



Het jonge bedrijf Nlisis Chromatography heeft alle aspecten van zijn merk- en designstrategie in één keer laten ontwikkelen want het draagt positief bij aan het imago van de onderneming wanneer de visuele identiteit, het productdesign en de ruimtelijke vormgeving een coherent beeld vormen. En als startend bedrijf moet je je natuurlijk direct overtuigend neerzetten.

Tekst: Marc Vlemmings

Merk en design in één hand ontwikkeld



DE MELFIT ONE VAN NLISIS

Wereldwijd zijn er dagelijks een paar miljoen chemisch analisten bezig om stoffen te onderzoeken met behulp van gaschromatografie. Bij deze technologie wordt een stof verhit en onder druk door een glazen buis, een zogeheten capillaire kolom, gevoerd. Zo worden de bestanddelen in de stof gescheiden. In de voedingsmiddelenindustrie, de petrochemie, en bij farmaceutische bedrijven kan men niet zonder gaschromatografie voor de analyse van de grondstoffen. Ook vervuiling van het milieu wordt zo geanalyseerd.

De glazen kolommen, die zes tot tien meter lang zijn met een doorsnede van ongeveer één millimeter, moeten regelmatig van een nieuw voorstuk worden voorzien, omdat daar vervuiling kan optreden. En soms moet een kolom gesplitst worden om een bepaalde stof af te

vangen. In beide gevallen moet de analist dan een glazen buisje koppelen aan de kolom. Dit is een precisiewerkje dat veel tijd in beslag neemt en vaak misgaat.

Nlisis Chromatography uit Veldhoven lanceerde in 2008 de Melfit One, een apparaat dat binnen een paar minuten twee buisjes bijna volautomatisch naadloos en lekvrij kan verbinden. Dit gebeurt door over de twee te verbinden delen een glazen mof te schuiven. Door verhitting smelten de mof en de twee delen van de kolom samen.

Het bedrijf komt voort uit een door de Nederlandse overheid ingestelde taskforce die de mogelijkheden van gaschromatografie onderzocht. En met succes, ze leverde zoveel ideeën voor nieuwe producten op, dat men in 2006 besloot een bedrijf op te richten.

DOORBRAAKTECHNOLOGIE

De Melfit One lost problemen op in de gaschromatografie, maar er zijn er meer problemen waarvoor Nlisis oplossingen wil ontwikkelen. 'Er zitten al nieuwe producten in de pijplijn', meldt Paul Heere, de marketingman van Nlisis. Dat was een van de redenen waarom het bedrijf relatief veel geïnvesteerd heeft in zijn merk- en designstrategie. Voor de komende producten is nu al de vormtaal gecreëerd. Heere geeft nog een reden: "De Melfit One is een doorbraaktechnologie in een gevestigde markt, waar grote partijen de apparatuur leveren en grote partijen de apparatuur gebruiken. Je moet als klein bedrijf acceptatie zien te verwerven in de markt. Hiervoor heb je een sterk merk nodig, dat aan de ene kant communiceert dat dit bedrijf het anders doet dan de andere merken, en aan



Winnaars DME Award 2008

Het jonge bedrijf NLSIS Nlisis heeft zijn design management (DM) strategie direct zo goed opgezet dat het in juni dit jaar de internationale jury van DM experts met verve overtuigde. Het won een DME (Design Management Europe) Award 2008 in de categorie First time design projects, evenals Sens Umbrellas (micro) en Vacuvin (small). Voor de Gemeente Amsterdam (NGO/NPO) en TNT Post (large) bleef het bij eervolle vermeldingen.

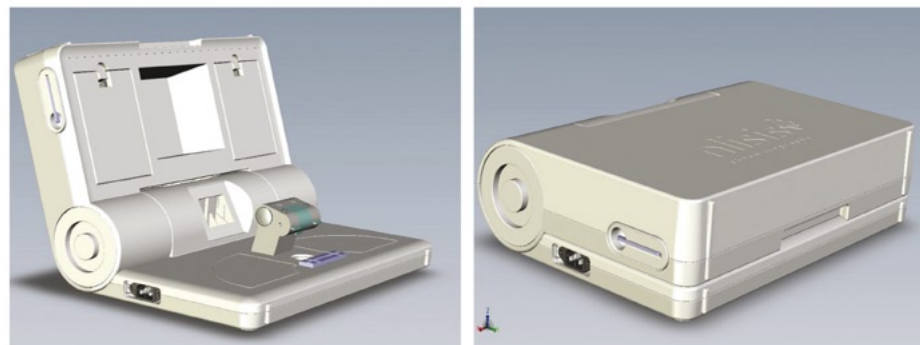
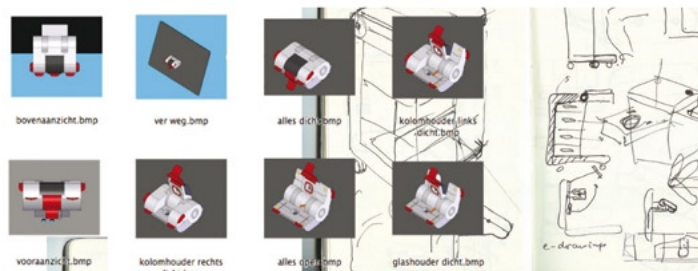
Een hele prestatie voor het Nederlandse bedrijfsleven, dat vorig jaar buiten de prijs viel, en het nu succesvol opnam tegen kandidaten als Kärcher (D), Virgin Atlantic (UK), RATP (F), Eva (DK), KTM Powersports (AU). In totaal namen 14 Nederlandse bedrijven deel aan de Europese uitverkiezing van meest succesvolle organisatie door goed design management.

Op 13 oktober beklommen de (kandidaat) winnaars het podium tijdens de uitreiking van de DME Award in Wales Millennium Centre in Cardiff, op 21 oktober verwachten we ze terug in Eindhoven tijdens het forum Hooked on Design met uitleg over het geheim van hun succes.

Andere Nederlandse deelnemers: Philips*, Robeco* en Hema* (Large), Marlies Dekkers* en Vescom (Medium), Grapedistrict* en Studio Schrofer (Micro), de Socialistische Partij* (NGO) en Powerbrands (First Time Design Projects). Volgend jaar vindt DME Award in Eindhoven plaats.

*) deze bedrijven zijn voorgedragen voor Nederlandse deelname aan DME door een jury van Nederlandse DM experts

DME AWARD DESIGN MANAGEMENT EUROPE



de andere kant de markt bevestiging geeft." Deze bevestiging hebben afnemers nodig, want de gaschromatografiebranche is zo zwaar gereguleerd dat men niet snel met een partij in zee durft te gaan die te veel afwijkt van wat gebruikelijk is. Bij de ontwikkeling van de merk- en designstrategie is daarom voortdurend een groep van experts uit deze branche betrokken geweest.

VORMTAAL

De merkidentiteit en vormtaal voor de producten zijn mede ontwikkeld door Zilver Brand Driven Innovation, het bureau van Erik Roscam Abbing. De aan de TU Delft tot industrieel ontwerper opgeleide adviseur heeft een methodiek ontwikkeld waarin het merk centraal staat in de designstrategie. Dat was precies waaraan Nlisis behoefte had,

vertelt Heere. "Erik heeft het hele proces om te komen tot de merkidentiteit en de merkuitingen opgezet. Het merk heeft allerlei verschijningsvormen. Dat begint bij de naam en het beeldmerk, en vervolgens heb je de productvormgeving, de website, de advertenties en de presentatie op beurzen; ofwel alle contactmomenten die je als merk hebt met je klanten. Telkens hebben we ons afgevraagd waar we ons willen laten zien en hoe we ons willen laten zien."

De concrete vormgeving van alle merkuitingen van Nlisis is gedaan door de aan Zilver gelieerde bureaus Designest en Nandooh. De Meltfit One is ontworpen door Total Support, Simac en Faes. Volgens Heere onderscheidt Nlisis zich van andere merken in de analytische chemie zowel door zijn veelkleurige merkidentiteit als door de vormtaal van de Meltfit One.

"De rondingen en de cirkels van de Meltfit One vind je niet bij de producten van andere aanbieders. Hun producten zijn vaak crèmekleurig, terwijl wij gekozen hebben voor strak wit gecombineerd met gepolijst aluminium. Dat geeft het product een hoogwaardige, tactiele uitstraling. De eenvoud in de vormgeving laat de schoonheid van de technologie goed zien." Hoeveel apparaten Nlisis verwacht af te zetten, wil Paul Heere niet kwijt. Wel is duidelijk dat het wereldwijd om een miljoenenmarkt gaat. De eerste reacties op het nieuwe product scheppen hooggespannen verwachtingen, want nog vóór de marktintroductie heeft de Meltfit One al een paar belangrijke, internationale prijzen gekregen, meestal voor het product. En nu dus ook als organisatie voor hun haar doordachte consequente inzet van design. <<