

E-BUSINESS E CREATIVITÀ PER COMUNICAZIONE VISIVA E PACKAGING



ALLA PRATICA DEL WEB-TO-PRINT, **TIC TAC** APPRODÒ **NEL 2005**, ANNO IN CUI VENNE LANCIATO IL **PRIMO SITO DI E-COMMERCE**. DA ALLORA, L'AZIENDA HA CONTINUATO A PUNTARE SULL'ESERCIZIO DELL'ATTIVITÀ ONLINE QUALE **STRUMENTO PRIMARIO DI CRESCITA** DEL PROPRIO BUSINESS.

Tic Tac è oggi tra i maggiori print service provider italiani che offrono servizi di stampa online. L'azienda è nota per l'approccio dinamico al business virtuale: alla pratica del web-to-print Tic Tac combina infatti un'intrinseca propensione alla sperimentazione e uno spiccato spirito pionieristico nell'espandere aree operative e portafoglio prodotti. Attiva su più fronti, ha infatti saputo differenziare la produzione per specializzarsi nella stampa digitale su grande formato, nel packaging digitale e nella produzione di espositori. La messa online del nostro nuovo sito è imminente. La nuova piattaforma sarà molto più avanzata dell'attuale e semplificherà notevolmente per il cliente l'acquisto on-line dei prodotti. Della visione dell'azienda sullo stato dell'ar-

te del web-to-print abbiamo parlato con Giancarlo Miotto, titolare di Tic Tac.

Guardando al mercato del web-to-print e al suo recente exploit, quali sono stati, a suo avviso, i cambiamenti più significativi degli ultimi anni?

Miotto: Credo che il principale cambiamento avvenuto negli ultimi anni riguardi l'approccio dei clienti nei confronti di chi offre servizi di web-to-print. Abbiamo infatti notato che, in generale, gli utenti che scelgono di avvalersi di servizi online sono ora certamente più competenti in materia rispetto a qualche tempo fa e, di conseguenza, si dimostrano molto attenti al livello dei servizi erogati. Rimane tuttora una certa dose di diffidenza, che si traduce però nella volontà da parte dei nostri interlocutori di accertarsi che alle spalle di un sito internet vi sia un'azienda seria e funzionante.

Qual è stata la risposta di Tic Tac a questi cambiamenti?

Miotto: Continuiamo a mettere in atto le nostre strategie delle origini. Siamo sempre molto attenti a cogliere tutti gli input che ci arrivano dai nostri clienti. Effettuiamo su base quotidiana nuovi inserimenti e, proprio per poterne migliorare la gestione, ci avvaliamo altresì dei suggerimenti tecnici e tecnologici che arrivano dal team di programmatori interno all'azienda.

In generale, chi sono oggi i principali clienti dei servizi web-to-print e quali i lavori maggiormente richiesti?

Miotto: Dal nostro punto di vista, i clienti dei nostri servizi di web-to-print sono tutti, indistintamente. Del resto, le nostre gamme di prodotti spaziano da poster in carta, a pvc, pannelli, tessuto. Fino ad arrivare al packaging, un comparto nel quale siamo tra i pochi, se non gli unici al momento, a offrire prodotti acquistabili direttamente online.

I clienti sono dunque più attenti e competenti in materia di web-to-print. Vuole ora illustrarci come sono cambiate le loro richieste? Come si caratterizza oggi la domanda del mercato?

Miotto: Ovviamente, l'attenzione per la qualità dei prodotti che consegniamo rimane quale pilastro imprescindibile: quando aprono il nostro imballo, i clienti si aspettano di trovare un prodotto dal più elevato livello qualitativo possibile. Sempre più clienti si prendono tempo e spediscono con anticipo i file di stampa adeguati, in modo da poter cogliere ogni opportunità di risparmio. Infatti, scegliendo la consegna con tempistiche più allungate il prezzo si riduce rispetto alle consegne "urgenti". Tic Tac riesce comunque a soddisfare, in casi di urgenza, anche le richieste dell'ultimo minuto.

Facendo una riflessione complessiva, quali sono a suo avviso le condizioni basilari per sviluppare un'attività basata sul web-to-print che funzioni?

Miotto: L'azienda che decide di avviare un'attività di web-to-print deve sicuramente partire dalla considerazione che, pur essendo uno strumento potente, il web deve essere gestito: in una parola, non si può pensare che tutto avvenga senza dare alcuna spinta, ma bisogna al contrario seguire passo per passo il percorso e pensare a migliorare in tempo reale tutto ciò che è migliorabile. Per quanto riguarda il rapporto con i clienti, questo deve essere necessariamente fondato sui principi della chiarezza e della trasparenza, per riuscire a trasmettere ai propri interlocutori un senso di fiducia e tranquillità.

Per concludere, in un mercato dove la concorrenza cresce di giorno in giorno, quale crede sia il vostro punto di forza?

Miotto: Tic Tac vanta innanzitutto una lunga e maturata esperienza nell'ambito del printing. Esperienza che ci impegnamo a rinnovare continuamente, integrando il know how con nuove tecnologie e pratiche inedite. E conducendo un'inarrestabile attività di ricerca e sviluppo per i nostri clienti, sia sui materiali che sulle attrezzature.

www.tictac.it



Giancarlo Miotto, titolare di Tic Tac