

FROQ BRANDSERVICES GROTE SPELER
'ACHTER' VERPAKKINGSDESIGN

Merk- bewakers

Afgelopen najaar maakte Mick de Reuver de overstap van PROUDdesign naar FroQ brandservices. Hoe komt iemand van een designbureau bij een bedrijf waar het vooral draait om alles ná het design?

'Hier werken veel ex-bureaumensen', zegt Mick de Reuver, Business Unit Director bij FroQ brandservices. 'Niet zo gek als je kijkt naar het ontstaan van FroQ. Dat begon met een vraag van een grote speler of het realiseren van het designtraject slimmer en efficiënter kon. Bij de executiefase zijn vaak veel partijen betrokken om het juiste design in het schap te krijgen. Mét alle consequenties. Denk aan: designimplementatie, dtp, lithografie en drukwerk. Daar komt nog bij dat, zodra een design is goedgekeurd, er in korte tijd veel sku's moeten worden gemaakt wat snel een capaciteitsprobleem geeft. Snelheid en kwaliteit zijn essentieel. Freelancers inschakelen zonder de juiste merkkennis is dan niet efficiënt.'

Geen geschikte partij

Designbureaus Aestron en DBOD staken destijds de koppen bij elkaar met het idee het executiestuk elders te organiseren. Een bureau dus met volledige expertise en aandacht uitsluitend voor het executieproces. Een logische knip zetten tussen het creatieve proces en de executiefase zou het capaciteitsprobleem oplossen en de snelheid vergroten. 'Maar er was geen geschikte partij te vinden', vertelt De Reuver. 'Een partij met een designachtergrond én een grote capaciteit aan packaging dtp'ers en lithografen bestond niet in Europa. Dus



24 uur per dag

FroQ heeft in Nederland, maar ook in India en Nicaragua eigen studio's en daarmee worden alle tijdzones afgedekt. 24 uur per dag dtp-capaciteit dus. 'Vooral India heeft goede design/dtp/3D- opleidingen en er is voldoende capaciteit. Om de lokale opleidingen te steunen geven we daar ook les en bieden we stageplekken. Alleen al in India hebben we nu ongeveer 90 dtp'ers', aldus Mick de Reuver.

zijn ze dat zelf gaan opzetten.' De start-up FroQ kreeg een frontoffice in Nederland en grote studio's in Azië en Zuid-Amerika en ging aan de slag voor meerdere opdrachtgevers.

Retailers, A-merken en bureaus

Nu werkt FroQ brandservices voor veel grote retailers, diverse A-merken en bureaus. Dat kan alleen als alle processen efficiënt verlopen en daar gaat dan ook alle aandacht naartoe. Intern, maar desgewenst ook bij klanten. FroQ is digitaal geboren en het organiseren zit in ons DNA, zegt De Reuver. 'Om het overzichtelijk te maken houden we het graag simpel' en dat is het volgens hem ook. 'Om artwork te kunnen maken heb je een design, stansvorm, tekstbriefing en drukspecificaties nodig. Als die content goed is, garanderen we daarmee foutloos werk - ook wel *first time right* genoemd.' Om de workflow bij de klant soepel te laten verlopen ontwikkelde FroQ samen met klanten een eigen workflow managementsysteem: Packaging Intelligence Management (PIM. Today). Met dit systeem is het gehele project rondom verpakingsontwikkeling te managen. 'Intern werken we op basis van jarenlange ervaring, finetunen en verbeteren. Dat is ook wat iedereen hier leuk vindt. Vakidioten vinden elkaar hier', vertelt De Reuver. 'Klanten vragen ons regelmatig om mee te kijken bij hun processen en we geven les op de HAS, maar ook in India op de universiteit.' FroQ heeft verder 20 projectmanagers bij dochteronderneming GetPact. 'Onze primaire doelstelling is processen te optimaliseren en GetPact helpt merken hun processen inzichtelijk te maken en eventueel te optimaliseren. Daarnaast biedt het projectmanagementdiensten on-site en zorgt GetPact dat projecten gerealiseerd worden.'

'We maken de koppeling
tussen design, print
en contentbeheer'



3D-packshots op basis van een draadmodel en artwork.



Packshot Creators

In de afgelopen jaren is FroQ dus uitgegroeid tot een groep, waarbij FroQ brandservices zorgt voor artwork, pre-print en mock-ups, GetPact voor het projectmanagement, en PIM.Today voor de software. Ook wordt samen met de HAS in Den Bosch een bedrijfsopleiding Packaging Projectmanagement georganiseerd. Sinds kort is een vierde activiteit bij, waarvoor De Reuver medeverantwoordelijk is als Business Unit Director: Packshot Creators. 'We maken onder deze vlag digitale 3D-packshots op basis van ons artwork en wire frames. Er hoeft geen verpakking te worden gefotografeerd. Na goedkeuring van het artwork maken we direct een packshot. Op die manier is de time-to-market korter voor klanten en dat is natuurlijk interessant. Mochten er overigens geen wire frames beschikbaar zijn, dan kunnen we die zelf maken.' Alle metadata gaat in de database, zodat de info voor een nieuw packshot snel kan worden opgeroepen. 'Daardoor zijn we, naast een studio, ook een IT- en contentmanagementbedrijf.'

De Reuver heeft niet lang hoeven nadenken over deze functie. Naast de verantwoordelijkheid voor de nieuwe businessunit is hij ook verantwoordelijk voor het global Heineken-account. Met zijn lange klant- en bureau-ervaring werkt dat uitstekend.

Bureaus uitwisselbaar

De Reuver kijkt terug op een mooie periode bij de designbureau's. Toch heeft hij ook zijn zorgen. 'In de afgelopen 16 jaar



Het managementteam van FroQ.

heb ik weinig ontwikkeling gezien bij de packaging designbureaus. Echte vernieuwing ontbreekt en bureaus worden steeds meer uitwisselbaar. Daarnaast 'vergrijsst' de branche enigszins en is er een beperkte aanwas van jong talent.'

Hij ziet ook andere ontwikkelingen met interesse tegemoet. 'Grote organisaties zetten eigen studio's op en buitenlandse bureaus melden zich op de al overvolle Nederlandse markt. Wat ze gemeen hebben is dat ze packaging design meer zien als geïntegreerd onderdeel van de totale merkcommunicatie, wat resulteert in een meer consistente merkbeleving.' De herinneringen aan zijn werk bij de designbureaus zijn goed. 'Het mooiste is als je van scratch af voor een merk een strategie mag bedenken en die tot leven kan laten komen. Het geeft een enorme voldoening als je zo'n product dan een succes ziet worden. Bij grotere merken is het natuurlijk de uitdaging ze groot te laten blijven of verder te laten groeien. Dan gaat het er meer om een merk relevant te laten zijn voor de doelgroep.'

'Bij FroQ zorgen we ervoor dat designimplementatie gebeurt op de manier dat de intentie van het design behouden blijft. Hiermee zijn we echte merkbewakers en maken we de koppeling tussen design, print en contentbeheer.' De Reuver ziet grote kansen voor de toekomst. 'Zeker als ik naar de interne ontwikkelingen en innovaties kijk. Ik ben nog steeds met verpakkingen bezig, maar op een iets andere manier.'