

```
cnt = obj[o].value
```

```
refreshing = true;
```

```
}
```

```
obj = document.getElementsByName("template")
```

```
function callback() {
```

```
if(obj[o].value == tmpl)
```

```
    tmpl = obj[o].value
```

```
    refreshing = true;
```

```
    req.send(vars);
```

```
    req.responseText;
```

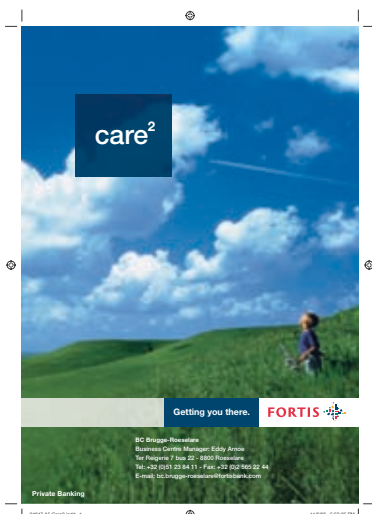
```
}
```

```
refreshing = false;  
refreshPending)  
refreshPending
```

■ Fortis en de bijkantoren

Communicatie persoonlijker maken

Fortis is een internationale financiële dienstverlener in bankieren en verzekeren. Vanuit het Belgische hoofdkantoor wil de afdeling Media Processing de communicatie vanuit de bijkantoren van Fortis in België stroomlijnen en persoonlijker maken. Dat gaat volgend jaar gebeuren, mede dankzij Adobe InDesign Server.



Het juiste gebruik van de huisstijl is erg belangrijk voor de uitstraling van Fortis.

Fortis heeft allerlei afdelingen, voor onder andere de retailactiviteiten, private banking, commercial banking, verzekeringen enzovoort. Al die onderdelen voeren communicatie op hun eigen specifieke manier. De afdeling **Media Processing** van Fortis in België realiseert communicatie-uitingen voor de interne klanten van Fortis, zoals voor de verschillende bijkantoren in het land. **Media Processing** wil de mogelijkheid kunnen bieden aan de kantoren om op een meer gepersonaliseerde manier hun communicatie te voeren.

Hans Peeters, Team Coördinator van **Media Processing**, is verantwoordelijk voor de oplossing die is gere-

aliseerd om de meer persoonlijke communicatie van de bijkantoren mogelijk te maken. Wat Peeters betreft is onder andere het juiste gebruik van de huisstijl daarbij van groot belang. 'De belangrijkste reden voor dit project is om lokale communicatie mogelijk te maken. We willen dichterbij onze klanten komen en op maat gemaakte communicatie is daarvoor een middel. Wij willen echter dat de lokale campagnes dezelfde uitstraling hebben als de nationale. Vanuit het bijkantoor moet men dan bij ons een aangepaste inhoud kunnen bestellen, die een weerslag is van de op dat moment lopende campagne. We voorkomen daarmee dat de kantoorbeheerder een oude advertentie opduikt van campagnes die al lang niet meer lopen met een branding die niet meer klopt; of dat de plaatselijke drukker of vormgever snel iets ontwerpt wat niet gelijk is aan de huisstijl die Fortis gebruikt. Het juiste gebruik van de huisstijl is erg belangrijk voor de uitstraling en het in de markt zetten van Fortis.'

Branding rules

De oplossing voor het persoonlijker maken van de uitingen van de bijkantoren met behoud van de huisstijl van Fortis bestaat uit een InDesign Server-omgeving, gerealiseerd door **Digital Media Partners**, die wordt gekoppeld aan een front-end applicatie die binnen de bank werd ontwikkeld. Het front-end staat in voor een aantal zaken, waarvan de identificatie van de gebruiker heel belangrijk is. Door

die identificatie krijgt de medewerker alleen die dingen te zien die voor zijn of haar taak van belang zijn. Peeters: 'Een medewerker van retail krijgt precies de templates te zien die voor retail beschikbaar zijn. Alle templates zijn ontworpen door ons designteam en zijn ook gevalideerd op branding, op het juiste, correcte gebruik van de huisstijl. Wij voegen in de templates variabelen toe die de interne klant kan aanpassen. Vervolgens krijgt hij een PDF te zien van het uiteindelijke resultaat. De interne klant kan deze dan goedkeuren, waarna er een PDF of drukwerk aan de klant wordt geleverd. We kunnen door deze nieuwe werkwijze in de toekomst aan de kantoren heel snel campagnemateriaal aanbieden dat bijvoorbeeld maar drie weken aanwezig is voor een specifieke actie. Wanneer de campagne afgelopen is, verdwijnen de templates en kunnen er geen "foute" advertenties meer worden gemaakt.'

'We willen dat alle communicatie van de kantoren verloopt op een eenduidige manier, conform de huisstijlregels, de branding rules van Fortis en conform de campagnes zoals die op dat moment gevoerd worden. Een kantoor kan communicatie voeren die gerelateerd is aan een campagne, aan de branding rules, maar met voldoende eigen invloed. De huidige manier van werken, waarbij al een beperkte mate van personalisering mogelijk was, was te star en bood te weinig mogelijkheden vergeleken met de InDesign-engine. We werken bij Fortis al met InDesign, het is hier een standaard. De keuze voor InDesign Server lag daarom voor de hand. De oplossing die **Digital Media Partners** voorstelde, was binnen de standaarden van de **Fortis-bank** eenvoudig in te voeren.'