

O TUSZACH I TONERACH, RYNKOWYCH ZMIANACH I PERSPEKTYWACH W SPECJALNYM WYWIADZIE DLA PAPIERNICZEGO ŚWIATA ROZMAWIAMY Z **WIOLETTĄ NADZIAK** KIEROWNIKIEM SPRZEDAŻY I MARKETINGU FIRMY INKSPOT.



Wioletta Nadziak

„Papierniczy Świat”: Jakie zmiany zauważyła Pani na rynku materiałów eksploatacyjnych w ostatnich latach?

Wioletta Nadziak: Świadomość konsumentów dziś diametralnie różni się od tej, jaka panowała jeszcze 3-4 lata temu. Wówczas producenci równoważnych materiałów eksploatacyjnych skupiali się bardziej na edukowaniu konsumentów i przełamywaniu nieufności do stosowania kompatybilnych tuszy i tonerów. Istotną zachętą ku temu była atrakcyjna cena sięgająca 40-50% wartości cen oryginalnych materiałów eksploatacyjnych.

W ostatnich latach na rynku pojawiło się bardzo dużo małych firm importujących tani produkt pochodzenia azjatyckiego oraz pseudo-„regeneratorów” uzupełniających jedynie zużyty proch lub tusz, pomijając kolejne etapy produkcji i kontroli jakości. Sprawilo to, że na rynku pojawiło się dużo materiałów słabej jakości, a to z kolei nadwyrężyło zaufanie klientów do materiałów równoważnych. Zaniżanie cen rynkowych pociąga za sobą wiele pułapek, w które firmy wchodzą świadomie lub nie. Nacisk na coraz niższe ceny sprawia, że proces produkcji w niektórych firmach od-

bywa się „na skrót”. Nie wszystkie podzespoły są wymieniane na nowe, co negatywnie odbija się na jakości dostarczonego produktu. Zauważalną stała się tendencja odwrotu od tonerów regenerowanych w przekonaniu, że produkt 100% nowy będzie najbardziej zbliżony jakościowo i wydajnościowo do oryginalnego, czego odzwierciedleniem są zapisy w warunkach SIWZ. Sfera pracowników odpowiedzialnych za przetargi i opis przedmiotu zamówienia nie ma często świadomości, czym różni się produkt 100% fabrycznie nowy od refabrykowanego czy regenerowanego.

Jakie są wady i zalety materiałów oryginalnych, a jakie alternatywnych? Jaka jest w tym względnie opinia klientów?

Zarówno korzystanie z oryginalnych materiałów eksploatacyjnych jak i zamienników ma dobre i złe strony. W przypadku wkładów OEM najbardziej dostrzegalną zaletą jest wysoka jakość oraz pewność, że stosując je nie łamie się praw patentowych. Odstraszającą jest jednak cena tonera, która niejednokrotnie przewyższa wartość urządzenia drukującego. Ponadto w przypadku reklamacji na oryginalne materiały eksploatacyjne czas ich rozpatrzenia trwa zwykle dłużej niż u producentów wkładów równoważnych.

Czynnikiem, który najbardziej skłania konsumenta do zakupu zamienników jest atrakcyjna cena, a także większa elastyczność dostawcy w zakresie negocjacji warunków handlowych z klientem. Istnieje jednak spore ryzyko, że w takim gąszczu zamienników trafić można na taki, który jakościowo nie będzie go zadowalał. Pojawia się także groźba naruszenia praw patentowych przez konsumenta w przypadku zakupu azjatyckich „klonów”. Dzieje się to najczęściej w przypadku podjęcia decyzji o zakupie materiałów z nieznanymi źródłami. Klient poszukujący najtańszego produktu ma tendencję do dokonywania zakupu gdziekolwiek. Konsekwencją takiego działania mogą stać się problemy z uzyskaniem satysfakcjonującej jakości wydruków, problemy ze sprzętem czy zaniżona wydajność wkładu drukującego.

Jak wyglądają zagadnienia sprzedaży artykułów eksploatacyjnych z punktu widzenia praw patentowych?

Producenci OEM i producenci zamienników re-fabrykowanych konkurują ze sobą, dzieląc rynek między poszczególnych graczy. Jest to zdrowa konkurencja. I jedni i drudzy mogą z powodzeniem funkcjonować obok siebie. Bezsprzecznie jedno łączy interesy producentów OEM oraz firm profesjonalnie zajmujących się refabrykacją: walka o skuteczne zablokowanie napływających do Polski materiałów eksploatacyjnych złej jakości, najczęściej pochodzenia azjatyckiego, które łamią prawa patentowe, a w efekcie wyeliminowanie z rynku 100% nowych zamienników bazujących na kopiach kaset oryginalnych, naruszających tym samym patenty OEM. Producenci drukarek coraz skuteczniej dochodzą swoich roszczeń, co stanowi nadzieję na przynajmniej częściowe uzdrowienie tej branży.

Poszanowanie praw patentowych jest dla nas bardzo ważną kwestią, dlatego też produkcja firmy Inkspot opiera się na powtórnym wykorzystaniu pustej kasety OEM oraz wymianie wszystkich zużywalnych podzespołów wkładu,

z poszanowaniem patentów OEM. W celu zapewnienia najwyższej jakości wyrobów stosujemy system kontroli na każdym z etapów produkcji, a każda partia wprowadzanego na magazyn towaru jest identyfikowalna.

Jak rozkłada się sprzedaż artykułów eksploatacyjnych w ciągu roku?

Na rynku materiałów eksploatacyjnych zauważalna jest wyraźna sezonowość sprzedaży. Szczyt sprzedaży rozpoczyna się w IV kwartale roku, zahaczając o styczeń. Sprzedaż w I kwartale jest nieco niższa od końcówki roku. Najniższą sprzedaż odnotowuje się w miesiącach wakacyjnych – lipiec i sierpień, co związane jest m.in. z okresami urlopowymi, wakacjami.

Jakość czy cena? Jak dylematy te rozstrzygają klienci w odniesieniu do sektora artykułów eksploatacyjnych?

W przypadku naszych produktów jakość i cena muszą iść w parze. Są klienci, którzy świadomie zadowolają się kiepskiej jakości towarem, ale za to w niskiej cenie, jednak nie jest to nasza grupa docelowa. Produkt na najwyższej jakości podzespołach, produkt przechodzący testy ja-

kościowe, a – w przypadku nowego produktu – kolejne etapy wdrożenia, nigdy nie będzie tak tani, jak chiński klon lub wkład z jedynie uzupełnionym proszkiem.

Oferując nasze wyroby wskazujemy klientom korzyści płynące ze współpracy z partnerem o ugruntowanej pozycji na rynku. Zespół ekspertów cechujących się wysoką wiedzą o produkcji służy klientom wsparciem w zakresie wyboru odpowiedniego sprzętu drukującego oraz doboru materiałów eksploatacyjnych. Klient zawsze może liczyć na fachowe doradztwo w zakresie eksploatacji wkładów i drukarek. W celu kompleksowej obsługi klienta w ramach obsługi posprzedażowej firma gwarantuje serwis sprzętu drukującego. W sposób ciągły monitorujemy potrzeby rynku oraz szybko reagujemy na pojawiające się zapotrzebowanie na nowości. Wdrożone nowości produktowe poprzedzone dogłębными badaniami kontroli jakości stanowią znaczny odsetek sprzedaży. Szybka reakcja na zmianę zapotrzebowania pozwala nam zachować istotną przewagę konkurencyjną nad firmami importującymi towar pochodzenia azjatyckiego.