

ZAAL 3 Home of History

10.15 – 10.45

GELD VERDIENEN MET MULTIMEDIA

Taeke Kuyvenhoven, directeur/uitgever bij Lions

Wat is een verstandige strategie? U ziet allerlei ontwikkelingen op internet, sms, pda's, etc. U vraagt zich af of u informatie via deze kanalen moet gaan aanbieden. Concurrentie uit onverwachte hoeken steekt de kop op. U weet dat u moet vernieuwen, maar succes is niet gegarandeerd. Een workshop als warming up voor een Media Facts Training over dit onderwerp. Met tien praktische uitgeeftips.

10.45 – 11.30

PAUZE

11.30 – 11.55

DE BACK-OFFICE BIJ ADVERTENTIES EN ABONNEMENTEN

Frank Versloot, partner bij Magnus Management

Achtien uitgevers nemen deel aan de mediabenchmark 2006 van Magnus (www.magnus.nl). Door vergelijking van hun abonnements- en advertentieverwerkingsprocessen kunnen zij hun kwaliteit, productiviteit en efficiëntie verbeteren. En houden ze focus op de vaak verguisde backoffices. Initiatiefnemer Frank Versloot vertelt over het hoe en waarom van dit vergelijkings- en verbeteringsinstrument.

12.05 – 12.30

HOE WIN JE HET GEVECHT OM JE DIGITALE DOELGROEP?

Joost Heessels, mede-directeur van Publishing Internet Technology

Hans Rosenkamp, docent marketing en senior adviseur bij Total Internet BV
Printuitgevers lopen het gevaar overruled te worden door nieuwe concurrenten in de communicatiemediën. Hoe krijgen ze de regie weer terug in een internetomgeving? Joost Heessels ontwikkelde een nieuw product: Blogblad. Rond de basisversie (www.blogblad.nl/tvm) zette hij een bedrijf op, PIT, dat uitgevers helpt de regie over de communicatie in hun marktsegment weer terug te krijgen. Samen met Hans Rosenkamp zet Heessels zijn visie op dit onderwerp uiteen.

12.30 – 14.00

LUNCH

14.00 – 15.00

VAN UITGEVEN NAAR INNEMEN: UITGEEFERKEN VAN MORGEN

Erwin van Lun, Marketeer on a Mission

In een sessie van 60 minuten neemt Erwin van Lun de deelnemers mee op een interactieve reis door het veranderende medialandschap. Hij laat zien welke langetermijnontwikkeling er gaande is, wat dit betekent voor marketing van uitgeeftitels, maar ook voor de merken die adverteren. Een sessie vol visie, enthousiasme en vooral veel praktische ideeën! Erwin van Lun, werkzaam voor Mensmerk.nl (www.mensmerk.nl), is auteur van het boek 'Van Massamerk naar Mensmerk' dat een nominatie kreeg voor de marketingliteratuurprijs.

15.00 – 15.30

THEEPAUZE

15.30 – 16.30

SEMANTISCHE SYSTEMEN EN DE TOEKOMST VAN UW CONTENT

Gabriel Hopmans, ambassadeur van de sector Overheid bij XML Holland en directeur van Morpheus Software

Welke rol gaan semantische systemen en standaarden, zoals RDF en Topic Maps, spelen in het uitgeefproces? Een introductie over XML Holland en de stand van zaken rond de XML standaard. Ook licht Hopmans toe wat er zoal op de congresdag van XML Holland, 29 november a.s., gepresenteerd gaat worden.

16.30 – 17.30

BORREL (Aangeboden door Corelio Printing)

ZAAL 4 Persruimte

10.15 – 10.45

GADGETS & WIDGETS: KIEZEN VOOR SUCCES

Colin Willems, senior adviseur bij The Bridge business innovators

Een seminar over gadgets & widgets in de evolutie van het uitgeven. Maar ook over kiezen als succesfactor (gebaseerd op de Innovatiemonitor 2007) en gadgets & widgets als dwangmiddel om tot keuzes te komen. Met de informatieconsument centraal. Alles voorzien van aansprekende praktijkvoorbeelden. The Bridge (www.thebridge.nl) is actief in new business development, marketing en (informatie)technologie.

10.45 – 11.30

PAUZE

11.30 – 11.55

STIMULEREN VAN INNOVATIE IN DE PERS

Lou Lichtenberg, directeur van het Stimuleringsfonds voor de Pers

André Knol, consultant van GEA

In het kader van zijn onderzoekstaak verleende het Stimuleringsfonds voor de Pers aan GEA Adviesgroep opdracht voor een onderzoek naar nieuwe kansrijke perspectieven, mogelijkheden en alternatieven op het gebied van de distributie en losse verkoop van kleine bladen. In deze sessie worden de onderzoeksresultaten gepresenteerd. Een van de mogelijke oplossingsrichtingen is volgens de onderzoekers een online verkoopkanaal.

12.05 – 12.30

ONLINE UITGEVEN: DE VOLGENDE STAP

Ashja Bosboom-Fetvaciyan, marketing directeur van uitgeverij Scala BV

Ashja Bosboom is inmiddels een goeroe op het gebied van online uitgeven. Ze put uit een ruime eigen ervaring. Haar uitgeverij Scala (www.uitgeverijscala.nl) geeft met Modern Media (www.modernmedia.nl) als eerste haar bladen in print én online uit. Ook hun vakblad is nu online, met een andere strategie. Er zijn veel toekomstmogelijkheden: profiling betreft je lezers actief bij je bladen, je interacteert met ze én lezers blijven langer abonnee. Haar praktijkervaringen licht Ashja enthousiast toe.

12.30 – 14.00

LUNCH

14.00 – 14.25

STRATEGISCH SAMENWERKEN

Catrien Deys, directeur van de vereniging Bladwijzer

In deze interactieve lezing legt Catrien Deys de toekomstplannen van deze jonge vereniging Bladwijzer voor. De aanwezigen krijgen hierbij uitgebreid gelegenheid hun visie op onderlinge samenwerking en gezamenlijke aanpak van knelpunten kenbaar te maken. Tevens wordt een stappenplan met nieuwe alternatieven voor distributie en losse verkoop gepresenteerd.

14.35 – 15.00

MEDIA FACTS TRAINING

Nadere informatie volgt (zie www.uitgeefdag.nl)

15.00 – 15.30

THEEPAUZE

15.30 – 16.30

BLADEN IN ROTTERDAM

De lezer als redacteur

Discussiebijeenkomst van de Groep Publiekstijdschriften van het Nederlands Uitgeversverbond. Ook bij publieksbladen krijgt de lezer steeds meer invloed op de redactionele inhoud. De site Zoom.nl is geheel gebouwd op user generated content. Het opinieblad *Nieuw Rotterdam* organiseert workshops voor lezers die met de redactie het blad willen maken. Twee cases, twee verhalen. De sprekers: *Remco de Graaf*, hoofdredacteur van Zoom.nl, en (onder voorbehoud) *Mieke van der Linden*, hoofdredacteur van *Nieuw Rotterdam*.

16.30 – 17.30

BORREL (Aangeboden door Corelio Printing)