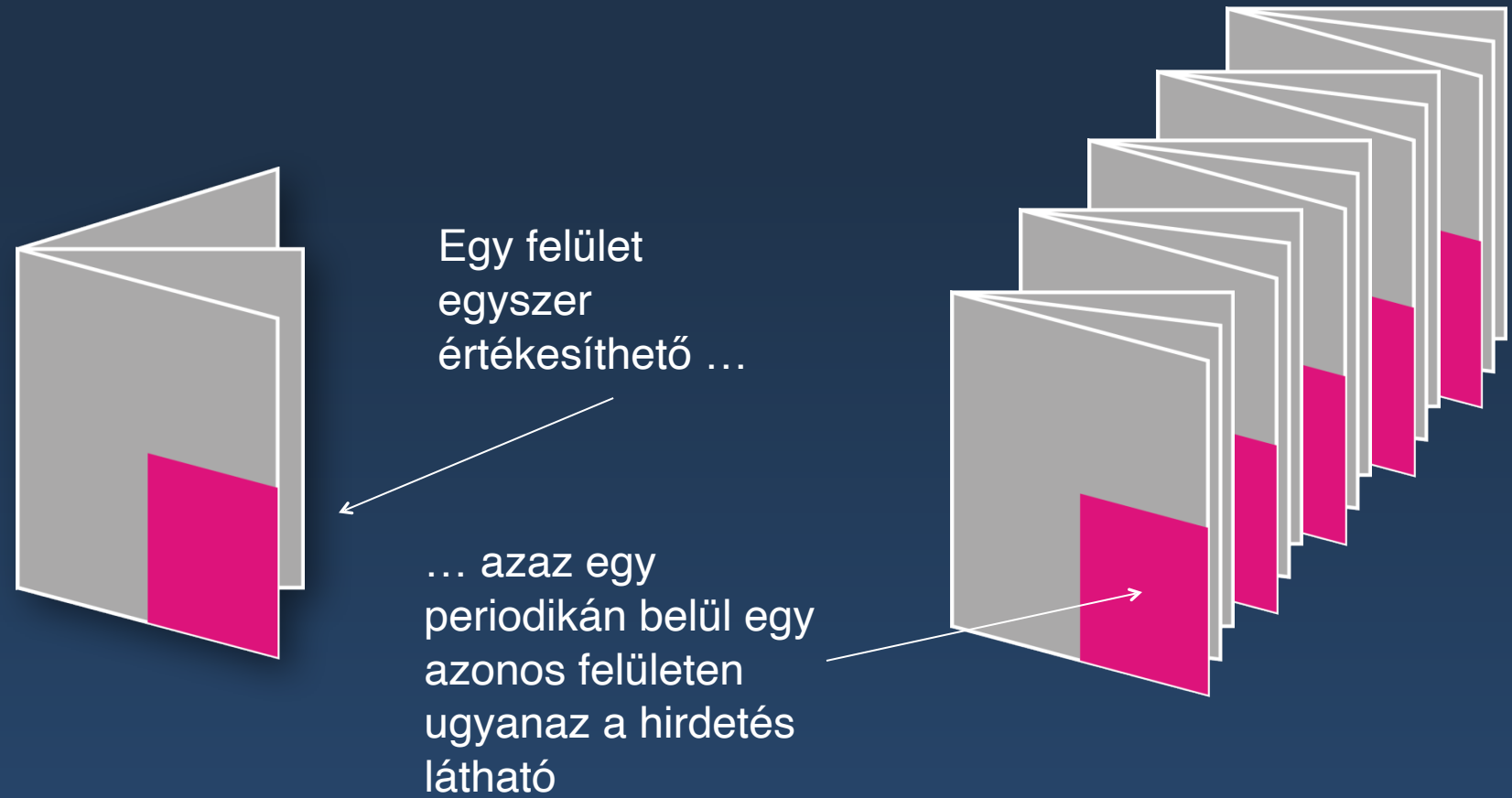
IntellyPrint modell

Az IntellyPrint modell 3 pilléren nyugszik

- Hirdetési reform » MultiLayer értékesítés

Hirdetés

Hagyományos modell (Single Layer Sales)



Hirdetés

Hagyományos modell (Single Layer Sales)

Mit lát ebből az ügyfél?

- Bekerülési ár magas
- Nem országos hirdető esetén a meddőszórás nagy

Mit lát ebből a Kiadó?

- A potenciális hirdető kevés
- Az alkupozíció az ügyfélnek kedvez
- A hirdetési bevétel szűkül

Hirdetés

IntellyPrint modell (Multi Layer Sales)



Hirdetés

IntellyPrint modell (Multi Layer Sales)

Mit lát ebből az ügyfél?

- Bekerülési ár alacsony
- Meddőszórás kicsi (akár elhanyagolható)

Mit lát ebből a Kiadó?

- A potenciális hirdetői piac bővül
- Az alkupozíció a Kiadónak kedvez
- A hirdetési bevétel nő

IntellyPrint modell

Az IntellyPrint modell 3 pilléren nyugszik

- **Hirdetési reform » MultiLayer értékesítés**
- Költséghatékonyság (remittenda csökkentés)
- Mikrofókusz » Geotargetálás / Tartalmi szegmentálás

Addicionális bevételi források

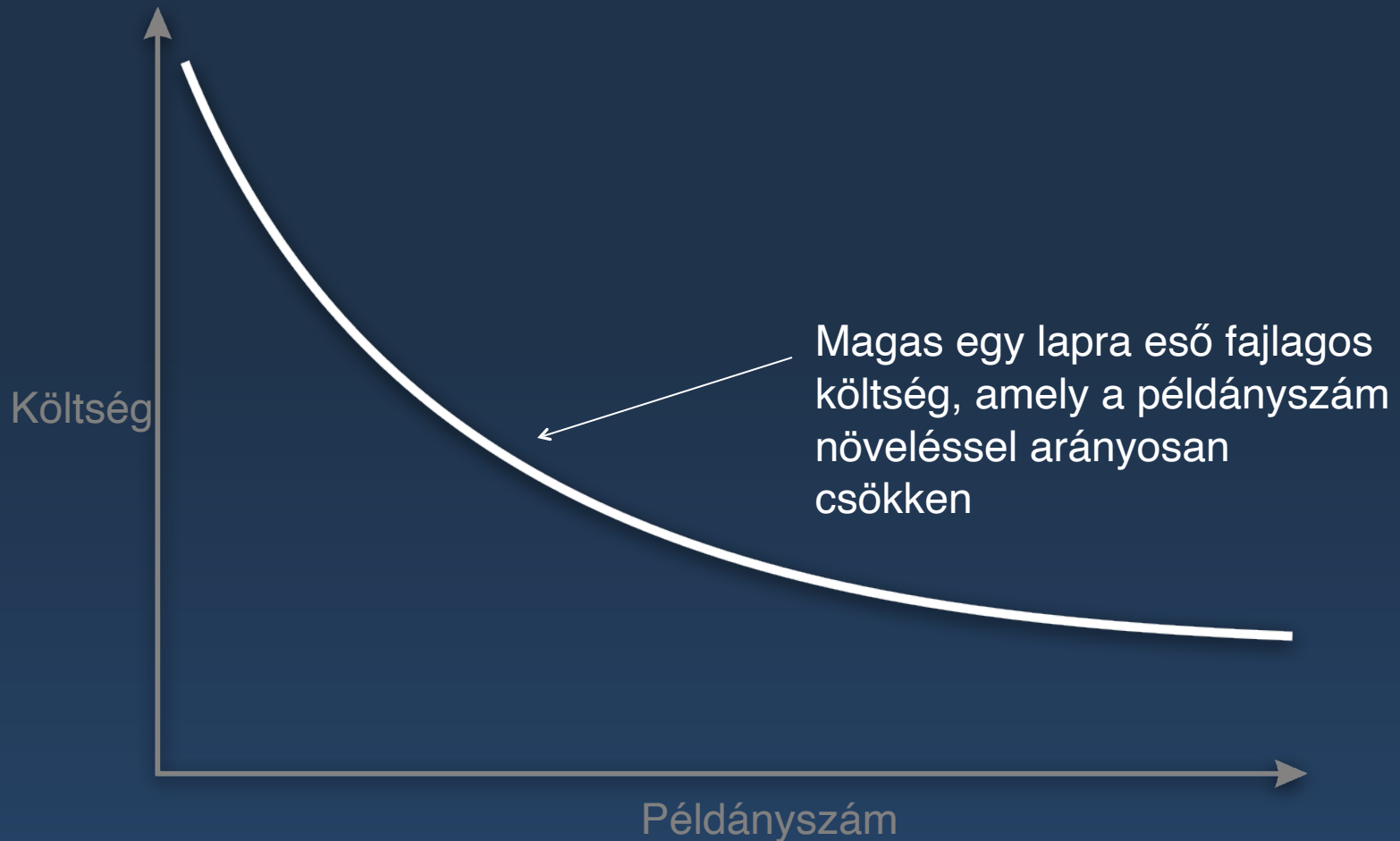
- Terjesztési bevétel
- Marketing hasznosítás » Adatbázis értékesítés

IntellyPrint modell

Az IntellyPrint modell 3 pilléren nyugszik

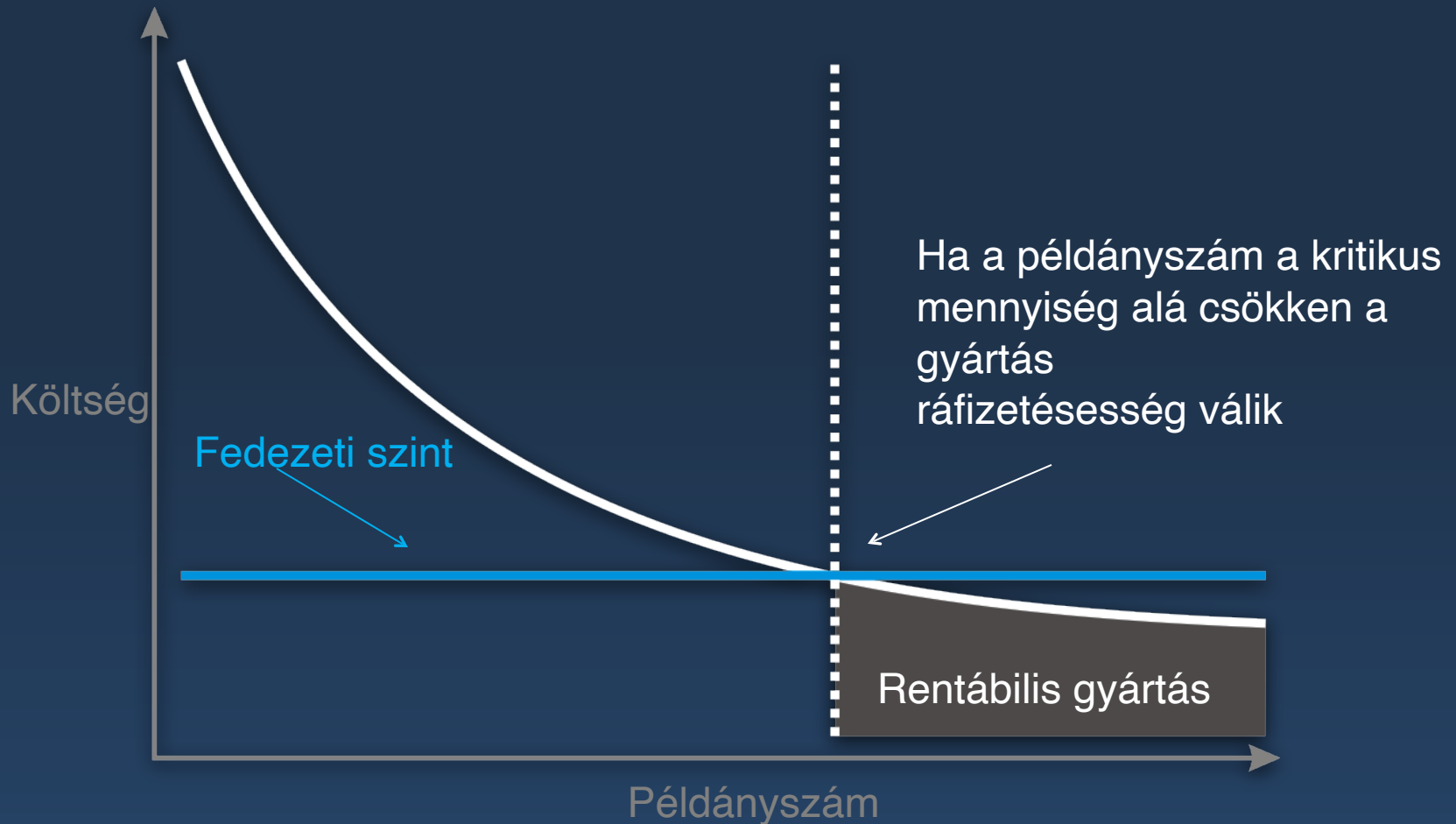
- Hirdetési reform » MultiLayer értékesítés
- **Költséghatékonyság (remittenda csökkentés)**

Költséghatékonyság



Hagyományos ofszet modell

Költséghatékonyság



Hagyományos ofszet modell

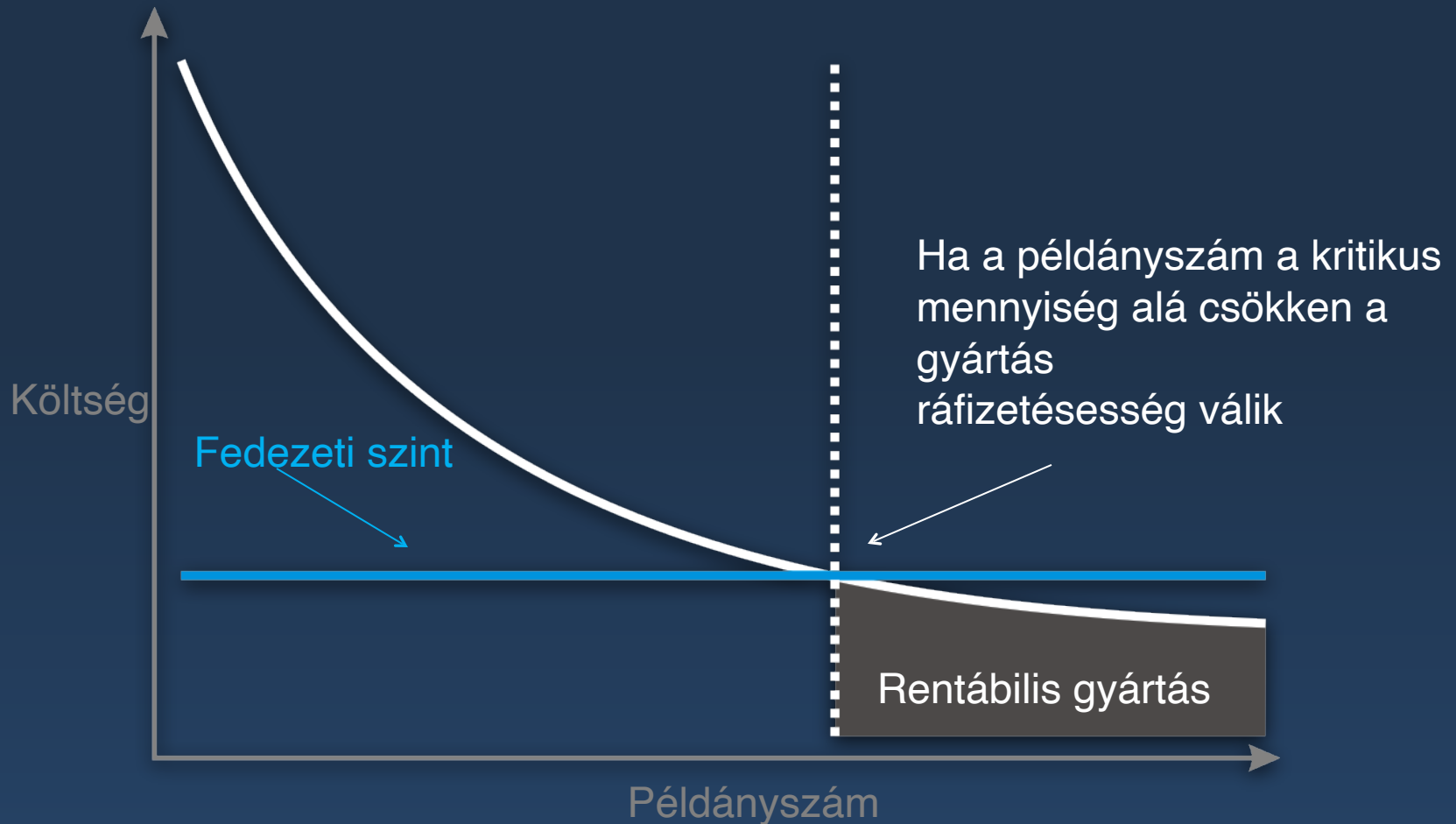
Költséghatékonyság

Hagyományos modell

Mit lát ebből a kiadó

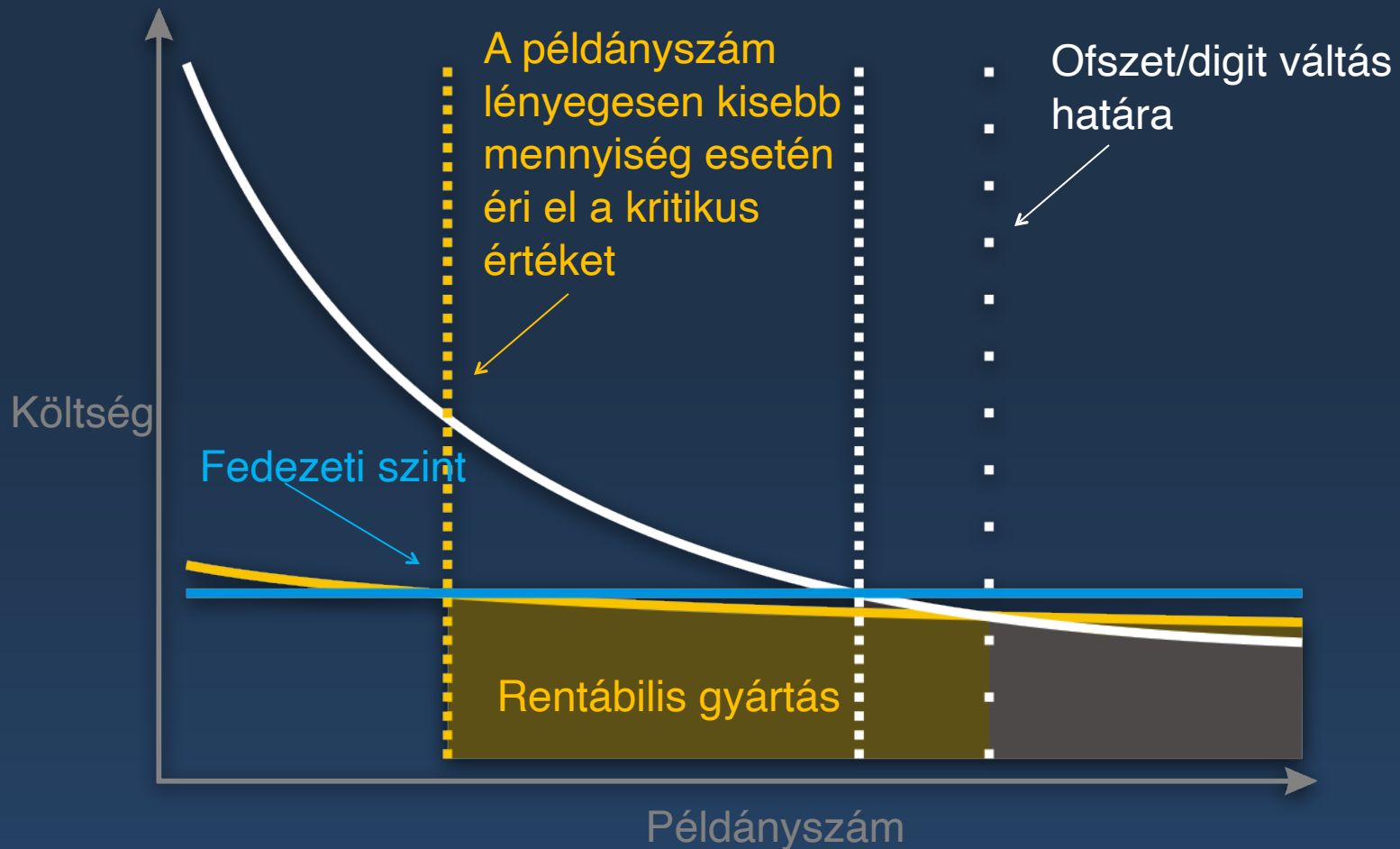
- A rentábilis fajlagos bekerülési ár példányszámfüggő!
- A példányszám csökkenése automatikusan a lap árának emelését jelenti
- Ha a példányszám egy kritikus szint alá csökken
 - Az eladási ár az olvasók számára elfogadhatatlanul magas lesz
 - Az olvasói lemorzsolódás további emeléshez vezet, ami újabb lemorzsolódást jelent ...
... a folyamat egyre gyorsabb spirálba kerülve fenntarthatatlanná válik

Költséghatékonyság



Hagyományos ofszet modell

Költséghatékonyság



IntellyPrint modell

Költséghatékonyság

IntellyPrint modell

Mit lát ebből a kiadó

- A rentábilis fajlagos bekerülési ár alig függ a példányszámtól
- A példányszám csökkenése tehát nem jelenti a lap árának emelését
- A példányszám egy kritikus szintje lényegesen kisebb, emiatt:
 - Az eladási ár az olvasók számára az elfogadható szinten marad
 - Az olvasói lemorzsolódást a Kiadó pl. portfólió bővítéssel ellensúlyozhatja, jelentősebb többletforrási igény nélkül.

IntellyPrint modell

Az IntellyPrint modell 3 pilléren nyugszik

- Hirdetési reform » MultiLayer értékesítés
- **Költséghatékonyság (remittenda csökkentés)**
- Mikrofókusz » Geotargetálás / Tartalmi szegmentálás

Addicionális bevételi források

- Marketing hasznosítás » Adatbázis értékesítés

IntellyPrint modell

Az IntellyPrint modell 3 pilléren nyugszik

- Hirdetési reform » MultiLayer értékesítés
- Költséghatékonyság (remittenda csökkentés)
- **Mikrofókuszt » Geotargetálás / Tartalmi szegmentálás**

Mikrofókusz

Hagyományos modell (FixContent)



Egy adott lapban, még a leggondosabb szerkesztés mellett is létrejönnek olyan tartalmak, melyek az olvasó számára irrelevánsak

Mikrofókusz

Hagyományos modell (FixContent)

Mit lát ebből az olvasó?

- A tartalom egy része számára irreleváns
- Az előfizetők és az árus lapok azonos tartalommal készülnek
- Ha a tartalom nem szimpatikus médiumot kell váltani

Mit lát ebből a Kiadó?

- A szegmentált célcsoportnak szánt tartalmat nem tudja leközölni
- A szegmentálási lehetőség miatt olvasót veszít
- Az előfizetők loyaltásának építése külön költséget jelent, csak extra termékkel, akcióval oldható meg

Mikrofókusz

IntellyPrint (FlexiContent)



A lap vázát ezentúl egy ún. váz tartalom vagy vivő tartalom adja. Emellett azonban a tartalom egy kis részét a területileg releváns tartalom jelenti majd. Valamint az olvasónak lehetősége van rá, hogy kis mértékben a lap által kínált tematikus tartalmi csomagokból válasszon, vagy előfizetőként extra tartalmat kapjon.



Mikrofókusz

IntellyPrint (FlexiContent)

Mit lát ebből az olvasó?

- A saját igényéhez igazodó tartalmat kaphat (érzelmi kötődés, loyaltás építés)
- Az előfizetők értékes plusz tartalmak kapnak (minőségi kötődés, loyaltás építés)
- A tartalommal kapcsolatos olvasói vélemény érzékelhető lesz (interakció)
- Extra multimédiás tartalmak épülhetnek a lapra

Mit lát ebből a Kiadó?

- A szegmentált célcsoportnak megfelelően tartalmat tud publikálni
- Az érzelmi és minőségi kötődés kapcsán stabilizálódik az olvasói bázis, az olvasó a sajátjának érzi a lapot
- Csökken az olvasói migráció
- Az előfizetők loyaltását a tartalom fogja meghatározni
- A tartalommal kapcsolatos olvasói visszacsatolás mérhetővé válik
- A print/digitális ellentét helyett a digitális médium kiegészítő szerepet ölthet, a print pedig újra minőségi terméké válik

Köszönöm a figyelmet

Tálosi Péter
+36 30 5777-331

Tálosi Péter
+36 30 5777-331

