**Svenska arifiQ hyllas av amerikansk trycksaksguru**

”Den främsta fördelen med att låta fler på tryckeriet och även kunderna räkna offerter, är snabbheten”. Det säger amerikanska Jennifer Matt, chefredaktör för branschforumet whattheythink.com och välkänd print-software guru. Idag publicerar hon en artikel om svenska arifiQ och om vad en allt mer digitaliserad omvärld innebär för tryckeribranschen.

Som vd för företaget Web2print Experts och som chefredaktör för whattheythink.com är Jennifer Matt en av världens mest välrenommerade inom tryckeribranschen. Att i positiva ordalag bli omskriven av henne är en dröm för många företag i branschen.

– Vi träffade henne första gången för ett halvår sedan i USA och fick möjlighet att berätta vad arifiQ levererar. Sedan dess har hon följt vårt arbete. Hon menar att i dagens uppkopplade värld är självbetjäning online en självklarhet, vilket även gäller för trycksaker. Och det är vad arifiQ erbjuder som första leverantör i världen, säger Eva Rosén, grundare och delägare i arifiQ.

Jennifer har nyligen publicerat en artikelserie som handlar om framtidens trycksaksproduktion och vad som driver den framåt. I dag publicerar hon en artikel om det svenska företaget arifiQ där hon höjer deras innovation till skyarna. Hon menar att kunden vill ha blixtsnabba svar och själv vill veta vad som driver priset för att kunna göra sina egna val.

– Den digitala världen har gjort att man förväntar sig att allt hela tiden ska vara uppdaterat. Därför minskar livslängden på trycksaker och de produceras i mindre upplagor. Men antalet ordrar ökar. Allt detta gör att beställningsprocessen måste förenklas och snabbas upp. Många tryckerier håller fast vid en gammal modell där endast några få personer internt kan räkna fram ett pris, vilket skapar tröghet och förlorade affärsmöjligheter. Idén med arifiQ är att “demokratisera prisberäkningen” genom att göra det enkelt, snabbt och exakt. Den främsta fördelen med att låta fler på tryckeriet och även kunderna räkna offerter, är snabbheten, skriver Jennifer Matt

Jennifer beskriver branschens dilemma i sporttermer; för många är offertgivning att likna vid en golftävling, där den med lägst poäng vinner - när det i själva verket är ett sprintlopp. Affärer riskerar att gå om intet om man inte är den som ger pris först, eftersom en stor av kunderna beställer från den som ger snabbast offert.