

Buzzfacts Publishers & Mediagroup B.V. (BP&M) wil, door voortdurende verbeteringen, vernieuwingen en aanvullingen van haar uitgavenpakket, de beste media maken om de lezersmarkten op toegankelijke wijze te helpen bij het maken van de juiste keuzes bij zakelijke of special interestaankopen, -investeringen en/of –opdrachten en daarmee eveneens effectieve media bieden voor de adverteerdersmarkten.

Wij willen werken in een sfeer van uitdagingen, verantwoordelijkheid en excellent presteren, met groot respect voor onze klanten, relaties, toeleveranciers en medewerkers.

Onze bedrijven zijn gespecialiseerd in specifieke markten of bedrijfstakken. Binnen die markten streven wij naar een eerste plaats met onze producten. In elk geval willen wij met onze prestaties toonaangevend zijn.

## 1.0 Mission Statement

BP&M wil in een reeks van branche en sectoren\* netwerkoplossingen bieden voor de doelgroepen; in print, online en/of events welke door hun positionering en het hoge niveau van content, klantvriendelijkheid, kostenbeheersing en betrokkenheid met de markt geschikt en in staat zijn tot marktleiderschap in de adverteerdermarkt, met een faire vergoeding voor personeel, leveranciers en onderneming.

*\* zoals Home Entertainment, Professioneel Entertainment, M.I.C.E., Office, design&facilities en Health&Beauty*

## 1.1 Vision

BP&M ziet haar functie in het bieden en faciliteren van informatie, communicatie, ‘netwerken’ en bereik met contactkansen tussen zakelijke betrokken als belanghebbenden.

## 1.2 Values

### 1.2.1 Kwaliteit in positionering

Kwaliteit in positionering en concept ligt aan de basis van elk commercieel succesvol project van BP&M. Dit moet voor adverteerders en commerciële netwerkpartners een eerste pre zijn om in onze projecten geïnteresseerd te zijn.

### 1.2.2 Kwaliteit in content

We streven naar de best haalbare kwaliteit in content van onze projecten aangepast aan positionering en de doelgroep. Wij realiseren ons dat onze lezers en netwerkpartners *impact* zullen ervaren in hun succes door de relevantie van onze informatie en concepten.

### 1.2.3 Netwerk varianten

BP&M wil haar functie als aanbieders van media en relevante netwerkoplossingen invullen door zo veel mogelijk renderende netwerk vormen en variatie te bieden: tijdschriften, directories, digitale media, online-commercial networks, events etc.

### 1.2.4 Mens georiënteerd

Binnen BP&M zullen we de mogelijkheden bieden aan alle medewerkers om hun maximaal potentieel te bereiken in een boeiende gezonde en veilige werkomgeving. We willen werken in een cultuur van optimale samenwerking tussen alle medewerkers van BP&M, gebaseerd op wederzijds vertrouwen, respect en een sfeer van waardigheid. Alle medewerkers kunnen aanspraak maken op vergoeding en faciliteiten voor trainingen en opleiding.

#### 1.2.5 Participatie en betrokkenheid

We zullen binnen BP&M voortdurend blijven zoeken naar creatieve vondsten en naar oplossingen voor problemen en methoden van verbetering van alle projecten en processen. We zullen informatie delen evenals bronnen en ideeën en we zullen vaardigheden ontwikkelen die nodig zijn voor een boeiende werkomgeving waar beslissingen worden genomen op of met betrokkenheid van het laagst mogelijke level.

#### 1.2.6 Kansen / permanente verbeteringen

Wij zullen continu streven ons werk beter te doen en individueel te groeien.

#### 1.2.7 Sustainable competition

BP&M geeft prioriteit aan haar opvattingen van duurzaamheid bij het ontwikkelen van campagnes, voorstellen en services aan haar klanten. Media en netwerken moeten niet slechts een zeker aantal of contactpercentage behalen, maar moeten bovenal relevant en effectief zijn voor de adverteerders.

In concurrentie zal BP&M nimmer kiezen voor verdringing van concurrenten of alternatieve aanbieders. Nooit zullen zij of hun aanbod negatief benaderd worden. Het doel van BP&M is betere media en effectieve oplossingen te bieden en zodoende de preferentie te winnen van de klant.

#### 1.2.8 Kostenbewust

We willen permanent blijven werken aan verbeteringen van operationele efficiëntie en het verlagen van kosten in het besef dat elke actie die we kunnen ondernemen de externe en interne kosten kunnen beïnvloeden.