

Story

Tržište

Prvi broj časopisa Story na hrvatsko tržište lansiran je u travnju 2002. godine. U tom je trenutku imao koncept prvog celebrity časopisa koji daje kratke tjedne informacije o privatnom životu zvijezda i javnih osoba uopće. Svojim pozicioniranjem i prodajom Story nije postigao svoja očekivanja, što je rezultiralo relaunchem časopisa 2003. godine, tijekom kojeg je, kroz prvi reality show Story SuperNova, paralelno postavljena suradnja s komercijalnom televizijom Nova TV. Od tada pa do danas Story nosi ulogu dinamičnog i proaktivnog celebrity magazina koji svojim djelovanjem kroz razne akcije nastoji postaviti nove trendove te svojim čitateljima pružiti pravu vrijednost.

Dostignuća

Kroz relaunch Story je postavio, zajedno s komercijalnom televizijom Nova TV, prvi reality show u Hrvatskoj. Zabilježivši dotad nezapamćene i nedostignute razmjere u gledanosti i čitanosti postao je pionir u stvaranju uspješnih reality projekata. Stvarajući poznate osobe, Story je ušao u mnogobrojne domove i postigao veliki uspjeh, što je bilježila prodaja u više od 120.000 primjeraka, kao i čitalačka publika od 7 do 77 godina. U razdoblju pojavljivanja prvih reality show-ova i hrvatskih sapunica, Story je zauzeo vodeću ulogu u stvaranju celebrityja od aktualnih i novih lica s televizije te u iscrpnom izvještavanju o zanimljivostima iz njihovih života. U tom je razdoblju Story također bio pionir u marketinškim akcijama - prvi insertirani CD (božićni CD Story SuperNova); prvi DVD na dar (filmovi u suradnji s UCD-om, iza kamera sapunice "Villa Maria"), prvi muzički CD snimljen specijalno za Story (Žarko Radić - ljubavna poezija); prvi je započeo upotrebu SMS-a u nagradnim igrama, itd.

Nakon relauncha časopisa te nakon navedenog TV boom-a, nastojalo se posebnim editorijalima izgraditi Story kao kvalitetan celebrity časopis koji prvi na tržištu na jedinstven i pozitivan način donosi informacije i priče iz Svijeta A-liste slavnih. Ulaganjem u kvalitetu modnih editorijala, posebnim snimanjima



svih intervjua, usavršavanjem prijeloma, Story se profilirao kao ozbiljan i kvalitetan celebrity časopis koji je postao referentan - kako u svijetu poznatih, tako i u modnom svijetu. Glavni pokazatelj uspješnosti Story-ja je veliki party Celebrities Only, kojim Story tradicionalno slavi svoj rođendan, a konceptualno je zamišljen kao party Vanity Fair, odnosno uzvanici na tom događanju čine top 100-150 poznatih osoba.

Povijest

Časopis Story koncept je preuzeo od mađarskog koncepta istoimenog časopisa. U tom je trenutku Story, celebrity magazin sličnog koncepta, osim u Mađarskoj, izlazio i u Nizozemskoj i Belgiji. Publiciran kao časopis na 68 stranica, s niskom kvalitetom papira, ostao je neprihvaćen na hrvatskom tržištu, iako je mađarski Story istog koncepta zabilježio veliki uspjeh. Ulaganjem u veći broj stranica, kvalitetu

papira te jednostavniji prijelom, kao i kroz co-branding s reality show-om Story SuperNova, na čelu sa urednikom Borisom Trupčevićem Story zauzima visoku poziciju među tjednicima i postaje drugi najprodavaniji ženski tjednik, a prvi najprodavaniji celebrity časopis. Po dolasku nove urednice, Tonkice Kalauz, Storyjev koncept postaje sve čišći i profilira se u smjeru top-liste celebrityja. Način na koji se iznose priče poprima pristupačniji ton, praćen fotografijama visoke kvalitete u koje se ulaže pomnim odabirom stilista, vizažista i cijelog tima. Svaki član tima upotpunjuje priču na svoj jedinstven način te ju nastoji prikazati što reprezentativnije. Danas je Story prepoznat i među oglašivačima koji ga smatraju referentnim brandom, opinion makerom te ga nastoje što više koristiti kako bi time pridonijeli i kvaliteti svojih proizvoda.

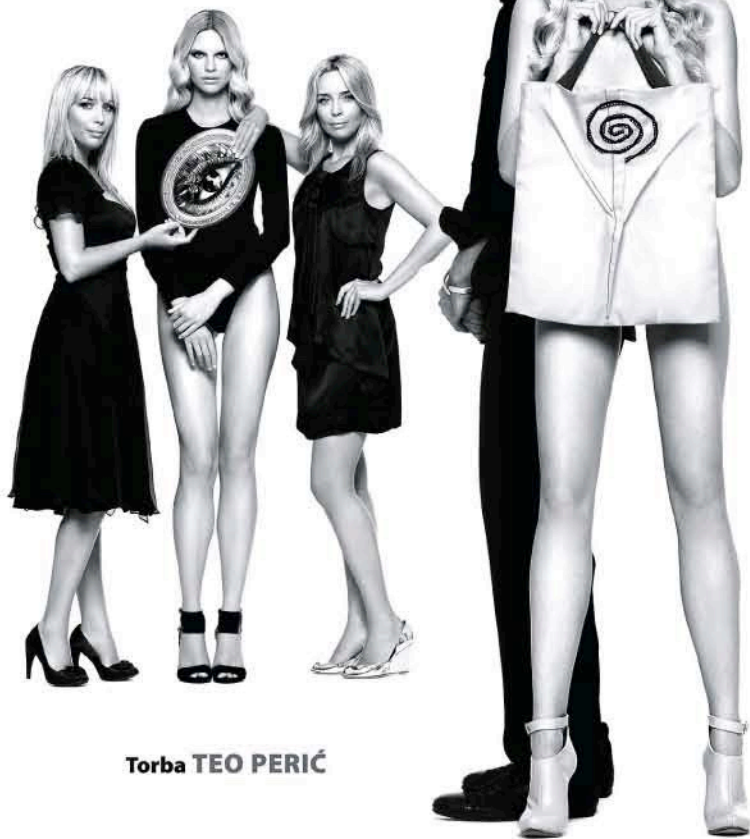
Proizvod

Svake srijede, kroz svojih 108 stranica, Story nastoji čitatelje uvesti u Svijet slavnih te im pružiti trenutke opuštanja u kojima će na trenutak zaboraviti na realni svijet u kojem žive, zavrivši u zvjezdani svijet blještavila, glamura i svakodnevnih problema s kojima se susreću slavnici. Sve je to prožeto kroz rubrike Story Cafe, Fotostory, Lifestyle specijal i Story Cocktail. Budući da je omjer fotografija i teksta u Storyju 70:30 (posebno se ulaže u visoku produkciju fotografija), cjelokupni dojam koji Story daje čitatelju estetski je privlačan i lagan za konzumiranje te upravo takav koncept "stvara ovisnost". Navedena krilatica koristi se i u komunikaciji kao jedan od dva slogana: Prvi - Story. Stvara ovisnost; te Drugi - Srijeda. Dan za Story.

Budući da je Story od samih početaka nastojao prikazati modu na drukčiji način, danas bilježi visoke standarde i domete u svijetu mode, a Storyjevi modni editorijali doživljavaju se kao jedni od najkvalitetnijih u svijetu tiska. Dokaz tomu su i brojna modna događanja koja teže povezivanju uz Storyjev brand: Cro a Porter, Fashion.hr, Fashion Week. Zatim zanimanje za izložbe Storyjevih modnih fotografija: Cro a Porter (Zagrebački velesajam



Broš ili medaljon BOUDOIR



Torba TEO PERIĆ



Majica IVICA KLARIĆ

Majica ROBERT SEVER

2003.) te Fashion.hr (Arsenal 2008.). Međutim, modnu krunu svakako predstavlja upravo limitirana edicija "Story knjiga lifestyle", koncipirana od najboljih fotografija iz modnih i beauty editorijala. Nakon što se dvije godine kao dar izdavala za određeni krug poznatih osoba, "Story knjiga lifestyle" poprimila je oblik specijala namijenjenog čitateljima, te se predstavila kao dodatak uz časopis Story.

S obzirom na to da Story svojim čitateljima nastoji pružiti pravu vrijednost, česti su dodaci časopisu predstavljeni kao dar svim čitateljima. Primjerice, specijal Cipele i torbice, Shopping centar, ljetni ljubavni romani, itd.

Story se nastoji profilirati kao celebrity časopis koji prvi donosi najnovije vijesti iz svijeta slavni, te kao prijatelj zvijezda, stoga često iznosi njihove najintimnije trenutke za koje je do tada znao samo uzak krug prijatelja: zaruke i vjenčanje Dikana Radeljaka i Vlatke Pokos; vjenčanje Nine Badrić; izvanbračno dijete Gorana Višnjića; razvod Dikana Radeljaka i Vlatke Pokos; prve fotografije djeteta: Nives Celzijus Drpić, Bojana Gregorić-Vejzović, Lana Klingor.

Nedavni razvoj

Kao dio svog razvoja i strategije Story može istaknuti događanje Celebrities Only, koji prati i daje sliku koncepta časopisa Story. Navedeno se događanje tradicionalno odvija u Muzeju Mimara, a simbolizira Storyjevo priznanje statusa poznatih osoba iz hrvatskog javnog života. Status se potvrđuje i simboličkim uručivanjem crvenih baršunastih pozivnica s urezanim zlatnim slovima top-listi uzvanika, koja svojom izjavom ističe "Vi ste poznati". Koncept događanja je glamurozna proslava Storyjeva rođendana, a uključuje crveni tepih, limuzine, raskošno uređen interijer i eksterijer, pomno birane delicije i pića koja se poslužuju, te vrećicu darova koju poznati dobivaju na odlasku.

Događanje je uvijek vrhunski praćeno od svih medija, a ekskluzivni prijenos uživo ima RTL Televizija,

koja ga prikazuje u prime timeu.

Story dizajnerski mjesec predstavlja projekt u kojem je po prvi put u Hrvatskoj časopis Story, posebno za svoje čitatelje, lansirao limitirano izdanje dizajnerske kolekcije. Dizajnerski tim čine poznati hrvatski dizajneri Robert Sever, Boudoir, Ivica Klarić, Teo Perić. U dizajnerskom paketu čitatelji su u mogućnosti uz Story kupiti majicu, torbu i broš.

U 2008. u pripremi je i pokretanje internetskog portala Story.hr, koji će izvještavati o svijetu poznatih na dnevnoj razini.



Promocija

Kao tržišni lider u svom segmentu celebrity svijeta, Story svaki tjedan kratkim tv-spotom komunicira novi broj koji je na tržištu. Često je televizija kombinirana s oglašavanjem u tisku, a često oglašavanjem na radiju te internet-bannerima.

Često se Story orijentira i na BTL oglašavanja (o.u. below the line) te alternativne načine promoviranja branda koji još nisu iskorišteni ili nisu tako česti u upotrebi - Story SuperNova show (brandiranje CD-a, postera, specijala, koncerata, naljepnica); brandiranje evenata - izbor za Miss Hrvatske, filmskih premijera, koncerata; logo Story na rolerskoj stazi na Jarunu; Story Cafe; Story tramvaj; Story taxi; Story sjenila za automobile.

Story svojim čitateljima nastoji pružiti pravu vrijednost pa svim akcijama nastoji držati visoku razinu kvalitete, od specijala koje darujemo čitateljima pa do proizvoda koje insertiramo sa Storyjem (poput indijskih pašmina).

Storyjevu tradicionalnu akciju svakako predstavlja Rođendanska cijena - svaki rođendan Story slavi rođendanskom cijenom (primjerice, 3. rođendan - Story za 3 kune). Tom akcijom počinje "Mjesec rođendana". Cijeli mjesec svibanj posvećen je darivanju čitatelja, gdje ih u svakom broju čeka određeni specijal, dar ili nagradna igra. Story Shopping tjedan dio je "Mjeseca rođendana", gdje svakom čitatelju darujemo 20% popusta u određenim dućanima partnera akcije (više od 100 dućana u cijeloj Hrvatskoj).

Vrijednosti robne marke

Zahvaljujući korištenju prave formule i strategije poslovanja, Story je postao prepoznatljiv brand na tržištu hrvatskih celebrity časopisa te je zauzeo lidersku poziciju u tom segmentu.

Percipiran je kao simbol kvalitete i referentan kanal u izvještavanju noviteta iz svijeta slavni, što pokazuje i brojne situacije u kojima ga ostali mediji koriste kao izvor informacije - najčešći korisnici su dnevne novine 24sata, TV kuće RTL Televizija i Nova TV, portali kao što su Index.hr, Javno.hr, Tportal.hr.

www.story.hr



JESTE LI ZNALI...

Story

- Story je s komercijalnom televizijom Nova TV kreirao i pokrenuo prvi reality show u Hrvatskoj - Story Super Nova.
- Story svake godine organizira najglamurozniji event povodom proslave svog rođendana gdje okuplja 150 top poznatih osoba - Celebrities only.
- Story je po prvi put u Hrvatskoj pokrenuo Dizajnerski mjesec u kojem su, samo za njega, hrvatski dizajneri kreirali odjeću i modne dodatke, te ih je u paketu plasirao na tržište kako bi svojim čitateljima omogućio modni komad s potpisom.