

FROQ REEDS VIJFTIEN JAAR DESIGN & PACKAGING

PARTNER VAN ALBERT HEIJN





Al vijftien jaar de FroQ-directie v.l.n.r.: Maureen Beerepoot, Richard Veldhuizen, Edgar van der Velde

FROQ BRANDSERVICES IS SPECIALIST IN PACKAGING DESIGN & EXECUTIE, NU REEDS VIJFTIEN JAAR. VANAF DE START IS ALBERT HEIJN EEN BELANGRIJKE OPDRACHTGEVER VAN HET BEDRIJF, DAT IN 2006 VOLLEDIG DIGITAAL EN PLAATSONAFHANKELIJK WERD OPGEZET ALS START-UP. SINDSDIEN DAGEN DE TWEE BEDRIJVEN ELKAAR CONTINU UIT; ALBERT HEIJN EN FROQ WILLEN BEIDE ALTIJD VOOROP LOPEN. FROQ BEHOORT TOT AHOLD DELHAIZE LEAD AGENCIES EN ONLANGS IS DE SAMENWERKING WEDEROM LANGDURIG VERLENGD. TER GELEGENHEID VAN DIT NIEUWS, VERTELLEN MAUREEN BEEREPOOT, DIRECTEUR EN MEDE-OPRICHTER VAN FROQ, EN JEROEN PROVOOST, DIRECTOR DESIGN & OWN BRANDS BIJ ALBERT HEIJN ONS MEER OVER HET PARTNERSCHAP: "WIJ ZIJN SPARRINGPARTNERS OM SNELLER, FLEXIBELER EN BETER TE WORDEN."

Hoe het vijftien jaar geleden allemaal begon: Twee bestaande design studio's werden samengevoegd door Edgar van der Velde, Richard Veldhuizen en Maureen Beerepoot. Hun grootse ambities met de digitale packaging start-up werden direct omarmd door de toenmalige Design Manager van Albert Heijn. Zodoende is de supermarktketen klant geworden en gebleven.

SERVICEGERICHTE PARTNER VOOR HET ARTWORKPROCES

Jeroen Provoost werkt nu reeds tien jaar bij Albert Heijn en benadrukt de waarde van deze langdurige samenwerking: "Het vertrouwen dat je in elkaar hebt opgebouwd door de jaren heen, is ongeëvenaard. Die sterke basis maakt dat je precies weet wat je aan elkaar hebt. Voor ons bij Albert Heijn is het bovendien heel waardevol dat FroQ als partner bovengemiddeld servicegeoriënteerd is. Dat helpt ons bij het oplossen van de uitdagingen waar wij in dit vakgebied dagelijks voor komen te staan."

Maureen gaat dieper in op de complexiteit van het packaging design-proces. "Het begint bij een nieuw idee: een nieuw product dat moet worden uitgewerkt. Vanaf het moment dat het idee wordt geboren, wil onze klant het

natuurlijk zo snel mogelijk op de schappen hebben staan. Dat is ook logisch, maar het proces is te complex om dit binnen een week te realiseren", weet ze. "Er komen heel veel verschillende partijen bij kijken, die allemaal hun eigen aandeel hebben. Als FroQ vormen wij voor onze klanten die laatste schakel waar alle puzzelstukjes worden samengevoegd. Alle facetten komen bij ons samen zodat wij onze klanten volledig kunnen ontzorgen in dat stressvolle, deadline-gebonden eindproces. En dan bovendien op een hoog kwaliteits- en serviceniveau. Onze mensen vinden het leuk om honderd dingen tegelijk te doen en snel te schakelen en daarbij onze klanten ervan te verzekeren dat het allemaal zo optimaal mogelijk vorm krijgt. Daar is ons bureau voor opgericht."

UITGEBREIDE EXPERTISE

Ook qua expertise zit het bij FroQ goed, verzekert Jeroen: "Ieder project en zelfs ieder product is uniek. Maar omdat FroQ dermate veel expertise en ervaring heeft in dit vakgebied, beschikken zij over enorm veel breed toepasbare kennis en kan steeds het ene project worden verbonden met het andere project. Het gaat om het delen van de best practices, dat doen zij als de beste."

Een ander belangrijk aspect van het werk van FroQ is merkbewaking. De experts bij FroQ bewaken de merkconsistentie van hun klanten bij elk nieuwe project. "Het is voor ons een prettig idee dat wij er altijd op kunnen vertrouwen dat FroQ als een soort gatekeeper, een laatste controle uitvoert zodat elk product dat wij op de markt brengen uiteindelijk in lijn is met ons merk zoals het is bedoeld", aldus Jeroen. Maureen licht toe: "Wij hebben hiervoor binnen ons bureau een uitgebreid knowledge centre, waar elk merk tot in de puntjes gedocumenteerd staat. Zo kunnen wij onze klanten ervan verzekeren dat ieder van ons dezelfde merkkennis heeft en kan toepassen."

EEN PRIJSWINNEND PRAKTIJKVOORBEELD

Afgelopen jaar heeft Albert Heijn een volledige redesign uitgevoerd op het Excellent feestassortiment, een categorie-overstijgend assortiment met verschillende productgroepen met betrekking tot Kerst en Pasen. Dit project werd in de zomer gestart, wetend dat de deadlines vlak na de zomer liggen om de introducties met Kerst te halen. Jeroen: "Wij kunnen op FroQ vertrouwen, daarom durven wij zo'n ambitieus plan wel aan. In korte tijd hebben wij het voor elkaar gekregen zo'n tweehonderd producten van een nieuw jasje te voorzien – inclusief 3D packshots en doorvertaling naar alle communicatiemiddelen. Hier zijn wij enorm trots op én deze prestatie is bekroond met een Vertex-award. We hebben deze internationale designprijs gewonnen binnen het categorie-overstijgende 'limited edition'-segment."

VIJF GELIEERDE BEDRIJVEN

FroQ is enorm gegroeid; vijftien jaar geleden begonnen zij met 20 fte, inmiddels zijn dat er maar liefst 175 wereldwijd. Met dit team van specialisten vervullen ze al jaren een prominente rol in de totale keten en als 'thoughtleader' proberen ze altijd voorop te lopen qua kennis en innovatie. Als specialist in packaging design & packaging opereert FroQ volledig achter de frontlinie van de creatieve designbureaus. Maureen omschrijft het als volgt: "Designbureaus zijn de architecten, FroQ is de aannemer inclusief de bouwbegeleider die zorgt dat alle huizen op de allerbeste manier zo snel mogelijk gebouwd worden. Met een uitgekiend concept van diensten, uitgevoerd door vier gelieerde bedrijven FroQ, GetPact, PIM.Today en Packshots Creators met de focus op het organiseren en optimaliseren van de volledige uitvoering van de verpakking."

GETPACT EN PIM.TODAY

Na de eerste jaren van groei hebben de experts van FroQ tien jaar geleden GetPact opgericht vanuit de klantvraag of zij ook ervaren packaging project managers konden leveren die tijdelijk of permanent, vaak op locatie van de klant konden helpen in de begeleiding van packaging projecten. Maureen vertelt dat dit ook bij Albert Heijn het geval is.



Jeroen Provoost, Design Director bij Albert Heijn

FroQ is dagelijks in gesprek over ontwikkelingen en mogelijkheden met betrekking tot het artworkproces van verpakkingen. Dit bracht hen bij de opstart van een eigen packaging workflow tool: PIM.Today. "De vraag van onze opdrachtgevers was heel duidelijk: Geef me grip op mijn interne proces! Dus hebben we samen met onze klanten een workflowtool ontwikkeld waar onze klanten intuïtief, zonder training of een enorm lange implementatietijd efficiënt en effectief mee kunnen werken. Zeker in de huidige tijd waarbij veel vanuit huis, online met elkaar wordt samengewerkt is de tool onmisbaar geworden om alle packaging projecten te begeleiden en te beheren. GetPact en PIM.Today worden geleid door Edward Fuchs en opereren vanuit locatie Amsterdam Noord."

Vertex-award Albert Heijn



PACKSHOTS CREATORS

Als je zo diep met je wortels in de executie zit als FroQ zie je allerlei kansen en optimalisaties in het proces: “Jaren geleden ontstonden fotorealistische animaties in de gaming industrie. Wij hebben daarin de koppeling gelegd naar packaging en hebben hiervoor in 2017 Packshot Creators opgericht. In deze studio onder leiding van Mick de Reuver werken nu ongeveer veertig fte en hebben we alle mogelijke draadmodellen (wireframes) om 3D packshots, Mobile Ready Hero Images, packshots 'Plus' en korte animaties te kunnen maken, direct na goedkeuring van het artwork. Op deze manier is het beeld beschikbaar ver voordat de verpakking gedrukt is en de fysieke afgevolde verpakking beschikbaar is.”



Als klant van het eerste uur benoemt Jeroen dit als een grote toegevoegde waarde van FroQ als partner in design & packaging. Maureen legt uit: “Het artworkbestand dat naar de drukker wordt gestuurd, kunnen wij nu als het ware digitaal in elkaar vouwen zodat er een digitaal packshot kan worden gemaakt. Daardoor elimineren we het tijdrovende proces van drukken, wachten, vouwen, fotograferen van de dummies. De snelheid die wij hiermee garanderen is voor onze klanten een groot voordeel.” Jeroen beaamt: “Als het nodig is, kan het met Packshots Creators in 24 uur worden geregeld, terwijl het anders wel een week of zelfs langer zouden duren, afhankelijk van eerste producties en leveringen. Bovendien zijn wij er op deze manier van verzekerd dat wij altijd actuele bestanden digitaal hebben en nooit werken met achterhaald beeldmateriaal. Deze packshots – die bovendien in elke hoek kunnen worden gedraaid en vanuit elk perspectief kunnen worden bekeken – kunnen wij direct online inzetten op de website en social media.”

Bij deze innovatie kwam de vooruitstrevendheid van beide organisaties opnieuw samen. Het ontwikkelen van deze tool had heel wat voeten in de aarde, maar Albert Heijn twijfelde geen moment om hieraan mee te werken. “We blijven elkaar uitdagen: zonder wrijving geen glans! Mijn inziens komen daar ook de beste ideeën en partnerschappen uit voort”, aldus Maureen. “Ik ben ook enorm trots dat wij dit soort samenwerkingen hebben en klanten aantrekken die ook óns versterken in onze ontwikkelingen. Zo blijven wij voorop lopen.”

DE TOEKOMST IS DIGITAAL

Maureen vertelt dat het in 2006 nog best ingewikkeld was om uit te leggen dat zij als bedrijf wereldwijd digitaal met elkaar samenwerken als kernkwaliteit hadden. Anno 2021 werkt iedereen online en is het geen issue meer. “Toch hebben veel bedrijven het afgelopen jaar wel wat moeite gehad met de overstap naar het (volledig) digitale landschap, maar bij FroQ was dat al de norm, dus dat is nagenoeg geruisloos verlopen. Daarvoor verdienen zij een groot compliment”, vindt Jeroen. Maureen: “Onze digitale voorspog is inmiddels zo groot dat we blijvend voorop zullen lopen, daar zijn we van overtuigd. FroQ’s digital director Michel Jansen bouwt aan onze verdere stappen op gebied van content orchestration. Verpakkingen ontwikkelen we al lang niet meer alleen voor op het schap. Er is een hele generatie al geboren die hun eerste merkcontact online beleven. En ook daarin speelt FroQ een cruciale rol. Wat dat betreft is innovatie voor ons in de toekomst verdeeld over die assen: andere marketingproducten, andere systemen en andere landen. Op elk gebied liggen kansen die wij verkennen. Daar zijn we al volop mee bezig, maar kan ik nog niets over verklappen.”

Maureen over de toekomst: “Onze droom blijft, ook na vijftien jaar: het totale (online) executie proces zo organiseren en ondersteunen dat onze opdrachtgevers zich volledig kunnen richten op hun merk.”

PARTNERSCHAP

Over het verlengen van het partnerschap vertelt Jeroen: “Natuurlijk moet je een open vizier houden, maar we werken zo fijn samen en we zijn zo tevreden over de dienstverlening dat er geen reden is om een andere partner te zoeken. We kiezen graag voor de flexibiliteit, service, snelheid, consistentie in het werk en expertise in het vakgebied die FroQ te bieden heeft. Bovendien past de continue zoektocht naar ontwikkeling, groei, innovatie en digitalisering perfect bij de ambities van Albert Heijn. Samen vormen we een geoliede machine, dus die laten we de komende tijd zeker draaien.”

Al met al mag het duidelijk zijn dat Jeroen en Maureen de komende jaren gezamenlijk zullen blijven werken om de verpakkingketen verder te optimaliseren. Hun credo: ‘Teamwork, makes the dream work’.

Meer informatie: FroQ brandservices
Tel. +31 (0)30-2476080 | www.froq.nl