

Print Media Academy

Web-to-Print für Auftraggeber

07.04.2011 – Vortrag auf der dgi:media in Düsseldorf

HEIDELBERG



Vortragsinhalte:

Einführung

Einsatzbereiche

Produktionswege

Schnittstellen

Sinnvoller Einsatz

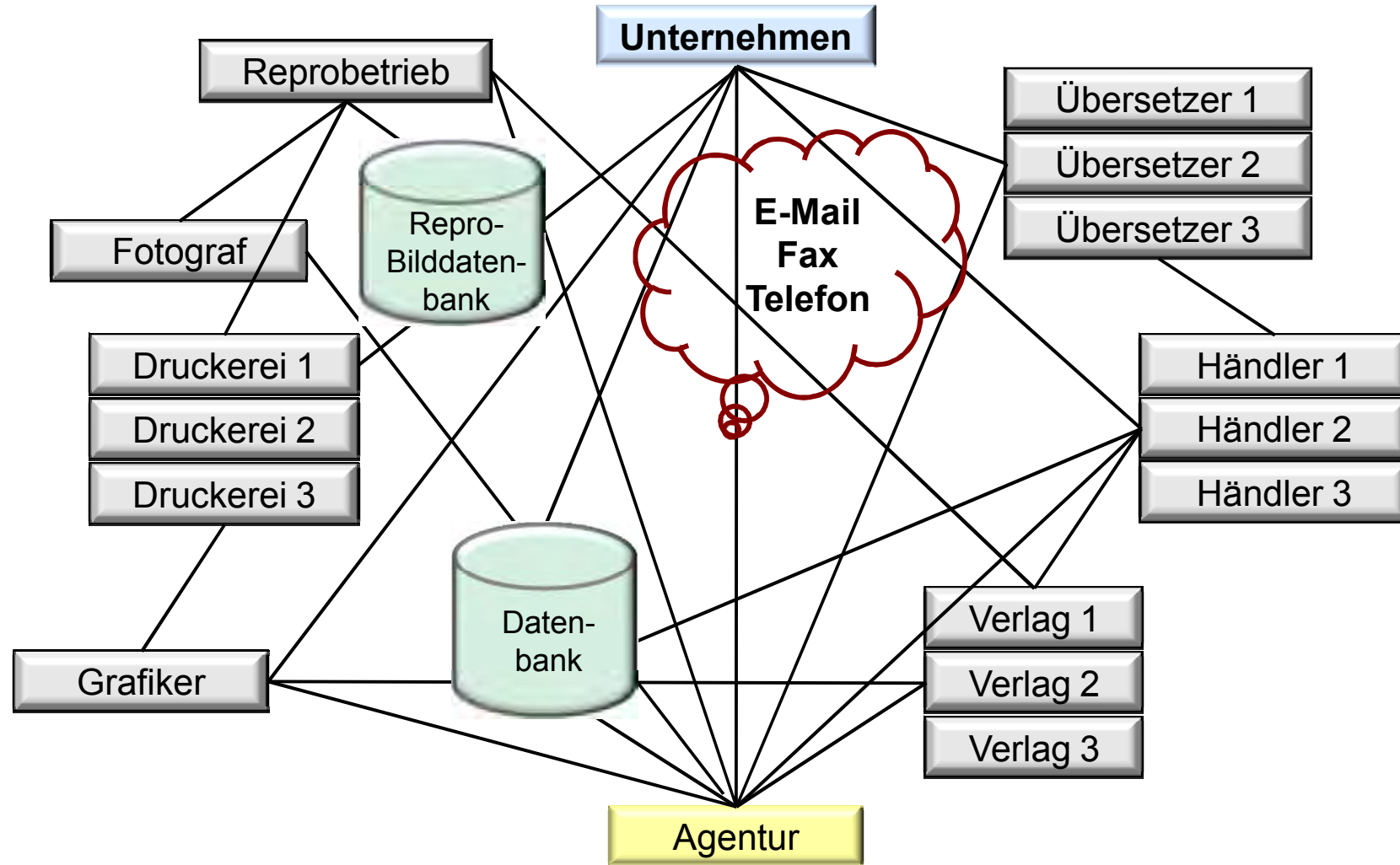
Web-to-Publish ist ...

... webbasiertes Erstellen von Publikationen...

- für verschiedene **Medienkanäle**,
- mit Funktionen zur **Marketing-Unterstützung**.

Web-to-Print ist davon ein Teilbereich, der die automatisierte Produktion von Drucksachen umfasst.

Workflow ohne W2P in einem Industrieunternehmen



Workflow mit W2P in einem Industrieunternehmen

Vorteile für das Unternehmen:

Kürzere Produktionszeiten

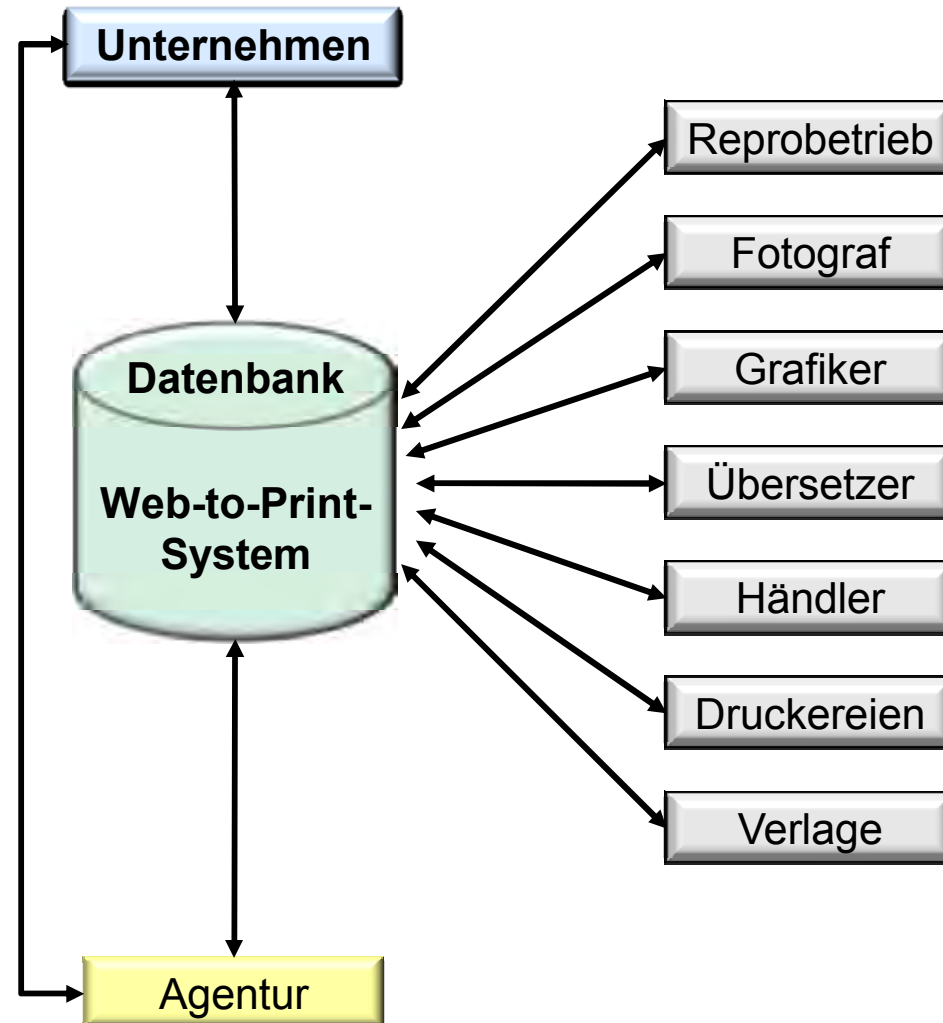
- zentrale Bereitstellung von Dateien
- kürzere Abstimmungsprozesse
- 24-Stunden-Service international

Kosteneinsparungen

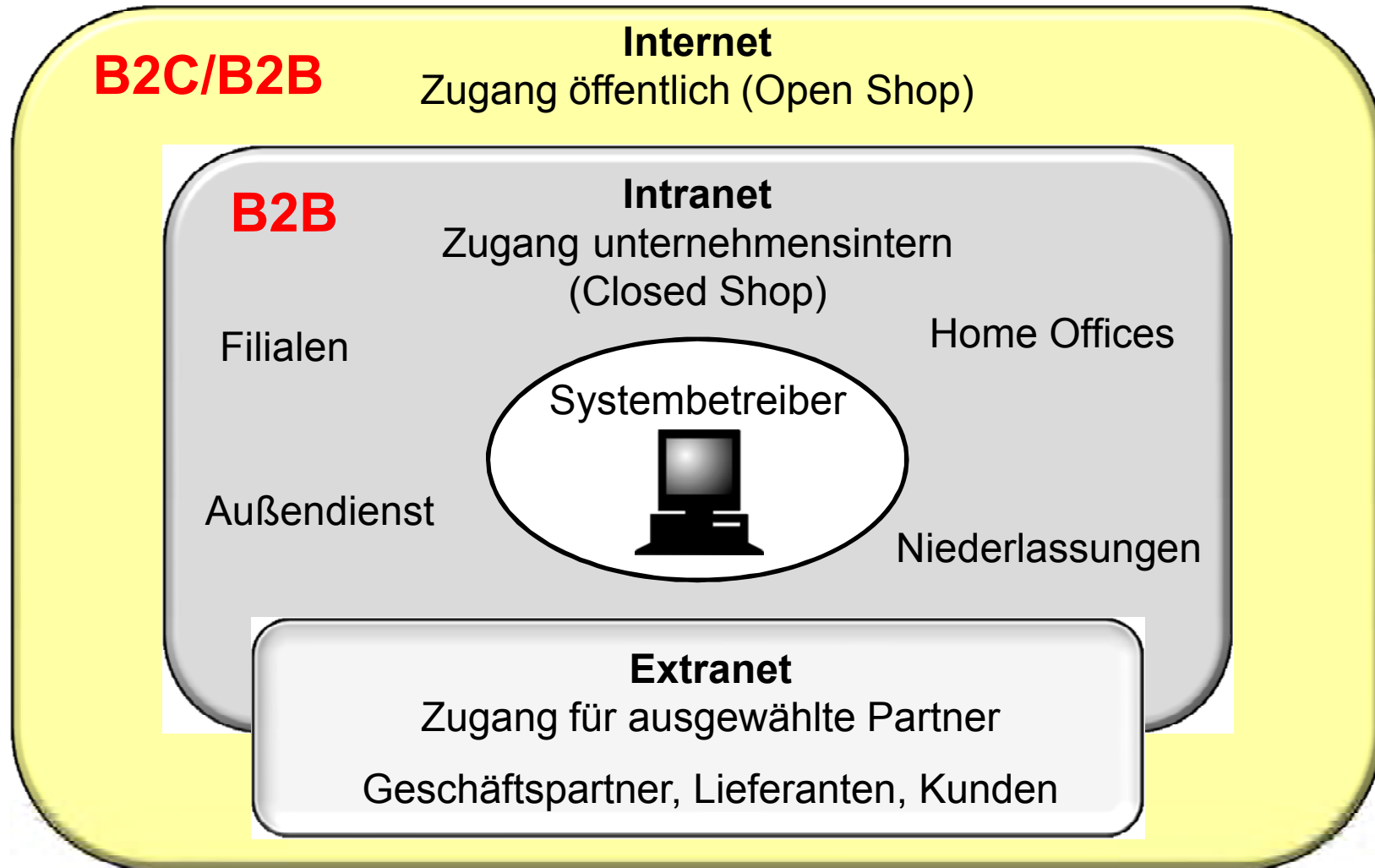
- Vorstufen-Eigenleistung für Adaptionen
- PDF-Erstellung
- Abwicklung von Übersetzungen

Qualität und Sicherheit durch

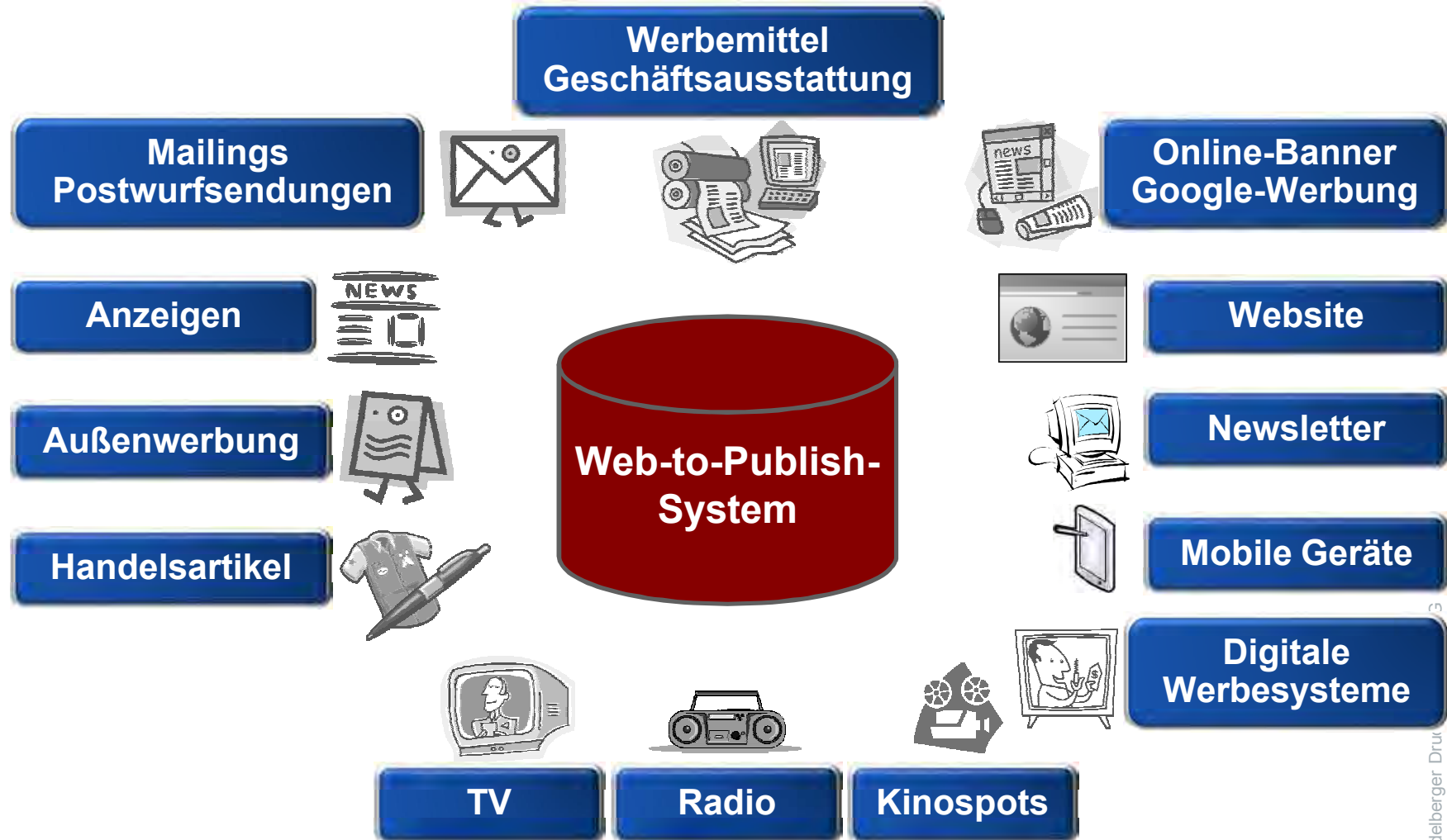
- CD-konforme Vorlagen
- zentrale Versionsdokumente
- Automatische PDF-Erzeugung
- Definierte Freigabeprozesse
- Zugriff auf Projektstatus



Closed Shops und Open Shops

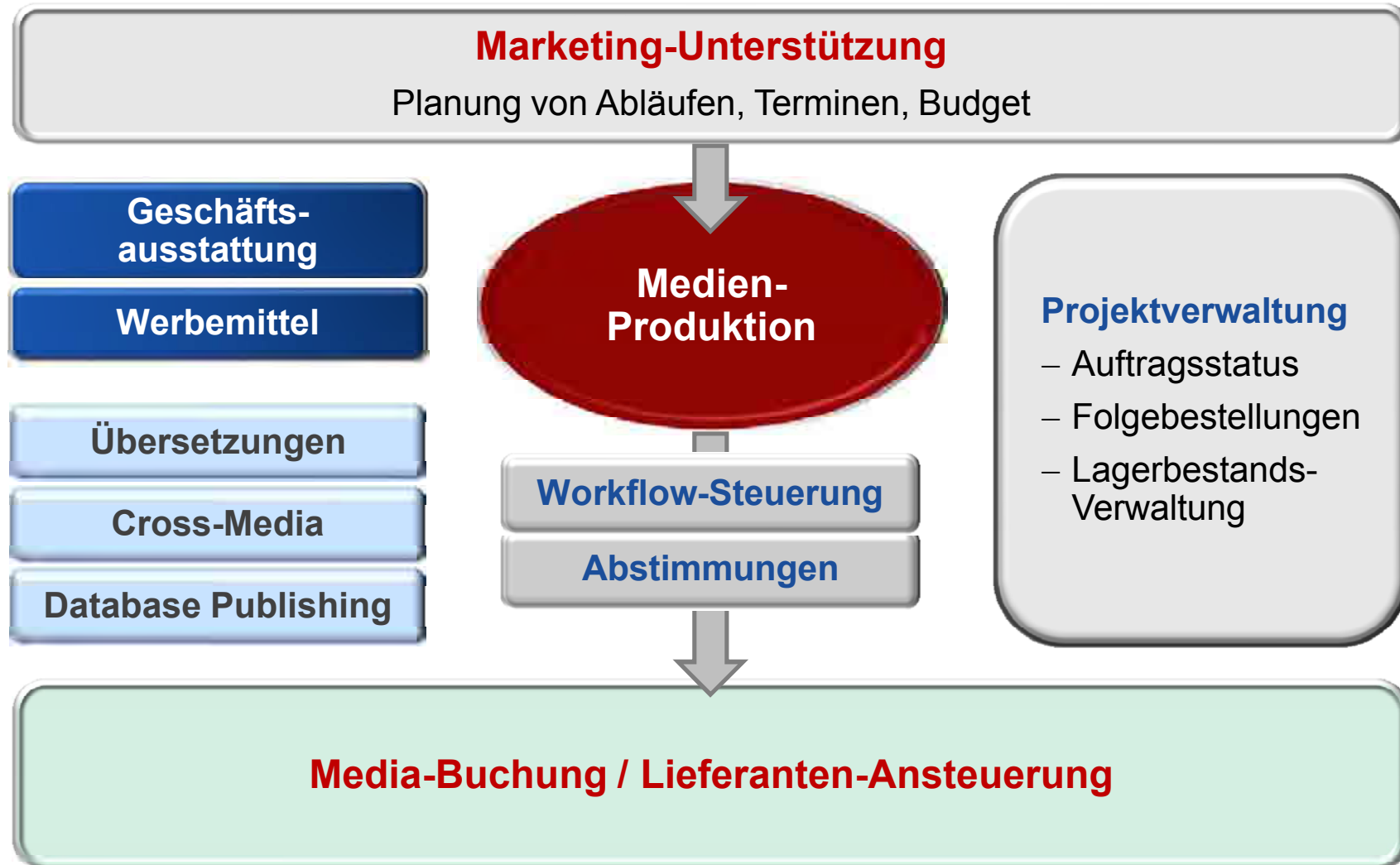


Web-to-Publish: Medienkanäle

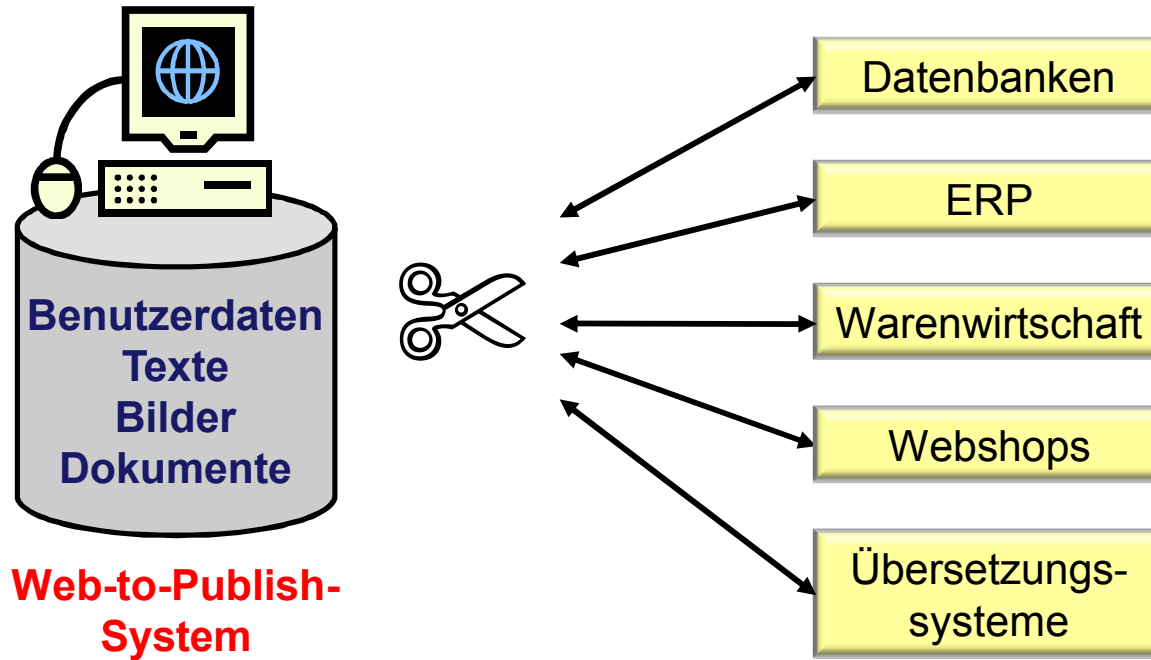


© Heidelberger Druck

Einsatzbereiche Web-to-Publish: Closed Shops



Schnittstellen



Zusammenfassung: Sinnvoller Einsatz von Web-to-Print

- ☑ Hoher Wiederholungsgrad der bestellten Drucksachen
- ☑ Unternehmen mit dezentralen Strukturen
(Niederlassungen, Filialen, Händler, Vermittler, Vertriebsstellen, Verkaufsberater, Franchisenehmer)
- ☑ Zentral bereitgestellte Inhalte
- ☑ Wille zur Standardisierung
- ☑ Hohe Zahl an Korrekturläufen (z. B. Übersetzungen, Verpackungen)
- ☑ An das Unternehmen gebundene dezentrale Stellen
- ☑ Druckstandorte lassen sich zentralisieren
- ☑ Lagerhaltung kann reduziert werden

Web-to-Print-Seminare

Seminare 2011 in der Print Media Academy in Heidelberg
Referentin: Ira Melaschuk

www.print-media-academy.com

Web-to-Print für Auftraggeber

18.05.2011

07.11.2011

Einstieg in die Web-to-Print-Produktion

(Zielgruppe Mediendienstleister)

17.05.2011

08.11.2011

Vorstufenkosten beurteilen:

(Zielgruppe Unternehmen)

15.06.2011

25.11.2011