



Martin Bělík
marketingový manažér
DataLine Technology, a.s.

Na trhu je třeba vidět polygrafickou realitu



Ako sám tvrdí, k polygrafii sa dostal náhodou. Napriek tomu dnes pracuje vo firme, ktorá prevádzkuje najväčšie digitálne centrum v Európe, ktorým sa môže popýšiť iba krajina, akou je Česká republika. O hlavnej myšlienke DataLine Digital Centra, jeho poslaní a strategickej polohe v malom českom mestečku, ale aj o osobných plánoch a kreativite premietnutej z pracovných do súkromných sfér sme sa rozprávali s Martin Bělíkom, marketingovým špecialistom spoločnosti DataLine Technology.

Pri poslednej Drupe, v roku 2016, bolo štatisticky vyhodnotené, že počet návštevníkov oproti Drupe 2012 klesol. Vy ste sa vyjadrili, že ste pokles nepocítili a ak bol aj počet návštevníkov nižší, tak ich odbornosť a stupeň záujmu bol naopak vyšší. Myslíte si, že tento fenomén je odrazom polygrafického trhu, a teda že viac ako kvantita je v súčasnosti dôležitá kvalita?

Ono se to tak může jevit, protože to období bylo v mnoha aspektech poznamenáno například tehdy aktuální uprchlickou krizí. Na druhé straně to nikdy není o počtu, ale o kvalitě návštěvníků. Pro organizátory jsou vysoká čísla návštěvnosti samozřejmě nejlepší referencí, avšak u vystavovatelů hraje roli úplně něco jiného. Jejich profit se měří počtem uzavřených obchodů nebo procesů, které se díky veletrhu nastartovaly. Účast na veletrhu lze jen velmi obtížně změřit, ale rozhodně

si myslím, že vystavovatel se nespokojí s kvantitou, pokud nebyla dosažena také určitá kvalita. V tomto směru mám rád koncept veletrhů specializovaných na konkrétní úzké oblasti - kosmetika, audio systémy, kde se částka vstupného pohybuje řádově ve stovkách či tisících korun. Právě tím lze vyselektovat skutečné odborníky od tzv. "sběračů" a najednou se úroveň veletrhu posune mnohem výš. Je lepší mít 40 velmi kvalitních zákazníků, než 250 takových, kteří nemají zájem. Proto i v tomto prostoru, ve kterém se nacházíme, není 250 sedadel, ale pouze 40 (úsměv).

Tak sme sa plynule dostali k tomu, že apríl tohto roka sa u vás niesol v znamení jednej významnej novinky, a to otvorenia DataLine Digital Center v Hořovicích. Čo bolo najdôležitejším impulzom pre tento počín? Kedy sa u vás zrodila táto myšlienka a čo si od tejto investície sľubujete?





Tohle rozhodnutí nebylo vůbec náhlým. Takové regály se vzorky, jaké vidíme kolem sebe, můžeme vidět nejbliže v Barceloně, v centrále HP. A tím se dostáváme k podstatě a myšlence centra. Pro její přiblížení bych tiskové stroje v tomhle případě přirovnal k hudebním nástrojům - když se na ně díváte ve výkladu, nic vám to neříká, ale když slyšíte nástroj hrát, je to najednou něco úplně jiného. Rovněž u tiskových či dokončovacích strojů je nejzajímavější to, co z nich vyjde ven. Výstupy, tisk, aplikace. Považovali jsme za důležité seznámit lidi s tím, co ty stroje umí, a tak jsme udělali expozici toho, co se dá díky zařízením instalovaným vedle v hale vyrobit. A protože víme, že pro klienty je nejzajímavější to, co se vyrábí na našich trzích, máme tu také vzorky toho, co díky digitálním technologiím dokázali naši zákazníci pro své zákazníky vyrobit.

Neméně důležité a zajímavé je to, že v těchto prostorech budou v budoucnu probíhat různá školení a akce nejen pro operátory strojů, ale i pro designéry, agentury a zástupce brandů, aby se všechny články v procesu zadávání a výroby tiskovin seznámily s možnostmi výroby. Velkým problémem je, že lidem chybí informovanost a pokud nevědí, že něco existuje, logicky si to neobjednají. Byli by jsme rádi, kdyby byl tenhle prostor pro ně inspirací, aby viděli, že se dá vyrobit množství nových a zajímavých věcí.

Velmi rádi bychom vzdělali trh, zákazníky, designéry, protože pokud bude tlak a požadavek na to, aby byly obaly či jiné produkty zajímavé a kvalitní zároveň, bude to povznášet i obor tiskařiny. Toto je ta věc, která může pomoci "roztočit kola" polygrafie.

Prečo vzniklo toto európsky významné centrum práve tu, v Hořovicích a nie napríklad v Prahe, či inom väčšom meste?

Poloha je historicky dána, pretože tenhle objekt patril našej firme již dříve. Původní školící středisko jsme zmodernizovali a v dubnu tohoto roku transformovali do podoby DataLine Digital Centra. Co se týče polohy, tak někdy to lidé vnímají tak, že co není v Praze, jako kdyby neexistovalo, ale opak je pravdou. Dá se říci, že téměř všechny firmy mají podobná centra mimo hlavní město, a to z důvodů finančních i prostorových. Neumím si představit, kde bychom v Praze zaparkovali desítky aut, kterými sem během školení lidé přijedou. V této lokalitě fungujeme již dlouho a strategicky je skutečně velmi dobře dostupná ať už ze Slovenska, z Moravy, západních Čech, ale i z Německa či Rakouska. Důležitá je i skvělá dostupnost z pražského letiště.

Takže kde najbližšie v Európe je centrum podobného charakteru?

Takhle vybavené? Zřejmě nikde. Barcelona má centrum zaměřené na tiskové stroje HP Indigo, ale současně tam nenajdete stroje dokončovací, jako například Scodix a Highcon, které jsou zde.

Už jen naše 3-denní otevírací akce předznamenala, že o takto vybavené centrum bude určitě zájem i do budoucna, protože už nyní na ní přijelo 30 návštěvníků ze země mimo ČR. Mohli by navštívit například show roomy v západní Evropě, ale neuvidí vše pod jednou střechou a určitě je to bude stát víc, než u nás - co se ubytování i servisu týká. A také si tuhle pracovní cestu mohou spojit s příjemným výletem do Prahy, či na hrad Karlštejn nebo Krivoklát, které jsou nedaleko.

Dá sa teda povedať, že budete reagovať skôr na dopyt od potenciálnych zákazníkov, záujemcov o školenie, prehliadku a podobne?

Kromě hlavní přednáškové místnosti pro 40 osob, je nejdůležitějším místem centra hala, kde jsou nainstalovány všechny tiskové a dokončovací stroje. Navíc máme i počítačovou učebnu pro výuku sw aplikací ESKO, Ultimate a HP. Disponujeme i menší učebnou pro menší skupiny návštěvníků. Nabízíme našim partnerům kapacitu našeho centra pro jejich akce a setkání se zákazníky. Mohou si sem pozvat lidi z jiných zemí a bude zde fungovat školicí centrum například pro tiskové stroje HP Indigo. Věříme, že všechno co centrum nabízí, přinese nám i našim partnerům komerční úspěch, ale také jistou dávku prestiže. Stejně tak navazujeme spolupráci s polygrafickými školami, protože jejich studenti se mohou seznámit prakticky z celou polygrafií budoucnosti na jednom místě. Stejně tak jsme připraveni pořádat pro zájemce školení na míru, podle jejich potřeb a zaměření.

Spoločnosť DataLine Technology zastupuje okolo 10 – 15 zahraničných partnerov, ktorých zariadenia približuje slovenskému a českému polygrafickému trhu. Podľa čoho ste sa rozhodovali, ktoré zariadenia umiestnite do DataLine Digital Centra?

Takhle narychlo nedokážu spočítat, jaký počet partnerů přesně zastupujeme, protože jich je velmi velké množství od těch největších až po malé firmy, dodávající například specializovaná sw řešení. Pokud ale prodáváte stroje jedné jediné společnosti, máte napsaný na triku její název, logo, tak jste povinni prosazovat zájmy pouze této společnosti. A to přesto, že ne všechny technologie od ní jsou 100% -ní. My nemáme na triku žádné logo, jsme DataLine a můžeme si

dovolit vybírat z produktů dostupných na trhu jen ty nejlepší. Pokud bych to měl promítnout na naše portfolio, vypadalo by to asi takhle: kdyby např. HP vyrábělo laserový výsek, a ten by nebyl tím nejkvalitnějším na trhu, s tričkem HP bych o něm musel tvrdit opak. Jelikož jsme DataLine, umíme si říct: „Ok, HP máme rádi, ale nejlepší výsekový stroj má firma Highcon.“ Svoboda zvolit si značky a technologie je naše výhoda, kterou si korporátní firmy nemohou dovolit. Oni sami vědí, že některé z jejich produktů nestojí za nic, ale značka je nepustí. Takže odpověď na vaši otázku zní, že do DataLine Digital Centra jsme si vybrali to nejlepší od našich partnerů.

Ktoré technológie teda môžu návštevníci nájsť u vás, v DataLine Digital Centre pod jednou strechou a v plnej prevádzke?

HP Indigo 12000 - digitální tiskový stroj formátu B2+ s vysokou úrovní kvality tisku a produktivity. HP Indigo 7900 - digitální tiskový stroj s nejvyšší možnou produktivitou v archovém formátu SA3+. Scodix Ultra 202 - digitální zušlechťování plošnými, reliéfními efekty a fólií. Highcon Euclid III - technologie pro digitální řezání a rýhování na formátech B1/B2. Motion Cutter - laserový výsekový stroj pro maximální formát B2 a Kongsberg - digitální řezací stůl.

Plánujete technológie vystavené vo vašom novom digitálnom centre obmieňať v súvislosti s modernizáciou?

Obnova je plánována v horizontu 1-3 let, není to ale tak, že kvůli nějaké kosmetické odlišnosti budeme hned kupovat komplet nové zařízení. Pro nás má smysl mít z každé kategorie



hlavního zástupce. Máme zde zařízení, která jsou do jisté míry univerzální, protože pokud sem umístíme něco vysloveně specializované, zajímalo by to možná jen pár firem. Takto je spektrum široké a domnívám se, že každý zákazník si zde umí najít minimálně jeden bod zájmu. Vzhledem k tomu, že většina zařízení je v centru zcela nových, zatím obměnu pochopitelně ještě neplánujeme. Pokud se však v brzké době objeví nějaký "hyperkosmický" stroj, který bude mít lepší a zajímavější vlastnosti, samozřejmě, že obnovu uděláme i dříve.

Vo vašom portfóliu je široká paleta značiek a zariadení. Dokážete v tomto smere pokrývať aj servisné požiadavky zákazníkov na zakúpené stroje?

Nám nikdy nešlo pouze o prodej zařízení. Ta zařízení musí fungovat, sloužit a na to je potřebný kvalitní servis a podpora z naší strany. Naši strategii je tedy nejen stroje prodávat, ale je i servisovat a hledat řešení pro zákazníka. Pokud se s námi

vývojem, kdy to nebylo úplně jednoduché, ale našli jsme společnou cestu. Partnerství v byznysu je jako partnerství v manželství - kvůli první neshodě se přece nemůžete rozejít a pohřbit vybudovaný vztah. Vztahy by měly končit pouze tehdy, když je partnerství neřešitelné - jak v byznysu, i soukromém životě. Pro nás je důležité být s partnery, jak se říká, v dobrém i ve zlém. Protože pouze s nimi dokážeme řešit a vymýšlet nové věci.

Dá sa teda povedať, že ste takto viac objektívni?

Myslím si, že ano a myslím, že je to tím, že lidé v DataLine mají mnoho zkušeností a mnohým si prošli. Znáám lidi, kteří celý život prodávají pouze digitální stroje, ale my jsme v polygrafii desítky let a přišli jsme do kontaktu s mnoha, i klasickými technologiemi. Takže přestože se často bavíme o digitálních technologiích, velmi dobře víme, jak fungují i klasické technologie a jaké jsou jejich limity. Nepostupujeme



S Robertom Vanom na fotografickom workshope

zahraniční dodavatel baví o budoucí spolupráci, a tedy zda chceme prodávat jejich zařízení, tak jedna z prvních otázek, která je na stole, je, zda budeme dělat servis na tento typ zařízení my. Bez splnění tohoto požadavku nejsme ochotni spolupráci navázat. Zdá se nám totiž neseriózní někomu něco prodávat a následně mu říci: „Servis vám na to udělají tihle a tihle.“ To je nesmysl. Zákazník očekává od svého dodavatele podporu nejen obchodní, ale také technickou.

Takže portfólio partnerov obmieňate, alebo je to skôr dlhodobý vzťah?

Zdravé jádro našeho portfolia se téměř nemění. Tvoří ho stabilní partneři, se kterými máme nastavené dlouhodobé, fungující vztahy. S mnoha partnery jsme si prošli jistým

podle amerických prezentací s tendencí tvrdit, že digitál je sup a ofset je out. Víme, jaká je makulatura v realitě, jak dlouho se připravují stroje, známe to a velmi nám to pomáhá. Jdeme dlouhá léta s vývojem polygrafie a neprodáváme to, co jsme prodávali před 20 lety. V tom je naše výhoda.

Nechci nikoho urazit, ale korporátní značky jen těžko vidí polygrafickou realitu. Vidí vlastní produkty a snaží se zákazníky do této bubliny vtěsnat. My to děláme naopak - vybíráme si právě ty, které přesně do této reality pasují. Častokrát jsme my ti, kteří se dohadují s našimi dodavateli a argumentujeme jim reálnou situaci na trhu. Darma nám někdo bude mluvit o nějakých super speciálních papírech, když je na česko-slovenském trhu nikdo nepoužívá. Hledáme realitu aplikovatelnou na českého a slovenského zákazníka

a jdeme po praktické stránce věci. Tyto aspekty nás do jisté míry činí nezávisly, do jisté míry svobodnými a do jisté míry nás trochu omezují v tom, že nemáme tu drzost nabízet věci, které nemají smysl.

Moderné technologie, které patří do vašeho portfolia sú navrhnuté tak, aby uľahčovali život ľuďom, ktorí ich obsluhujú. Nie je to dvojsečná zbraň, že zrazu aj amatéri dostanú pocit, že je to jednoduché a všetko dokážu? Každý človek, ktorý má fotoaparát je fotograf, každý, kto pracuje s grafickým programom je grafik a každý, kto vie obslužiť tlačový stroj, je tlačiar?

Já bych řekl, že ani ne. Polygrafie byla dlouhou dobu o klasických strojích a ti, kteří v ní pracovali, byli většinou lidé řemeslného typu. Nyní nastoupily na scénu počítače a ti to lidé mají najednou z toho obavy. Takže v polygrafii je to spíše opačně.

Když si však představím ty 14-leté děti, které mají mobil přirostlý k rukám, vyberou si spíše obsluhu ofsetového stroje, nebo obsluhu počítače napojeného na zařízení, ze kterého vypadávají potištěné papíry? Druhá možnost je zřejmě pravděpodobnější. Další věc je ta, že klasické tiskárny dnes mají problém najít klasických tiskaře a těch je skutečně čím dál tím méně. Digitální zařízení jsou pro starší skutečně obavou, ale pro mladé alternativou do budoucna a dokonce i naše zkušenosti z instalací nám napovídají, že obsluhovat PC se dá naučit dříve než naučit se řemeslnou tiskařinu.

Klasická otázka pri česko-slovenskom rozhovore: Ako by ste porovnali rozdiely českého a slovenského polygrafického trhu?

Slovenský trh má jedno specifikum - jsou tady mega velké tiskárny, pak jedna velká propast a následně malé tiskárny. Chybí zde ta střední vrstva, kterou našťestí v Čechách stále máme. Velké firmy působící na Slovensku jsou často orientované na export a tedy unikátní vlastnost digitální technologie, kterou je okamžitá dostupnost na trhu, nehraje pro ně velkou roli. Samozřejmě, že rychlost dodávky má své opodstatnění, ale tady se to pohybuje spíše v horizontu dní než hodin.

Nemohu však tvrdit, že si zákazníci vybíráme podle velikosti. Máme zákazníky z řad velkých firem, ale i firmu, kterou tvoří tři lidé, má vlastní tiskový stroj HP Indigo a je úspěšná. To, že je firma velká a má na tiskový stroj peníze, není zárukou úspěchu. Úspěch je o tom vědět, proč jsem si stroj zakoupil a co chci díky němu nabízet.

Odráža sa moderný prístup, digitalizácia a kreativita vašich zariadení aj do vášho súkromného života? Ste aj v súkromí kreatívny a moderný?

Já si myslím, že ano a moji blízcí by potvrdili, že se to projevuje dennodenně a čas se mnou je plný překvapení. To, co platilo o páté už nemusí platit o šesté, takže všichni musí být ve střehu, aby se mnou stihali. Narodil jsem se ve znamení Vodnáře a když mi jedna astroložka dělala horoskop na míru, varovala v něm mé blízké, že jsem úplný prototyp tohoto znamení, což se odráží v upření mé pozornosti na budoucnost. Mě osobně příliš nezajímá včerejšek - jen

trošku dnešek a nejvíce zítřek. Nevím, jestli je to dáno hvězdami, ale jsem takový.

Říká se, že komici jsou v běžném životě smutní, ale pokud to mohu aplikovat na sebe, nemám dvě tváře. Osobní i pracovní rovina jsou u mě stejné. Každá práce vyžaduje jistou míru improvizace a kreativity a tím, že já jsem z rodiny divadelníků, mám to o trochu jednodušší. Metaforicky řečeno, pokud je premiéra 15. ledna, tak nemůže být ani 20. ani 7. ledna a je na vás, jak to dáte dohromady. Když jsme se nenačili tuhle píseň zpívat dvojhlasně, tak bude pouze jednohlasná, ale bude tam. A to je celá filozofie kreativity při práci - když se to všechno podaří, bude to super, ale když se to nestihne na 100 %, je potřeba to dokázat na 95 %. Já někdy svou míru kreativity musím brzdit, protože jedna věc je kreativita, druhá je proveditelnost a třetí celkový dopad. Pokud lidem naskládáte do tašky 20 vzorků a odprezentujete jim 10 přednášek, odejdou z akce zahlceni a frustrováni, a to je ta nejhorší věc. Místo toho jim dejte 5 vzorků a 5 přednášek a o dva týdny jim pošlete dalších 5 vzorků a budete vědět, že nic nikde nezapadlo. Myslím, že takový přístup je lepší. Nabídněte lidem degustační menu a co jim bude chutnat nejvíce, to jim servírujte jako hlavní chod.

Kromě toho se také často snažíme zásobovat naše zákazníky různými kreativními myšlenkami a nápady i mimo akce, častokrát pouze při běžných setkáních či návštěvách. Pak je velmi příjemné přijít za měsíc k těmž zákazníkovi a vidět, jak naši myšlenku zrealizoval, je dobrá, funguje a on z ní profituje.

Ako ste sa dostali k polygrafii? Ste vyštudovaný grafik?

Já jsem polygrafii studoval až dodatečně, protože jsem se k ní dostal, dá se říci, omylem. Živil jsem se nejprve jako fotograf a později řídil obchodní oddělení v jedné velké firmě. V tom období jsem našel inzerát, v němž hledali někoho na prodej tiskových zařízení, a tak jsem se přihlásil. Já jsem v podstatě ani přesně nevěděl, o jaká zařízení jde, ale měl jsem pocit, že když má člověk obchodního ducha, dokáže prodat cokoli. To si myslím i dodnes. O zařízeních a systémech se toho člověk dokáže naučit hodně, ale rozumět obchodu a mít v sobě obchodníka, se naučit nedá. Dá se v tom zlepšit, ale ne naučit se to.

Řekl jsem si však jednu věc, pokud se mi polygrafie omrzí a stane se pro mě rutinou, odejdu z tohohle odvětví. Čím častěji si to říkám, tím více se můj odchod odkládá. Polygrafie je našťestí košatým odvětvím, ve kterém se neustále něco děje. Vývoj postupuje, věci se mění a to mě na polygrafii nesmírně baví.

Ste umelecky založený človek, ktorý sa zrejme - vyplývajúc z vašich odpovedí, nerád nudí. Čo rád robíte vo voľnom čase?

Mé kořeny jsou spojeny s uměleckými múzami. Věnuji se fotografování, hudbě, světu, ve kterém jsem vyrůstal. Pro dnešek mohu říct, že připravuji vydání mé vlastní, dlouho připravované knížky, ale o tom se budeme bavit až o rok.

Za rozhovor poděkovala Marianna Cabalová