

# Kedves Olvasó!

Vagy nem is kedves? Megértem, hogyha – mikor vívódásai végén döntésre jutott, és pihenés vagy szórakozás helyett mégiscsak egy szakfolyóirat olvasására adta fejét és drága idejét – a lemondástól még kicsit érdesen és szigorú elvárásokkal lapozza fel a tartalomjegyzéket. Vajon talál-e benne írást, amelytől tényleg új, valóban hasznos információt, módszert, véleményt remélhet?



Sárosi József  
a MOL Rt. kommunikációs stratégiai igazgatója

Ülök kollégáimmal a megbeszélésen, és mindannyian tudjuk, mi a napirend, a téma. Állok hallgatóim előtt az egyetemi előadóteremben, és tudom, azok jöttek ide, akik számára fontos a marketingnek az a speciális szelete, amelyről szó lesz. A szakmai újságok, hírlevelek, folyóiratok dömpingjében azonban lassan már olyan elvesztem bolyongunk, mint térkép nélkül egy nagy, idegen város műemlékekben gazdag, ám ismeretlen sűrűjében! Az Interneten legalább böngészőprogramok vannak.

Bevallom, az én térképem és böngészőprogramom szaklapok esetében mindeztidáig a szerkesztőbizottság volt. Nemcsak az egyes nevek voltak többnyire beszédesek, nemcsak a mellettük feltüntetett foglalkozások, hanem – sőt, mindenekelett! – a csapat. A team, amely garantálni hivatott,

- hogy a a folyóirat által vállalt szakmaiságú lesz a témaválasztás,
- hogy a megcélzott olvasói kör jogos elvárásait tartósan kielégítő lesz a színvonal,
- hogy a szakma legaktuálisabb kérdései nem eshetnek ki a szerkesztői figyelem látóköréből.

A team, amelynek összeállítása, súlyozása már két-három hozzáolvasott lapszám után is nagy biztonnággal rajzolta-rajzolja ki, hogy mit várhatunk a jövőben.

Mindezek után elképzelheti a Kedves Olvasó, milyen mélyről jövő, mondhatnám organikus volt a kétségbeesésem, amikor felkérést kaptam, vegyek részt a Marketing & Menedzsment szerkesztőbizottságának munkájában. Rögtön eszembe jutott, hogy hiszen az én resztancialistámon is ott sorakozik nem egy szakkönyv és szakkikk, amelyeket talán nekem illene előbb elolvasnom, mielőtt mások up to date választását segíteni szeretném... Átvillant, hogy az időegyeztetés zűrjei miatt másodjára is elmaradt a találkozó barátommal, aki nemrég vett részt egy izgalmas nemzetközi szakkongresszuson, és beszámolója mellé néhány különösen érdekes előadás anyagát is ígerte... S jutott még eszembe „számtalan, szebbnél szebb gondolat...”

Végezetül pedig... a mentő. Igen, a mentő, azaz Ön, Kedves Olvasó! Hiszen Ön, kell-e bizonygatnom, azért olvassa e szakfolyóiratot, mert máris megalapozott és átfogó tájékozottságát kívánja fenntartani és szerencsés esetben talán még egy kissé fokozni is. Hiszen Ön épp azért olvasója a hátrébb sorakozó oldalaknak, mert egyébként is nyitott és érdeklődő, a nemzetközi kitekintés Önnek igénye és gyakorlata, a gondolkodás bench markingja szellemi-szakmai életstílusa. Hát persze, hogy van Önnek is nem egy olyan információja, tapasztalata, ismerete, amely ötletet és irányít tud adni a szerkesztéshez!

Kérem, engedje meg, hogy én, az újonnan felkért, a számomra is új partnerségbe máris meghívjam Önt, Kedves Olvasó.

RSVP: Marketing & Menedzsment.

