

Ko Optiprint osvoji Slovenijo, gre v Avstrijo

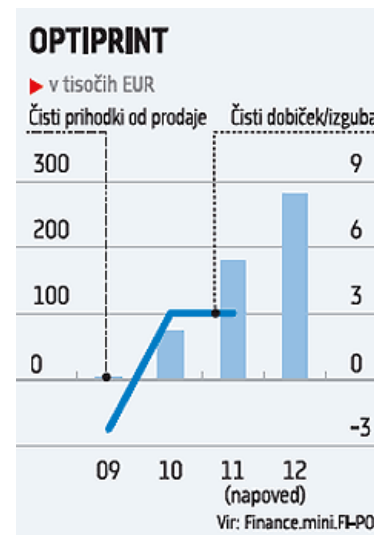
Finance [218/2011](#)
[11.11.11](#) 00:01

Okrepite prodajo, izločite neplačnike, specializirajte se!

Za privabljanje novih strank je podjetje za oddajanje tiskalnikov v najem [Optiprint](#) pred letom dni ustanovilo agencijo za izdelavo diplom [Diplomska.si](#), ki jim omogoča financiranje tiskalnikov za leto dni vnaprej in s katero lahko izkoriščajo svojo konkurenčno prednost pri nizkih cenah barvnega tiska. Avstrija bo naslednji trg družbe.



Blaž Zupan, solastnik Optiprinta, načrtuje nove zaposlitve.



»Optiprint pridobiva kupce, ker za fiksno mesečno ceno stranki omogoča neomejeno barvno tiskanje. Najpomembnejše prednosti, ki nas ločijo od tekmecev, so fiksna mesečna cena najema, neomejena poraba potrošnega blaga, brezplačna priključitev in servis tiskalnika ter brezplačen preizkus vseh naših storitev,« pravi [Blaž Zupan](#), 35-odstotni lastnik podjetja. Prihodnje leto načrtujejo predstavitev novih modelov tiskalnikov in krepitev agencije [Diplomska.si](#).

Zaradi višanja stroška servisa z večjo geografsko oddaljenostjo stranke so se odločili za širitev. »Ker je za vzpostavitev servisnega centra potreben precejšen finančni vložek, smo se odločili za širitev s franšiznimi centri,« pojasnjuje Zupan. Prvo franšizo je odprla njihova stranka v Kopru, kar omogoča ponudbo storitev pod enakimi pogoji kot v Ljubljani in okolici tudi za podjetja z Obale. S franšizo v Kopru pridobijo približno 20 odstotkov novih strank. Prihodnje leto nameravajo odpreti nove franšizne centre. Zaradi dobre prodaje bodo letos več kot podvojili lanske prihodke, prihodnje leto pa načrtujejo povečanje prihodkov (glede na letos) za vsaj 55 odstotkov, na 280 tisoč evrov. Število zaposlenih so letos povečali s štiri na devet. Prihodnje leto bodo zaradi velikega števila naročil zaposlili še vsaj tri nove delavce.

V dveh letih želijo odpreti poslovalnico v Avstriji. »Zdaj že iščemo partnerja s sorodnimi storitvami, s katerim bi zaradi zniževanja zagonskih stroškov odprli skupno pisarno,« pravi Zupan. Največje težave v času krize imajo z neplačili, občutljivostjo strank na cene in propadom podjetij. Temu so se prilagodili z zahtevo po vnaprejšnjih plačilih, takojšnjim prevzemom tiskalnikov ob neplačilu, oddajo pa jih le podjetjem z dobro boniteto.

Podjetnikom v času krize Zupan svetuje: »Prepoznajte svojo konkurenčno prednost, specializirajte se, okrepite prodajo, poiščite učinkovite oblike promocije, izognite se neplačnikom. Kriza je čas za pogumne, kdor jo preživi, bo imel pozneje precejšnjo prednost pred konkurenco.«