

Database publishing:

Meer doen met hetzelfde geld

Met database publishing kunnen winkeliers op een efficiënte en voordelige manier folders en ander POS-materiaal vervaardigen, maar van de Nederlandse retailers maakt slechts een paar procent hier gebruik van. Dat stelt Jurrijn Laan, eigenaar van grafisch productiebedrijf Nefli in Haarlem. In een gesprek met RetailTrends doet Nefli uit de doeken wat database publishing is, hoe het werkt en wat het oplevert.

DOOR: WERNER SCHLOSSER

Database publishing is een geautomatiseerde manier om beelden, teksten en prijzen in een (eigen) opmaak te gieten in de behoeve van allerlei vormen van folder- en POS-materiaal, zowel fysiek als digitaal. Diverse partijen bieden in Nederland een dergelijk systeem aan. Een daarvan komt uit de koker van Nefli, dat in 1998 een database publishingpakket introdu-



ceerde en dit sindsdien in nauw overleg met retailers verder heeft ontwikkeld. Het belangrijkste verschil van dit systeem – Webdigital genaamd – met andere systemen is de mogelijkheid tot personalisering: elke klant werkt met een 'eigen' versie van Webdigital die precies aansluit op zijn of haar wensen. Nefli-eigenaar Jurrijn Laan claimt dan ook dat een via dit programma gemaakt product op het oog niet te onderscheiden is van een handmatig gemaakte uiting.

Efficiënter

Hoe meer promotiemateriaal een winkelier uitbrengt en hoe meer hij daarbij gebruikmaakt van 'repetereend beeld' (dat dus in meerdere uitingen terugkomt), des te efficiënter Webdigital voor hem werkt. Onder meer Makro, Kruidvat, Trekpleister en Formido behoren tot de

'De retailer hoeft zijn bedrijf niet aan te passen, wij passen ons systeem aan'

retailers die op Webdigital zijn overgestapt. "Voor kleinere retailers, met weinig uitingen, is het systeem vaak niet lucratief. In die gevallen kan Nefli's ontwerpstudio Voici Design het complete traject handmatig verzorgen."

Henk Jansen, algemeen directeur bij Nefli, benadrukt dat winkelorganisaties door het inzetten van Webdigital niet direct meer gaan verkopen, maar dat het interne

■ DE VOORDELEN VAN DATABASE PUBLISHING OP EEN RIJ

- Automatiseert zestig tot zeventig procent van het productieproces met behoud van vrijheid en creativiteit
- Waarborgt de continuïteit van de kwaliteit
- Reduceert kosten
- Verkort het tijdsbestek
- Beperkt de kans op fouten
- Verhoogt de controle op taken en uitvoerenden



processen structureert, doorlooptijden verkort en foutpercentages vermindert. "Het kan zijn dat je met minder fte's hetzelfde of zelfs meer werk kunt verrichten." Het verdient zichzelf dus via kostenbesparingen terug en levert vervolgens budget op voor bijvoorbeeld (meer) online-marketing of een tv-campagne. "Men kan meer doen met hetzelfde geld", vat hij samen.

Inventarisatie

Aan werken met Webdigital gaat een uitvoerige inventarisatie vooraf. Jansen legt uit: "Bij alle afdelingen van een opdrachtgever – van inkoop tot reclame/marketing – wordt uitvoerig geïnventariseerd wat de wensen, eisen en huidige werkwijze zijn. Op basis daarvan wordt het systeem voor de winkelier ingericht. Uitgangspunt is om zo nauw mogelijk aan te sluiten op de bestaande workflow van de retailer en de hardware en software die hij al heeft draaien. Vervolgens gaan alle werknemers via Webdigital werken en worden alle mutaties in één en hetzelfde document aangebracht."

Dit document wordt gevoed vanuit een database, die op een beveiligde server staat. Daarin zijn alle beelden, teksten en prijzen opgeslagen en via een unieke code aan elkaar gekoppeld. Op die manier worden aanpassingen automatisch overal doorgevoerd. Via synchroni-

satie met bijvoorbeeld inkoop-, administratie- en kassasystemen bij de klant wordt de database continu actueel gehouden.

Webdigital is een modulaair systeem bestaande uit een beeldbank en opmaak, dat dus het grootste deel van het vervaardigen van folders of POS-materiaal automatiseert. Dit gebeurt op basis van plannings en parameters die van tevoren door de retailer zijn ingegeven, zoals omzetprognoses per pagina. De database wordt in principe volledig door de winkelier gevuld en onderhouden. Echter als Nefli in opdracht van de klant beeldmateriaal verzorgt, kan de eveneens aan Nefli gekoppelde fotostudio Casper Lourens dit ook zelf in de beeldbank zetten. En als is afgesproken dat Voici Design de definitieve vormgeving voor zijn rekening neemt, heeft uiteraard ook de ontwerpstudio toegang tot de database. Maar alleen de retailer

'Bij winkeliers die het goed inzetten, (her)structureert database publishing de workflow'

■ VOLOP TOEKOMST

Henk Jansen ziet de toekomst van database publishing zonnig in. "Webdigital is nooit af. In overleg met onze klanten worden er constant nieuwe features toegevoegd. Het systeem zal de komende jaren nog intelligenter worden. Denk bijvoorbeeld aan het koppelen van productinformatie aan het gedrag van consumenten of aan klantenkaartdata, of aan de toevoeging van bewegend beeld. Tevens zal het desgewenst meegroeien naar online platformen."

past prijzen en teksten aan, stelt pagina's samen, verschuift producten op de pagina's, wijzigt de grootte van afbeeldingen of brengt kleurfonts aan. Als de pagina's definitief goedgekeurd zijn, wordt een certified PDF gemaakt die naar de drukker gestuurd wordt of online wordt gezet.

"Werken met Webdigital maakt processen inzichtelijker en makkelijker", stelt Jansen. "Zo kan bijvoorbeeld naar voren komen welke medewerker al dan niet stelselmatig informatie te laat aanlevert. Ook is het mogelijk 'vooruit te werken' door producten in een keer in meerdere toekomstige folders te plaatsen. De hele projectstroom wordt dus geoptimaliseerd, waarmee forse besparingen te behalen zijn."

Geen specifieke kennis

Om met het systeem te kunnen werken hebben medewerkers geen specifieke kennis nodig. Jansen: "De retailer hoeft zijn bedrijf niet aan te passen, wij passen ons systeem aan aan de systemen en workflow van de winkelier. Daardoor blijven werknemers doen wat ze al deden, maar dan in Webdigital. Met één of twee trainingsdagen heeft men het onder de knie."

Jurrijn Laan voegt toe dat werken met Webdigital de procesgang bevordert: "Het levert tijd- en kostenreductie op en verhoogt de controle. Bij klanten die het goed inzetten, (her)structureert database publishing de workflow, met meer efficiency tot gevolg. Zowel Nefli als de retailer investeert continu in het systeem. De praktijk wijst dan ook uit dat contracten vaak voor langere tijd worden aangegaan."

Voor Nefli is Webdigital een levensader geworden, geeft Laan aan. "Net als bij onze afnemers worden alle onderdelen van ons bedrijf erdoor gevoed. Daardoor is circa zestig procent van onze omzet op een of andere manier aan Webdigital gerelateerd." De introductie van het systeem heeft Nefli enorme besparingen opgeleverd, meldt Laan, waardoor ze op een gezonde wijze scherpe tarieven kunnen bieden. Mede daardoor is het programma volgens Henk Jansen 'drie tot vier keer zo goedkoop als concurrerende systemen' ■