

CEO Cimpres, Robert Keane, geeft zijn eerste keynote presentatie ooit!

Thema: 'co-op-e-ti-tion'

München, 26 maart 2015

Dat Cimpres (o.a. vistaprint.com, druck.at en drukwerkdeal.nl/printdeal.be) duidelijk een andere weg is ingeslagen de laatste maanden, werd duidelijk op 26 maart tijdens het derde Online Print Symposium in München. Robert Keane, de CEO van het concern, gaf er zijn allereerste keynote ooit onder de titel '**Specialisaties en samenwerkingsverbanden in de web-to-print markt**'.

Het feit dat het jaarlijkse Online Print Symposium Robert Keane kon strikken, zegt veel over de status die dit event zich op nauwelijks 3 jaar tijd heeft aangemeten. Van over de hele wereld kwamen grafische professionals naar München. Met 220 deelnemers was dit meteen ook het best bijgewoonde event tot op heden. Uiteraard konden wij niet ontbreken!

Keane startte zijn presentatie met de vraag in welke stelling de aanwezigen zich het meest konden vinden: 'specialisatie vs generalisatie', 'partnerships met suppliers en klanten' of 'partnerships met concurrenten'? Cimpres is van mening dat dit laatste, '**partnerships met concurrenten**', de sleutel tot toekomstig succes is. Dat zij het misschien wel eens zouden kunnen weten, bewijst de spectaculaire aangroei van het aantal medewerkers de laatste 5 maanden. In de Vistaprint case study die verscheen in de VIGC Eye Opener en de nieuwsbrief van Febelgra van november vorig jaar - <http://www.graphicbrain.com/vigc-eye-opener/jaargang-2014-nr-9/w2ppro-case-study-vistaprint/> - spraken we nog van 5100 medewerkers. Dit is vandaag gestegen naar 6000 medewerkers. Dat dit niet te bereiken is door organische groei hoeft niet te verbazen. Overnames en partnerships zijn dé manier om te groeien voor Cimpres. Keane deed dan ook een warme oproep om hem in deze gedachte te volgen. Volgens hem is dit in het voordeel van de klant en zal dit ook de industrie goed doen.

Het samenwerken met concurrenten omschrijft Keane met een mooi woord als '**co-op-e-ti-tion**'. Dit is de samenvoeging van de Engelse woorden 'cooperation' en 'competition' en ligt aan de basis van de oprichting van Vistaprint. In de beginjaren heeft Keane met de voorloper van Vistaprint, 'Bonne Impression', een samenwerkingsverband gesloten met een bedrijf uit Silicon Valley dat zich richtte op onderzoek naar micro-businesses. Zij wilden uitbreiden naar Europa maar hadden geen kennis van de Europese markt. 'Bonne Impression' had die kennis wel, maar zij zochten naar investeerders. De rest van het vervolg is geschiedenis en terug te vinden in onze case study.

In de technologiesector gebeurt dit soort van samenwerkingsverbanden geregeld. Misschien wel de meest tot de verbeelding sprekende 'co-op-e-ti-tion' is deze tussen Microsoft en Apple. Toen Steve Jobs juist terug was bij 'zijn' Apple verkeerde het bedrijf in grote geldnood. Meer nog, het bankroet was binnen handbereik. Bill Gates heeft op dat moment geïnvesteerd in het noodlijdende bedrijf omdat men nood had aan een zekere competitie. Keane grijpt o.a. dit voorbeeld aan om aan te tonen dat samenwerken met iemand waarmee men in competitie is, een voordeel kan zijn. Op dit moment gebeurt hetzelfde met de Apple Watch. Deze wordt exclusief door Samsung gefabriceerd! Dat er in de drukkerijsector veel competitie is, weten we allemaal. Maar dit is niets vergeleken met de technologiesector, aldus nog Keane. Daar is het effect zeker maal tien!

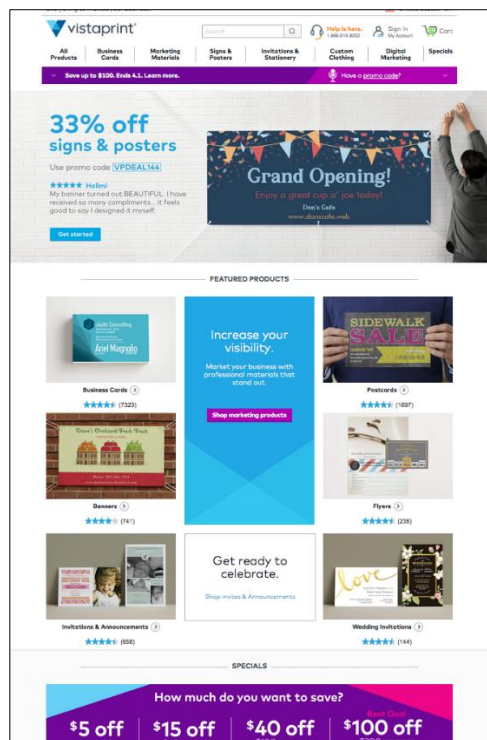
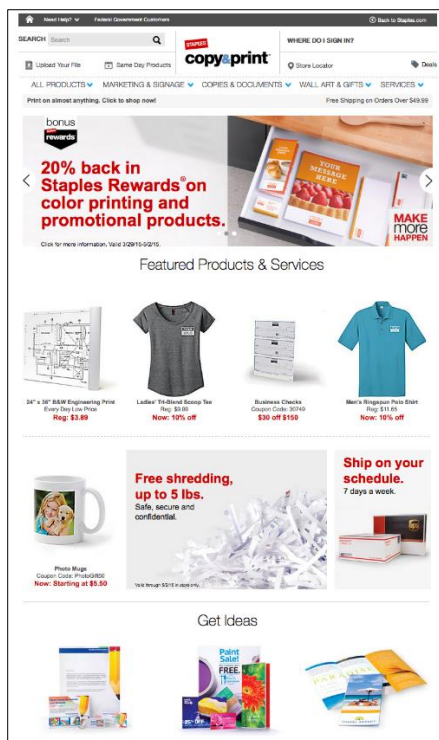
Er waren **3 lessen** die Robert Keane graag met ons wilde delen.

Focus op de concurrentie voor de aandacht van de klant. Competitie heeft Cimpres altijd gedreven en heeft bijgevolg geleid tot de positie waarin ze zich nu bevinden. Zij bieden zelden de laagste prijs aan. "Vergelijk maar eens", aldus Keane! Wel focussen zij zich op het aanbieden van meerwaarde

zoals daar zijn: service, snelheid, sterke merken en betrouwbaarheid. “Hoe wilt u zich in de markt bewegen?”, vraagt Keane zich luidop af.

Specialisatie. Vistaprint is groot geworden door voor micro-businesses een grote toegevoegde waarde te bieden. DTP in de browser brengen (via DHTML), was een specialisatie die op dat moment niemand had. De grootste concurrenten van Vistaprint in die periode waren de ‘huis-tuin-en-keuken-printers’ die met speciale *consumables* van o.a. Avery en Perfect Card op hun eigen printer afdrucken maakten van bv. naamkaartjes op voorgeperforeerd papier. Dat de klant zijn eigen ontwerp in een browser kon opmaken en dat voor een beperkt budget, was nieuw. Dit heeft men kunnen realiseren omdat de klant in de opstartfase beperkte verwachtingen had, maar ook door het toepassen van ‘mass market’ e-commerce. Door dit verticaal in de markt te integreren, kon men de kosten naar beneden halen.

Bouwen van partnerships (soms met concurrenten). Cimpres noemt dit met een mooi Engels woord ‘supply chain partnerships’. Ze werken samen met outsourcing partners. Deze manier van werken genereert een snellere groei dan de eigen productievestigingen zoals Printdeal of Pixar, om er maar twee te noemen. Het uiteindelijke doel is om de services van deze spelers ter beschikking te stellen van alle Cimpres-merken. Keane haalt hierbij nog het voorbeeld van Staples aan - www.staples.com/sbd/content/copyandprint/index.html. Zij zijn in de Verenigde Staten met meer dan 1.800 printshops vele malen groter dan Cimpres en dus een concurrent. Toch heeft men 5 jaar geleden een partnership afgesloten. Resultaat? Staples doet nu het grootste gedeelte van hun productie met Cimpres-software. Zo kan Cimpres een deel van de investeringskost (\$170 mio dollar per jaar!) terugverdienen. Staples kan profiteren van het onderzoek en de ontwikkeling die door Cimpres worden gedaan. Ondanks het feit dat het model van beiden anders is, Cimpres produceert centraal waar Staples dit decentraal doet via zijn printshops, is dit een mooie samenwerking.



Vergelijking van de Staples- en de Vistaprint-website. De gelijkenissen in de lay-out tonen duidelijk aan dat dezelfde software wordt gebruikt.

Keane geeft tenslotte nog mee dat de grafische industrie, in tegenstelling tot andere industrieën, in de beginfase van zijn ontwikkeling op vlak van samenwerkingsverbanden en rationalisering staat. Cimpres gaat deze ontwikkeling actief mee ondersteunen door de volgende jaren te focussen op de ontwikkeling van software.

Als preview geeft de CEO van Cimpres nog mee dat we binnen dit en een jaar een 'White Label Shop' van Vistaprint mogen verwachten. Om te weten hoe deze er exact gaat uitzien, is het nog even wachten. Wat wel al mag geweten zijn, is dat het centraal produceren via de Cimpres-plants zal uitgebreid worden met de mogelijkheid om ook via eigen drukpersen te drukken. Ook zou men eigen en specifiek producten kunnen toevoegen aan het standaard productgamma van Cimpres.

Men kan zich natuurlijk de vraag stellen of Robert Keane met het idee van co-op-e-ti-tion 'in de grafische industrie' niet vooral 'Cimpres' in gedachten heeft? Zij hebben op de dag van vandaag een dusdanige positie en status opgebouwd dat het voor hen natuurlijk interessant is om dit verhaal te brengen. Langs de andere kant tonen de voorbeelden die Keane aanhaalt dat het ooit anders is geweest, en dat het idee van 'co-op-e-ti-tion' voor Cimpres goed gewerkt heeft. Een al bij al heel geslaagde opener van het congres. Misschien toch maar eens kijken of er ook in België co-op-e-ti-tion op onze maat mogelijk is?

Jos Steutelings – Senior Innovatieadviseur VIGC – 30 maart 2015