

БЪЛГАРИЯ

BusinessWeek

BusinessWeek е глобален източник на информация за над 4,8 милиона професионалисти по целия свят. От 1929 г. насам читателите се доверяват на информацията на списанието за икономическите тенденции, новите технологии и най-добрите практики.



ПАЗАР

Пазарът на списания в България се променя непрекъснато. Заедно със стотиците български списания сега на щандовете се предлагат и много световни марки. Чуждите центри и издатели започнаха да забелязват България и да я възприемат като регионален фактор.

Само няколко месеца след старта си в България през 2006 г., BusinessWeek се нареди сред водещите седмични издания.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

BusinessWeek е водещо издание сред глобалните бизнес медии, предоставящо на читателската си аудитория уникални данни и анализи. Основано през 1929 г. и издавано от The McGraw-Hill Companies, списанието е лидер на пазара с над 4,8 милиона читатели седмично в 140 страни.

През 1994 г. и 1996 г. BusinessWeek печели National Magazine Award за изключително представяне (тираж над един милион) – най-престижната награда в сектора, еквивалент на „Пулицър“ за списанията. BusinessWeek има общо осем национални

награди и е било номинирано шестнадесет пъти през последните десет години. BusinessWeek Online също печели National Magazine Award за изключително представяне в категорията „Нови медии“ през 2000 г. BusinessWeek е носител на още много отличия, 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 според списание Adweek.

ПРОДУКТЪТ

BusinessWeek е водещото глобално бизнес списание. С обширната си мрежа от над 200 журналисти в деветнадесет бюра списанието предоставя навременно и задълбочено покритие на новините, които са от значение за успешния бизнес.

Стартираният 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. Отразявайки 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 студиято 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.

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. Списанието 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, Бандунг, Семаранг, Йогиакарта, Сурабая и Денпасар. Средният му тираж е 25 000 с периодичност 38 броя годишно. През ноември 2005 г. стартира BusinessWeek Türkiye, което се издава

1929

Списанието започва да излиза на 7 септември. Издава се от The McGraw-Hill Companies в Ню Йорк. Основана през 1888 г., корпорацията е водещ глобален източник на информация в областта на финансовите услуги, образованието и бизнеса чрез Standard & Poor's, BusinessWeek и McGraw-Hill Education. Тя има над 322 офиса в 33 страни.



съвместно с Infomag Publishing Company. Седмичното списание предлага изчерпателно отразяване на новини и коментари за професионалния бизнес. 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.

Арабскоезичното BusinessWeek Al-Arabiya се издава от октомври 2005 г. съвместно с InfoPro Management. Месечното списание 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.

BusinessWeek Bulgaria стартира през януари 2006 г. и се издава съвместно от „КЕШ“ ООД и The McGraw-Hill Companies, Ню Йорк. Редакционното съдържание включва материали от глобалното издание на BusinessWeek, както и местни теми, разработени от български журналисти. Средният тираж на BusinessWeek Bulgaria е 16 500 броя. От май 2006 г. излиза BusinessWeek Romania. То се издава в сътрудничество с Business Media Group (BMG). Средният тираж на седмичното списание 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 всестранина 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



ПРОМОЦИЯ

През 2002 г. BusinessWeek стартира спечелилата награда рекламна кампания „Прочети вътре“. През последното тримесечие на 2006 г. започна 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. Списанието 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.

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

www.businessweek.com

Факти, които не знаете за BUSINESSWEEK

В първия си брой от 7 септември 1929 г. BusinessWeek предупреждава, че нещо става на фондовата борса. След седем седмици тя се срива. Този брой е подготвен от скромна екип от четиринадесет души.

BusinessWeek предсказва света на мобилните компютри, клетъчните технологии и телекомуникациите в своята тема на броя „Мобилният началник“ от 1988 г.

В специалния си извънреден брой „Повелята на качеството“ през 1991 г. BusinessWeek разглежда 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.

1969

BusinessWeek нарича компютъра „може би най-важния инструмент на този и всеки следващ век“. Списанието става първото бизнес издание, което създава специален отдел „Информационна обработка“, посветен на информационните технологии.

1975

BusinessWeek посвещава тема на броя на „Корпоративната дама“. След дълги години агитация от женски организации и обрати в общественото мнение дамите навлизат в корпоративното управление.

1997

Публикувана е първата класация BusinessWeek 50, известна вече като годишна класация на най-добре представящите се фирми в борсовия индекс 500 на Standard and Poor's.

2006

През януари стартира BusinessWeek Bulgaria, което в рамките на няколко месеца се нарежда сред водещите седмичници в страната.