



De zaal luister aandachtig toe.

ZSinfo over geld verdienen op het web

# Printshopper.nl zorgt voor omzetgroei

Een bijzondere ZSinfo dit keer, over het opzetten van een webwinkel voor de verkoop van (grootformaat) print.

Door: Herman Hartman

Ronald van der Meer van Pim Grafische Communicatie houdt de zaal in de ban met zijn betoog over hoe hij met zijn bedrijf met relatief lage investeringen in staat was om in één jaar tijd de omzet van het bedrijf met 25 % te laten groeien Het succes van Printshopper.nl.

Printshopper.nl bestaat pas één jaar, maar daarachter staat Pim Grafische Communicatie en dit grafische bedrijf is er al dertig jaar. Pim Grafische Communicatie is van oudsher een offsetdrukker met de meeste klanten in de directe omgeving van de vestingplaats Oude Wetering. Er was al geïnvesteerd in een grootformaat Roland printer en in een Konica Minolta kleinformaat printer om als allround drukker ook de behoefte aan kleinere oplagen en grootformaat prints te kunnen invullen bij de bestaande klantenkring. Dat was niet helemaal afdoende om de terugvallende vraag aan offsetdrukwerk bij de traditionele klantenkring op te vangen. Die klantenkring werd de afgelopen jaren ook minder trouw doordat soms voor drukwerkbestellingen naar internetaanbieders werd uitgeweken. Pim Grafische Communicatie had net als veel collega drukkers een wat statische website die vooral als uithangbord diende voor de drukkerij. Het was voor Van der Meer duidelijk dat het web een grotere rol moest spelen in de verkoop van drukwerk. Allereerst werd gekeken naar een gesloten webzprint oplossing om bestaande klanten beter te kunnen bedienen maar met het succes van verschillende drukwerk-aanbieders op internet leken er ook andere mogelijkheden te liggen

met een open drukwerk bestelsysteem. Een eerste inventarisatieronde leerde dat je al snel een ton of meer kwijt was en zoveel geld kon Van der Meer er niet voor vrijmaken. Bovendien waren twee jaar terug de oplossingen daarvoor niet altijd stabiel in gebruik. In Voorweb, dat servicediensten als SaaS (software als een Service) aanbiedt, vond Van der Meer een betaalbare oplossing voor het invullen van de benodigde techniek om klanten op basis van sjablonen eigen ontwerpen te laten maken voor een aantal vooraf gedefinieerde vormen van drukwerk. Bij SaaS werkt de software op afstand op servers van de leverancier die ook verantwoordelijk is voor onderhoud en het beveiligen van de applicatie. De initiële kosten voor het inrichten van de SaaS oplossing bedroegen circa 6.500 euro. Daarnaast wordt elke maand circa 100 euro afgerekend voor het in de lucht houden van de applicatie.

Ronald van der Meer, over geld verdienen op het web.



## Toegankelijk

Het ontwerp van de website draagt eraan bij dat klanten al direct op de homepage weten waar ze aan toe zijn. Je bestelt iets in een paar muisklikken. Er wordt een beperkt aantal producten aangeboden.

Lees verder -->>



Wim van Dijk geeft een overzicht van webzprint producten uit het Wifac assortiment.



Een goed verzorgd Indonesisch buffet randt een geslaagde bijeenkomst af.

Printshopper.nl legt zich erop toe om de bestellingen de volgende werkdag te leveren. Dat is dan ook, naast de goed toegankelijke website, het unieke verkoopargument. Printshopper.nl logenstraft dat webkopers altijd prijkkopers zijn. De printproducten zijn zeer conservatief geprijsd, het is vooral het serviceniveau en snelle levering dat voor klanten de doorslag geeft. De site bevat ook een chatknop die klanten anoniem de mogelijkheid geeft om vragen te stellen, dat werkt drempelverlagend, zo weet Van der Meer inmiddels. Via de site komen ook offerte aanvragen binnen voor producten met andere specificaties dan op de site vermeld staan en ook die aanvragen leveren opdrachten op. De site leverde in één jaar tijd een omzettoename op van 25%. Nog een pluspunt: 90% van de opdrachten wordt vooraf betaald via Ideal, de rest wordt onder rembours geleverd.

De posters, stickers en spandoeken uit het aanbod worden op de Roland printer gemaakt die soms 24 uur per dag in gebruik is. In één jaar tijd werd al 6,5 km aan bannerdoek bedrukt.

## Google

Het succes van Printshopper.nl is niet alleen te danken aan de duidelijke site met een eigen look en feel. Je kunt niet om Google heen als aanbieder van producten op het web. Dat geldt ook voor Printshopper.nl. Google zet de zogenaamde gesponsorde links altijd bovenaan, maar dat kan je bij een populaire zoekterm tot enkele

duizenden euro's per dag kosten. Dat was voor Printshopper.nl niet op te brengen, zodat een ander strategie is gekozen. Van der Meer is inmiddels kind aan huis bij de zogenaamde sociale media als Twitter, Facebook, Hyves en LinkedIn. Door zelf op verschillende momenten berichten te plaatsen en ook producten te laten zien trek je verkeer naar de site en zorg je voor verwijzingen die je ranking bij Google verbeteren. Voor de Google ranking is het daarnaast van belang dat er slimme landingspagina's zijn, gebaseerd op relevante zoektermen. Het kost wel een aantal maanden voordat je duidelijk zichtbaar in de Google zoekresultaten verschijnt, maar op deze manier zijn er nauwelijks kosten aan verbonden.

## Web2print in vogelvlucht

In een tweede presentatie van Wim van Dijk van Wifac, waar we voor deze ZSinfo te gast zijn, komen in vogelvlucht verschillende aspecten van web2print voorbij en de keuzes die je daarbij kunt maken voor installatie van eigen software of SaaS. De meest belangrijke boodschap is wel dat je allereerst het afdrukproces onder de knie moeten hebben en waar nodig moet standaardiseren. Van Dijk gaat ook kort in op de website die een van hun klanten, Abec reklameprodukties, inmiddels exploiteert. Ook dit bedrijf is daarmee succesvol. Om zover te komen werd extra mankracht ingeschakeld voor het inrichten en invullen van de site. Daar bleek door de drukke werkzaamheden van de eigenaar anders geen tijd voor. ■