



## **Verslag van het W2P pro expertennetwerk**

14.09.2016, Agfa Gevaert, Mortsel

### ***Web-to-print, mass customization, cross media, ... Internationale cases, opportuniteiten en trends!***

*Agfa Gevaert was gastheer voor een 80-tal belangstellenden, die werden verwelkomd door PR manager Paul Adriaensen.*

*Projectleider Jos Steutelings (VIGC) leidde de sprekers in. "Bedoeling van vandaag is onze blik te verruimen. Web-to-print is een te beperkt begrip voor de grafische sector. Massapersonalisatie en crossmedia sluiten er nauw bij aan, daarover willen we het vandaag dan ook hebben. En verder kan het zeker geen kwaad om af en toe over de landsgrenzen te gaan kijken."*

### ***Future growth through Mass Customization and Partnerships***

***Diane Swint, Vice President of Web Services, Cimpres***

Met de eerste uiteenzetting zaten we meteen al in het buitenland. Diane Swint vertegenwoordigde bovendien één van de pioniers en wereldleiders van de internetdrukkerijen. Maar ook dit laatste is een te eng begrip, Diane had het ook voornamelijk over het Mass Customization Platform (MCP) van Cimpres.

"Hebben jullie betrouwbare partners?"

Werken jullie samen met concurrenten?"

Willen jullie groeien?"

Over enkele van deze vragen die Diane in het publiek gooide, moesten sommigen toch even nadenken. Cimpres kent zijn antwoorden al langer. "Om te blijven groeien moet je samenwerken, zelfs met je concurrenten. De printindustrie heeft nog een enorm groeipotentieel en men schat dat ze in de komende jaren een bedrag van 980 miljard dollar zal vertegenwoordigen. Maar er is ook heel wat concurrentie, teveel grafische ondernemingen zijn met hetzelfde bezig. Is het dan niet beter wat meer samen te werken en op die manier onze markt nog uit te breiden?"

Cimpres gaf hiertoe alvast een aanzet met de creatie van Cimpres Open, een platform voor massapersonalisatie. Het is een heel netwerk van bestanden die de Cimpres diensten, leveranciers en partners bij elkaar brengt om te voldoen aan de behoeften van de klanten. Partners kunnen er nieuwe producten op plaatsen om deze te testen. Zo vergroten ze ook het aanbod op het platform. Verder kunnen ze ook het platform gebruiken als white label shop.

"We kijken streng toe op de kwaliteit die onze partners via het platform aanbieden" ging Diane in op een vraag uit het publiek. "Bijvoorbeeld de kleurkwaliteit moet binnen de vastgestelde toleranties blijven. Een voortdurende feedback is noodzakelijk."

Een andere vraag ging over de verhouding tussen eigen productie en outsourcing door Cimpres via het platform. “Drie jaar geleden drukten wij nog 100% in huis, nu en in de komende jaren evolueren we in de richting van slechts 50%.”

Wie een kijkje wil nemen op het platform en het gratis testen, kan terecht op:

<https://open.cimpres.com>

### ***3D Customization***

***Georges Lieben, Twikit***

Ondanks de naam die de techniek kreeg, zitten we met 3D printing buiten de grafische sector. Maar het verhaal van de massapersonalisatie waar Georges Lieben met Twikit aan werk, loont de moeite om naar te luisteren, bij wijze van voorbeeld.

Ook hier gaat het over een platform dat software oplossingen bij elkaar brengt. Hiermee kunnen de partners aan hun klanten gepersonaliseerde 3D producten aanbieden. Maar er zijn ook toepassingen die meer dan enkel 3D producten aanbieden, zoals lasersnijden, graveren, multi-coloring.

Twikit beschikt over een team van 3D productontwikkelaars die voor de partners op vraag producten ontwerpen, of samenwerken met ontwerpteams.

“Een klant zal pas tevreden zijn als het resultaat aan zijn verwachtingen voldoet of ze overtreft” legde Georges uit. “Daarom zijn we bij Twikit voortdurend op zoek naar technieken die betere resultaten opleveren in 3D printing en andere digitale producties. Wij werken hiervoor samen met leidende ondernemingen in deze industrieën.”

Tot slot toonde Georges Lieben nog een eigen product van Twikit, de 3D Trophy Factory. Op basis van bestaande templates kan de klant gepersonaliseerde 3D trofeeën bestellen. Deze webshop is nog volop in uitbreiding.

[www.twikit.com](http://www.twikit.com)

### ***Crossmedia in een marketing fullservice bureau***

***Jolanda Beerse, Top Productions***

Jolanda Beerse heeft een jarenlange ervaring in B2B marketing, ook in de grafische sector. “Waarom een crossmediale campagne? Omdat ze heel wat voordelen biedt. Ze is kosten-efficiënt, overzichtelijk, inzichtelijk, flexibel, de respons kan vlot gemeten worden en haalt een hoog rendement.”

Om dit aan te tonen bracht Jolanda een case die ze zelf had georganiseerd voor een leverancier aan de grafische markt in Nederland. Die wilde afspraken met (nieuwe) klanten beleggen en bezoekers verwelkomen op een in-house event.

“Wij werkten met gepersonaliseerde e-mails en hard-copy kaarten waarop de klanten konden reageren per post of online. De resultaten overtroffen alle verwachtingen en de firma kreeg een ROI van meer dan 1000%”

“En we zitten nog niet aan het hoogtepunt” besloot Jolanda “Crossmedia is in B2B marketing nog steeds een groeimarkt.”

[www.top-productions.com](http://www.top-productions.com)

## ***Web-to-Print in Denemarken***

***Esben Mols Kabell, Lasertryk.dk***

LaserTryk ontstond vanuit een evenementenbureau dat steeds meer dringend geleverd drukwerk nodig had en er dan maar zelf mee begon, het verhaal is niet uniek. Het groeide sinds 2004 snel uit tot met ruime voorsprong de grootste onlinedrukkerij in Scandinavië. 70% van de totale omzet wordt online gerealiseerd.

“Maar we stelden stilaan ook vast dat we met onze in-huis-productie en via samenwerking met collega’s zowat 95% van de behoeften van onze markt afdekten. Om nog verder te kunnen uitbreiden moesten we gaan diversifiëren” legde Esben Mols Kabell uit.

Met ScandinavianBook en bookbox speelt LaserTryk op de markt van de uitgeverijen. “De innovatie zit in efficiënte technologie voor de orderafhandeling. Wij drukken boeken met digitale printtechnieken op kleine oplagen. Uitgevers kunnen online bestellingen plaatsen, de kostprijs berekenen en de orders opvolgen. Innovatie is er verder ook via een samenwerking met een etikettendrukkerij, zodat we ook deze producten kunnen aanbieden op onze webshop.”

Met de marketing portal site Brand Central bouwt men voor grote ondernemingen en franchisebedrijven B2B drukwerkportalen. De 100 grootste ondernemingen van Denemarken genereren 80% van het BNP product en stellen 80% van het aantal werknemers in privébedrijven tewerk. Het is deze groep die LaserTryk hiermee wil aantrekken en, net als met de uitgeverijen, met hen een grotere klantenbinding hebben.

“Veel klanten willen lokaal shoppen” stelt Esben vast. “Daarom ook onze white label shop waarmee we samenwerken met drukkerijen die vaak in hun regio over een heel groot klantenbestand beschikken. Wij gaan hen daar ook niet beconcurreren, maar werken op deze manier met hen samen. De klant bestelt via het online platform, de plaatselijke drukker beslist of hij zelf drukt of aan ons uitbesteedt. Alle partijen worden beter van deze samenwerking. De klant krijgt betere prijzen en dienstverlening omdat alles op een optimale wijze gedrukt wordt. De drukkerij versterkt zijn relatie met de klant, iets waarbij wij hen helpen met marketing en PR materiaal. “

[www.lasertryk.dk](http://www.lasertryk.dk)

## ***E-commerce in China***

***Bart Horsten, Horsten Int.***

Met Horsten Internationaal kleurden we nog wat verder buiten de lijnen. Geen web-to-print en ook een (grote) stap over de grens. Een overzicht van e-commerce in China gaf een duidelijk beeld van de enorme opportuniteiten die dit land te bieden heeft voor wie de stap durft zetten. Aan de Belgische grafische ondernemingen om er een plaatsje in te zoeken.

Met zijn verhaal toonde Bart Horsten vooral de enorme mogelijkheden die China nog te bieden heeft in e-commerce naar particulieren. Maar volgens hem mag je dit gerust doortrekken naar B2B.

“E-commerce staat in China ondanks de massale omzet die het al vertegenwoordigt, nog in de kinderschoenen. Heel wat Chinezen hebben nog steeds geen internet, maar het groeit snel aan.

85% van e-commerce in China loopt via mobiele telefoon of smartphone. Geen Facebook, YouTube, Google, ... in China. Zij hebben eigen systemen als Tencent, Baidu of het Alibaba platform.”

Uit het publiek kwam uiteraard de vraag naar mogelijkheden voor Belgische grafische ondernemingen in China. “Vanuit mijn consulting heb ik er nog geen ervaring mee, maar opportuniteiten zijn er ongetwijfeld. Het komt er op aan te mikken op unieke producten of technologieën en dan een partnership te zoeken met een sterke en betrouwbare lokale onderneming.”

Info over Horsten en hun diensten via [www.mychinaweb.com](http://www.mychinaweb.com)

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

*Rudi Miseur*  
*Secretaris Febelgra*