

**Caso :**  
32

**País :**  
Reino Unido

**Sector :**  
Editorial y Publicidad

**Compañía :**  
Una empresa de medios de comunicación activa en los campos de la editorial periodística y revista de publicidad, contrato de impresión y comunicaciones de Internet.

**Tipo de intervención :**  
Paso a paso del proyecto : marketing, ventas, fotografía editorial, editorial de reporteros, pre-post producción, oficinas de distrito, servicio de soporte editorial  
Mejora de eficacia.  
Revisar la estrategia de las ventas.  
Venta al por menor : centro de distribución.  
Desarrollo y puesta en práctica del sistema de control de dirección mejorado.

**Objetivos del proyecto :**

- Mejora de la habilidad de supervisión, el comportamiento y la comunicación.
- Más Cliente Profesional Interno – Relaciones de Proveedores (sobre todo en Ventas-Edición-Producción).
- Optimizar el tiempo de la mano de obra en Edición y en Producción.
- Habilidades de Proyecto (desarrollo del KPI's)
- Funcionamiento de las Ventas.
- Eficaz Sistema de Control de Dirección para obtener un automecanismo de mejora.
- Mejor empleo de los instrumentos para la solución de problemas existentes.

#### **¿Qué hicimos?**

**Marketing:** Repasar la estructura del control de marketing y del equipo de ventas, reenfocando el esfuerzo de las ventas sobre los clientes (minoristas) y marketing sobre consumidores (lector), una nueva estructura fue puesta en el lugar que aseguró que el nivel de recursos de derecho fue asignado a estratégico contra actividades tácticas. Con el marketing directo y los estudios de mercado, fue desarrollada una estrategia con objetivos claros. Esta estrategia se identificó como el control de marketing directo y actividades de investigación podrían ser usado mejor ayudar alcanzar objetivos de plan de control de comercialización y como el control de marketing directo y el equipo de investigación podrían ser más integrados en el control de marketing y el equipo de ventas.

**Ventas:** El equipo de ventas fue remitido hacia el desarrollo de clientes de grandes cuentas (>5k) y el objetivo del nuevo negocio fue la innovación. Para alcanzar este objetivo presentamos un plan que ofreció más a los clientes en términos de conocimiento, la creatividad y la habilidad. Un acercamiento más apuntado al nuevo negocio causó mejores lanzamientos de calidad y más éxito.

**Fotografía Editorial:** Una combinación de departamentos de editorial e imagen fue creado con eficacia y de manera eficiente revisando las necesidades de todos los títulos. El departamento combinado funcionó con un reducido personal por debajo del 20% y, considerablemente aumentó la productividad de los fotógrafos y eliminó la posibilidad de la duplicación. Además, se pusieron cámaras digitales a la disponibilidad del personal editorial para que el reportero pudiera escribir y fotografiar su historia.

**Editorial de Reporteros** : Haciendo datos ya existentes del servicio informativo disponible a los departamentos editoriales era posible poner el KPI'S nuevo. Actualmente es posible dividir cada periódico sobre el SCC'S (centímetros de columna solos) para 3 áreas principales; trabajo editorial, anuncios y fotografías. Los datos están disponibles en una base individual. Esto ahora es posible como punto de referencia a los diferentes individuos y los diferentes títulos dentro del grupo.

El KPI'S ahora es integrado por los informes de dirección junto con la gráfica circular. Junto con los departamentos editoriales, las normas y objetivos ya han sido puestos. Después de la puesta en práctica podríamos ver una mejora de productividad del 11% por la mejora de la utilización de los recursos (el propio personal) hacia la cantidad de SCC usado de PA (la agencia de prensa), trabajadores independientes..., levantamos historias de otros departamentos. Por primera vez el grupo de periódico aprovechó ser la parte del grupo de medios de comunicación más grande.

**Pre-Post Producción** : Mejoramos los procesos para que los anuncios sean reservados y comprobados. Fue analizado el proceso de preparación de copia. Otra vez con la integración del KPI'S en el sistema de dirección, mejoró la productividad y el departamento ha sido capaz de crecer sin la necesidad de tomar recursos de personal adicionales.

**Oficinas de Distrito** : Reducimos el número de personal en las oficinas más grandes pero al mismo tiempo aprovechamos el tiempo disponible para incluir actividades de ventas en los deberes del personal. Se encontró una óptima solución que integró el trabajo hecho por EffCo en el departamento de ventas con los resultados del análisis en las oficinas de distrito.

**Soporte de Servicio Editorial** : EffCo puso en práctica un programa en el que se pusieron en contacto con cada fuente exterior y solicitado para unirse en un formato estandarizado que entonces podría ser copiado directamente en el sistema editorial que hace menos errores y una reducción de la mano de obra del 25 %.

**Resultados :**

El presupuesto final de EffCo para el proyecto era de £ 700,000 (representó un 1:2 R.O.S.).  
Realizamos una mejora con un margen total del 2%.