

Inhaltsverzeichnis

1	Neue Produkte und Dienstleistungen	5
1.1	Kernkompetenz Druck oder crossmedialer Dienstleister – eine strategische Entscheidung	5
1.2	Internetpräsenzen erstellen und pflegen	9
1.3	Datenbanken aufbauen, erweitern und Verfügbarkeit sicherstellen durch Media-Asset-Management-Systeme	12
1.4	Database Publishing – aus Datenbanken heraus produzieren	16
1.5	Content-Management-Systeme auswählen, einrichten und selbst nutzen	19
1.6	E-Commerce-Systeme integrieren	24
1.7	E-Learning-Anwendungen entwickeln	26
1.8	Qualitätssicherung als Dienstleistung	28
2	Prozesseffizienz durch kundenintegrierte Produktion	31
2.1	Standarddatenformate als Voraussetzung für die vernetzte Produktion	33
2.1.1	PDF/X-3 – der Standard im technischen Workflow	34
2.1.2	JDF – auf dem Weg zum Standard in der vernetzten Produktion	35
2.1.3	XML – der Standard im E-Business	38
2.2	Prozesseffizienz durch Selbstbedienung: der self-directed-customer	39
2.2.1	Online-Kalkulation – schneller als der Kunde schafft es kein Vertrieb	41
2.2.2	Online-Auftragserteilung	42
2.2.3	Online-Preflight	43
2.2.4	Daten ändern und Softproof freigeben – das Prinzip des Web-Printing	45

2.2.5	Order-Tracking – Auftragsverfolgung durch den Kunden	47
2.2.6	Angebots- und Auftragsarchivierung	49
2.2.7	Lagerabrufsysteme	51
2.2.8	Online-Bestellsysteme	52
2.2.8.1	Spezialanwendungen für Copyshops Beispiel Copymobil.de	53
2.2.8.2	Spezialanwendung für Mailings Beispiel Mailingfactory der Deutschen Post.....	54
2.2.8.3	Kundenindividuelles Online-Bestellsystem am Beispiel PSH iWay Prime – Integration bis zur Druckmaschine	55
2.2.8.4	Kundenindividuelles Online-Bestellsystem am Beispiel PrintVis – Integration in die betriebswirtschaftlichen Systeme .	59
2.2.8.5	Corporate-Design-Portal am Beispiel der Adam Opel AG.....	60
2.2.9	Vorgehensweise bei der Einführung von self-directed-customer-Systemen	64
2.3	Prozesseffizienz in der Zusammenarbeit – der Kunde als Co-Produzent.....	65
2.3.1	Änderungen und Freigaben	66
2.3.1.1	Änderungen und Freigaben im PDF-Dokument	66
2.3.1.2	Änderungen und Freigaben im Team – Beispiel Synapse Insite	68
2.3.2	Online-Editiersysteme – Beispiel StreamGuide Web	71
2.3.3	Remote Proofing	76
3	E-Business für Einkäufer	81
3.1	Beschaffungsprozesse beim Kunden und Potenziale des E-Procurement.....	81
3.2	Online-Marktplätze – der Verkauf über Drucksachenvermittler	84
3.3	Angebots- und Auftragsverwaltungssysteme – Effizienz im Einkauf.....	88
3.3.1	Lieferantenauswahl.....	88
3.3.2	Auftragsabwicklung.....	90

4	E-Business für Druckereien	91
4.1	Marketing und Vertrieb.....	91
4.1.1	Die eigene Internetpräsenz – Neukundengewinnung und Kundenbindung	92
4.1.1.1	Inhalte der Internetpräsenz	93
4.1.1.2	E-Marketing.....	96
4.1.2	Ausschreibungen – auf Kunden zugehen ohne Kundenkontakt	97
4.1.3	Reverse Auction – Drucken um jeden Preis?	100
4.2	Beschaffung.....	103
4.2.1	Papiereinkauf	104
4.2.1.1	SchneiderSoehne-online.com – kundenindividuelle Preise, Verfügbarkeit und Liefertermin auf einen Klick.....	104
4.2.1.2	Marktplatz für die Papierbeschaffung – Beispiel CN Papiervertriebs GmbH.....	106
4.2.2	Druckfarben – Beispiel BASF Drucksysteme.....	107
4.2.3	Bild, Schrift, Grafik & mehr	109
4.2.4	Produktionspartner – wie man neue Zulieferer und freiberufliche Mitarbeiter findet.	113
5	Nachwort	115
6	Glossar	117
	Sachverzeichnis	127



<http://www.springer.com/978-3-540-20758-0>

E-Business@Print

Internetbasierte Services und Prozesse

König, A.

2004, XI, 129 S. 156 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-540-20758-0