

Grundsätze der Vertriebskommission

- Mission Statement
- Themen
- Aufgabenfelder
- Abschlussbemerkung

Mission Statement

Der Vertrieb steht vor großen Herausforderungen. Die digitale Transformation hat das Einkaufs- und Nutzungsverhalten der Kunden radikal geändert. Wir sind davon überzeugt, dass die Herausforderungen in der Fachmedienbranche am besten gemeinschaftlich bewältigt werden können.

Wir erarbeiten in der Kommission Vertrieb gemeinsam Lösungen für aktuelle Fragestellungen und Prozessoptimierungen. Vertrieb wird von uns in einem umfassenden Sinn verstanden, von der Entwicklung neuer Produkte und Geschäftsmodelle, den klassischen distributiven Aspekten bis hin zu technischen und digitalen Aufgabenfeldern. Dabei nehmen wir die Interessen aller angeschlossenen Mitglieder, Verlage sowie Handelsunternehmen, wahr.

Die Teilnehmer der Kommission Vertrieb verpflichten sich zur aktiven Mitarbeit, zum engagierten Miteinander und offenen Gedanken- und Erfahrungsaustausch. Den gemeinsamen Interessen wird dabei ein stärkerer Vorrang eingeräumt als den eigenen Interessen.

Themen

Folgende Themen werden innerhalb der Kommission Vertrieb regelmäßig behandelt:

- Vertriebsangebote und -marketing
- Distribution
- Vertriebsorganisation
- Digitale Transformation
- Gesetzliche und regulatorische Anforderungen

Aufgaben

Insbesondere ist es die Aufgabe der Kommission,

- den Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern zu fördern.
- neue Entwicklungen beständig zu beobachten und zu prüfen
- Stellungnahmen zu Fachfragen zu erarbeiten
- allen Mitgliedsunternehmen der Deutschen Fachpresse beratend zur Verfügung zu stehen
- den Vorstand zu beraten

Aufgabenfelder

1. Originäre Basisaufgaben

1.1 Vertriebsangebote und -marketing

- Innovative Ansätze der Vertriebswerbung über alle Kanäle (z.B. Abo- und Lesermarketingaktionen)
- Entwicklung neuer Produktangebote, u.a. mit Blick auf den Handel
- Austausch zu CRM-Systemen
- Adressmanagement (Pflege/Anreicherung/Strukturierung)
- Vertriebsrecht erläutern (Wettbewerbsrecht)
- Verknüpfung zum Redaktions- und Anzeigenmarketing aufzeigen
- Einsatz innovativer Software-Tools (Chatbots)

Aufgabenfelder

1. Originäre Basisaufgaben

1.2 Distribution

- Pressepost
- Alternative Dienstleister
- Auslandsversand
- Sonstige Distributionsaufgaben
- IVW

Aufgabenfelder

1. Originäre Basisaufgaben

1.3 Vertriebsorganisation

- Nachwuchsförderung und Mitarbeiterschulung
- Callcenter-Management
- Austausch zu ERP-Systemen
- Nutzung von Dienstleistern in ausgewählten Bereichen
- Adress-Quellen/ Listbroking
- Vertriebliche Zusammenarbeit mit dem Handel und Distributoren

Aufgabenfelder

1. Originäre Basisaufgaben

1.4 Digitale Transformation

- Ausbau digitaler Vertriebskanäle
- Beratung digitaler Produkte
- Digitale Vertriebsstrategien diskutieren
- Abomodelle/Preismodelle diskutieren
- neue Geschäftsmodelle jenseits des Abos
- Up- und Crossselling
- Technische Kollaboration mit dem Handel

Aufgabenfelder

1. Originäre Basisaufgaben

1.5 Gesetzliche und regulatorische Anforderungen

- aktuelle Themen wie z.B. Datenschutz
- anstehende gesetzliche Änderungen

Abschlussbemerkung

Die ausgeführten Aufgabenfelder stellen den aktuellen Status dar. Grundsätzlich können sich diese Aufgabenfelder stetig verändern, bedingt durch Markt-, Verlags- und Dienstleistungssituation.

Arbeitsgruppe: „Mission Statement“

22. März 2019