

Prijsverhoging papier zet niet door



Sinds begin dit jaar proberen de papierfabrikanten en papiergroothandel de prijzen voor de inkoop van papier met enkele procenten te verhogen. Verschillende vaktijdschriften hebben hier reeds over gecommuniceerd. **In tegenstelling tot deze berichten is het ons voorlopig gelukt om deze papierprijsverhoging tegen te houden.** De papierprijzen van de meeste papiersoorten, waaronder houthoudend mc, lichthoudend mc, houtvrij mc, lichtgestreken (MFC) en ongestreken (verbeterd courant), blijven tot en met 1 oktober 2007 ongewijzigd.

Imprintant online

Er gaat geen dag voorbij of verschillende crossmediale toepassingen passeren de revue. Ook Senefelder Misset ontdekt de mogelijkheden van crossmedia. Voor de eerste keer in de historie verschijnt Imprintant ook als digitaal tijdschrift.

E-Imprintant is vanaf heden te raadplegen via www.senefelder.nl.

KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK

Hoe denkt u over onze dienstverlening?

"De opdrachtgever bepaalt de inhoud van onze dienstverlening." Dat is al jaren het geval en dat willen we graag zo houden. Sterker nog, we streven voortdurend naar verbetering. Daarom vragen we met regelmaat hoe onze relaties over onze dienstverlening denken.

Naast 'operationeel' contact én tussentijdse evaluaties met uw ordermanager en/of salesmanager over de kwaliteit van onze dienstverlening, wordt er jaarlijks een breed opgezet klanttevredenheidsonderzoek gehouden. Inmiddels is dit onderzoek in volle gang.

Het onderzoek helpt ons om inzicht te krijgen in specifieke verbeterpunten binnen onze dienstverlening. Door concrete acties te ondernemen op deze verbeterpunten proberen wij structureel onze dienstverlening te optimaliseren.



In de volgende uitgave van Imprintant zullen wij u informeren over de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek 2007.

CROSSMEDIAAL UITGEVEN

Een bijdrage aan succes



Praktische ervaringen in crossmediaal uitgeven stonden centraal tijdens het onlangs gehouden Senefelder Misset Seminar 'Crossmediaal uitgeven: noodzaak tot succes?'. Drie ervaringsdeskundigen uit de uitgeverwereld - **Ashja Bosboom** (Uitgeverij Scala), **Harry Steenkamp** (De Zaak) en **Carmen Straatsma** (ElleGirl) vertelden over hun visie en aanpak. Ruim 170 bezoekers hebben kennisgemaakt met verschillende ervaringen, echter met één grote gemene deler; de nadruk ligt bij een ieder op de combinatie van print met internet. Uit het seminar is naar voren gekomen dat crossmediaal niet alleen nieuwe impulsen biedt voor het tijdschrift ofwel het merk, maar ook meer interactie oplevert met het lezerspubliek. Dé manier om lezers meer te binden en de beleving van het merk te versterken en de waarde ervan te verhogen. Het lijkt erop dat crossmediaal uitgeven een merk verdiept en verrijkt. Maar wil je als uitgever succes hebben, dan gaat het vooral om durven doen en adequaat bijstellen. Ook enthousiasme en ondernemingszin hebben een belangrijk aandeel.

Via de website www.senefelder.nl kunt u het uitgebreide verslag van dit seminar downloaden.