

Tržište

Poslovni tjednik Lider, jedan od najuglednijih časopisa na hrvatskom tržištu, ostvario je postavljene ciljeve i postao lider na hrvatskom multimedijskom tržištu poslovnih informacija. U trenutcima kada zbog turbulencija na svjetskoj poslovnoj sceni, približavanja ulaska Hrvatske u EU i povećanja konkurencije potpomognute globalizacijom treba donositi racionalne i pametne odluke koje će pridonijeti opstanku i rastu tvrtke, lideri traže kvalitetne i provjerene informacije na temelju kojih mogu postaviti dobre i ostvarive ciljeve te donositi odluke kojima će ostvariti održivi razvoj i povećati vrijednost kompanija koje vode. Informacija na tržištu, domaćem i svjetskom, ima napretek. Osim što ih je mnogo, problem je prepoznati i razvrstati dobre od loših, a važne od beznačajnih. Prepoznajući potrebu tržišta, Lider vodi poslovnu politiku usmjerenu na donošenje kvalitetnih, pravodobnih i beskompromisnih informacija te zastupanje interesa biznisa u odnosu prema državi. Za svoju publiku probire najvažnije. Povezujući ih s aktualnim događajima na poslovnoj, društvenoj i političkoj sceni, čitateljima otkriva pozadinu i značenje poslovnih događaja u kojima se krije moć i pruža savjete i znanje koje im može pomoći da se prilagode i izvuku najveću korist iz trenutačnih i budućih poslovnih trendova. Zahvaljujući takvoj poslovnoj politici Lider se danas može naći u uredima svih važnih hrvatskih kompanija, državnih tijela, financijskih i savjetničkih institucija te u visokoobrazovnim ustanovama.

Također, potaknut brzinom promjena u poslovnom svijetu, ali i shvaćajući važnost zastupljenosti u digitalnom svijetu, istodobno s izlaskom prvog broja tiskanog izdanja Lider press d.d., pokrenuo je i portal koji svakodnevno izvješćuje o najvažnijim poslovnim i političkim događajima u zemlji i svijetu. Brzina kojom se odvijaju poslovni događaji ne samo na globalnoj već i na domaćoj sceni omogućava prikupljanje i prezentaciju kratkih, jasnih i preciznih informacija koje poslovnim ljudima pomažu da održe korak s najvažnijim zbivanjima koja mogu utjecati na njihov poslovni svijet.



Dostignuća

Neprestani rast prodaje tjednika Lidera i posjeta internetskim stranicama pokazuje da je Lider postao nezaobilazan brand na tržištu poslovnih informacija. Vrlo brzo nakon početka izlaska nametnuo se kao utjecajan i za poslovnu zajednicu veoma važan izvor informacija i poslovnih savjeta. U kratkom roku postao je najtiražniji, najprodavaniji i najutjecajniji poslovni list, postavivši pritom nove standarde u poslovnome novinarstvu. O uspješnom poslovanju i prepoznatljivosti branda govori podatak da je polovicom 2008., nakon samo dvije i pol godine izlaska prodajna naklada Lidera nadmašila broj od 9.000 primjeraka, od čega se 6.500 primjeraka prodalo putem pretplate. Kad se tomu pribroji i više od 50.000

jedinstvenih posjetitelja na Liderovu web portalu, dobiju se impresivne brojke za specijalizirani poslovni časopis na hrvatskom tržištu koje dovoljno govore o statusu Lidera među poslovnom zajednicom.

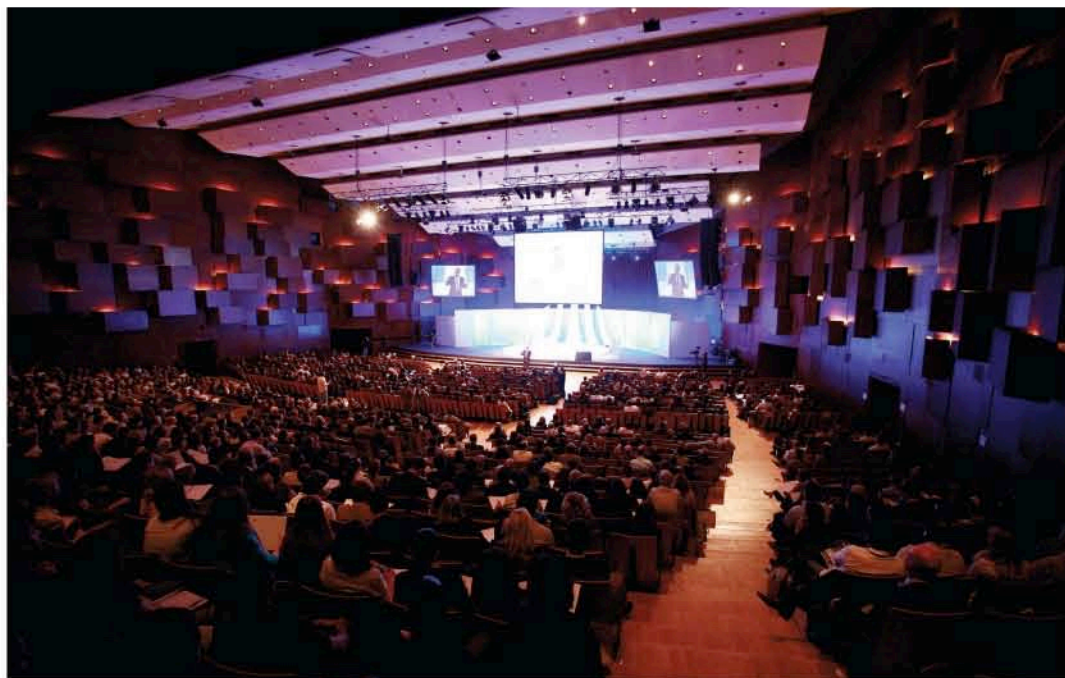
Za marketinški segment lista posebno su važni njegovi veoma utjecajni čitatelji, koji donose odluke, raspoložu novcem i odlučuju u što će se investirati. Glavni je to razlog, uz visoku kvalitetu časopisa, što su marketinški stručnjaci prepoznali Lider kao jedan od najkvalitetnijih i nezaobilaznih medija za lansiranje i promociju novih proizvoda i usluga te ostalih marketinških kampanja kojima se želi privući pozornost onih koji raspoložu iznadprosječnim prihodima i potrošačkim proračunima.

Postignutim statusom Lider je postao kanal za širenje dopunskih djelatnosti, organizaciju poslovnih skupova i seminara i izdavaštvo poslovnih knjiga, čime se uz web portal zaokružuje projekt izgradnje nezaobilaznoga multimedijskog centra najvažnijih poslovnih informacija i znanja.

Povijest

Prvi broj Lidera izašao je 7. listopada 2005., a izdavač je tvrtka Lider press d.d., osnovana početkom svibnja 2005. Idejni su začetnici i pokretači tvrtke iskusni poslovni novinari Miodrag Šajatović i Željko Vukelić, koji su svoju uspješnu dugogodišnju suradnju počeli kao urednici i novinari u nekoliko poslovnih časopisa, od kojih neki i danas postoje na tržištu. Veliko iskustvo i uvjerenje da na tržištu postoji potreba za kvalitetnim poslovnim časopisom potaknula ih je na poduzetnički pothvat koji se pokazao vrlo uspješnim poslovnim projektom. Tvrtku su osnovali uz potporu Koncerna Agram, čiji su članovi ujedno dioničari.

Izdavanjem prve knjige "Kako upravljati karijerom" u prvoj polovici 2006. Lider press širi svoju osnovnu djelatnost na izdavaštvo. Potkraj 2006. izdaje i drugu knjigu u svojoj poslovnoj biblioteci "Poslovna inteligencija kroz poslovne slučajeve". Organizacijom konferencije "Prilagodba javnih poduzeća standardima





Europske unije" početkom ožujka 2007. najavljeno je vrlo uspješno širenje djelatnosti na organizaciju poslovnih skupova i seminara.

Proizvod

LIDER je tjednik namijenjen poslovnim ljudima, poduzetnicima, menadžerima, "decision makerima", "opinion leaderima", investitorima, studentima...

Tiskan na finom LWC 60-gramskom papiru, na tržištu se pojavljuje svaki petak, 52 puta na godinu. Svaki tjedan čitateljima pruža najnovije vijesti iz lokalne i globalne ekonomije, dubinske analize ekonomskih pojava koje provode relevantni stručnjaci i analitičari te pregled najnovijih poslovnih trendova.

Poslovni tjednik Lider sadrži: detaljnu analizu najvažnije teme u proteklom tjednu; otvaranje bar jedne važne teme o kojoj će drugi pisati tjednima poslije; intervju tjedna s domaćim i stranim poslovnim ljudima i političarima; analizu lika i djela nedovoljno poznatog poslovnog igrača na sceni; temu broja, najčešće neposredno korisnu u poslovnom životu (poslovna znanja, marketing, novi poslovni alati u svijetu) ili detaljne, enciklopedijske analize domaćih odnosa i pojava; konkurente iz branše; poslovne slučajeve malih i srednjih poduzetnika; rang-liste koje ostaju trajno u poduzetničkim arhivima; poslovna znanja iz marketinga, menadžmenta, prava, računovodstva itd.; pregled svjetskih i regionalnih događanja; feljtone o svjetskim poduzetnicima i menadžerima, najvećim globalnim igračima; rubriku Opinion Maker u kojoj svakog tjedna gostuje neki od najboljih stručnjaka u zemlji: Ljubo Jurčić, Željko Perić, Damir Novotny, Žarko Primorac, Ante Žigman, Sanja Crnković Pozaić, Đuro Njavro, Krešimir Sever. Svaki broj prate i nezaobilazne kolumne: „Ekonomalije“ glavnog urednika Lidera Miodraga Šajatovića, „Politička sekcija“ publicistice Višnje Starešine, „Life Coach“ savjetnice za razvoj karijere Tatjane Divjak te "Dnevnik malog ulagača", novinara i publicista Tomislava Birtića.

Svaki se tjedan, uz osnovni broj Lidera, mogu pronaći visokokvalitetni i korisni posebni prilozi koji obrađuju određene teme i poslovne grane koje zaslužuju da im se posveti više od nekoliko stranica teksta. Zbog uspjeha pojedinih priloga i zadovoljstva čitatelja u njima prezentiranim informacijama, koji ih nerijetko čuvaju kao vrijedan izvor znanja, neki su postali stalni, tako da postoje mjesečni, kvartalni, godišnji i prigodni prilozi.

Neki od najvažnijih priloga: Malo gospodarstvo, Media market, Agencijsko bilo, Brendovi, HoReCa, Prijevoznik, Informacijske tehnologije, Zdravi i aktivni, Lider trend...

Nedavni razvoj

Praćenje svjetskih trendova u novinarstvu i prilagodba

svjetskim standardima i potrebama korisnika, ne samo tekstualno nego i vizualno, uvijek su bili dio Liderove razvojne politike kako bi za čitatelje stvorio dodanu vrijednost koja će im uvelike pomoći na njihovu poslovnom putu.

Jedinstvena su novost u poslovnom novinarstvu specijalni prilozi, koji nastaju u suradnji s organizatorima vrijednih poslovnih događaja nakon konferencija i savjetovanja. Liderova ekipa prati takve skupove i u najkraćem roku, nerijetko u dva dana, stvara priloge na 24 ili više stranica koji tako postaju trajni dokument održanih skupova, koje se inače zaboravi s danom njihova održavanja. Na taj način i oni koji nisu mogli prisustvovati skupovima, ali i velik dio poslovne zajednice, dobiju kvalitetno prezentirane informacije prije skupova i nakon njih, a organizator vrijednog medijskog partnera za prenošenje ciljeva i sadržaja konferencija.

Budući da je Lider zagovornik i podupiratelj važnosti izvoza za razvoj gospodarstva Hrvatske, 27. ožujka 2008. počeo je izlaziti i na tržištu BiH, u nešto promijenjenu izdanju, ali s aktualnim temama iz svijeta biznisa s tog područja, zadržavajući istu razinu kvalitete i izgleda kao u hrvatskom izdanju.

Promocija

Promocija tvrtke usko je vezana uz promociju najvažnijega proizvoda tvrtke - poslovnog tjednika Lidera. S obzirom na to da je tržište većinom poslovno, i promocija je usmjerena na taj segment tržišta.

Velik dio promocije zauzima direktni pristup potencijalnim korisnicima - telefonski, slanjem e-pošte i promotivnih brojeva Lidera besplatno na adresu - da bi ih se upoznalo sa sadržajem i načinom prezentiranja informacija. Takvom promocijom, u kojoj Lider na najbolji način promovira sam sebe, stvorena je navika čitanja i preporučivanja tjednika kao visokokvalitetnog i beskompromisnog nositelja najvažnijih poslovnih informacija.

Važan oblik promocije svakako je nastup Lidera kao medijskog pokrovitelja na svim važnijim poslovnim skupovima u Hrvatskoj.

Specijalni projekti poput dodjele nagrade za najbolju dionicu i fond godine, izdavanje prvih službenih rezultata poslovanja tvrtki za prošlu godinu u

suradnji s FINA-om u publikaciji „1000 najvećih“ te uspješne organizacije nekih od najvećih poslovnih skupova u Hrvatskoj sa svjetski poznatim imenima iz svijeta međunarodnog biznisa dodatni je, ali ne i manje važan, oblik promocije branda Lider.

Vrijednosti robne marke

Prepoznatljivost imena Lider među poslovnom zajednicom, ali i među studentima i u regiji, te brojne

po hvale, uz neprestani rast kvalitete proizvoda i usluga koje nudi tvrtka Lider press, pokazatelji su velike vrijednosti imena tvrtke. Nositelj vrijednosti Lider pressa d.d. svakako je poslovni tjednik Lider, a to će sigurno biti i u budućnosti. Iako je redakcija mala i mlada, vizionarskim idejama povezanim s velikim entuzijazmom, inovativnošću i željom za stvaranjem informacija veoma iskoristivih za poslovnu zajednicu, praćenjem i analiziranjem globalnih, regionalnih i lokalnih zbivanja na poslovnoj sceni, povezivanjem s liderima iz poslovnog i akademskog svijeta i konstantnim učenjem stvorila je održivi novinsko-izdavački poslovni projekt radi maksimiziranja koristi za domaću ekonomiju i njezine sudionike. Brojne ponude za medijsko pokroviteljstvo važnih poslovnih

događaja još su jedan pokazatelj velikog ugleda koji Lider uživa na hrvatskoj poslovnoj sceni.

www.liderpress.hr

JESTE LI ZNALI...

Lider

- Lider je nakon samo godinu dana izlazenja, u rujnu 2006. dostigao točku pokrića.
- Glavni urednik Lidera Miodrag Šajatović dobio je nagradu za najbolju kolumnu u Hrvatskoj za 2006.
- Lider press d.d., tvrtka izdavač poslovnog tjednika Lidera, proširivši svoju djelatnost na organizaciju poslovnih skupova i seminara, organizirala je najveći poslovni skup u Hrvatskoj s više od 1.800 sudionika iz cijele regije. Glavni gost skupa bio je Jack Welch, najpoznatiji svjetski manager. Uspješna organizacija nastavljena je i iduće godine, kad je kao glavni predavač nastupio Tom Peters, u svijetu poznat kao najveći stručnjak u području liderstva i poslovne izvrsnosti.