

# LIDER

## 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 trenucima u kojima zbog turbulencija i sve češćih kriza na svjetskoj poslovnoj sceni, približavanja ulaska Hrvatske u Europsku uniju i povećavanja konkurencije potpomognute globalizacijom treba donositi racionalne i pametne odluke koje će pridonijeti opstanku i rastu tvrtke, lideri traže kvalitetne

svijetu. Brzina kojom se odvijaju poslovni događaji ne samo na globalnoj nego 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

Neprestan rast prodaje tjednika i posjeta internetskim stranicama pokazuje da je Lider postao nezaobilazan

izdavaštvo te prodaju poslovnih knjiga, što uz web-portal i poslovnu web-knjžanu zaključuje projekt izgradnje nezaobilaznoga multimedijskog centra najvažnijih poslovnih informacija i znanja.

## Povijest

Prvi broj Lidera izašao je 7. listopada 2005. Izdavač je Lider press d.d., tvrtka osnovana početkom svibnja 2005. Idejni su začetnici i pokretači tvrtke iskusni poslovni novinari Miodrag Šajatić i Željko Vukelić, koji



i provjerene informacije na temelju kojih mogu postaviti dobre i ostvarive ciljeve te donositi odluke kojima će se održivo razvijati i povećati vrijednost kompanija koje vode. Informacija na tržištu, domaćem i svjetskom, ima napretek. Osim što ih je mnogo, problem je prepoznati i razvratiti dobre od loših, važne od beznačajnih. Prepoznaju 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 te znanje koje im može pomoći da se prilagode i izvuku najveću korist iz trenutnih i budućih poslovnih trendova. Zahvaljujući takvoj poslovnoj politici Lider se danas može naći u uredima svih važnih hrvatskih kompanija, državnih tijela, finansijskih i savjetničkih institucija te u visokobrazovnim ustanovama.

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

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 najtraženiji, najprodavaniji i najutjecajni poslovni list postavivši pritom nove standarde u poslovnom novinarstvu. O uspješnom poslovanju unatoč krizi i problemima s kojima se susreće medijska industrija govori podatak da potkraj 2009. prodajna naklada Lidera premašuje brojku od 9.000 primjeraka, od čega se 6.500 prodaje pretplatom. Kad se tomu pribroji i više od 70 tisuća jedinstvenih posjetitelja na Liderovu web-portal, dobiju se impresivne brojke za specijalizirani poslovni časopis na hrvatskom tržištu koje dovoljno govore o statusu Lidera u poslovnoj zajednici.

Za marketinški segment lista posebno su važni njegovi veoma utjecajni čitatelji koji donose odluke, raspoloživi novcem i odlučuju u što će se investirati. Glavni je to razlog, uz veliku kvalitetu časopisa, što su marketinški stručnjaci prepoznali Lider kao jedan od najkvalitetnijih i nezaobilaznijih 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 uspješnih i vrlo dobro posjećenih poslovnih skupova i seminara i

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 kao vrlo uspješan poslovni projekt. Tvrtku su osnovali uz potporu Koncerna Agram, čiji su članovi ujedno dioničari.

Izdanjem prve knjige „Kako upravljati karijerom“ u prvoj polovini 2006. Lider press širi svoju osnovnu djelatnost na izdavaštvo. Do kraja 2009. u Liderovoj biblioteci izdano je 12 novih naslova od kojih su neki svjetski poslovni bestseleri. Organizacijom konferencije „Prilagodba javnih poduzeća standardima Europske unije“ početkom ožujka 2007. najavljeno je vrlo uspješno širenje djelatnosti na organizaciju poslovnih skupova i seminara. U 2009. organizirano je šest većih poslovnih skupova, od kojih su neki nastavili uspješnih konferencija održanih prethodnih godina, poput „Korporativne sigurnosti“ i „Business Forum“.

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 promijenjenom izdanju, ali s aktualnim temama iz svijeta biznisa s tog područja, zadržavši istu razinu kvalitete i izgleda kao u hrvatskom izdanju.

## Proizvod

Lider je tjednik namijenjen poslovnim ljudima, poduzetnicima, menadžerima, „decision makerima“, „opinion leaderima“, investorima, studentima, itd.

Tiskan na firmu 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, bar jednu važnu temu 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, konkurenta iz djelatnosti, 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, fejtone u svjetskim poduzetnicima i menadžerima, najvećim globalnim igračima, rubniku „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-Požaić, Đuro Njavro, Krešimir Sever, itd. Svaki broj prati i nezabildane kolumne: „Ekonomalije“ glavnog urednika Lidera Miodraga Šajatovića, „Politička sekcija“ publicistice Višnje Starešine, „Life Coach“ savjetnice za razvoj karijere Tatijane Dvjak te „Pravda za sve“ Liderova novinara Mice Grčara.

Svaki se tjedan uz osnovni broj Lidera mogu pronaći visokokvalitetni i korisni posebni prilozii 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 prilozii.

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

## Nedavni razvoj

Praćenje svjetskih trendova u novinarstvu i prilagodba svjetskim standardima i potrebama korisnika, ne samo



tekstno nego i vizualno, uvijek su bili dio Liderove razvojne politike da bi za čitatelje stvorio dodanu vrijednost koja će im uvelike pomoći na njihovu poslovnom putu. Od broja 175., izdanog 6. veljače 2009., Lider izlazi s novim vizualnim identitetom i nekim novim rubrikama. Novi Lider s pojačanim vizualnim dojmom pomirio je analitičku prirodu sadržaja i nika ugodniji izgled.

Jedinstvena su novost u poslovnom novinarstvu: specijalni prilozii koji nastaju u suradnji s organizatorima vrijednih poslovnih događanja 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 trajan 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 cijeva i sadržaja konferencija.

Od studenoga 2009. Lider se može čitati i u digitalnom izdanju, što je dodana vrijednost za njegove pretplatnike. Osim što je usluga za njih besplatna, aktualni broj sadrži mogu pročitati i prije nego što se u tiskanom izdanju pojavi na prodajnim mjestima.

## Promocija

Promocija tvrtke usko je vezana s promocijom najvažnijega proizvoda tvrtke – poslovnog tjednika Lidera. Budući da je tržište većinom poslovno, i ona je usmjerena na taj segment tržišta.

Velik dio zauzima izravan pristup potencijalnim klijentima – telefonski, slanjem e-pošte i promotivnih brojeva Lidera besplatno na adresu – da bi ih se upoznao sa sadržajem i načinom prezentiranja informacija. Takvom promocijom, u kojoj Lider na najbolji način promovira sâm 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 donicu i fond godine, izdavanje prvih službenih rezultata poslovanja tvrtki za prošlu godinu u suradnji s FINA-om u publikaciji „1000 najvećih“ te uspješna organizacija nekih od najvećih poslovnih skupova u Hrvatskoj sa svjetski poznatim imenima iz svijeta međunarodnog biznisa dodatni je, ali ne i manje važan, oblik promocije Liderova brenda.

## Vrijednosti robne marke

Prepoznatljivost imena Lider među poslovnim zajednicom, ali i među studentima i u regiji, te mnoga pohvale uz neprestan rast kvalitete proizvoda i usluga koje nudi 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 održiv novinsko-izdavački poslovni projekt radi maksimiranja koristi za domaću ekonomiju i njezine sudionike. Mnoge ponude za medijsko pokroviteljstvo važnih poslovnih događaja još su jedan pokazatelj velikog ugleda koj Lider uživa na hrvatskoj poslovnoj sceni.

[www.liderpress.hr](http://www.liderpress.hr)

## JESTE LI ZNALI...

### Lider

- Glavni urednik Lidera, Miodrag Šajatović, dobio je nagradu za najbolju kolumnu u Hrvatskoj za 2006.
- Lider press d.d., tvrtka koja izdaje poslovni tjednik Lider, proširivši svoju djelatnost na organizaciju poslovnih skupova i seminara, organizirala je 2007. najveći poslovni skup u Hrvatskoj s više od 1800 sudionika iz cijele regije. Glavni gost bio je Jack Welch, najpoznatiji svjetski menadžer. Uspješna organizacija najvećih poslovnih skupova nastavljena je i u 2009., kad je pred punom Koncertnom dvoranom „Vatroslav Lisinski“ u Zagrebu kao glavni predavač nastupio Michael Porter, u svijetu poznat kao vodeći svjetski autoritet u konkurentnosti i strategijama.

