

Verslag van het tweede W2P pro expertennetwerk

03.06.2015, Canon, Diegem

Web-to-print in een B2B-omgeving

De ruime belangstelling voor het expertennetwerk, op 3 juni bij Canon in Diegem, bewijst dat web-to-print wel degelijk leeft in de Belgische grafische wereld.

Dit expertennetwerk werd georganiseerd in het kader van het W2P.pro project van het VIGC en Febelgra. Met 88 inschrijvingen werd het aantal van het eerste expertennetwerk eind januari (65) ruim overtroffen.

“Vorige keer gaven we vooral een inleiding tot web-to-print” vertelde Jos Steutelings, senior innovatieadviseur van het VIGC en stuwende kracht achter het W2P.pro project. “Uit de evaluaties bleek toen een duidelijke vraag naar praktijkvoorbeelden. Daarom kozen we ditmaal voor vier cases in B2B. Daarnaast brengen we twee lezingen over veranderingsprocessen in een organisatie.”

Creativiteit in de oriënterende fase van het project

Sara Coene (Bedenk)

“Vaak staat men te weinig stil bij de oriënterende fase van een project” vond Sara Coene. “Ga niet te snel symptomen bestrijden, denk creatief en doorbreek vaste patronen om echt innoverend te werken.”

De uiteenzetting was opgebouwd met vijf kernwoorden :

1. Reflecteer

Neem af en toe afstand, sta stil bij wat je doet, ontdek nieuwe perspectieven. Werk hiervoor samen met de eigen medewerkers, maar ook met klanten en leveranciers. Tracht de verborgen noden van gebruikers te vinden. Stel vragen observeer. Om verder te kunnen springen, moet je eerst een aanloop nemen: *‘Reculer pour mieux sauter’*.

2. Ontleer

Kinderen zijn creatief, maar opvoeding en onderwijs leggen dit aan banden omdat ze regels aanleren. Doorbreek patronen, denk weer creatief met een andere logica. Wees empathisch: bekijk de dingen vanuit een ander perspectief.

3. Cocreëer

Complexe uitdagingen vragen om samenwerking. Ook ondernemingen kunnen niet alles alleen. Zoek partners voor je innovatieve projecten.

4. Visualiseer

Complexe processen worden duidelijker met een beeld. Een beeld zegt meer dan 1000 woorden, geeft beter inzicht

5. Identificeer

Een goed ontwerp start met een goede briefing. Beantwoord aan de echte gebruikersnoden, vermijd symptoombestrijding. *‘Als ik een uur tijd had om een probleem op te lossen, zou ik gedurende 55 minuten nadenken over het probleem zelf en 5 minuten over oplossingen’* (Albert Einstein).

www.bedenk.be

The Agfa HealthCare case Bruun Vande Sompele (PX)

De marketing afdeling van Agfa HealthCare zat met een groot probleem bij de organisatie van haar documentatiedrukwerk. Ze zocht en vond een oplossing bij de Antwerpse digitale drukkerij PX voor on-demand printing, stockbeheer, logistiek en prijszetting.

PX werkt met Apogee Storefront (van Agfa) als web-applicatie en print op Canon.

Templates waarborgen een respect voor de huisstijl en structuur van de documenten met keuze tussen een aantal formaten, papiersoorten en afwerkingen.

Het systeem zorgt ook voor een duidelijke vermelding van de kostprijs tijdens de bestelling.

Maandelijks krijgt Agfa HealthCare Marketing een overzicht van de bestellingen. De rapporten worden opgemaakt met een onderliggend Excel bestand, dat ook een grafische voorstelling van de omzet geeft.

En wat zijn de voordelen voor drukkerij PX ?

“We verzekeren een gedeelte van de productiecapaciteit van onze printmogelijkheden” legde Bruun Vande Sompele uit. “We doen ook aan klantenbinding doordat ze een systeem gebruiken dat wij voor hen op maat ontwikkelden. En door het geautomatiseerde proces zijn de administratiekosten laag.”

www.px.be

Verpakkingen online editeren en bestellen Harry Mennen (De Budelse)

“Wij geloven niet meer in papier” was de verrassende opener van Harry Mennen. Daarom vonden de deelnemers ook geen uitprints van zijn uiteenzetting in de documentatiemap. Op de achterkant van elke naambadges stond een persoonlijke login waarmee iedereen een gepersonaliseerde informatie kon terugvinden op de website van het verpakkingsbedrijf.

“Uiteraard drukken we nog zelf, maar De Budelse gaat verder dan papier. We schuiven steeds meer naar voor in de productieketen, bieden ook dienstverlening en ICT aan. Onze focus ligt op gepersonaliseerde verpakkingen, hoge volumes in kleine oplagen.”

De volledig geautomatiseerde webshop en productgenerator BuDi, een slimme tool voor het ontwikkelen en managen van packaging en marketing materiaal, werd ontwikkeld met software van Chili Publish.

De achterliggende filosofie van Harry Mennen : “Je hoort wel eens dat iedereen moet meegaan in de evolutie naar digitaal drukken. Maar zo is ook daar binnenkort de markt verzadigd. Wij zochten een eigen identiteit. ICT is het hart van onze organisatie. Een pers die stilstaat is bij De Budelse geen ramp meer. Ook als we op een dag geen papier meer bedrukken, zullen we dank zij onze online oplossingen nog steeds leven.”

www.debudelse.nl

Internetdrukkerij Printbirdie.com als dienstverlener – een template beheerssysteem voor B2B Johan Groffen

Van bij de oprichting in 2012 wilde Printbirdie.com zich onderscheiden tussen de grote massa van internetdrukkerijen. “Meestal beperken deze zich tot een snelle levering en lage prijzen” vond mede-oprichter Johan Groffen. “Met daarbij de perceptie dat de kwaliteit van het werk dat internetdrukkerijen afleveren beperkt is, wordt de online markt gekenmerkt door een groot klantenverloop. Daarom kozen we voor een webshop met een duurzame relatie met de klanten, gebaseerd op vertrouwen.”

Printbirdie bouwde in samenwerking met software vendors 2Imagine en Studio Emma een template beheerssysteem waarin B2B klanten hun huisstijl documenten kunnen opslaan. Momenteel werken een 15-tal klanten ermee, vooral voor naamkaartjes, maar ook stickers met QR codes. Sterke punten zijn een eenvoudig bestelproces, snelle doorlooptijden, betere in- en output.

Drukken doet Printbirdie niet zelf. “Wij spelen de rol van makelaar en besteden uit aan ons zusterbedrijf VD. We kozen bewust voor een vestiging in hetzelfde gebouw te Temse, zodat we indien nodig snel kunnen inspelen op het drukproces” legde Groffen uit.

Drukwerk is trouwens niet de enige troef van Printbirdie. “40% van onze omzet bestaat uit bijhorende diensten: opmaak/ontwerp, opslag en verdeling, verzending, huis-aan-huisbedelingen. We beschikken over een magazijn met een grote stock voor bestellingen op afroep.”

In de toekomst wil Printbirdie inzetten op schaalvergroting, bijkomende producten aanbieden en werken met variabele data voor promotie-acties en mailings.

www.printbirdie.com

ING bank: web-based bestelsysteem voor promotioneel materiaal
Patrick Bataillie

Het web-based bestelsysteem van ING bank, werkt met het platform Mooose van drukkerij Artoos. Gebruikers zijn vooral zelfstandige kantoorhouders en PR zoneverantwoordelijken. Ter ondersteuning van hun lokale communicatie kunnen zij hiermee folders, flyers, affiches, advertenties, banners, ... bestellen. Met een onderliggende Excel database worden de kantoorgegevens (adres, openingsuren) automatisch toegevoegd. Alle drukwerk beantwoordt aan de visuele identiteit van ING. Wettelijk verplichte vermeldingen, waarop in de bankwereld streng wordt toegezien, kunnen met dit systeem niet vergeten worden.

Het drukwerk wordt verzorgd door Artoos, digitaal of in offset naar gelang de oplage. Om kosten te sparen drukt men gegroepeerd. De kwaliteit van het drukwerk is verzekerd, Mooose bespaart tijd.

Valkuilen: Gebruikers moeten warm gemaakt worden voor het nieuwe systeem. Vroeger werkten ze met de plaatselijke drukker, de prijzen liggen nu meestal wat hoger. Er zijn nog beperkingen, men kan voorlopig nog geen eigen foto's toevoegen.

Ook onderhoud en aanpassingen aan het systeem kost tijd en geld.

www.ing.be

Organisaties op zoek naar een nieuw evenwicht
Jef Staes (Red Monkey Company)

Keynote speaker Jef Staes kreeg een uur tijd om zijn uitdagende en confronterende stellingen uiteen te zetten. Met een vleugje showgevoel wist hij de aandacht van het publiek de hele tijd bij zich te houden. Maar zijn basisidee bleef alvast hangen: van 2D naar 3D, of *"Maak van een schaap een rode aap"*.

Talent en passie worden geremd in het onderwijs en op de werkvloer. We zitten teveel in 2D-organisaties waarin het werk dat we doen te weinig gebaseerd is op onze passie en talenten, maar op de mate waarin we erin slagen zonder deze te werken. Daardoor wordt innovatie afgeremd. Werknemers zijn te vaak schapen in een kooi zonder bewegingsruimte.

Maar de wereld is aan het veranderen door de informatiemaatschappij. Er ontstaan 3D mensen die geen schapen willen zijn en dingen wensen te veranderen. Zij komen echter in conflict met behoudsgezinde ideeën.

Als organisatie moet je dan ook een 3D klimaat creëren Zorg ervoor dat medewerkers zich gedragen als rode apen (red monkeys), die zich onderscheiden en de confrontatie met versterde ideeën durven aangaan. *"Innovatie is het resultaat van een rode aap die het conflict overleefde"*

www.redmonkey.be

Gastheer Canon zorgde na de netwerkborrel voor een extraatje: elke deelnemer ontving een gepersonaliseerde fles wijn met de naam van de firma op het kistje en van de deelnemer op het wijnetiket.

De presentaties, lastenboek en andere informatie in verband met het web-to-print project kan u downloaden via de website van VIGC en Febelgra.

Rudi Miseur
Secretaris Febelgra