

Von Mensch zu Mensch

Das FACTS-Jubiläumjahr 2011 neigt sich dem Ende entgegen. Für die vor gut einem Jahr neu gegründete FACTS Verlag GmbH war es ein überaus erfolgreiches! Dafür möchten wir uns an dieser Stelle bei unseren Lesern und Partnern für ihre Treue und ihr uns entgegengebrachtes Vertrauen bedanken.

Auch für das kommende Jahr 2012 blicken wir optimistisch in die Zukunft. Warum? Unser FACTS-Konzept, das sich bereits seit 20 Jahren bewährt, wird auch künftig die Basis für unseren Erfolg sein. Was uns da so sicher macht? Unser Konzept ist – wie uns Branchenpartner und Leser laufend bestätigen – ungewöhnlich und in der deutschen Printmedien-Branche einzigartig. Unsere Zielgruppenansprache ist eng verzahnt mit denjenigen Themen und Inhalten, um die es in den jeweiligen Ausgaben geht. Das stellt sicher, dass die definierten Beiträge auch punktgenau diejenigen Adressaten erreichen, die unsere Branchenpartner im Fokus haben: So sind unsere Marktspecials speziell auf die Bedürfnisse eines jeweiligen Segments der Bürokommunikation und Büroorganisation zugeschnitten und widmen sich Themen wie Facility-Management oder bedeutenden Brancheneignissen wie im nächsten Jahr der drupa (im Mai) oder der Orgatec (im Oktober).

Mit unseren Branchenspecials berücksichtigen wir die Anforderungen einzelner Segmente: In unseren Special-Ausgaben für Juristen, für Kliniken und Arztpraxen und für Wirtschaftsprüfer und Steuerberater sowie mittelständische Unternehmen geben wir diesen Zielgruppen nützliche Informationen an die Hand. Dazu kommen die regulären FACTS-Ausgaben, die sich auch 2012 mit großen Trendthemen wie Mobiles Arbeiten (im Februar) oder Vertriebs- und Marketingstrategien (im Dezember) beschäftigen werden. Als „Heft im Heft“ kommt zu jeder unserer zwölf Ausgaben unser Fachhandelsmagazin FACTS office hinzu.

Ein weiterer wichtiger Eckpfeiler unseres Konzepts sind unsere Sonderpublikationen FACTS Living Office, die unsere Partner als hochwertiges und langlebiges Marketing- und Akquise-Instrument für die persönliche Ansprache von Bestands- und Neukunden zu schätzen gelernt haben.

Nicht minder wichtig ist, dass wir unser Verlagskonzept stets weiterentwickeln und anpassen. So können sich unsere Leser und Partner auf die im kommenden Jahr zum ersten Mal erscheinende Regionalausgabe „FACTS regio“ freuen. Ebenfalls für das kommende Jahr sind Fachveranstaltungen geplant, die sich speziellen Themen wie „Arbeitsplatzgestaltung und -optimierung“ widmen und in denen wir anhand von Livepräsentationen, Fachvorträgen und moderierten Workshops nützliches Wissen vermitteln. Den Auftakt des FACTS-Seminarangebots macht die Veranstaltung „Arbeitsplatzgestaltung und -optimierung“ am 21. März 2012 im FACTS Verlag in Essen. Interessenten können sich hierfür gerne anmelden. (weitere Informationen siehe Seite 9)



ELMAR MÜLLER, FACTS-„Erfinder“ und Beiratsvorsitzender der FACTS Verlag GmbH

Bestandteil unserer Philosophie ist es, unseren Lesern dabei zu helfen, die richtigen Kaufentscheidungen zu treffen und teure Fehlinvestitionen zu vermeiden. Unsere Partner unterstützen wir dabei, ihre Produkte zu verbessern und Unternehmensstrategien im Marketing-, Vertriebs- und Produktionsbereich zu verfeinern. Doch die beste Strategie nutzt wenig, wenn die Absatzzahlen nicht stimmen. An diesem Punkt setzen wir mit unseren FACTS-Vertriebsschulungen an.

Die Idee dahinter: Heutzutage sind Produkte und Dienstleistungen in hohem Maße austauschbar – und zwar in fast allen Branchen. Wirkliche Alleinstellungsmerkmale und Unterscheidungsfaktoren gibt es immer seltener. Eine echte Firmenindividualität inmitten all der Benchmarks und Best Practices, die letztendlich dazu führen, dass alle das Gleiche tun, bleibt auf der Strecke.

Beim Verkaufen scheint heute vielfach in Vergessenheit zu geraten: Menschen wollen keine Produkte, sondern in erster Linie Nutzen und Prestige kaufen! Und dort, wo Produkte und Dienstleistungen immer austauschbarer und ähnlicher werden, wird Kompetenz im Umgang mit anderen immer entscheidender. Menschen kaufen nun einmal bei Menschen. Nie war dieser Satz wichtiger und wahrer als heute. Das bedeutet: Der Kunde kauft bei vergleichbaren Produkten und Angeboten nicht einzig und allein das Produkt – nein – vielmehr investiert er in Vertrauen und Sympathie, sofern ihm diese durch den Anbieter und seine Mitarbeiter entgegengebracht werden. Die erfolgreiche und professionell betriebene Kommunikation zwischen Verkäufer und Käufer bildet die Basis für den Erfolg im Vertrieb und Marketing.

Netzwerken von Mensch zu Mensch ist das Gebot der Stunde – und auch für den Erfolg von FACTS, seinen Lesern und Partnern unentbehrlich.

Herzlichst



Elmar H. F. Müller und Ihr FACTS-Team



AN RHEIN UND RUHR: Im kommenden Jahr erscheint – zusätzlich zu FACTS und FACTS office – die erste Ausgabe unserer neuen Regionalausgabe „FACTS regio“.



VERKAUFSHILFEN: FACTS bietet seit Kurzem Schulungsmaßnahmen für Vertriebler an – auch Seminare zu speziellen Themen finden im nächsten Jahr unter der FACTS „Flagge“ statt.