

NIEUWE WEGEN IN COMMUNICATIE

Een vijftal Xerox Premier Partners profileerden zich vorige week in de Heineken Music Hall

richt zich op marketeers. Een belangrijke doelgroep voor toepassingen van Printing on

Demand. Maar de praktijk leert dat deze, vaak nog jeugdige, professionals nog lang niet voldoende op de hoogte zijn van alle mogelijkheden met *the New Business of Printing*. Xerox greep deze nieuwe beurs met seminars aan om daar verandering in aan te gaan brengen en liet de uitvoering over aan een aantal van haar trouwste partners. Die maakten van de gelegenheid gebruik om de mooiste toepassingen te laten zien en de succesverhalen daarachter te delen met de belangstellenden. Het unieke experiment pakte goed uit. Pondres, Impress, De Budelse, GCC en gouden POD Award winnaar Zelos verkondigden collegiaal,

gezamenlijk tijdens Marcom07. Dit nieuwe evenement, een initiatief van de Adformatie Groep,

eendrachtig en enthousiast het moderne evangelie over de nieuwe wegen in communicatie. (PZ)



Staan, vanaf links: Nico Veenendaal (De Budelse); Koos Halkes (Impress) en Loes de Vlaam (Pondres). Zittend: Leo Harpe (Pondres); Harry Wildschut (GCC); Paul van Tol (Zelos) en Steve Hustinx (Xerox)