

Mediabenchmark ontwikkelt door als kennisplatform



Naast een effectief instrument voor het continu verbeteren van abonnements- en advertentieafhandeling biedt de mediabenchmark uitgevers nu ook een praktisch kennisplatform. Steeds meer uitgevers zien de voordelen hiervan.

Nieuwe deelnemers zijn onder andere AD NieuwsMedia, Erdee Media Groep, PCM Uitgevers en Veen Magazines.

De mediabenchmark is ontwikkeld om op basis van meting en vergelijking mogelijkheden te identificeren voor verbetering van operationele prestaties van uitgevers. Daarbij gaat het om de kwaliteit en efficiëntie van de abonnements- en advertentieafhandeling (print en online). 2008 is het derde achtereenvolgende jaar waarin gebenchmarkt wordt, ditmaal over de cijfers van 2007. Een belangrijke vernieuwing zijn de in het programma opgenomen kennissessies: zo krijgen de deelnemers ook het verhaal achter de cijfers helder.

“Meedoen aan de mediabenchmark is een manier om structureel de kwaliteit van de prestaties op het gebied van abonnements- en advertentieafhandeling te monitoren. Een van de eerste voordelen die de deelnemers ervaren is de meetbaarheid van de eigen prestatie: de gemeten prestatie-indicatoren zijn een uitstekende aanvulling op hun bestaande managementinformatie”, zegt Paul Broersen, manager bij Magnus.

“Binnen de benchmark wordt een vergelijking gemaakt in deelgebieden, zoals krantenuitgevers en uitgevers van publiekstijdschriften. Daardoor wordt extra waarde aan de cijfers gegeven en wordt de samenhang duidelijker. In de kennissessies wordt met branchegenoten ingegaan op oorzaken van de prestaties en verbetermogelijkheden. Daarnaast wordt bekeken of er samenhang binnen de prestatie-indicatoren te vinden is. Hierdoor is de benchmark niet alleen een databank van vergelijkende cijfers, maar ook een plaats waar operationele oplossingen voor de dagelijkse gang van zaken worden bedacht.” ■

De mediabenchmark in 't kort:

- Meting en vergelijking van uitgeversspecifieke back office processen op basis van heldere definities en afgestemde kpi's
- Inzicht in eigen prestaties (kosten, kwaliteit, productiviteit) en vergelijking daarvan met die van branchegenoten
- Inzicht in best practices
- Collegiaal contact over gezamenlijke uitdagingen en wellicht ook samenwerking
- Nieuwe kennis over actuele thema's