

Agfa Gevaert – Innovating the Printing Industry

Beste lezer, hebt u het bedrijfsbezoek bij Agfa Gevaert niet kunnen meemaken? Ik was zo gelukkig om wel aanwezig te kunnen zijn. En wat een leerrijke avond het was voor mij als marketing student! Hier wil ik graag mijn inzichten met u delen en de mogelijkheden die ik zie voor de toekomst. Veel leesplezier!



HOE BELANGRIJK IS HET OM TE INNOVEREN?

Voor een bedrijf als Agfa is het van groot belang om te blijven innoveren. Ze zitten in een enorm snel groeiende markt die voortdurend verandert. Het is ook een heel competitieve markt. En deze boodschap heeft Agfa begrepen als geen ander. Ze investeren jaarlijks € 146.000.000 in research & development. Hiermee staan ze aan de top in België!

Niet enkel voor Agfa is het van belang om te blijven innoveren. We zitten nu in een stroomversnelling. Alles wordt sneller door de digitalisering en verandert ook sneller. De productlevensloopcyclus duurde vroeger langer. Dus de bedrijven konden ook meer tijd nemen om met een product op de markt te komen. Vandaag de dag zijn de markten zo competitief dat een bedrijf zich dat niet meer kan permitteren.

Met de enorme toestroom aan nieuwe producten op de markt verandert de klassieke levensloopcyclus van een product. Na de eerste “innovators” of “pioneers” die het product aanschaffen kan het even goed zijn dat het product gewoon verdwijnt van de markt en zelfs niet in zijn maturiteitsfase geraakt. Dit heeft tot gevolg voor bedrijven dat ze moeten innoveren om met een product op de markt te komen dat sterk genoeg is.

GAAT DE “PRINT INDUSTRY” UITSTERVEN DOOR DE DIGITALISERING?

“Producing prints on mobiles through the same process.”

Toen ik dit hoorde had ik er mijn bedenkingen bij. Hoe kan Agfa met hun inkt en printers de kranten voorzien op digitale media zoals GSM? Na een paar vragen te stellen aan de mensen van Agfa werd het mij duidelijk. Agfa voorziet niet enkel de hardware maar ook de software die nodig is om een krant uit te printen. Dus de vormgeving en hoe alles op papier komt passeert eerst door de computer vooraleer het op papier komt. Dezelfde software kan worden gebruikt om de kranten op onze smartphone en computerschermen te krijgen.

“95 – 95 – 25”

95% van de mensen brengt 95% van hun tijd door binnen een straal van 25 km rond hun woning. Waarom is dit nu zo belangrijk? De mensen voelen zich nog altijd geconnecteerd met hun lokale omgeving. Als we deze cijfers ter beschikking hebben kunnen we de consument op een heel efficiënte manier bereiken met print media. Ondertussen is dit ook al mogelijk via het internet maar ik denk niet dat de print gaat uitsterven. Het gaat zijn rol aanpassen en een interactie aangaan met de digitale communicatie. Deze verandering zien we nu ook al gebeuren.

DE KANSEN EN MOGELIJKHEDEN VAN INKJET.

Dit was misschien wel het onderwerp dat mijn ogen het meeste deed fonkelen. Agfa heeft in samenwerking met Brouwerij Martens het flesje van het “Kampioenenbier” ontworpen. Het logo wordt rechtstreeks op het plastic flesje gedrukt en kan dus op elk moment worden aangepast. De kost op dit moment voor een printer die tot zoiets in staat is, is nog te groot. Maar dit kan in de toekomst een creatieve tool worden waar wij marketeers alleen maar van kunnen dromen. Ik denk maar aan gepersonaliseerde tassen, ontwerpen op smartphones, laptops.. De mogelijkheden zijn eindeloos

Alexander Lazarev (Karel De Grote-Hogeschool) – oktober 2015
(Alexander studeert marketing aan de Karel De Grote-Hogeschool en is lid van de "ADM redactie by KdG". Over zichzelf geeft hij graag het volgende mee: *"Ik studeer Marketing aan Karel de Grote-Hogeschool. Ik heb beslist om het keuze traject Online Marketing te volgen. Nog nooit in mijn hele studiecarière ben ik zo blij geweest dat ik voor een bepaalde richting heb gekozen. Grotendeels voor mijn toekomst, omdat ik geloof dat in Online enorm veel mogelijkheden liggen, maar ook zeker voor de fun. Ik geraak pas echt gemotiveerd als iets mij boeit. En ik geraak pas geboeid als ik iets leuk vind. En dat is met Online Marketing zeker het geval."* Hij schrijft regelmatig voor de blog van "[The school of Marketing](#)", een blogsite door studenten Marketing van KdG.)