



DDILNWDUBEDDQDUBRVDDHQLDGRPDGHDHHLHNWDHOGBQLDBERGUNRDQD
WNDQLQLHRUDSDSLHUBEHNRQLHFQRZFLBLDQWQDWRPLDVWQDQHWDWELOLMBODVWEQHEDWHULDD
GNNLEBPPRLBQHDRELDSEURFHVHLHGUNRDQLD.

OLPRDDGUNLHPQDWHNVWDLDFKDDNDQLQDFKDDHQLDHOHDDNVBZQLFKBRDQDNRQWURORDD
GNNLHGQDWHPDWQDMOHSVBRVSUWVDEPDWHULDDRGDQHRDGDQLDBRNRQMEQLHNWDH
PDBEDULHUBMZFLDQDDQHNGUNDUQLHBRDDQLDLQDWOHNRQNDHQFMLDWDWLDWUDNFMQHGD
VBUVBMEDNOLHQWGDNLBIHURDQLBQDNRDQLDQDDBDWHULDDFKBLNLFK.

%DQHUU

%DQHUBBDDQEBDWHULDDNRHOMQBZHHWQBVSrvREHPQDSRSUDHQLHDGRFRZFLILUPD
DVBQLHDDGRPRZFLNOLHQWBSUSDGNDVWRVRDIBQWUQEWWSMHNLONDHNNLFD
QLHGURDFDDWUDNFMQEDDQQLHRSFML%DQHUGRDVWRVRDIBQWUQEBHFHNDVWUDRZD
RGRSUQRZDDUQNLBRRGRBRUDDQQRURGRZBHWRGDHHVBQLDDELDUHLHOEDQHUBRDQD
SRGZHHWODRGSURGBRGGWDEUDQDRDQWURQQLHDSRQDGWRGRVWSQHVBFSFMHDDPRSUDHSQHDD
QLHNWDEEDQHUDFBDWHULDDQEQDDBBRDQDGUNRDDELPWHFQRORDLWDUGDQLD
SURPLHQLDPLB9BRSRDDQDDVWRVRDQLHEDUGHMBNRORDFQHRSURFHVHBRDUVDQLDDNDRZFL

2EVDUWSHFMDOLVWEQHDDQLQLVBE

2SUEDVWRVRDIBRPRQESRDHMLHNWDHREVDUWSHFMDOLVWEQHDDQLHDBQHUMBDNLHPVSRUH
DLQWHUHVVDQLHBUNDGFLHNDREVDUQLVBEINWDHTRWCHUDMQRBPRDOLBZFLGDQUN
GUNOHONRIRUPDWRBEBEHMPM

- Ckle'anie po'andè w2NOHMDQLHDPRFKRGWDBBLSRSDDUQBVSrvREHPGODLUPQDQLHGURD
SURPRFMDBSFMHGRVWRVRDQLDQQLHRWDQLFBQHZNHNVDORDQHROLHDPLQRDQHRDODMQDD
VWRVRDQLHDHOBHNNWWSHFMDOQEKWBDPLWDFMLGUHQDEMBBWRNRDQHRBHWDDDLHQFLD
ILUPBRBNOHMDVBMHBRMDGMHGQROLWBLNRORUDPLDSSUDNWEQLHGROQBGLGUNRDQBLD
REUDDPLBSSUEDSHQLDQLDQGGDQOQHRRDGBNOHMHQLDEKURQLDQLHDBUDDQDQDNLHUD
SRMDGDDVDMBHRDUWRZBGSUBGD
- K yposa enie domuWyposażenie i dekoracje w domu stanowią interesujący obszar, ponieważ są one atrakcyjne zarówno dla firm, jak i dla konsumentów. W przypadku detalistów elementy wyposażenia wewnątrz pozwalają tworzyć podobny wygląd i atmosferę we wszystkich sklepach w celu zwiększenia tożsamości marki. Ponadto tymczasowe sklepy, które działają tylko przez krótki czas (np. podczas Halloween czy Bożego Narodzenia), często wymagają niedrogich, pozwalających na łatwy transport i przyjaznych dla środowiska opcji dekorowania przestrzeni. Na rynku konsumenckim osiągnięcia technologiczne umożliwiają teraz nabycie drukowanych cyfrowo tapet, naklejek okiennych, płytek ceramicznych i wykładzin podłogowych.



- **Hotelarstwo:** Właściciele hoteli i kurortów często chcą utworzyć motyw, który pozwoli zachować zbliżony wygląd i styl w całym budynku. Można to osiągnąć, stosując zasłony, narzuty na łóżka lub tapety z tym samym wzorem dekoracyjnym co meble w głównym lobby lub obszarze recepcji. Ponadto krajowe lub globalne sieci często tworzą znajome, spójne środowisko we wszystkich lokalizacjach, dzięki czemu goście zawsze wiedzą, czego należy oczekiwać w określonym hotelu. Dekoracje pozwalają stworzyć przewidywalne otoczenie typu „dom z dala od domu” dla często powracających gości lub wypoczywających rodzin.
- **Elementy architektoniczne:** Branża architektoniczna, inżynierska i budowlana często stosuje drukowane dokumenty, takie jak ilustracje, rysunki CAD i renderowane obrazy w wysokiej rozdzielczości. Ciągłe postępy w technologii druku cyfrowego pozwoliły wyeliminować wiele barier, które niegdyś utrudniały stosowanie dekoracji na materiałach budowlanych, w tym drewnie, asfalcie czy metalu.

Architekci, projektanci wnętrz i inne osoby, które liczą na wzrost zapotrzebowania na personalizację, poszukują nowych materiałów i zastosowań, które pomogą im dostosować otoczenie. Dostrzegamy obecnie wzrost liczby zastosowań związanych z drukiem cyfrowym między innymi na tapetach, obiciach, roletach, okleinach i materiałach płóciennych.

Kompleksowe rozwiązanie

Coraz więcej firm zajmujących się drukiem wielkoformatowym stara się zostać dostawcą kompleksowych rozwiązań, oferując oprócz druku także usługi wykończeniowe na miejscu. Dzisiejsze urządzenia wykańczające zapewniają dużą przepustowość dla użytkowników produkcyjnych, co pozwala na uzyskanie wydajnych i zautomatyzowanych przepływów pracy. Zgodnie z badaniem firmy Keypoint Intelligence — InfoTrends zatytułowanym [Looking for Big Opportunity in Graphic Communications & Specialty Printing](#), (Poszukiwanie dużej szansy biznesowej na rynku komunikacji graficznej i druku specjalistycznego) ponad 66% respondentów oferujących oznakowanie/systemy wystawiennicze/grafiki specjalistyczne uważa za ważne lub bardzo ważne rozszerzenie swoich usług, aby zostać dostawcami z kompletną ofertą. Podobnie jak w przypadku technik druku wielkoformatowego nowe i ulepszone technologie upraszczają przekształcenie w kierunku dostarczania kompleksowych rozwiązań. Nawet mniejsi dostawcy usług druku mogą obecnie rozwijać swoje możliwości wykonywania prac wykończeniowych na miejscu, zapewniając bardziej wszechstronną obsługę klientów.



Opinia firmy InfoTrends

Branża druku wielkoformatowego zapewnia wiele możliwości dla nowych graczy na rynku, jak również doświadczonych producentów oznakowania/grafiki. Innowacje technologiczne zatarty istniejące w branży granice, pozwalając firmom przyjmować więcej różnorodnych zleceń druku wielkoformatowego niż do tej pory. Ponadto właściciele marek, którzy niegdyś mogli mieć problemy z penetracją rynku druku wielkoformatowego, znajdują teraz sposoby na pokonanie wielu barier.

Choć te zmiany są pozytywne dla branży ogółem, oznaczają również, że wyróżnianie się i pozyskiwanie klientów może stanowić główne wyzwania dla dzisiejszych marek.

Mimo iż wyzwania nadal istnieją, możliwości rynku są obiecujące. Żaden dostawca usług druku nie może zaoferować klientowi absolutnie wszystkiego, zatem ważne jest strategiczne działanie. Należy pomyśleć o potrzebach aktualnych klientów, a następnie rozważyć kilka następnym logicznych kroków. Czy można wejść na sąsiednie rynki lub przyjmować więcej zleceń przy niewielu nowych inwestycjach? Czy można zostać bardziej kompleksowym dostawcą, realizując więcej usług na miejscu? Prawdziwym kluczem do sukcesu na współczesnym rynku jest zróżnicowanie. Wyróżnienie swojej firmy w oczach klientów pozwoli na zajęcie lepszej pozycji do zyskownego rozwoju we wciąż zmieniającej się branży druku wielkoformatowego.



Eve Padula

Starszy analityk

Eve Padula jest starszym analitykiem w Keypoint Intelligence — InfoTrends w dziale strategii rozwoju biznesowego i usług doradczych w zakresie komunikacji z klientami. Jej zadania obejmują promocję i dystrybucję treści InfoTrends, pomoc klientom i kanałom w budowaniu programów rozwoju biznesowego, generowanie treści usług i badań obejmujących wielu klientów oraz zarządzanie cyklem redakcyjnym w przypadku wielu rodzajów materiałów.

+ 1 781-616-2170



Steve Urmano

Dyrektor

Steve Urmano jest dyrektorem Keypoint Intelligence — InfoTrends działu usług doradczych z zakresu druku wielkoformatowego. Jego zadaniem jest opracowywanie rocznych prognoz dla rynku globalnego w zakresie sprzętu i materiałów używanych na rynkach druku wielkoformatowego. Odpowiada za przeprowadzanie wielu corocznych badań na rynku druku wielkoformatowego w oparciu o niestandardowe podejście oraz w ramach badań syndykatowych.

+ 1 781-616-2129



Komentarze lub pytania? →

Ten materiał został przygotowany specjalnie dla klientów firmy InfoTrends, Inc. Opinie tutaj wyrażone stanowią naszą interpretację i analizę informacji ogólnodostępnych publicznie lub przekazanych przez odpowiednie osoby w danych firmach. Wierzymy, że źródła informacji, na których opierają się nasze materiały, są niezawodne i zastosowaliśmy najlepszą profesjonalną ocenę uzyskanych danych.

4AA7-2931PLE