

V čem tkví úspěch? Stačí vědět, co chcete a jak to udělat – míní ředitel Milan Mačuga

ABEL přiváží do Brna čerstvě obhájené ISO. Včetně výzkumu...

Kdo nehraje, nevyhraje. Opavským s Invexem pomohl i Nikon

Na posledním Invexu se blýskli druhým největším stánkem – hned po Canonu. A i letmý pohled na firemní web nasvědčuje, že byla brněnská akce pro opavskou společnost nad jiné úspěšná... Jak si však takové úspěchy vysvětlit za stavu, kdy spousta vystavovatelů naopak nařiká, že se IT přehlídka v moravské metropoli stala dlouhodobě mrtvým broukem?!

Celkovou strategii i veletržní počínání firmy ABEL-Computer, s. r. o. Opava (dále jen Abel) nejlépe přiblíží její generální ředitel a vedoucí výzkumu a vývoje – Milan Mačuga.

„Invex 2003 byl pro naši společnost výjimečně úspěšnou výstavou. Poučili jsme se z předchozích veletrhů a šli jsme do dvojnásobné plochy, abychom měli kde usadit své zákazníky, kterých je více než 20 000. Také jsme se rozhodli nekompromisně a odvážně ukázat výsledky své práce.

Byli jsme na Invexu jedinou firmou, která byla ochotna ukázat své alternativní kazety v tak obrovském a přímočarém

testu jak zákazníkům, tak i konkurenci! Více než padesát tiskáren tisklo celý den renovovanými kazetami firmy Abel – nějaká hromadná nekvalita nebo selhání tisku by tak bylo rázem pro nás osudným... nic takového se však nestalo!“

Co letos potáhne na Invexu veřejnost?

„Pro tento rok jsme připravili ještě zajímavější program. Ve spolupráci s firmou Nikon budeme mít k dispozici fotostudio, vybavené profesionální digitální zrcadlovkou Nikon D1H a D70. Návštěvníci dostanou možnost vyfotografovat se s přáteli a s francouzským vojákem u nefalšovaného napoleonského děla, nebo si mohou jen tak nechat udělat portrét, případně karikaturu. Poté si budou moci fotografii ihned zdarma vytisknout na některé z několika desítek fototiskáren...“

Tisknout budeme na vysoce kvalitní fotopapír – samozřejmě renovovanými kazetami firmy Abel s inkoustem, zaručujícím dlouhodobou stálost snímku. Tento

rok ale nebudeme fotografie namáčet do vody; většina našich zákazníků si totiž fotografie do vany skutečně nebere.“

Můžete předem upřesnit, co jste připravili nového – atraktivního?

„Přirozeně. Na výstavě budeme mít i novinky, ale představíme je až přímo na výstavišti. A abychom zákazníkům připravili i co nejatraktivnější zážitek, chystáme pro letošek soutěž s opravdu zajímavými otázkami i cenami. Díky spolupráci s firmou Nikon a dalšími společnostmi bude akce podpořena neuvěřitelným množstvím hodnotných cen.

Tak například Japonci dodali na každý den do soutěže digitální fotoaparát Nikon Coolpix SQ. A ve čtvrtek se bude soutěžit dokonce o digitální zrcadlovku Nikon D70... v ceně 42 tisíc korun!

Díky firmě Abel navíc vyhrají návštěvníci každý den v soutěži i čtyři fototiskárny a další hodnotné ceny – ty připravujeme ve spolupráci s firmou Zoner a dalšími podniky.

Pokud jde o naši společnost, na Invexu budeme přistupovat k návštěvníkům – minimálně díky úzké kooperaci s Nikonem – opravdu nadstandardně a aktivně. Nakonec... vždyť tohle veřejnost od brněnské výstavy přece očekává! Žádné unuděné osádky bezvýrazných stánků, ale zábavu... trochu vystavovatelské odvahy, být jiní: informace a zase zábavu, soutěže... No a my, vystavovatelé, potřebujeme zase ty návštěvníky. Tak pro to musíme oba něco udělat. My vystavovat a zaujmout, návštěvníci pak přijít.“

Přidaná hodnota vítězí

Ve veletržních souvislostech se hodně hovoří i o tzv. „silovém“ marketingu; jaké s ním má vaše firma zkušenosti?

„Minulý Invex ukázal, že na návštěvníky působí pozitivně a motivačně ofenzivní marketing s přidanou hodnotou. Věříme proto, že i letos tomu nebude jinak a jsme připraveni mnohem lépe než vloni.



▲ Tisk nejsou jen kazety, ale i opravy tiskáren, jejich profylaxe, poradenství, osobní péče asistentky či výzkum a vývoj. Je to zkrátka přidaná hodnota mnoha a mnoha činností – říká šéf úspěšné tuzemské firmy

● Repró: Abel



obhájili funkčnost našeho systému managementu jakosti.

Proto mají zákazníci jistotu: cokoli pro ně ve firmě Abel děláme, je řízeno, kontrolováno i vyhodnocováno s cílem zajistit jejich maximální spokojenost.“

Certifikace ISO tedy eliminuje chyby...

„Řeknu to jinými slovy: I když je firma certifikovaná, neznamená to, že by nikdy nemohla udělat žádnou chybu... Ale znamená to, že vše, co souvisí s kvalitou, je měřeno, kontrolováno a sledováno.

Jakákoli chyba nebo odchylka od standardu je vyhodnocena jako neshodný proces a okamžitě je spuštěn proces nápravy či zlepšení. Přitom zavedení a udržení jakéhokoli certifikátu ISO je nesmírně časově a finančně náročné. Ovšem pokud to zaměstnanci a management společnosti berou vážně a nikoli jako pouhý papír, pak by to měl náročnější zákazník postřehnout už jen z toho, jak firma reaguje na jeho podněty...“

Vraťme se zpět ke kazetám – co to tedy konkrétně znamená pro klienta?

„To, že to vypadá, že všichni nabízejí totéž, je přirozené: na konci totiž stojí tisková kazeta, která vypadá zvenčí stejně, ať pochází od firmy Abel, nebo XYZ. Důležité ale je, jak byla vyrobena a kým – co bylo skutečně vyměřeno, zda je to zjištěitelné a doložitelné.

Já osobně si nemyslím, že bychom byli dokonalí ve všech ohledech. Protože ale naše firma funguje na základě přesné po-

Pokud některý návštěvník Invenxu nevěří a nepřijede, vyhraji místo něj čtyřicetitisícový fotoaparát, fototiskárnu nebo jinou hodnotnou cenu právě ti, kterým stojí za to obětovat jeden den a cenu vstupenky...

Já letošnímu Invenxu věřím. Šířit zvěsti, že je Invenx čím dál horší, mohou nejspíš jen nevýrazní a nudní vystavovatelé s nedostatkem invence... ti kteří se bojí utratit něco peněz za lepší marketing, nebo kterým chybí fantazie, lepší management a vysvětlení, proč být aktivnější. Pokud takových firem bude letos v Brně méně, bude to jen a jen ve prospěch návštěvníků...“

Co nabízí Abel – mimo renovaci kazet – zákazníkům ještě?

„Naši nabídku pochopitelně netvoří pouze alternativní tiskové kazety, nýbrž zajišťujeme co nejkomplexněji vše, co zákazník potřebuje k tisku... Tisk přece nejsou jen kazety, ale třeba i zajištění opravy tiskárny, její profylaxe, poradenská činnost, osobní péče asistentky obchodníka a výzkum i vývoj: je to přidaná hodnota mnoha a mnoha činností, kterou klient dostane k úspoře tiskových nákladů jaksí navíc. Dá se říci – zdarma v ceně alternativní kazety.“

Běžného spotřebitele zajímá nejvíce: kolik peněz recyklací toneru uspořím?

„Ptáte-li se na úsporu nákladů na tisk, ta může být různá. U některých typů kazet činí 30 procent, u jiných i padesát a více – vše záleží na objemu renovace.

Je samozřejmé, že zákazník s objemem renovace milion korun ročně bude platit za renovaci kazety jinou cenu než zákazník, posílající 1 kazetu měsíčně.“

Firmy obvykle pečl a servis zákazníkům průběžně zlepšují. Jak se lišíte od konkurence poskytující stejné služby? Ne-nabízíte všichni totéž?

„Ano – jestliže to navenek vypadá, že všichni nabízejí totéž, pak musíme neustále pracovat na odlišení od konkurence. Shodou okolností jsme před týdnem absolvovali recertifikační audit ISO 9001:2001... a to znamená, že jsme po třech letech od udělení prvního certifikátu opět úspěšně





● Repro: Abel

▲ **Zájem klientů je požehnaný. A proč ne, když mají v Abelu certifikován výzkum i vývoj? Nejen podle managementu je to průkazné svědectví, čím se od konkurence odlišují...**

psaných pravidel, tak se dnes již nemusím zabývat otázkou, zda zrovna Franta nebo Jiří pracují kvalitně, nebo jak budeme reagovat, když se něco eventuálně přihodí... Víím nejen, že reagovat budeme, ale i jak bude vypadat realizace a kdo je za to zodpovědný.

Ale to je u naší společnosti čítající sto padesát zaměstnanců stále jen pouhý základ pro její chod – nikoli vše pro zaručený úspěch. Ten tkví v lidech, kteří věří myšlenkám svých šéfů a následují je.“

ISO: zelená i pro vývoj!

Uvádíte, že jako jediná firma ve svém oboru v ČR máte certifikován i výzkum a vývoj. Poznám to nějak konkrétně já – váš zákazník?

„Před týdnem prošel úspěšně certifikací znovu i náš výzkum a vývoj. Musím ale po pravdě uvést, že i před auditem jsem byl přesvědčen a přesvědčován, že děláme vše relativně v souladu se tím, co je potřeba. Ale výsledek nebyl až tak jednoznačný.“

Audit potvrdil, že naším vstupem do EU nastalo opravdu velké zpřísnění: například co se týče požadavků na dokumentaci, analýz nebo vyhodnocování rizik. Dnes už vlastně vůbec nejde o to postavit stroj, nějak vyčistit a naplnit kazetu, otestovat ji, zda tiskne....

Když vyrobíme stroj na renovaci kazet, musíme k němu a jeho konstrukci nyní mít v základě stejnou dokumentaci, jako bychom vyráběli jaderný reaktor – to zákonitě výrazně prodražuje a svým způsobem i opožďuje oddělení výzkumu a vývoje ja-

kékolí firmy! Součástí dokumentace totiž tvoří i odborné posudky, revize, ověřování, statistiky, matematické modely...

Ale tak je to v pořádku. Pokud stavím stroj, pak musím vědět, že zaměstnanec neponese jeho užíváním rizika a že zařízení bude pracovat spolehlivě. S takovými parametry, které musí být kontrolovány a tato kontrola doložena. Finálním výstupem se potom stává kazeta, která tiskne v daných mezích, kontrolovaných a popsaných v technologickém procesu.

Na trhu v našem oboru najdete firmy, které certifikát jakosti nebo vůbec nějaký popsaný systém nemají. Produkují tudíž více či méně náhodnou kvalitu. Na straně druhé stojí firmy, které certifikát mají, a nakonec takové, které certifikovaly i výzkum a vývoj. Zůstává tak jen na zákaznících, jak jsou v jejich firmách nastaveny analýzy rizik: zda vědí, co očekávat od certifikované či necertifikované firmy, a jaká jsou jejich měřítka pro posouzení kvality... Sám klient se musí rozhodnout, zda pro něj zůstává jediným kritériem pouze cena, nebo existují i jiná hodnotící kritéria, aby si vybral správného dodavatele alternativních kazet a v konečném důsledku tak skutečně ušetřil...

Odpověď na vaši otázku, v čem pro vás spočívá výhoda, jestliže má firma Abel certifikován výzkum a vývoj, pak zní následovně: Minimálně v průkazném svědectví, že výzkum vývoj v naší firmě nejen

skutečně existuje, ale je popsán i řízen! A tím se nejspíš od konkurence velmi výrazně lišíme.“

Promítá se certifikace ISO nějak i do oblasti cenotvorby?

„Zákazníci s dlouhodobým plánováním a analýzou rizik dají přednost naší firmě: Zajistíme jim rychlou reakci u nových produktů, a u stávajících produktů měřitelnou a vnitřně definovanou kvalitu.“

Hledáte-li ale pouze alternativní nebo renovovanou kazetu za tři sta korun – přičemž nová stojí 1500 Kč – pak ji za takovou částku nemůžete od naší firmy obdržet. Neprošla by totiž v tomto stavu kontrolou kvality a byla by vyřazena jako neshodný výrobek – jak jistě chápete, něco by jí na kvalitě někde chybělo. Vy jako zákazník s denní potřebou několika tisků byste to ale poznala na zapékací peci klidně třeba až po sedmi měsících. Rozhodnutí je tedy na vás.“

Brno má tedy šanci být konečným jazýčkem na vahách v rozhodování...

„Určitě. Na Invexu můžete během jednoho dne porovnat to, co jinde nelze. Například schopnost firmy zajmout, nebo posoudit její postavení na trhu vůči konkurenci – k tomu nakonec výstavy slouží. Já mohu jen doporučit, abyste si podobné srovnání udělali, protože jde o vaši spokojenost a v neposlední řadě i peníze.“

Jestliže na vás neučiní firma dojem na veletrhu, těžko se o něj postará v denní realitě. Stačí se jen na chvíli zastavit a poslouchat – pozorovat, jak se vystavovatelé věnují zákazníkům a co říkají o konkurenci.

Za vstupenku na výstaviště to rozhodně stojí, i kdyby vás na Invexu zaujala jen jediná firma. Vystavuje tam totiž pravděpodobně jen a právě pro vás. A možná i díky vám, pokud jste jejím dnešním zákazníkem...“

Alena Dlačáková



● Repro: Abel