

BusinessWeek

БЪЛГАРИЯ

ПАЗАР

Пазарът на списания в България се променя непрекъснато. В миналото остана периодът, в който разнообразието се изчерпваше с едва няколко списания, които по съдържание и дизайн копираха предимно германските и тайнейджърските издания. Сега на шансовете заедно със стоициите български списания се предлагат и много световни марки. Чуждите централи и издателите започнаха да забелязват България и да я възприемат като регионален фактор. Само за няколко месеца от

сет години, BusinessWeek Online също печели National Magazine Award за изключително представяне в категорията „Нови медии“ през 2000 г. BusinessWeek е носител на още много награди, сред които Overseas Press Club Award, Gerald Loeb Award за изключителна бизнес и финансова журналистика и Computer Press Awards. За втора поредна година през 2006 г. BusinessWeek Online се класира сред първите десет в най-посещаваните сайтове на списание Adweek.

обзори и анализи на световните бизнес лидери. С обширната си глобална мрежа от над 200 журналисти в деветнадесет бюра списанието предоставя навременно и задълбочено покритие на новините, които са от значение за успешния бизнес. Стартиралият през 1994 г. и спечелил множество награди уебсайт на BusinessWeek www.businessweek.com предлага на потребителите си всекидневни прогнози, уникални обзори, новини на часа и задълбочени анализи на последните тенденции в света на бизнеса. Отразя-



ИСТОРИЯ

Списание то излиза всяка седмица от 7 септември 1929 г. Издава се от The McGraw-Hill Companies в Ню Йорк. Основана през 1888 г., The McGraw-Hill Companies е водещ глобален източник на информация в областта на финансовите услуги, образованието и бизнеса чрез водещи имена като Standard & Poor's, BusinessWeek и McGraw-Hill Education. Корпорацията има над 322 офиса в 33 страни. Приходите за 2005 г. достигат рекордните \$6 милиарда. Допълнителна информация може да се намери в сайта на корпорацията www.mcgraw-hill.com.

ПРОДУКТЪТ

BusinessWeek е водещото глобално бизнес списание, предлагащо уникални

старта си в България BusinessWeek се нареди сред водещите седмични издания.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

BusinessWeek е водещо издание сред глобалните бизнес медии, предоставящо уникални данни и анализи на читателската си аудитория от бизнес лидери на световно ниво. Основано през 1929 г. и издавано от McGraw-Hill Companies, списание BusinessWeek е лидер на пазара с над 4,7 милиона читатели седмично в 140 страни. През 1994 и 1996 г. BusinessWeek печели National Magazine Award за изключително представяне (тираж над един милион) – най-престижната награда в сектора, еквивалент на наградата „Пулицър“ за списанията. BusinessWeek има общо осем национални награди и е било номинирано шестнадесет пъти през последните де-



Вауки постоянно и в развитие бизнес проблемите на нашето време, BusinessWeek Online предоставя данни в единадесет канала – от малък до глобален бизнес, от персонални инвестиции до корпоративни стратегии. В допълнение, сайтът предлага интерактивни инструменти, репортажи, данни, форуми и бюлетени. BusinessWeek Weekend, излъчвано от студиото MarketSite на фондовата борса NASDAQ на площад „Таймс“ в Ню Йорк, доразвива собствените новини, анализи и коментари в BusinessWeek. Всяка седмица половинчасовата ТВ програма предлага също така ценна информация за инвестиции, семейни финанси и дори най-добрите сделки за пътувания. BusinessWeek Weekend достига до почти 80% от разполагащите с телевизор домакинства в САЩ и предоставя на зрителите необходимата им информация,

която им позволява да вземат най-правилните решения за личните си финанси. Стартирало през октомври 2005 г., арабскоезичното BusinessWeek Al-Arabiya се издава съвместно с InfoPro Management. Месечното издание предлага задълбочено, аналитично отразяване на новините и коментари за професионалистите в бизнеса. Съдържа материали от глобалното издание на BusinessWeek, както и новини от арабските страни. Средният му тираж е 30 000, а периодичността – дванадесет броя годишно.

BusinessWeek Bulgaria стартира през януари 2006 г. и се издава съвместно с KESH OOD и McGraw-Hill Companies, Ню Йорк. Седмичното списание предлага задълбочено отразяване на новини и коментари за професионалния бизнес. Редакционното съдържание включва материали от глобалното издание на BusinessWeek, както и местни теми, разработени от български журналисти. Средният тираж на BusinessWeek Bulgaria е 15 000.

През октомври 1986 г. започва да излиза BusinessWeek/China. То се публикува в сътрудничество с China Commerce and Trade Press (CCTP), дъщерна агенция на китайското министерство на търговията. Списание то се разпространява в 31 провинции и градове. Средният му тираж е 120 000, а периодичността – дванадесет броя годишно.

BusinessWeek Indonesia води началото си от юни 2002 г. Издава се от Indomedia Dinamika. Списание BusinessWeek Indonesia Edition се продава в двадесетте най-големи индонезийски градове, сред които Джакарта, Меган, Бангунг, Семаранг, Йогакарта, Сурабая и Денпасар. Средният му тираж е 25 000 с периодичност 38 броя годишно.

От май 2006 г. излиза BusinessWeek Romania. То се издава в сътрудничество с Business Media Group (BMG). Седмичното списание предлага задълбочено отразяване на новини и коментари за професионалистите в бизнеса. Средният му тираж е 15 000. Стартирало през септември 2005 г., BusinessWeek Russia се публикува съвместно с Издателска къща

„Родионов“. Средният му тираж е 40 000, а периодичността – 48 броя годишно.

През ноември 2005 г. стартира BusinessWeek Türkiye, което се издава съвместно с Infomag Publishing Company. Седмичното списание предлага изчерпателно отразяване на новини и коментари за професионалния бизнес. Средният му тираж е 15 000.

В продължение на повече от петнадесет години BusinessWeek спонсорира конференции за административни ръководители от целия свят. Всяка конференция предлага идеална среда за разширяване на партньорските мрежи, обмен на най-добрите практики и обсъждане на теми от най-голяма важност в съответните икономически сектори.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

BusinessWeek прилага многопластов подход при представяне на информацията с цел клиентите да получават най-пълна и всеоткриваща представа за това, което се случва. През януари 2006 г. например BusinessWeek Online стартира нов канал за автомобили заедно с блог и допълнителни онлайн материали. Същевременно печатното списание издаде специален брой за автомобили. Седмичната ТВ програма BusinessWeek Weekend също излъчи специален репортаж от Автомобилното изложение в Детройт. Този подход бе приложен и при старта на канала „Иновации и дизайн“ през юли 2005 г. заедно с печатното издание с тема „Станете креативни!“, както и при този на онлайн блога Blogspotting, съчетан с темата на броя „Блоговете ще променят вашия бизнес“ в печатното издание през месец май 2005 г.

В рамките на една година BV Online пусна четири нови канала („Иновации и дизайн“, „Автомобили“, „Европа“, „Азия“) и седем нови подканала. Общо BusinessWeek Online разполага с единадесет канала, десет подсекции и тринадесет блога. Допълнително BusinessWeek Online хоства 2000 блога на канала MBA.

ПРОМОЦИЯ

През 2002 г. BusinessWeek стартира спечелната награда рекламна кампания „Прочети вътре“. През последното тримесечие на 2006 г. започва нова световна бранд кампания на BusinessWeek.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

BusinessWeek е водеща бизнес медийна организация, предоставяща уникални обзори, новини и анализи на световната аудитория от бизнес лидери. Списание то си е поставило за цел да прави обективна и аналитична журналистика с гледна точка към фактите и събитията. BusinessWeek е незаменим източник на информация за близо пет милиона професионалисти по света в областта на бизнеса, икономиката, технологиите и иновациите.



www.businessweek.com

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

BUSINESSWEEK

- Първият брой на BusinessWeek е публикуван на 7 септември 1929 г. Изданието предупреждава, че не всичко е наред с фондовата борса. След седем седмици тя се срива. Този брой е подготвен от скромен експерт от четиринадесет души.
- През 1969 г. BusinessWeek нарича компютъра „може би най-важния инструмент на този и всеки друг век“. Списание то става първото бизнес издание, което създава специален отдел „Информационна обработка“, посветен на информационните технологии.
- През 1975 г. BusinessWeek посвещава тема на броя на „Корпоративната дама“. След дълги години агитация от женски организации и обрати в общественото мнение, жените навлизат в корпоративното управление. През 1976 г. по този повод BusinessWeek получава National Magazine Award за принос към обществото.
- През 1988 г. BusinessWeek предвещава света на мобилните компютри, клетъчните технологии и телекомуникациите в своята тема на броя „Мобилният началник“.
- През 1991 г. BusinessWeek разглежда в специалния си извънреден брой „Повелята на качеството“ миналото, настоящето и бъдещето на развитието на качеството в САЩ, Европа и Япония. Този брой се радва на толкова силно търсене, че за първи път в историята си BusinessWeek трябва да отпечата допълнителен тираж. През 1992 г. списанието получава National Magazine Award за най-добро цяло издание на една тема за този извънреден брой.
- Първата класация BusinessWeek 50, известна вече като годишна класация на най-добре представящите се фирми в борсовия индекс 500 на Standard and Poor's, е публикувана през 1997 г.

