

Dat de invloed van ICT op uitgevers groot is, wordt al jarenlang onderkend. Dat uitgevers vaak moeite hebben om goed met ICT om te gaan wordt eveneens wel erkend, uitzonderingen daargelaten natuurlijk. Dit boek zet een aantal, voor uitgevers relevante, ICT-trends op een rij en beschrijft wat de impact hiervan is op het uitgeefvak. Vaststaat dat met deze trends de invloed van technologische ontwikkelingen op uitgevers groot blijft en dat er ook in de toekomst veel ICT-projecten zullen worden opgezet. Het boek gaat dan ook zeer uitgebreid in op hoe je dergelijke projecten moet managen.

Verder zou u zich kunnen afvragen of uitgevers zelf alle ICT-kennis in huis zouden moeten hebben, of zich misschien zouden moeten transformeren tot technologiebedrijven? Of beginnen technologieleveranciers misschien zelf uitgevers te worden? In sommige gevallen is inderdaad sprake van dit soort vervagende grenzen. In andere gevallen wordt intensief samengewerkt of bestaat de ambitie om samen te gaan werken. Uit onderzoek blijkt echter dat deze samenwerkingsverbanden tussen uitgevers en ICT-leveranciers de partijen vaak 'overkomen'. In dit boek wordt daarom ter afsluiting het selecteren van ICT-partners en het opzetten van samenwerkingsverbanden tussen uitgevers en leveranciers behandeld.

Dit boek is een wegwijzer voor uitgevers op het gebied van ICT-trends, het managen van dergelijke projecten en hoe je een samenwerking opbouwt met ICT-leveranciers. Het staat vol praktische tips, inzichten en meningen uit de praktijk, van zowel de auteur zelf, als van uitgevers en leveranciers.

Over de auteur

Hans Ladders is werkzaam als zelfstandig projectmanager en adviseur op het gebied van het ontwikkelen en het realiseren van nieuwe diensten voor bedrijven. Bij de trajecten waarbij hij betrokken is geweest - vaak als projectmanager -, is vrijwel altijd sprake van een combinatie van complexe ICT-omgevingen, noodzakelijke organisatieveranderingen en ambitieuze business doelstellingen. Zijn specialisatie ligt in de uitgeefbranche en in de financiële sector.



Voordat hij als zelfstandige aan de slag ging, heeft Hans ruime ervaring opgedaan bij Twynstra The Bridge (onderdeel van Twynstra Gudde managers en consultants), dat zich geheel richt op innovatie. Hans was daar onder meer verantwoordelijk voor de uitgeefsector. Zijn basis is echter gelegd in Marketing en Business Development functies bij ICT-bedrijven, zowel bij software-, als bij hardwareleveranciers.

Hans heeft een bedrijfskundige achtergrond en publiceert regelmatig. Daarnaast is hij lid van de adviesraad van InCT, platform voor innovatief uitgeven.