

MICHEL
Brul
Picanova



Bezoekers van Het Congres kregen de mogelijkheid om een full body scan te laten maken, met kans op een 3D-geprinte afbeelding van zichzelf. Michel Brul vertelde tijdens de speeddate met Francesca Vanthielen over de commerciële mogelijkheden van 3D-scans.

3D

als marketing tool

Picanova is leverancier van producten die uiteenlopen van gepersonaliseerde wanddecoratie tot foto-boeken en zakelijk drukwerk. De productiefaciliteiten zijn over de hele wereld verspreid, en Michel Brul is verantwoordelijk voor de 3D-activiteiten. "Wij maken 3D-opnamen met sensoren in plaats van foto toestellen. Met de unieke scanner die we hebben ontwikkeld, kunnen we volautomatisch 80 tot 120 mensen per uur scannen. Het resultaat is te gebruiken voor 3D-prints, maar ook om lichaamsmaten op te nemen voor maatkleding, of om een avatar van jezelf te maken voor in een online game."

Het 3D-scannen maakt allerlei verdienmodellen mogelijk. Als voorbeeld vertelt Brul over een scan in dierenwinkels. "We nodigen daar het baasje uit om zijn hond te laten scannen. We stellen daarbij allerlei vragen over het dier en sturen via e-mail een link naar de scan. En naderhand is de uitkomst te benutten voor upsales."

DIANE
Deneyer
Majime



Dankzij nieuwe ontwikkelingen bij smartphones is het veel eenvoudiger geworden om een verbinding te maken tussen papier en beeldscherm. Met het NFC-gebaseerde product Tagly maakt drukwerkintermediair Majime nieuwe marketingtoepassingen mogelijk.

NFC

als marketing tool

Tijdens een inspiratiesessie van VIGC bij HP in Mechelen kreeg Diane Deneyer van Majime het idee om met NFC (Near Field Communication) nieuwe producten in de markt te brengen. "Iemand vertelde daar terloops iets over de NFC-technologie, en ik wist meteen: dat is echt iets voor mij. Ik ben nooit gelukkiger geworden tijdens een event als toen bij VIGC."

Deneyer vertelt dat Majime klanten vooral wil ontzorgen. "Een drukkerij kan niet alles zelf in huis hebben en wij hebben een onafhankelijke positie. Het accent ligt op print, maar Majime biedt totaaloplossingen voor zowel online als offline."

NFC past goed in de visie van Majime. Het is een techniek waarmee over korte afstand op een veilige manier informatie wordt overgedragen via een chip. Deze NFC-chips kunnen bijvoorbeeld in verpakkingen, POS, tickets, naamkaartjes en andere papierproducten worden verwerkt. "Er zijn inmiddels toepassingen in smartphones die het gebruik van NFC eenvoudiger maken. We hebben gekozen voor een product dat de retail versterkt. Retailers verkopen dit product aan hun eindklant."

Met Tagly en Tagly Pro zet Majime zijn NFC-toepassingen in de markt. Het gaat om stickers die de klant op zijn product kan aanbrengen, waardoor gepersonaliseerde communicatie van videoboodschappen tot productinfo, uitnodigingen tot call-to-actions of fotomontages op de smartphone verschijnen. "We zijn er al twee jaar mee bezig. VIGC heeft veel voor ons gedaan. Jos Steutelings was mijn motivator en Fons Put is altijd mijn partner in crime geweest. Dat is precies wat we nodig hebben: partners die ons ondersteunen om ons verhaal naar de klant sterker te maken."