

МЕНИДЖЪР



manager.bg

Списание „Мениджър“ е бизнес издание, което предлага уникална комбинация между теория и практика в областта на мениджмънта, маркетинга, икономиката, информационните технологии. То е единственото по рода си месечно списание за българските мениджъри, предприемачи и собственици.

ПАЗАР

Бизнесът в България има редица особености, които допринасят за появата и успеха на списание „Мениджър“. Пазарната икономика в страната е твърде млада – тя съществува едва от 1989 г. Доскорошната липса на източници на професионална литература, недостатъчната практическа насоченост на българското бизнес образование, както и езиковата бариера създават голямо търсене на достъпна, актуална и практична информация за мениджмънта.

Списание „Мениджър“ е бизнес издание, което предлага уникална комбинация между теория и практика в областта на мениджмънта, маркетинга, икономиката, информационните технологии. То е единственото по рода си месечно списание за българските мениджъри, предприемачи и собственици. Списанието е независимо, частно, спазва Етичния кодекс на българските журналисти. Създадено е с изцяло български капитал. Читателят на сп. „Мениджър“ е образован, делови човек с високи лични доходи и в активна възраст. Интересува се от съвременните бизнес практики и се стреми да ги прилага в собствената си работа.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Периодът 2005–2008 г. може да бъде определен като ключов в развитието на списанието. За краткото време от три години екипът на „Мениджър“ постига забележителни бизнес резултати. Тиражът нараства от 5000 на 15 000 копия, абонаментите – от 1000 на 3000. Мониторинг на инвестициите в печатна реклама в България, публикуван във в. „Капитал“ през февруари 2009 г., поставя „Мениджър“ на трета позиция по приходи от реклама от общо 50 месечни издания.

Тези успехи се дължат на значителното развитие на продукта – редакторският екип непрестанно работи върху обогатяване на съдържанието. Списанието привлича за автори едни от най-авторитетните икономически анализатори, специалисти по мениджмънт и маркетинг, популярни имена в журналистиката.

През месец май 2006 г. Българската стопанска камара присъжда годишната награда

за печатна медия на „Мениджър“ като признание за успешната му дейност и принос в развитието на мениджърските екипи. Година по-късно списанието взема и голямата награда „Златен чадър“ за печатни медии на Международния медиен фестивал в Албе-

подреденост и яснота за читателя, както и за удобство на рекламодателите в списанието има седем основни раздела:

- Ассент – актуални анализи, коментари, интервюта, в които ясно се очертава позицията на списанието в защита на интересите на мениджърите.

- Тема – голямото журналистическо проучване на броя обхваща значими и актуални явления в бизнеса.

- Management – това е най-голямата секция в списанието, в която се представят управленски модели и практики. Представят се български и чуждестранни мениджъри и техният път към успеха. В този раздел е позиционирано голямото интервю на броя, чиито герой по правило е и на корицата на списанието.

- Marketing – разделът е посветен на най-добрите практики в продажбите и проучването на пазара. Разработва любопитно и компетентно проблемите на рекламата и пиара.

- Есопоту – това са страниците за българския и чуждестранния бизнес, за взаимоотношенията бизнес – държава, за малките и средните предприятия.

- Sci-tech е секцията, от която читателят, изкушен от технологиите, науката и ИТ пазара, научава новостите в тази област.

- Modernity е рубрика за модерното схващане за света, предметите и стила на живот.

Списанието завършва с комикс – едно необичайно, но специфично и оригинално решение.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

От началото на 2007 г. „Мениджър“ започва да издава MANAGER и „Далече“.

MANAGER е английската версия на българското списание „Мениджър“. Насочено е към всички чужденци, които правят бизнес и инвестират у нас, имат интерес към процесите, протичащи в страната, и икономиката и искат да се запознаят с основните играчи на пазара. Излиза на двадесето число всеки месец в обем от 88 страници.

„Далече“ е насочено към времето, през което професионално активните хора релаксират. Основната мисия на изданието е да има незаменима практическа полза за чи-



на. На същия фестивал „Мениджър“ получава и първа награда в категория „Списания“, а през 2008 г. – наградата за най-добро бизнес списание.

ПРОДУКТЪТ

Списание „Мениджър“ е луксозен полиграфичен продукт. В годината излизат дванадесет книжки на първо число всеки месец в тираж 13 000–15 000 броя. Обемът на списанието е между 176 и 280 страници в зависимост от броя на рекламните публикации. Политика на редакцията е съотношението между реклама и текстове да е 30 към 70, което е в полза както на читателите, така и на рекламодателите.

„Мениджър“ публикува различни по жанр текстове, в които информира, анализира и на достъпен език представя най-успешните модели и управленски практики. За по-голяма



участват хора на най-високо управленско ниво – управители, изпълнителни директори, председатели на ръководните органи, представляващи водещите компании в България и отговорни за вземането на стратегически решения за тяхното функциониране и развитие. „Мениджър на годината“ се провежда съвместно със световната консултантска компания Deloitte, която разработва методиката за оценка, и популяризира в обществото най-напредничавите мениджъри на страната.

През 2009 г. списание „Мениджър“ продължава и успешното издаване на книги от поредицата Rocket Mentor – експертни отговори на ежедневни предизвикателства в бизнеса. Това е съвместен проект с Harvard Business School Press и включва полезни и практични ръководства за управление на проекти, на времето, на екипи и др. Книгите са в джобен формат и са много удобни за четене.

Отново през 2009 г. е даден старт на втората поредица книги – „14 урока“, която е най-популярната в момента сред мениджърите по света. Тя предизвиква бурен интерес, защото разказва най-важните неща за бизнеса по изключително увлекателен начин.

ПРОМОЦИЯ

Основното послание на марката „Мениджър“ е „Искаш да знаеш“. То описва най-точно и синтезирано мисията на продуктите на Издателство „МИТ ПРЕС“ – сп. „Мениджър“, сп. MANAGER, сп. „Далече“, Wine & Dine, Modernity, „Бизнес профил“, книги, събития.

Рекламната кампания включва радио, печатна, външна и вътрешна реклама, която цели увеличаване на продажбите и промотиране на новите продукти, носещи търговската марка „Мениджър“.

Сключените договори с водещи бензиностанции и вериги хипермаркети отварят пред „Мениджър“ още една врата за утвърждаване на бранда и активна комуникация с читателите.

„Мениджър“ осъзнава своята корпоративна социална отговорност и възможностите си като медия да съдейства за подобряване на условията за бизнес и живот в България. На страниците си списанието отразява и подпомага обществено значими социални кампании: WWF кампанията „За чисти природни паркове“ и „Климатични аномалии“,

Факти, които не знаете за МЕНИДЖЪР.

Списанието е част от икономическата група „ВМ Финанс Груп“, която се състои от единадесет компании, опериращи в различни бизнес сфери.

Оценяваната аудитория на „Мениджър“ включва над 40 000 души.

Досега в списанието са представени, цитирани или интервюирани повече от 3000 български мениджъри.

Първият чужденец, представен на корицата, е и първият по богатство човек в света – Уорън Бъфет.

Всички изпълнителни директори на списанието досега са били жени, а след 2002 г. всички главни редактори са мъже.

кампанията на коалиция „За да остане природата в България“, инициативата за набиране на средства за създаване на дневен център за деца с множествени увреждания в България, инициативи на UNICEF, Фондация „За нашите деца“, Фондация „Защитено жилище „Заедно“ и други.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Основна цел на списанието е да съдейства на мениджърите в България да бъдат по-успешни в управлението на своите компании, да ги подпомага в усилията им да са по-конкурентоспособни на пазара и да печелят по-добре.

Тази мисия списанието постига, като се стреми да изпълнява няколко основни задачи: да информира читателите си за най-модерните и ефективни практики в областта на мениджмънта, маркетинга, бизнеса и технологиите, да подсказва на мениджърите решения, които ще направят дейността им по-успешна, да формира нова култура на управление и производство в България.



тателя, като същевременно преобразява и най-заклетия работохолик в пътешественик и откривател.

2008 г. е годината на новите проекти за „Мениджър“. Стратегията за развитие включва разширяване на портфолиото на допълнителните списания, книгоиздаване и организиране на събития под марката „Мениджър“.

Сп. Wine & Dine е първото съвременно, насочено към потребителя, списание за вино и кулнатурата в България – едновременно образователно и развлекателно. То е посветено на качествената храна, хубавото вино и напитки. Материалите в списанието са за изключителните френски изби, но също и за местните вина. Темите засягат всичко, свързано с приятния начин на живот – кафе, шоколада, гурметите, премиум продуктите.

Списание Modernity идва с мисията да съдейства за формирането и възпитаването на нов стил и начин на живот. Живот, който ще помогне на активните делови хора винаги да изглеждат и да се чувстват добре. Списанието залага на висококласовена визия и компетентни текстове от утвърдени български и чуждестранни автори в областта на здравето, профилактиката, практичната психология, естетиката и козметиката.

В началото „Далече“, Wine & Dine и Modernity излизат по четири пъти в годината и се разпространяват с тиража на сп. „Мениджър“. От април 2009 г. те стават част от тялото на списанието и излизат като неговите вътрешни приложения. Едно от най-четените приложения е и специализираното списание за различните отрасли на икономиката „Бизнес профил“.

Марката „Мениджър“ се свързва и с конкурса за постижения в областта на висшия мениджмънт в България „Мениджър на годината“, който стартира през 2008 г. В него

1998

Излиза първият брой на МИТ – „Мениджмънт, Икономика, Технологии“, с тираж 5000 броя и обем 96 страници.

2002

МИТ се преименува на „Мениджър“.

2004

Визията на списанието е променена – то излиза с нов, модерен дизайн.

2005

Мая Бобева става изпълнителен директор, а Максим Майер – главен редактор.

2007

Излиза стотният брой. Тиражът на „Мениджър“ е 13 000, списанието е на седмо място по рекламни приходи сред месечните издания.

2008

Стартира конкурсът „Мениджър на годината“.

2009

Списание „Мениджър“ е поставено на трета позиция по приходи от реклама от общо 50 месечни издания.