



Ponudom cjelovitih rješenja do leaderske pozicije


TVRTKA GRAFIK.NET D.O.O. IZ ZAGREBA SVOJOM RAZNOVRNOM PONUDOM OPREME, STRUČNIM SAVJETOVANJEM I POUZDANIM SERVISOM NUDI CJELOVITA RJEŠENJA ZA SVE PROIZVODNE PROCESU U TISKARSKOJ INDUSTRIJI, ŠTO JE PREPOZNALO I VIŠE OD 80 KOMPANIJA IZ REGIJE. KAKO OVE GODINE BILJEŽE 10 GODINA OD OSNIVANJA, DONOSIMO VAM RAZGOVOR S DIREKTOROM, KREŠOM CULJKOM.

■ Razgovarao: Krunoslav Koprivnjak

1  Krešo Culjak, direktor tvrtke Grafik.net d.o.o., Zagreb

Ove godine obilježavate 10. godišnjicu poslovanja. Na što prvo pomislite kad se prisjetite samih početaka?

Kraj 2000. godine, kada smo počinjali, bio je i kraj sušnog perioda investicija i bilo je veliko očekivanje kada će krenuti prodaja. Naravno već tada smo bili i na početku projekta prvog CTP-a u Hrvatskoj i to nas je na

 **Rizik se isplati ako znate zbog čega ulažete i koje vrijednosti unosite u posao**

neki način nosilo prvih par mjeseci. To je bio period pokretanja vlastitog poduzetničkog pothvata i to je za svakog pojedinca trenutak kad mislite da ste presretni, ali i pomalo ljudi jer se upuštate u veliki rizik. No taj se rizik isplati ako znate zbog čega ulažete i koje vrijednosti unosite u posao.

S kim ste počeli poslovanje i koje ste prve instalacije imali u Hrvatskoj i regiji?

Od samog smo početka preuzeli brigu i servis za sve dotadašnje Scitex korisnike tako da kupci to apsolutno nisu osjetili. Moj partner Tomislav Višal i ja smo do tada imali veliko iskustvo i jako dobar odnos s postojećim kupcima i zapravo smo samo dalje radili svoj posao, ovaj put za sebe u vlastitoj firmi. Moram napomenuti da nam je u početku pomogao Darko Ivanišević i njegova firma Hand design koja je tada bila najjači grafički studio u regiji i koja je, u to vrijeme, bila jedan od značajnijih kupaca opreme i softvera.

Krajem 2000. godine pokrenut je novi tehnološki val s osvjetljivačima ploča i tu smo vidjeli našu nadolazeću priliku. Po prvi smo put imali

proizvod kojeg smo mogli ponuditi i tiskarama, do tada je većina opreme koju smo imali na tržištu bila u grafičkim studijima. U to su vrijeme tiskari jako vjerovali postojećim brandovima, a Scitex nije bio jedan od priznatijih brandova. Pojavom CTP-a situacija se promijenila preko noći. Scitex je bio pionir u CTP tehnologiji s najnaprednijim rješenjima u to vrijeme što je samo trebalo prenijeti na nove kupce. I, naravno, to smo i uspjeli. Početkom 2001. godine prvi B1 CTP smo prodali Tiskari Zrinski iz Čakovca i sjećam se kao da je bilo jučer kad mi je direktor tiskare, g. Halić, prilikom predstavljanja CTP-a ostalim grafičarima na Open House-u kojeg smo organizirali u tiskari, rekao "Mali, napraviti ćeš velik posao". Hvala mu za dobre želje jer smo uistinu i napravili "veliki posao".

Naravno, morali smo pričekati godinu dana do slijedeće instalacije, koja je ovaj put bila konačno i u

Zagrebu, u tiskari Kratis. Sjećam se isto kada je gospodin Robert Krajačić nakon mjesec-dva korištenja CTP-a rekao, "trebao sam to kupiti prije godinu dana". I nakon toga je krenulo, tiskara Copygraf, tiskara Stega Štritof - prvi B2 CTP u Hrvatskoj, prvi repro studio za izradu ploča Reprograph, tiskara Meić, prvi CTP u Bosni i Hercegovini, tvrtka Grafotisak iz Gruda, prvi CTP u Grafičkom centru Skopje u Makedoniji. U prve 4 godine imali smo 70 posto tržišta i to dovoljno govori i o snazi, ali i ozbiljnosti naše tvrtke te našoj viziji na koji način kreirati dodatne vrijednosti za naše kupce i za grafičko tržište općenito. Zapravo, uvijek smo na neki način bili predvodnici u donošenju kvalitetnih tehnoloških rješenja koja našim kupcima omogućavaju kreiranje dodane vrijednosti.

Koji su prijelomni trenuci obilježili Vaše poslovanje?

Prvi je prijelomni trenutak bio prodaja osjetljivača ploča. Moj partner Tomislav je bio i prije prve prodaje CTP-a tehnički educiran za servisiranje CTP opreme, dakle znanje smo imali, dobar proizvod smo imali te se uz malo sreće i hrabrosti rezultati vide i danas. Naravno 2004. godinu ćemo posebno pamtit i to iz dva razloga. Prvi je da smo prodali prvi novinski CTP tiskari Vjesnik i da smo u tom trenutku ušli u nišu u kojoj su vladali neki drugi igrači. Danas kada vidite da, ne samo u Hrvatskoj nego u cijeloj regiji, imamo više novinskih CTP instalacija nego svi ostali proizvođači zajedno mislim da dovoljno govori samo za sebe. Drugi, još bitniji trenutak je bio kada smo krenuli u prodaju Creo grafičkih ploča. Naime, puno povjerenje našeg dobavljača koji nam je pomogao u ovom segmentu omogućilo nam je da otvorimo novi "revenue stream". Imali smo vrhunsku pomoć, značajnu podršku i razumijevanje sa strane našeg dobavljača što također govori o činjenici da ulažemo jako puno u odnose sa svim našim *stakeholderima*, od dobavljača do naših kupaca, tj. njihovih kupaca. Sve je to rezultiralo da smo u manje

od godinu dana skoro 80% svojih korisnika CTP-a prebacili i na naš repromaterijal. Tek tada smo dobili i financijsku snagu da možemo pokrenuti i ostale projekte koje smo planirali, ostala zastupstva koja su bila komplementarna, a koja su omogućila našim kupcima kvalitetnija tehnološka rješenja.

Najveća promjena je nastala kada je 2005. godine Kodak kupio Creo, firmu koju smo do tada zastupali i samim time došli u priliku da odmah preuzmemo zastupstvo za Kodak, kako za grafički materijal, koji su do tada radile druge dvije tvrtke u Hrvatskoj, tako za drugu opremu koju je Kodak u tom trenutku imao u svojoj ponudi, opremu za digitalni tisak i opremu za varijabilni *ink jet* tisak.

U to vrijeme su zahtjevi tržišta naše kupce više "primoravali" na investicije, kako u hardver tako i u softver. Danas se, iako postoji potreba za investicijama i većina tiskara ima neko usko grlo u proizvodnji, svaka investicija odgađa čim je moguće duže i to je već na žalost postalo skoro pa pravilo.

U proteklih ste se deset godina profilirali u jednog od vodećih ponuđača grafičke opreme na tržištu. Čemu dugujete svoj uspjeh?

Mislim da smo uspješni iz nekoliko razloga. Jedan od najbitnijih je servis i kvaliteta tehničke podrške koji nas još uvijek izdiže iznad svih ostalih koji se bave istom ili sličnom djelatnošću. Mi zbilja poznajemo svoje proizvode i znamo koje vrijednosti generiraju proizvodi koje nudimo tržištu. Nastavno na to, svojim kupcima uvijek pokušavamo ponuditi kompletnu soluciju, a ne samo proizvod. Najbanalniji primjer je da još uvijek imate firme koje prodaju CTP, a sa softverom nisu uopće upoznati te svom kupcu u ovom značajnom segmentu ne mogu pružiti nužnu podršku. To često rezultira da svom

kupcu pruže manjkavu uslugu i kažu mu da softver nije bitan ili, još bolje, kažu da ne treba servis za CTP jer se oprema ne kviri. S druge strane, stalno radimo na unapređenju svoje ponude tako da gledamo što to naši kupci trebaju u svojoj svakodnevnoj proizvodnji. Naravno, uvijek moramo

Sa sigurnošću mogu tvrditi da smo tržišni lideri što se tiče cjelovitosti ponude grafičkih rješenja



biti konkurentni s cijenom iako nudimo prvenstveno premium proizvode i rješenja koja znaju biti i nešto skuplja od ostalih sličnih rješenja. U ovom su sektoru grafičke industrije, osim tehnologije i samog proizvoda, bitna i stručna znanja kolega s kojima radim. Naime, adekvatan savjet o poslovnim procesima i načinu na koji optimizirati operativne troškove našim kupcima mogu ostvariti znatne uštede što ih može dovesti u konkurentsku prednost i omogućiti im da kvalitetno premoste ovu otežavajuću gospodarsku situaciju. S ponosom mogu izjaviti da je Grafik.netov tim kompletan, u pravom smislu te riječi. Danas unutar tvrtke imamo stručnjake koji pokrivaju sva područja grafičke industrije, od savjetodavne usluge, preko pripreme tiska, flekso i novinskog tiska, samog tiska i dorade do digitalnog tiska, *color managementa* i varijabilnog tiska. Ne postoji segment grafičke proizvodnje kojeg ne možemo pokriti tehnološki i stručnim znanjima.

Ukoliko gledamo povijesno, mogu sa sigurnošću dokazati da imamo fleksibilan poslovni model koji se uvelike, među prvima, može kvalitetno prilagoditi nužnim tržišnim zahtjevima. Istaknut ću, također, da je bitno i predvidjeti budući razvoj industrije, što je još jedan segment u kojem smo se dokazali kao siguran partner koji pažljivo procjenjuje industrijske trendove.





Što smatrate da su najveće prednosti Grafik.neta pred ostalim konkurentima na tržištu?

Servis, edukacija, brandovi koje zastupamo i *know how* u proizvodnji. Sa sigurnošću mogu tvrditi da smo tržišni lideri što se tiče cjelovitosti ponude grafičkih rješenja koje nudimo svojim kupcima, od tehnoloških rješenja do stručnih savjetovanja. Naša druga značajna prednost na tržištu jest pouzdanost. Naime, u ovoj industriji servisna je usluga jako bitna. Ovdje govorimo o kvaliteti i brzini servisa koju možemo ponuditi pri čemu pouzdanost ima značajnu ulogu. Da biste bili pouzdan partner u ovoj industriji bitno je nadgledati cjelokupan proces, od kontekstualnih



1 Bogata povijest proaktivne tvrtke

Današnji tiskar mora biti proaktivan u pristupu svom kupcu

industrijskih kretanja do tehnološke operativne podrške. Uz to je jako bitno njegovati dobre odnose sa svim *stakeholderima*.

Može li se reći da ste uspjeli preživjeti recesiju? Kako se ona odrazila/ odražava na Vaše poslovanje?

Da, još uvijek smo živi, ali jesmo li preživjeli, teško je reći jer recesija još uvijek traje, a kako stvari stoje trajati će još barem 6 do 12 mjeseci. Kriza je znatno utjecala na trendove u grafičkoj industriji i bitno je istaknuti da svi zajedno, ovdje mislim na ljude od struke, moramo biti otvoreni prema novim idejama i tehnologijama koje nam mogu pomoći

da izgradimo održivi poslovni model koji će nam omogućiti da egzistiramo i sljedećih 10 godina. Grafik.net je prošle godine unatoč teškoj situaciji imao rast u prodaji i prihodima oko 10 posto. Ove ćemo godine, prema našim procjenama, imati 25 posto manje prihode, međutim, primjećuje se novi trend ulaganja u industriji jer tvrtke shvaćaju da je nužno investirati u marketinške aktivnosti da bi opstale na tržištu. Siguran sam da tiskarska industrija

ima veliki potencijal da značajno sudjeluje u marketinškim budžetima, međutim, kvaliteta i praćenje trendova u pristupu kupcima bit će presudni za opstanak. Današnji tiskar mora biti proaktivan u pristupu svom kupcu, nudeći mu nove mogućnosti za nadogradnju komunikacije prema svojim krajnjim korisnicima.

Na koji način pratite zaokret u grafičkoj industriji prema digitalnom tisku?

Na stručnom skupu d PRINT, koji je bio u vašoj organizaciji, smo pokazali svoja znanja, praktične primjere i snagu koju imamo u ovom dijelu. Nudimo ne samo strojeve nego i

pripadajući softver, kao na primjer, softver za personalizaciju, s kojim je rađen kompletni Konzumov program lojalnosti. U našoj ponudi imamo kompletnu paletu strojeva za doradu i naravno program za razvijanje aplikacija i pomoći svojim korisnicima u kreiranju novih poslova. Digitalni tisak više nije trend koji dolazi, on je danas realnost bez koje se ne može. Digitalni tisak je bio trend u nadolasku prije dvije godine, u trenutku kad smo prvi u Hrvatskoj prodali i instalirali visokoproduktivni digitalni tiskarski stroj Nexpress.

Koji su planovi tvrtke?

U narednom ćemo periodu primarno biti usmjereni na naše dugogodišnje kupce – želimo im svojim znanjima, stručnom i tehnološkom podrškom pomoći da kvalitetno premoste ova turbulentna gospodarska vremena. Ovdje sigurno vidimo i potencijal za nove projekte koji će našim kupcima omogućiti kreiranje novih izvora prihoda.

Koristim ovu priliku da se zahvalim svim našim kupcima, partnerima i prijateljima koji su pridonijeli uspjehu Grafik.net-a te im želim sretnu i uspješnu novu godinu. Iste takve čestitke šaljemo i svim vašim čitateljima.

