

Gestione della stampa aziendale
Non consentite a situazioni esistenti
di ostacolare il vantaggio aziendale

La realtà della gestione della stampa nelle grandi aziende oggi

In una tipica grande organizzazione, nessun aspetto che riguardi la stampa è semplice. Considerate tutte le stampe, le copie, i fax e le scansioni effettuate dai vostri dipendenti: in ufficio, presso copisterie, in magazzino, in fabbrica, a casa o altrove. Considerate tutte le stampe su grandi volumi e professionali eseguite dalle vostre sale stampa e dalle tipografie commerciali esterne. Le macchine in uso in tutta la vostra organizzazione per stampe, copie, scansioni e fax sono diventate complessi dispositivi in rete che fanno parte della vostra infrastruttura IT, indipendentemente dal fatto che vengano gestiti o meno in modo formale dal settore IT.

Quanto siete certi del fatto che vostra organizzazione stia gestendo questo complesso ambiente in modo efficiente ed efficace a livello dell'intera azienda?

Chi ha la responsabilità della stampa nella vostra organizzazione?

Abbiamo chiesto alla Coleman Parkes Research di sottoporre a sondaggio 400 responsabili decisionali senior nei settori della finanza, IT e di altre funzioni aziendali rilevanti, per scoprire come stiano operando organizzazioni come la vostra, quale sia l'efficienza della loro gestione e se stiano cercando o meno di ottenere miglioramenti.

Abbiamo scoperto che meno di un terzo dei partecipanti al sondaggio dispone di una singola persona o di un singolo ruolo responsabile per la gestione e la manutenzione dei servizi di stampa a livello dell'intera azienda. La maggioranza distribuisce la responsabilità dei servizi di stampa per paese o area geografica (25% dei partecipanti al sondaggio) per ambiente di stampa (19%) o per entrambi (28%).¹

Si tratta di un risultato che non sorprende affatto. Le organizzazioni multinazionali spesso dividono le responsabilità per aree geografiche.

E gli sviluppi tecnologici relativi alle tecnologie di stampa, dai dispositivi autonomi a quelli in rete, dai dispositivi singoli a quelli multifunzione, da quelli costosi a quelli economici, in passato tendevano a produrre una confusione di responsabilità locali; oggi, le decisioni per dispositivi o ambienti diversi vengono divise tra responsabili IT, responsabili delle sedi o delle strutture, capi reparto e settore approvvigionamento.

Si tratta di un problema?

Per molte organizzazioni questa è semplicemente la prassi, e molti non considerano necessariamente tale situazione un problema. Delle organizzazioni sottoposte al sondaggio che non dispongono di alcuna strategia di stampa formale per l'intera azienda, l'87% sostiene che ciò sia dovuto al fatto che i responsabili e il personale sono in grado di prendere le proprie decisioni relative alla stampa, mentre un terzo non ritiene necessaria una strategia aziendale.

Non dubitiamo che i responsabili e il personale possano prendere decisioni intelligenti relative alla stampa, ma inevitabilmente lo faranno senza avere un quadro completo della situazione. Sicuramente le organizzazioni che si rivolgono a Xerox per chiedere aiuto relativamente ai servizi di stampa hanno scoperto che un approccio non centralizzato ha portato a una proliferazione di dispositivi aziendali diversi, un numero eccessivo di fornitori esterni e centri di stampa in-house sottoutilizzati. Le inefficienze proliferano e i costi salgono alle stelle. Nonostante la gamma apparentemente vasta di scelte e la possibilità di prendere decisioni appropriate a livello locale, capita fin troppo spesso che i dipendenti non siano in grado di trovare una stampante o una copiatrice che funzioni o che disponga delle funzioni necessarie.

Qualcosa di tutto ciò vi suona familiare?

¹Esempi di ambienti di stampa diversi comprendono la stampa in ufficio, i centri repografici o le sale stampa in-house, la stampa commerciale fuori sede e la stampa in remoto.

Informazioni sulla ricerca

All'inizio del 2010, la Coleman Parkes Research ha condotto 400 interviste telefoniche:

- 100 in ciascuna delle seguenti nazioni: Stati Uniti, Regno Unito, Francia e Germania
- 100 in ciascuno dei seguenti settori: amministrazione pubblica, settore sanitario e farmaceutico, servizi finanziari, servizi professionali
- 104 CIO/responsabili IT, 94 CFO/responsabili del settore finanziario, 106 responsabili/manager di strutture e 96 capi reparto

Tutte le interviste sono state condotte in rigorosa conformità con le regole e le linee guida definite dalla ESOMAR e dalla Market Research Society.

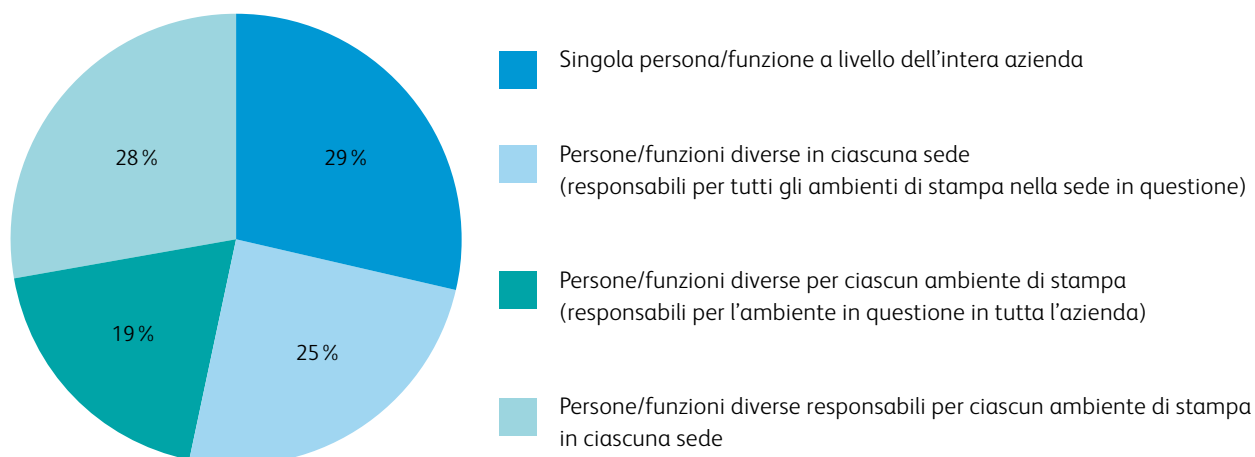
Definizioni

L'intervistatore ha spiegato che con il termine "servizi di stampa" dovevano intendersi tutte le stampe effettuate su stampanti, copiatrici e dispositivi multifunzione in cinque diversi "ambienti di stampa": ufficio, sala stampa, centro dati (stampa in volumi elevati da fonti dati aziendali), tipografie commerciali fuori sede e in remoto.

Nota relativa ai risultati presentati qui

A meno che vengano menzionate differenze per paesi o settori specifici, i risultati medi presentati qui rappresentano in linea di massima tutti i paesi e i settori sottoposti al sondaggio.

Natura della responsabilità per la gestione e la manutenzione dei servizi e delle strutture di stampa nell'azienda



Tendenze nella gestione dei servizi di stampa a livello dell'intera azienda

Abbiamo chiesto ai partecipanti al sondaggio quali siano le loro principali problematiche aziendali relative ai servizi di stampa. Hanno classificato non meno di 11 problematiche diverse come importanti o molto importanti.

Quali sono le vostre problematiche principali?

Complessivamente, il costo è emerso come problematica principale (il 43% l'ha classificato come importante o molto importante) seguito da sicurezza (38%); investimenti di capitale (23%) e formazione/consapevolezza del personale (23%).

Questa classifica è applicabile a tutti i paesi, con delle piccole differenze (ad esempio, nel Regno Unito la sicurezza rappresenta una maggiore preoccupazione rispetto al costo, e le spese di impianto occupano una posizione molto più bassa nella classifica degli Stati Uniti: vedere il grafico per l'analisi completa dei dati). In termini dei vari settori sottoposti al sondaggio, quello sanitario/farmaceutico è risaltato maggiormente per quanto riguarda la gravità percepita delle problematiche relative alla stampa, con il 79% degli intervistati che considera il costo una problematica importante o molto importante, seguito dal 50% per la sicurezza, dal 47% per la formazione del personale, dal 43% per le spese di impianto e dal 42% per lo sfruttamento di nuove tecnologie di stampa.

Cosa posso fare al riguardo?

Dinanzi ad una gamma così ampia di problematiche, la metà dei partecipanti al sondaggio è risultata in disaccordo con coloro che non vedono l'esigenza di una strategia di stampa per l'intera azienda. Il 52% dei partecipanti al sondaggio afferma che molto probabilmente o probabilmente passerà a un approccio più incentrato sull'intera azienda in materia di gestione delle stampe nel futuro prevedibile (questa media non nasconde alcune differenze tra aree geografiche: nel Regno Unito è solo del 31%, negli Stati Uniti è del 70%).

Questo aspetto riflette un cambiamento costante nell'atteggiamento mentale, che vediamo anche nei nostri clienti: dall'accettazione dello stato attuale a un punto di vista in base al quale una singola strategia per l'intera azienda è sia attuabile che vantaggiosa. Molte organizzazioni sono interessate alla parcellizzazione delle attività di stampa tradizionali e alla gestione di tutti i loro ambienti di stampa, dalla stampa in ufficio e in remoto, alla stampa di produzione in-house e alla stampa esternalizzata, come una singola risorsa.

Perché passare a un approccio per l'intera azienda?

Immaginate un singolo team che gestisca tutti i vostri ambienti di stampa utilizzando una serie comune di tecnologie, standard, processi operativi e contratti sui livelli dei servizi. Un team del genere che sappia quello che fa e che disponga degli strumenti giusti è in grado di:

- Razionalizzare dispositivi e fornitori e assicurare un utilizzo ottimale delle risorse, incluso il giusto equilibrio tra stampa in-house e stampa esternalizzata
- Implementare una singola politica d'uso e regole intelligenti sulla stampa, per incoraggiare pratiche efficaci in termini di costi ed ecologiche
- Sfruttare le economie di scala e ottenere i prezzi migliori con i fornitori di materiali di consumo e le tipografie commerciali
- Avere una visibilità completa dell'utilizzo e dei costi effettivi di tutti i settori di stampa, fino ai singoli dispositivi e utenti
- Applicare politiche di sicurezza quali cifratura dei file o processi di stampa protetta
- Monitorare il movimento di documenti riservati e creare tracce di revisione per le stampe e le scansioni

- Consentire al personale di stampare facilmente sia alla loro scrivania che in un'altra sede, in un paese diverso o a casa propria
- Monitorare tutti i servizi di stampa e correggere situazioni critiche prima che diventino problemi
- Mantenere il passo con le mutevoli esigenze aziendali per i servizi di stampa

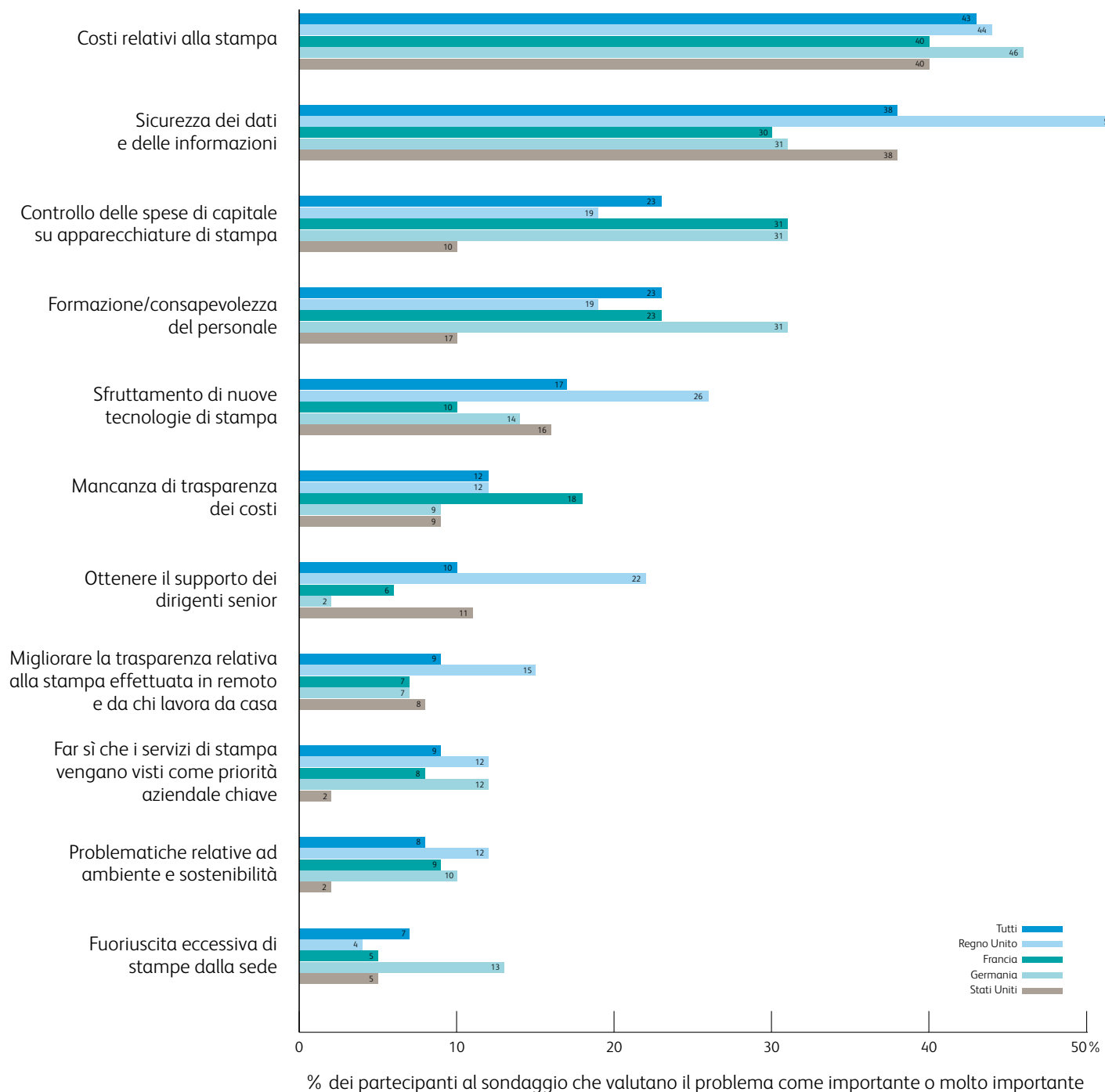
Efficienza e risparmi sui costi, stampa ecologica, visibilità e controllo migliorati, sicurezza integrata e miglioramenti nella produttività: questi sono i vantaggi che le organizzazioni ricercano quando studiano una strategia di stampa a livello dell'intera azienda.

Loro sanno qualcosa che io non so?

Come fare a sapere se questo è l'approccio giusto o meno per voi? Forse non siete convinti che c'è qualcosa di sbagliato nel modo in cui gestite attualmente la stampa. Forse pensate che, anche qualora un approccio per l'intera azienda offra dei vantaggi, questi ultimi non prevalgano sui costi e sui cambiamenti radicali impliciti nell'implementazione di un tale approccio. O magari *siete* convinti, ma non sapete come iniziare e avete bisogno di qualcosa di più di una sensazione emotiva per convincere gli altri.

Ogni organizzazione è diversa, e non vi consiglieremmo mai di provare a risolvere le vostre problematiche relative alla stampa in base all'istinto o a quello che fanno gli altri. Ma potreste perdere un'opportunità concreta di trasformare l'efficienza e la produttività aziendali qualora vi limitiate ad accettare semplicemente la condizione esistente. Quindi, cosa vi conviene fare?

Principali problematiche complessive relative ai servizi di stampa



Cosa fare?

La valutazione e l'esito positivo di una strategia di stampa per un'intera azienda richiede un cambiamento di atteggiamento mentale e una nuova prospettiva su cosa sia possibile ottenere con servizi di produzione di documenti. In base alla nostra esperienza, le organizzazioni che sono riuscite a portare a termine questa trasformazione fanno quattro cose.

1. Nominare un agente che si occupi del cambiamento

Vi occorre qualcuno all'interno della vostra organizzazione, un agente che si occupi del cambiamento dei servizi di stampa, che abbia la prospettiva, la volontà, l'autorità e il supporto a livello della dirigenza per parcellizzare le attività di stampa tradizionali e fornire alla nuova strategia il supporto e le risorse necessari.

La maggior parte delle organizzazioni che abbiamo sottoposto al sondaggio riconosce quanto segue: il 64% ritiene che potrebbe ottenere maggiori rendimenti nella gestione delle stampe qualora la responsabilità venisse assegnata a un'unica persona, e l'82% ritiene che potrebbe ottenere maggiori rendimenti qualora le decisioni relative ai servizi di stampa venissero prese a livelli più alti all'interno dell'organizzazione.

Se osserviamo i partecipanti al sondaggio che dispongono già di una singola persona o di un ruolo responsabili per i servizi di stampa a livello dell'intera azienda, la ricerca suggerisce che in più di due terzi dei casi è il CIO che si assume tale responsabilità, eccetto che nel Regno Unito (dove si tratta di un'altra funzione a livello dei direttori).

2. Stabilire una linea di base accurata

È necessaria una linea di base della massima precisione, da cui valutare il potenziale di miglioramento e rispetto alla quale misurare i miglioramenti. Pertanto, iniziate con una valutazione approfondita e completa della vostra configurazione esistente. Se la vostra organizzazione, come la maggior parte di quelle che abbiamo sottoposto al sondaggio, ha degli obiettivi relativi alla stampa in termini di costi, tempo di attività/prestazioni, sostenibilità ambientale, sicurezza o impatto sulla produttività, avrete bisogno comunque di misurazioni accurate per valutare le prestazioni rispetto agli obiettivi.

Non affidatevi a congetture, medie di settore o strumenti semplicistici per ottenere una stima. Una valutazione appropriata di una grande organizzazione richiede settimane, con strumenti e modelli collaudati, e un tempo ancora più lungo se state imparando strada facendo. E qualora non disponiate del tempo, del personale, degli strumenti o dell'esperienza per farlo da soli, chiedete aiuto; non sarete soggetti ad alcun tipo di legame, e i vantaggi in genere superano ampiamente il costo.

3. Creare un caso aziendale realistico

Una volta che avrete preso una posizione, potete valutare quali siano i vostri potenziali vantaggi razionalizzando e centralizzando sistemi e procedure attraverso ambienti di stampa, aree geografiche o altre barriere organizzative.

Cercate sinergie che possano essere ottenute condividendo le risorse attraverso i servizi di stampa e gestendo molteplici ambienti di stampa come uno solo, ma non affidatevi alle illusioni. Per avere una possibilità di successo, un caso aziendale di cambiamento deve essere basato su un modello molto chiaro e realistico di quello che si può ottenere dal vostro punto di partenza. Assicuratevi che chiunque intenda creare il caso aziendale, sia in-house che richiedendo aiuto esterno, disponga dell'esperienza appropriata.

4. Valutare l'aiuto disponibile

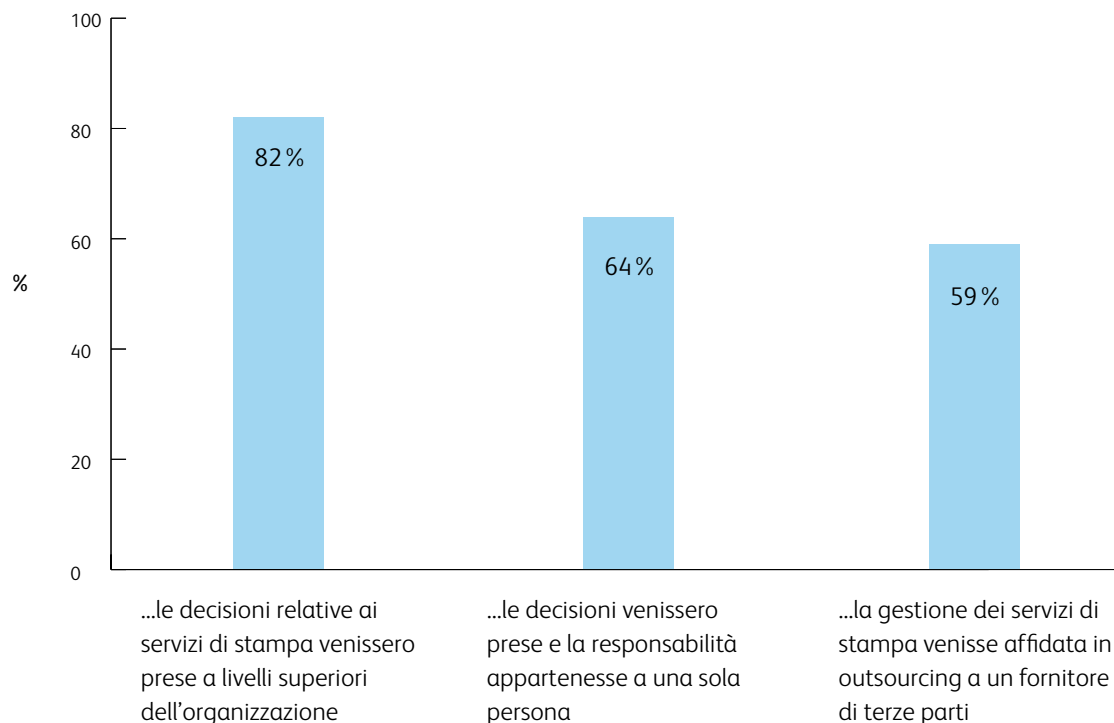
Poche organizzazioni dispongono delle risorse o dell'esperienza per implementare effettivamente con successo una strategia per l'intera azienda. Tuttavia, molte sono dubbiose riguardo all'idea di chiedere aiuto attraverso un servizio gestito o in outsourcing.

Praticamente quasi tutti i partecipanti al sondaggio avevano familiarità con il concetto di servizi di stampa gestiti, e il 59% ha concordato di poter ottenere maggiori rendimenti nella gestione delle stampe, qualora quest'ultima venga affidata in outsourcing a fornitori di terze parti. Tuttavia, solo la metà dei partecipanti ha preso in considerazione un servizio di stampa gestito; per l'altra metà che non l'ha preso in considerazione, la preoccupazione principale, tra tutti i paesi, i settori e gli ambienti di stampa, è la sicurezza delle informazioni. Anche i costi e la perdita di controllo costituiscono delle preoccupazioni, ma in genere solo a un livello pari alla metà di quello relativo alla sicurezza (vi sono differenze in termini di paesi e settori nella classifica e nell'entità di queste due problematiche).

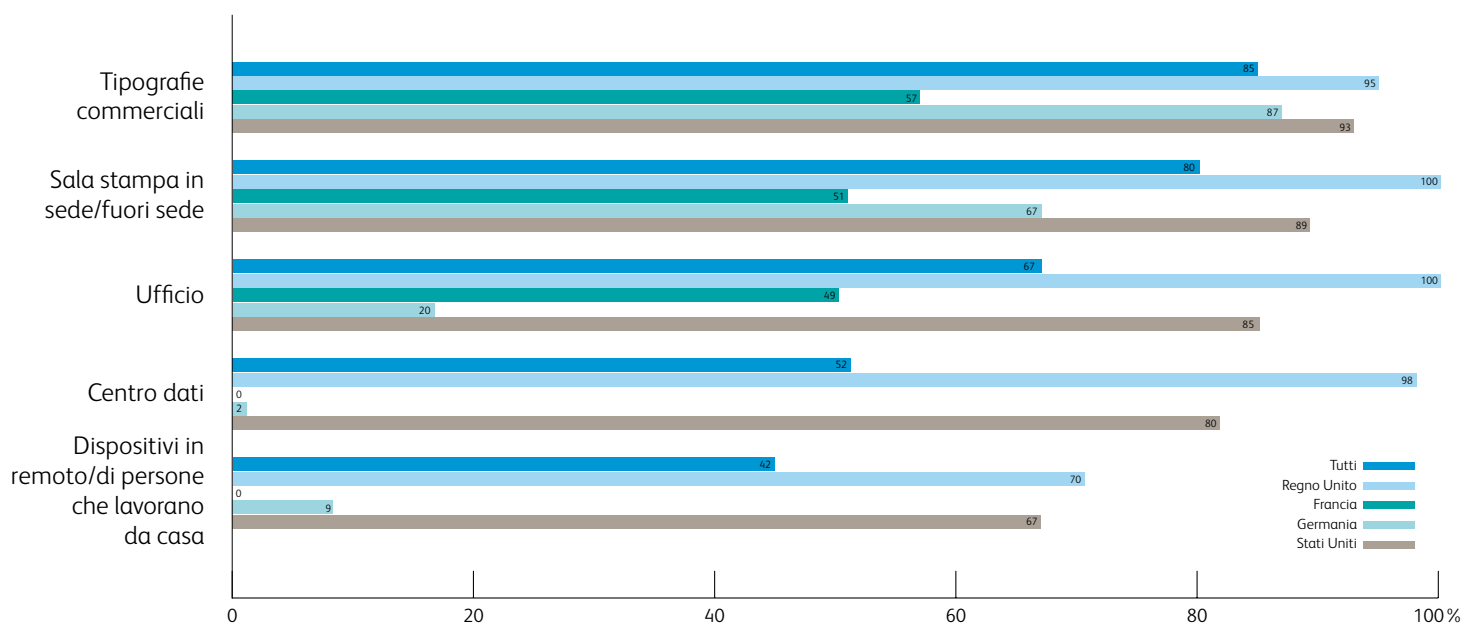
Queste problematiche ci sono ben note: a volte vengono espresse dalle organizzazioni che ci contattano, e chiaramente è compito del fornitore del servizio di stampa gestito risolverle. E in molti casi è chiaro che possono essere risolte, come è avvenuto, in modo soddisfacente. Della metà dei partecipanti al sondaggio che hanno preso in considerazione servizi di stampa gestiti, vediamo che la maggior parte effettivamente affida in outsourcing almeno uno dei propri ambienti di stampa ([vedere il grafico seguente](#)).

Nel Regno Unito e negli Stati Uniti, l'entità dell'outsourcing da parte di chi lo ha preso in considerazione è estremamente elevata in tutti gli ambienti di stampa; in Francia e in Germania la percentuale di conversione è molto più bassa, ma comunque diffusa negli ambiti della stampa aziendale, delle sale stampa e della stampa commerciale.

Proporzione che ha ammesso quanto meno in misura limitata che nella gestione delle stampe potrebbero essere ottenuti rendimenti superiori, se...



Proporzione dei partecipanti al sondaggio con un contratto di stampa gestita esistente, tra quelli che hanno preso in considerazione servizi di stampa gestiti



Conclusione

Una strategia sui servizi di stampa a livello dell'intera azienda potrebbe essere appropriata o meno per la vostra organizzazione. Tuttavia, non potete saperlo con certezza se non effettuate la valutazione preliminare necessaria, se non valutate i vantaggi potenziali rispetto alle vostre eventuali preoccupazioni, e se non scoprite se tali preoccupazioni possano essere risolte.

Se la vostra è un'organizzazione tipica, riteniamo che troverete i vantaggi ottenibili molto interessanti. Come abbiamo visto, l'ambiente di stampa presenta grandi problematiche di gestione per le organizzazioni di grandi dimensioni, e c'è stato un grande cambiamento nel modo in cui le aziende

risolvono tali problematiche via via che queste diventano sempre più complesse. Dieci anni fa, la gestione della stampa in outsourcing poteva essere considerata un esperimento; oggi, è un modello riconosciuto e implementato di frequente. Dieci anni fa il problema della frammentarietà dell'attività di stampa non sfiorava neanche

la mente del management; oggi, metà delle aziende che hanno partecipato al sondaggio cerca attivamente di porre fine a tale parcellizzazione. Se la vostra organizzazione ha difficoltà legate agli ambienti esistenti e ad atteggiamenti mentali superati, queste nuove prospettive potrebbero fornirvi l'impulso innovativo che vi occorre.

Informazioni su Xerox Services. Xerox Corporation è leader mondiale nel campo dei servizi di processi aziendali, IT e outsourcing della documentazione. La nostra esclusiva combinazione di competenza nel settore e capacità operativa su scala globale vi aiuta a ridurre i costi, semplificare i processi operativi e incrementare i profitti, permettendovi al contempo di concentrarvi su ciò che conoscete meglio: il vostro core business.

Per ulteriori informazioni su come possiamo aiutare organizzazioni come la vostra, visitare il sito www.xerox.it.

