

Kustannus Oy Lampila tarjoaa yhteistyötä painotaloille

Kustannus Oy Lampila on erityisesti teknisten toimialojen asiakaslehtitalo ja viestintäyritys. Monimutkaiset asiat kerrotaan ymmärrettävästi ja oivaltavasti. Juttuihin paneudutaan lukijan näkökulmasta, markkinoinnin tarpeita ja journalistista otetta unohtamatta. Nyt Kustannus Oy Lampila haluaa kehittää toimintaansa yhteistyössä painotalojen kanssa.



Kirjapainoalan yritykset saavat säännöllisesti luettavakseen Heidelbergin Graphic Report -lehden. Se on Kustannus Oy Lampilan käsialaa. Yrittäjä Jouko Lampila kirjoittaa myös silloin tällöin alan ajankohtaisista asioista joihinkin graafisen alan ammattilehtiin. Merkittävä osa Tuoteuutiset-lehtien tietotekniikkaa, elektroniikkaa ja muita aloja käsittelevistä artikkeleista on samoin Lampilan tuotantoa.

Ennakoidaan asiakkaan tarve

– Kirjapainoala on tilanteessa, jossa painotalojen täytyy miettiä uusia menestymisen keinoja, sanoo yrittäjä Jouko Lampila. – Painaminen on meillä hitaasti suppeneva toimiala, jonka vuotuinen kasvu on pienempi kuin kansantalouden yleinen kasvuvauhti. Tästä seuraa ylikapasiteettia, kova hintakilpailu ja matalat katteet.

– Olen usein miettinyt alan tulevaisuutta ja menestymisen keinoja. Alalla on joitakin todella hyvin menestyviä yrityksiä ja suuri joukko muita. Menestyvissä yrityksissä on paljon eroavaisuuksia ja niiden vahvuudet ovat eri alueilla. Yhteistä näyttäisi olevan keskittyminen asiakkaiden tarpeisiin. Niiden ymmärtäminen ja ennakoiminen.

– Kaikkein parhaassa tilanteessa palvelun tarjoaja on silloin, kun hän osaa nähdä asiakkaan tarpeen ennakolta, jatkaa Lampila. – Asiakas ei ole vielä edes tiedostanut tarvettaan, kun kumppani nostaa sen esille ja tarjoaa ratkaisua. Silloin ensimmäinen keskustelunaihe ei ole hinta, eikä kilpailevalla tarjoajalla ole samaa tarjottavaa.

Yhteistyötä painotalojen kanssa

Lampila on toiminut pitkään graafisen teollisuuden parissa – alkaen Macintosh-tietokoneiden tuomisesta alalle 1980-luvun loppupuolella ja jatkuen järempien järjestelmien kaupalla

1990-luvun alkupuolella. 1990-luvun puolivälin jälkeen Lampila on siirtynyt laitekaupasta puhtaasti palvelutarjoajaksi ja sisälöntuotantoon.

– Painotalon kannattaisi mielestäni tarjota asiakkaalleen mahdollisimman kattava kokonaisuus, arvioi Lampila. – Kun asiakas pyytää painotarjousta valmiista tiedostosta, on katteet jo menetetty. Viisi muutakin painoa saattaa tarjota samaa työtä ja jokin niistä on aina liian halpa. Jos painotalo sen sijaan tekee asiakkaalle vaikkapa suunnittelutyötä ja poikkeuksellisia painotöitä, tarjoaa laajaa logistista palvelua tai toimittaa suuria kokonaisuuksia avaimet käteen, on tilanne toinen. Silloin asiakas saa todellista hyötyä yhteistyöstä ja molemmat osapuolet voittavat.

– Olen todennut, että asiakaslehti on edelleen erittäin hyvin toimiva viestinnän väline. Itse tarjoan asiakaslehdet asiakkaileni yleensä kokonaisuutena, sisältäen painamisen ja postituksen. Miksi ei painotalo voisi tarjota asiakaslehden tekemistä sisältäen koko suunnittelun, toimitustyön ja toteuttamisen?

– Juuri siksi päätin julkaista tämän artikkelin ja tarjota painotaloille yhteistyötä. Painotaloilla on kontaktit moniin asiakkaisiin ja näiden joukossa on niitä, jotka tarvitsevat asiakaslehteä, vaikka eivät sitä ehkä itse tiedosta. Heille on mahdollista myydä ajatus lehdestä ja kokonaispalvelusta. Me voimme hoitaa lehden perussuunnittelun ja toimitustyön – painotalo painaa ja hoitaa jakelun.

Muutama sana asiakaslehdessä

Asiakaslehti kiinnostaa lukijaa. Tutkimusten mukaan lukija viettää asiakaslehden kanssa keskimäärin 25 minuuttia. Juuri mil-lään muulla markkinoinnin keinolla – ehkä henkilökohtaista tapaamista lukuun ottamatta – ei ole mahdollista saada asiakasta oman viestinsä vastaanottajaksi niin pitkäksi ajaksi.



