

Wanneer de 3D-druk merken inspireert

Aurelia Ricciardi |

De 3D-productie of de additieve productie vindt nicheafzetgebieden in heel wat sectoren, waaronder de communicatie en marketing. Productlanceringen, evenementen, nieuwe 3D-diensten ... de 3D-druk ontpopt zich op uiteenlopende domeinen tot een echt marketinginstrument. Grote merken zoals Coca-Cola, Volkswagen, Belvita of nog de Belgische verzekeraar DVV bewijzen dat met creatieve campagnes die de gebaande paden verlaten.



Photo Coca-Cola mini-me

Coca-Cola schreef geschiedenis toen het bedrijf in 2013 zijn miniflesje op de Israëlische markt lanceerde. Nadat de consument een mobiele app gedownload had, kon hij een miniatuurversie van zichzelf creëren. En wie geluk had, kreeg bovendien een in 3D gedrukt beeldje van zichzelf aangeboden. Dat beeldje werd vervaardigd op basis van de 3D-scan die ze met de app gemaakt hadden.

Zulke initiatieven hebben succes in de evenementensector. Xeikon bijvoorbeeld heeft dat tijdens de opendeurdagen Xeikon Café in 2017 ondervonden. In een transporteerbare scannerca-

sis van die scans een beeldje gecreëerd. In het raam van een bedrijfsevent zijn dergelijke figuurtjes een middel om de bedrijfs-cultuur te versterken.

Auto's personaliseren

Sinds kort biedt Mini de nieuwe dienst 'Mini Yours Customized' aan waarmee de eigenaars van een Mini een reeks van personaliseerbare elementen kunnen

zullen monteren, gestuurd. Om dat mogelijk te maken, gaat de eigenaar van een Mini naar een configurator online. Personaliseerbare elementen zijn onder andere de inserts op de spatborden vooraan, het inzetstuk op het instrumentenbord langs de passagierskant, de verlichte deurdrempels of nog led-deurlampen. De klanten kunnen de onderdelen met een tekst of een motief personaliseren. Naast de



bine werd op de plaats van het evenement een 360 °-scan van de bezoekers gemaakt. Nadien werd met een 3D-printer op ba-

creëren. Die worden door Mini in 3D gedrukt (in Duitsland) en direct naar de klanten of naar de partnerdealers die de elementen

3D-druk wil Mini ook de techniek van de lasergravure gebruiken om de verlichte deurdrempels te personaliseren.



Enkele jaren geleden al, nog voor Mini, had Volkswagen ook al een beroep op de 3D-druk gedaan. In Denemarken had Volkswagen al aangeboden om in het raam van een wedstrijd de macquette van een Polo te per-

configurator voor de Fabia. Vooraleer definitief een model te bestellen, had de klant niet alleen de mogelijkheid om een testrit te maken, maar ook om een schaalmodel van zijn geconfigureerde auto te bestellen.



sonaliseren in de kleuren die de klant verkiest. De klant kon zijn eigen versie creëren door op een speciale website de kleur en de layout van de motieven te selecteren. 40 ideeën werden in 3D gedrukt en in Kopenhagen tentoongesteld. In 2015 was het de beurt aan dochteronderneming Skoda om het experiment te herhalen. Bij de lancering van de nieuwe Fabia had de constructeur een 3D-print van de toekomstige modellen voorgesteld binnen de promotiecampagne 'Print My Fabia'. Skoda had toen de stap van de 3D-druk toegevoegd aan zijn klassieke

De campagne #MorningWin van BelVita

Met zijn campagne #MorningWin wou BelVita, een producent van ontbijtkoekjes, aantonen dat elk ontwaken een overwinning is en geen vervelende routine. Daarom vroeg BelVita zijn fans om onder de hashtag #MorningWin te twitteren wat ze 's ochtends doen. De beste tweets en verhalen onder die hashtag werden door acteurs nagespeeld terwijl een 3D-scanner de scène registreerde. Een trofee met een figuurtje die de



actie uitbeeldt (vervaardigd met de 3D-techniek), werd vervolgens naar de winnaars gestuurd. De andere deelnemers kregen een virtuele 3D-trofee. Met die innoverende campagne waarbij de sociale media en de 3D-druk gemengd werden, heeft het koekjesmerk nieuwe aanhangers kunnen winnen.

DVV maakt verzekeren leuk

De Belgische verzekeringsmaatschappij DVV/Les AP maakt op haar beurt van de 3D-print gebruik om huissleutels te kopiëren. De verzekeraar stelt geïnteresseerden voor om hun huissleutels te scannen zodat er een beveiligde kopie in het gegevensbestand van de verzekeraar bewaard kan worden. Wanneer de klant zijn sleutels verliest,

krijgt hij toegang tot het bestand en kan hij zijn sleutels in een lokale 3D-printshop laten dupliceren. In de promotievideo ziet men meer bepaald de Brusselse 3D-winkel modell'o die met de deskprinter Makerbot uitgerust is. De dienst is beschikbaar via de site Keysave.be. Voor wie vreest dat zijn sleutel te gemakkelijk nagemaakt zou kunnen worden, heeft het Zwitserse bedrijf UrbanAlps op zijn beurt een nieuw systeem van onscanbare sleutels ontwikkeld die niet via 3D-print gekopieerd kunnen worden. Met die technologie die 'Stealth Key' gedoopt werd, wordt een sleutel met een extern reliëf en interne holtes gemaakt zodat het onmogelijk is om de sleutel op basis van een foto of een scan te reproduceren. ■

