



**ИЗДАТЕЛЬСКО-КОНСАЛТИНГОВАЯ  
КОМПАНИЯ «БАЛАНС-КЛУБ»**

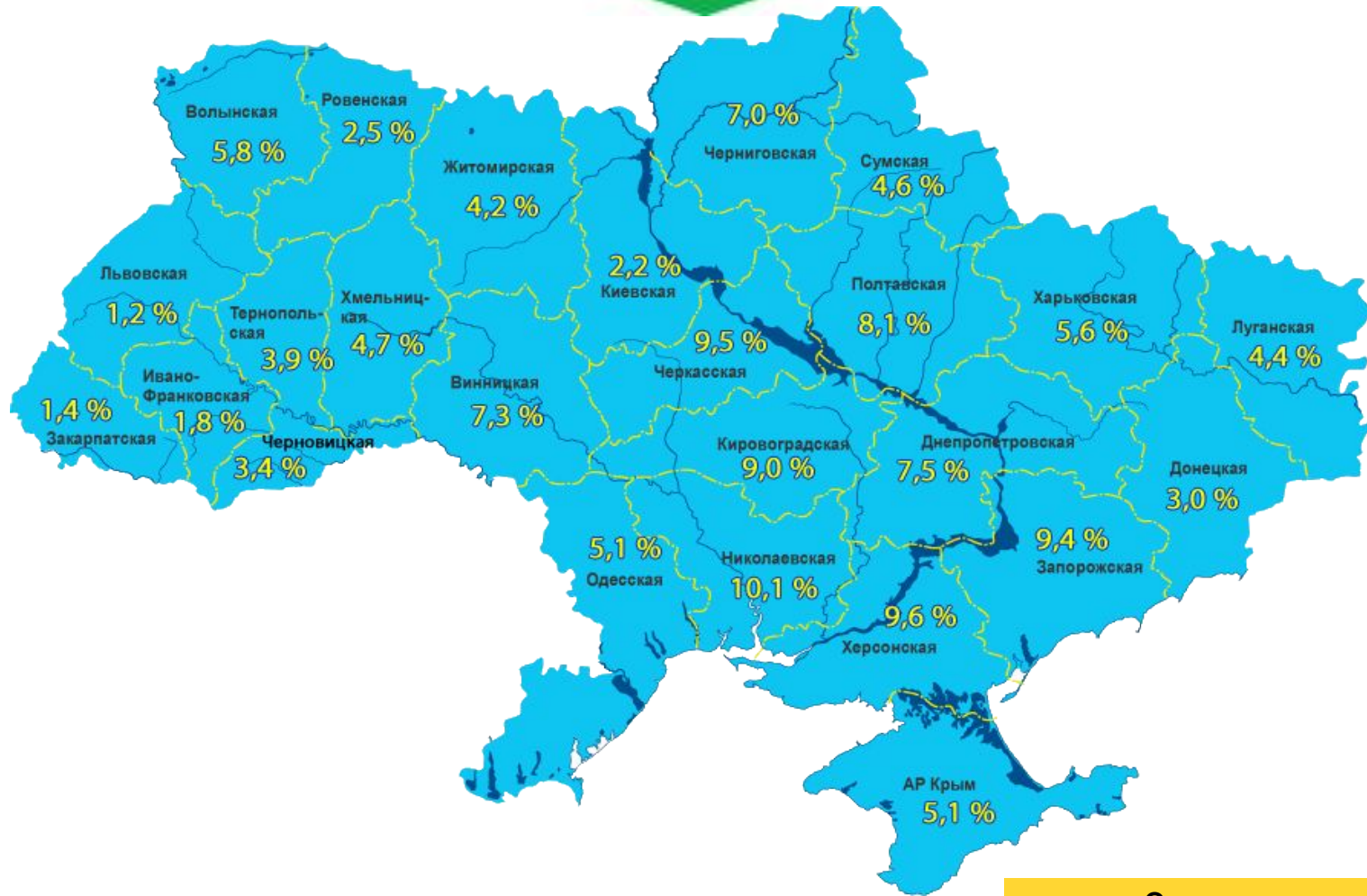
**ВСЕУКРАИНСКОЕ БУХГАЛТЕРСКОЕ ИЗДАНИЕ  
«БАЛАНС-АГРО»**



- **Язык:** русский, украинский
- **Тираж:** 7 000 экз.
- **Периодичность:** 4 раза в месяц
- **Объем:** 64 страницы (в месяц),
- **Распространение:** по всем областям Украины
- **Читательская аудитория:** 11 250 (подтвержденный исследованиями ИКК «Баланс-Клуб» читательский коэффициент каждого номера – в среднем 2,5 (действительное количество читателей))
- **Внутренний блок:** офсетная бумага
- **Обложка издания:** мелованная бумага, полноцвет
- **Упаковка издания:** полиэтилен

«Баланс-Агро» - всеукраинское специализированное издание, посвященное ведению бухгалтерского и налогового учета на сельскохозяйственных предприятиях и в фермерских хозяйствах.

# БАЛАНС АГРО





**В результате исследований, проведенных независимыми маркетинговыми агентствами, мы составили портрет наших клиентов, использующих издание «Баланс-Агро».**

# БАЛАНС АГРО

## ФЕРМЕРЫ

- Мужчины старше 40 лет с высшим или средним специальным образованием.
- Имеют семьи: жена, дети, внуки.
- Многие начинали работать в совхозах.

## БУХГАЛТЕРЫ

- Женщины, реже мужчины разного возраста с высшим или средним специальным образованием.
- Имеют семьи: супруг, дети.

Ценят **стабильность** во всех сферах жизни: в семье, на работе, в стране, в сельском хозяйстве в целом

Кроме бухгалтера и фермера на предприятии специализированное издание «Баланс-Агро» используют:

- Руководитель, директор
- Агроном
- Экономист



## ОСНОВНЫЕ ТИПЫ ФЕРМЕРОВ

### 1. Универсальный работник:

занимается всем, выполняет всю работу, должен во всем разбираться, в бухгалтерии в том числе.

### 2. Организатор:

занимается планированием, набором специалистов, руководит богатым развитым сельскохозяйственным предприятием.

## БУХГАЛТЕРЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

**Бухгалтер компетентен не только в сфере бухгалтерии, но и во многих вопросах сельского хозяйства.**

**Бухгалтеры очень коммуникабельны.** Они обмениваются информацией как с коллегами, так и с представителями государственных органов.



## Целевая аудитория испытывает нехватку в следующей информации:

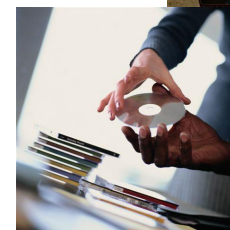
1. Свойства, виды гербицидов, минеральных удобрений, ядохимикатов. Способы и методы защиты растений от вредных воздействий насекомых и природных катаклизмов

2. Условия реализации, хранения, переработки и продажи зерна (посевного материала)

3. Условия предоставления и погашения кредитов

4. Условия покупки, продажи, лизинга техники, запчастей

5. Выбор оптимального варианта программного обеспечения для сельского хозяйства





**Источниками информации для целевой аудитории являются:**

**Бухгалтерское специализированное издание «Баланс-Агро»**, которое выписывают или берут у коллег.

**Знакомые, друзья**, которые работают с изданием «Баланс-Агро», обмениваются информацией с коллегами о последних изменениях в сельском хозяйстве.

**Управления сельского хозяйства**, рекомендующие специализированное издание «Баланс-Агро».

**Семинары**, организованные редакцией «Баланс-Агро».





**Как читатели воспринимают  
рекламу в издании?**



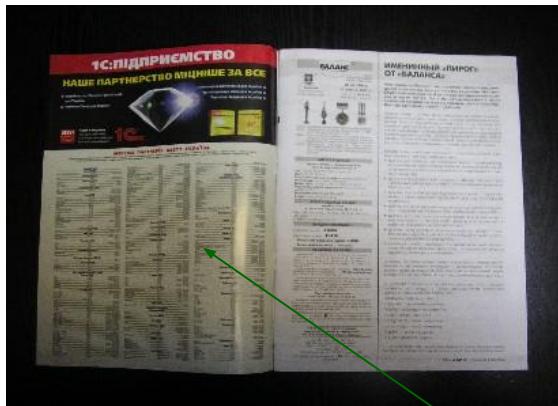
- Как подписчики изданий **компании «Баланс-Клуб»**, так и люди, пока не являющиеся подписчиками, в целом лояльно относятся к рекламе.
- Приветствуются как специализированная реклама товаров и услуг для бухгалтеров, фермеров, так и консультации специалистов различных отраслей. Воспринимается, как необходимая и полезная информация.
- Издание не перенасыщено рекламным материалом. В одном номере журнала размещается не более 4 рекламных макетов. Это положительно влияет на восприятие рекламы.
- Рекламодатели, которые разместят в нашем издании рекламно-информационный материал, не потеряются в большом количестве рекламы.
- Доверие к изданиям ИКК "Баланс-Клуб" переносится и на любую информацию, публикуемую в них, в том числе и на информацию рекламного характера.



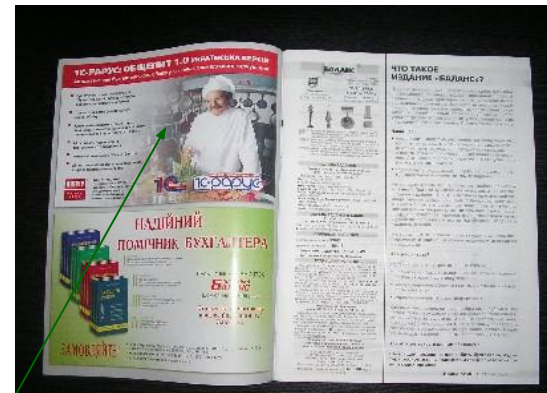
**Как Вы можете донести информацию  
именно Вашей компании (продукции)  
до потребителя?**



- ❖ **Разместить Вашу информацию в виде рекламного блока в специализированном бухгалтерском издании**  
**и/или**
- ❖ **в форме рекламной статьи, в рамках которой Вы сможете подробно рассказать о преимуществах Вашего предложения, что является, согласно проведенным исследованиям, наиболее приоритетным вариантом.**



(190x260 мм)  
**3 920 грн.**



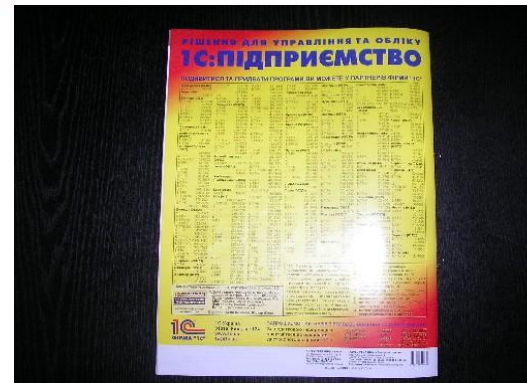
(190x127 мм)  
**1 960 грн.**

Размещение рекламного материала на **2-й странице обложки издания** позволит привлечь внимание каждого читателя, поскольку эта страница соседствует с Содержанием и Колонкой редактора, к которым читатель возвращается вновь и вновь, а значит, он уделит значительную часть времени и Вашей рекламе.



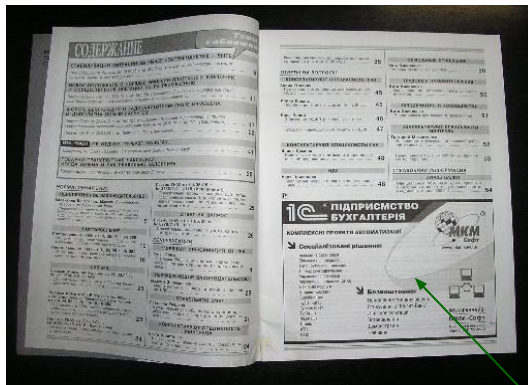
(190x260 мм)  
**3 600 грн.**

Один из самых эффективных рекламных инструментов - **3-я страница обложки**, логически завершающая информационный блок издания. Она отличается от черно-белых страниц и, естественно, привлечет значительное внимание.

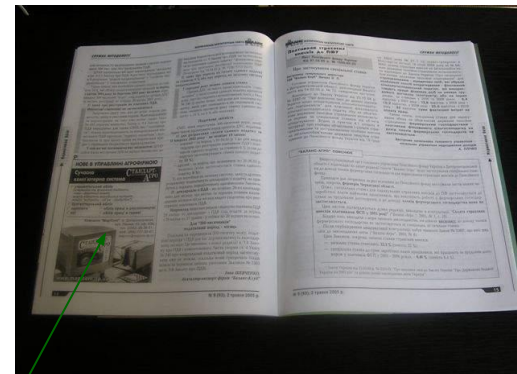


(190x235 мм)  
**3 800 грн.**

**4-я полоса обложки** – самый эффективный вид рекламы в бухгалтерских изданиях. Лицевая сторона обложки часто является «рабочей» (на ней фиксируются основные темы, интересные для читателя). А 4-я страница обложки берет на себя задачу удовлетворить эстетические запросы аудитории.



(170x115 мм)  
**730 грн.**



(82x115 мм)  
**365 грн.**

В бухгалтерских изданиях особенно **эффективна реклама на внутренних полосах.**

Аудиторией хорошо воспринимается реклама, лишённая развлекательности. Рекламный блок желательно выдерживать в строгом деловом стиле. Так он будет стилизован под важную деловую информацию, публикуемую на страницах издания.



**Всегда готовы обсудить пути нашего сотрудничества и ответить на Ваши вопросы:**

- **тел./факс (056) 370-44-25**
- **e-mail: [busel.t@balance.dp.ua](mailto:busel.t@balance.dp.ua)**
- **[www.balance.ua](http://www.balance.ua)**

**Мы рады способствовать Вашему успеху!**