

БЪЛГАРИЯ

BusinessWeek



businessweek.com
businessweek.bg

BusinessWeek е водещото глобално бизнес списание, което предлага уникални обзори и анализи на световните бизнес лидери. С обширната си глобална мрежа от над 200 журналисти в деветнадесет бюра BusinessWeek предоставя навременно и задълбочено покритие на новините, от значение за успешния бизнес.

ПАЗАР

Пазарът на списания в България се променя непрекъснато. В миналото останал периодът, в който разнообразието се изчерпваше с едва няколко списания, които по съдържание и дизайн копираха предимно германските и тийнбейджърските издания. Сега на щандовете заедно със стотиците 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 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, списанието 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 десет години. BusinessWeek Online също печели National Magazine Award за изключително представяне в категорията „Нови медии“ през 2000 г.

Списание то 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.

ПРОДУКТЪТ

BusinessWeek е водещото глобално бизнес списание, предлагащо уникални 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 специален 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. Сайтът предлага като допълнение интерактивни инструменти, репортажи, данни, форуми и бюлетени.

BusinessWeek Weekend, излъчвано от студиото MarketSite на фондовата борса NASDAQ на площад „Таймс“, Ню Йорк, развива собствените новини, анализи и коментари в BusinessWeek. Всяка седмица половинчасовата ТВ програма предлага също и 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 Business Week Al-Arabiya се издава съвместно с InfoPro Management. Месечното издание предлага задълбочено и 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 ООД и McGraw-Hill Companies, Ню Йорк. Седмичното списание предлага на българските читатели задълбочено отразяване на новини и коментари за професионалния бизнес. Редакционното съдържание включва материали от глобалното издание на BusinessWeek, както и регионални теми, разработени от български журналисти. Средният тираж на BusinessWeek Bulgaria е 8500.

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. Спн-

санието 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 града, сред които Джакарта, Медан, Бандунг, Семаранг, Йогиакарта, Сурабая и Денпасар. Средният му тираж е 25 000 с периодичност 38 броя годишно.

От месец 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 „Родион“ със среден тираж 40 000 и периодичност 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 читателите да получават най-пълна и всестранна представа за това, което се случва. През януари 2006 г. 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 BW Online пусна четири нови канала – „Иновации и дизайн“, „Автомобили“, „Европа“, „Азия“, и девет нови подканала. BusinessWeek Online разполага с единадесет канала, десет подсекции и тринадесет блога, като заедно с това хоства 2000 блога на канала MBA.

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

Факти, които не знаете за BusinessWeek

Първият брой на BusinessWeek е публикуван на 7 септември 1929 г. Изданието предупреждава, че нещо става на фондовата борса. След седем седмици борсата се срива. Броят е подготвен от скромна екип от четиринадесет души.

През 1969 г. 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.

През 1975 г. BusinessWeek посвещава тема на броя на „Корпоративната дама“. Жените навлизат в корпоративното управление след дълги години агитация от женски организации и обрати в общественото мнение.

През 1976 г. BusinessWeek получава National Magazine Award за принос към обществото.

През 1988 г. BusinessWeek предсказва 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 представяне 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.

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, работещи в областта на бизнеса, икономиката, технологиите и иновациите.

1929

Списанието започва да излиза всяка седмица. Издава се от The McGraw-Hill Companies в Ню Йорк – водещ глобален източник на информация в областта на финансовите услуги, образованието и бизнеса чрез имена като Standard & Poor's, BusinessWeek и McGraw-Hill Education. Корпорацията има над 322 офиса в 33 страни.

1994

Стартира уебсайтът на BusinessWeek www.businessweek.com, който предлага на потребителите си всекидневни прогнози, уникални обзори, новини на часа и задълбочени анализи на последните тенденции в света на бизнеса.

2005

Приходите на The McGraw-Hill Companies достигат рекордните \$6 милиарда.

2006

Започва издаването на BusinessWeek Bulgaria съвместно с КЕШ ООД и McGraw-Hill Companies, Ню Йорк.