

в сотрудничестве с
<акция.карьера>

успешный



IBS

партнер выпуска

партнер выпуска

IBS



успешный

бесплатные городские журналы и путеводители



акция масс-медиа

МЕДИАКИТ | 2008-2009

- «Успешный Городовой» — первый бесплатный журнал-навигатор, посвященный карьерным возможностям, предоставляемым ведущими работодателями России. Журнал выходит 2 раза в год.
- «Успешный Городовой» — издание для молодых людей, которые начинают строить свою карьеру (студенты старших курсов и выпускников) и нуждаются в качественном, достоверном, удобном и полезном путеводителе по современному рынку труда и карьерных возможностей.
- «Успешный Городовой» публикует важную информацию о рынке труда и работодателях, тенденциях и трендах рынка; рейтинги работодателей; советы рекрутеров, психологов и юристов и другую полезную информацию. Это удобный гид по миру карьерных возможностей, прочитав который, каждый читатель сможет найти работодателя своей мечты.
- «Успешный Городовой» создан с учетом общей концепции серии журналов и путеводителей «Городовой» — 100% применимая информация, которую читатель может использовать неоднократно.

Концепция и формат журналов делает их максимально привлекательными для пользователей. Каждый журнал и путеводитель имеет высокий уровень доступности, за счет бесплатного распространения более чем в 2 000 местах в Москве, а размер журналов равен размеру почтовой открытки (105x143 мм), что делает их крайне удобными в использовании и хранении — карманный формат.

Глянцевая мелованная бумага и журнальная печать делают «Городовые» максимально заметными и привлекательными для своих читателей.

«Успешный Городовой» - это бесплатный журнал-навигатор по карьере для студентов и выпускников вузов. Он создан специально для молодых людей, которые хотят (и привыкли) получать нужную и интересную информацию для построения успешной карьеры быстро и бесплатно. Именно поэтому «Успешный» такой удобный по форме и содержанию, учитывающий стиль жизни и динамику современных молодых людей.

- Во-первых, его удобно взять с собой, чтобы прочитать что-нибудь полезное в нужной ситуации: при поиске первой работы, перед собеседованием, даже на перемене между лекциями в университете;
- Во-вторых, он удобен и максимально утилитарен по содержанию: здесь нет огромных статей, вся информация максимально визуализирована, кратка и содержательна. Кроме того, каждый материал интерактивен: он дает ссылки на ресурсы, где можно узнать больше и подробнее на эту тему;
- В-третьих, «Успешный» **не надо** искать в книжных магазинах и тратить на это свои деньги и время, **надо просто прийти** в свой вуз, кинотеатр или любимое кафе и взять его бесплатно на фирменной стойке;
- Ну и не самое главное, однако, крайне полезное и приятное - в каждом номере «Успешного» в специальной секции «Скидки и бонусы» публикуются купоны со скидками и бонусами в книжных магазинах, кафе и интернет-кафе, салонах связи и цифровой техники, кинотеатрах и др.



Тема номера

Тренд на карьерном рынке - самая актуальная тема для студентов и выпускников, которая поможет им лучше сориентироваться на рынке труда, понять работодателя. Статья содержит истории людей-сотрудников компаний, комментарии экспертов (HR-специалистов крупнейших компаний, сотрудников рекрутинговых агентств, коучей).

Цифры, факты (инфографика)

Представленные в увлекательной и интересной для читателя иллюстративной форме статистика и факты о рынке труда и карьере (опросы статистических и исследовательских центров, рекрутинговых агентств, консалтинговых компаний и т. п.).

ТОП-50

Статья о результатах рейтинга «50 работодателей мечты для молодых специалистов», проводимом газетой «Акция». В статье публикуется таблица с результатами рейтинга, мнения экспертов-партнеров рейтинга, комментарии представителей компаний, признанных лучшими для карьеры по итогам рейтинга.

Советы по карьере

- советы молодых людей, бывших выпускников, которые рассказывают, с чем они столкнулись на работе, советуют, как начать карьеру и как не сделать ошибок. Истории бывших выпускников наиболее близки читателю, который охотнее доверяет сверстникам;
- совет юриста о том, на что нужно обращать внимание при оформлении на работу, как защитить свои права, как не быть обманутым нечестным работодателем;
- советы известных блоггеров - гуру карьеры, бизнеса. Выдержки из блогов авторитетных специалистов в сфере бизнеса и построения карьеры, необычные советы, нестандартная информация;

- совет эксперта по социальным сетям и блогам.

Статья о том, как журналист вступает в многочисленные социальные сети и через определенное время оценивает, насколько полезными оказываются связи и новые знакомства, попадает ли он в область внимания рекрутеров. Это очень интересно для студентов и выпускников: сейчас бум социальных сетей, а полезные знакомства всегда помогают продвижению по карьерной лестнице;

- совет психолога о том, как не «перегореть» в первые месяцы работы, как лучше адаптироваться на работе, истории психолога о том, какие проблемы чаще всего испытывают сотрудники компаний.

Школа жизни

Рубрика, в которой публикуются истории успеха руководителей и основателей крупнейших российских компаний (МТС, «Тройка Диалог», Oracle), ярких бизнесменов. Они дают интервью, в которых делятся своим опытом, рассказывают о своей жизни и об истории своего бизнеса, дают советы по карьере. Наиболее яркие моменты интервью публикуются в «Успешном Городовом», полная версия доступна на сайте газеты «Акция.Карьера» (www.career.akzia.ru)

Звездный час

Рубрика, в которой публикуются интервью с карьерными «звездами» — молодыми людьми до 30 лет, которые занимают высокие должности в крупных компаниях, успешными молодыми предпринимателями, в целом - с людьми, которые показали на старте карьеры впечатляющий рост.

Сделай сам

Рубрика рассказывает просто о сложных вещах - объясняет, как подготовить резюме, сопроводительное письмо, обустроить рабочее место, разобраться с необходимыми для работы программами, сэкономить время на рутинных задачах, как вести разговор с работодателем. Информация с советами экспертов представлена в виде инфографики и иллюстраций — так она более понятна, наглядна и интересна читателю.

Полезные ссылки

Ссылки для читателей на полезные ресурсы, связанные с карьерой и личным развитием — сайты ведущих карьерных изданий России и мира, специализированные сайты по карьере, блоги профессионалов.

Кейсы от работодателей

Кейс-задание от компании, который предлагается решить читателю. Авторы самых интересных решений получают приз от компании и, что самое главное - попадают в зону внимания работодателей, повышая свою ценность на рынке труда.

Мини-тесты

Психологические карьерные блиц-тесты, подготовленные специально для читателя с юмором, представленные в текстовой или иллюстративной форме.

Образование

Тренды и актуальные темы в сфере образования — методики обучения, ноу-хау в образовании, самые интересные открытые лекции, мастер-классы и семинары в вузах России и за рубежом. К статье привлекаются эксперты из университетов (деканы, ректоры)

Карьерный активист

Советы о том, как участвовать в международных студенческих программах, как повышать международную студенческую активность, зарабатывать на гранды, выигрывать конкурсы, получать стипендии международных фондов.

Цитаты

Вырезки-наклейки с интересными и полезными советами/фразами/цитатами/ссылками, которые можно вырезать и носить с собой. В будущем можно сделать их стикерами-наклейками, чтобы приклеить на монитор, в блокнот, на тетрадь.

Комикс

Небольшой забавный комикс на карьерную тематику, об офисной жизни, стереотипах и курьезных ситуациях.

Спецрубрика «Эйчар-блиц»

Комментарий HR-специалистов компаний-работодателей (должность + фото). Эйчары дают комментарии к разным темам, новостям, рубрикам и разделам «Успешного». Это комментарии от первого лица, написанные живым языком, с интересными примерами из практики, случаями из работы, необычными советами и пожеланиями читателям.

Такие комментарии интересны аудитории, поскольку эйчар - это зачастую лицо компании для соискателя, это человек, который знает все тайны и секреты карьеры в компании.

Комментарии эйчаров в виде небольших боксов будут проходить сквозной линией через весь номер журнала.

Москва - распространение на фирменных стойках и стендах

Категория	Кол-во мест	Тираж одного выпуска	Тираж в год	Доля от всего тиража (%)
Вузы	120	84 000	168 000	70
Кинотеатры	75	18 000	36 000	15
Интернет-кафе	7	6 000	12 000	5
Кафе, кофейни, бары	80	6 000	12 000	5
Рестораны	125	6 000	12 000	5
Итого:	407	120 000	240 000	100

Распространение «Успешного»

осуществляется также на всех карьерных выставках и ярмарках вакансий, которые проходят в течении года (15-20 мероприятий).

Подробнее о сети распространения

<http://network.akzia.ru>

□ Региональные города - распространение в виде вложения в газету «Акция»

Город	Кол-во мест	Тираж одного выпуска	Тираж в год
Санкт-Петербург	60	7 500	15 000
Нижний Новгород	33	5 000	10 000
Екатеринбург	16	3 000	6 000
Новосибирск	12	2 500	5 000
Казань	11	2 000	4 000
Ростов-на-Дону	10	2 000	4 000
Волгоград	10	2 000	4 000
Челябинск	10	2 000	4 000
Самара	10	2 000	4 000
Краснодар	8	2 000	4 000
Итого:	180	30 000	60 000

Сеть распространения журнала «Успешный Городовой» насчитывает

587 мест, в **11**

крупнейших городах России.

Преимущественно распространение «Успешного» сосредоточено в вузах - 70% тиража и местах часто посещаемых студентами и выпускниками.

Подробнее о сети распространения

<http://network.akzia.ru>

Периодичность

2 раза в год:

1-й выпуск - апрель

2-й выпуск - октябрь

Тираж

150 000 копий (один выпуск)

суммарный тираж = 300 000 копий

Объем

132 - 168 полос (с обложкой)

- Контент (редакционные материалы + 12 страниц на купоны + 4 полосы на заметки + 2 полосы на карту метро) занимает от 70 до 80 полос;
- Презентации работодателей и реклама - 50 - 80 полос.

Обрезной размер: 105x143 мм (А6, формат открытки)

Цветность: 4+4, журнальное качество печати

Бумага / внутренний блок: 70гр, мелованный глянец

Бумага / обложка: 130гр, мелованный глянец, ВД лак 1+1

Скрепление: ВШРА 2 скобы

Журналы и путеводители «Городовой» не имеют аналогов на медиарынке по количеству контактов с читателем. Если среднее количество контактов рекламной открытки в мире равняется 5 (то есть одну открытку просматривает в среднем пять разных людей), то количество контактов «Городового» превосходит этот показатель в несколько раз.

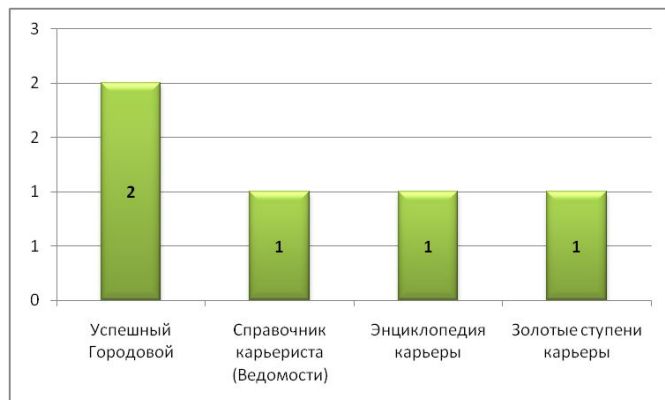
Другими словами 300 000 экземпляров журнала «Успешный Городовой» прочтут минимум 1 500 000 человек.

В среднем же читатель «Городового» повторно обращается за справочной информацией к журналу от 10 до 40 раз в год и делает это в присутствии как минимум 20 разных людей.

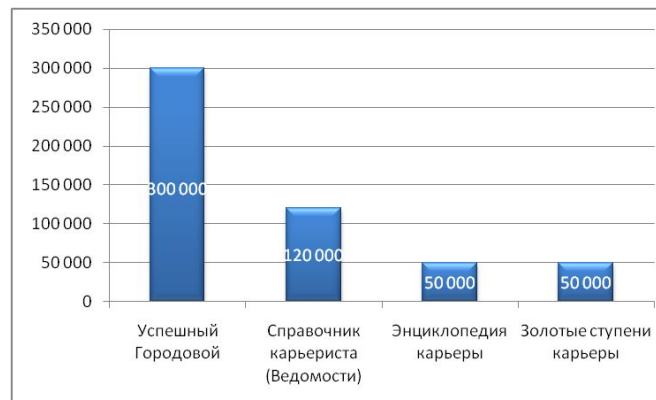
Кроме общих сильных сторон и преимуществ присущих торговой марке «Городовой. Журналы и путеводители» — функциональность и утилитарность, доступность, удобство, качество, outreach, affinity, также стоит отметить что:

- «Успешный Городовой» - не скучный справочник - а полноценный журнал о карьерных возможностях и самореализации, который априори гораздо интереснее и внешне, и по содержанию для читателей. «Успешный» воспринимается студентами и выпускниками как продукт, который не только надо читать, но и как продукт, который хочется читать.
- «Успешный» создаётся признанными профессионалами, командой, которая издаёт одни из лучших на рынке изданий для молодёжной аудитории - газета «Акция» и газета «Акция. Карьера». Такими же молодыми людьми, как и читатели их газет и журналов, людьми которые знают точно, чего хотят их молодые сверстники.
- «Успешный» даёт возможность работодателям раскрыть все свои сильные стороны перед соискателями в лучшем виде. «Успешный» не ограничивает работодателей шаблонами презентаций и рассказа о себе - работодатель в «Успешном» сам выбирает то, как ему быть представленным.
- Журнал «Успешный Городовой», в отличии от существующих на рынке справочников по трудоустройству, не надо искать в профкомах вузов или в книжных магазинах, «Успешный» встречает каждого студента и выпускника на входе в его вуз, любимое кафе или кинотеатр и достаётся ему совершенно бесплатно.

Периодичность выхода (раз в год)



Тираж (за год)



Сеть распространения (кол-во мест)





АКЦИЯ МАСС-МЕДИА

Спасибо за Ваше внимание!

«ГОРОВОЙ. ЖУРНАЛЫ И ПУТЕВОДИТЕЛИ»

МЕДИАКИТ ПРОЕКТА

МОБИЛЬНЫЙ



журналы и путеводители

#1 ноябрь 2006



группа «Королева»
и Юлия Савичева
о мобильных
телефонах

призы | скидки | развлечения | инструкции | тигры | статистика

шутки от Comedy
Club и программы
«Городок»



КИНО



журналы и путеводители

#1 ноябрь 2006

Чьими голосами
говорят призраки



«Вий»
по-американски

007
Шпион, который любил Еву Грин

Шпион, который любил Еву Грин
007

по-американски



бесплатные городские журналы и путеводители



Концепция

- ! «Городовой» — это новый не имеющий аналогов медиа-проект холдинга «Акция масс-медиа».
- ! «Городовой» — бесплатные городские журналы и путеводители карманного формата, каждый из которых имеет свою специализацию и четко очерченную целевую аудиторию.
- ! «Городовой» — это «журнальное» качество текстов и графики, 100%-ая применимость информации и дисконтно-бонусная программа одновременно.
- ! «Городовой» — это беспрецедентное количество возвращений читателя к одному и тому же номеру издания на рынке.
- ! «Городовой» — это самые многотиражные журналы с самой большой сетью распространения.

Каждый журнал и путеводитель серии «Городовой» это 100%-применимая информация, которую читатель может использовать неоднократно.

Концепция

Например, **гид «Авто Городовой»**, кроме обзорных публикаций, интервью и фоторепортажей содержит информацию об автосалонах, кредитных и страховых программах, автосервисах, автомобильную карту Москвы с алфавитным указателем и другую полезную справочную информацию.

Журнал «Кино Городовой» рассказывая о новинках кинопроката, секретах спецэффектов, известных актёрах и кухне киноиндустрии, также служит для читателя карманной афишей, справочной картой кинотеатров Москвы и дисконтным купоном.

Путеводитель «Ночной Городовой» содержит исчерпывающую справочную информацию о музыкальном формате клуба (ресторана, казино), кухне, музыкантах, аудитории и т.д., а контактная информация позволяет читателю в любое время заказать билеты, зарезервировать стол и др.

Концепция и формат журналов делает их максимально привлекательными для пользователей. Каждый журнал и путеводитель имеет высокий уровень доступности, за счет бесплатного распространения более чем в 2 000 местах в Москве, а размер журналов равен размеру почтовой открытки (105x143 мм), что делает их крайне удобными в использовании и хранении — карманный формат. Глянцевая мелованная бумага и журнальная печать делают «Городовые» максимально заметными и привлекательными для своих читателей.

Постоянные элементы журнала

Скидки и бонусы

В каждом журнале и путеводителе «Городового» для читателей предусмотрен раздел «Скидки и бонусы», в котором представлены предложения о покупках со скидками / подарками от компаний-партнёров.

Полезные телефоны

Раздел «полезные телефоны» также призван сделать каждый из журналов «Городового» более ценным для читателя. Настоящий раздел формируется как на основе общих потребностей читателя в справочной информации, так и на основе специализации журнала.

Специальная карта московского метрополитена

В зависимости от специализации и тематики того или иного издания в «Городовом» размещается тематическая карта метро. Например, в «Киногиде» на карте будет отмечено расположение кинотеатров по станциям метро с индексом, по которому можно посмотреть точный адрес и телефоны справочного бюро кинотеатра.

Страницы для записей

У каждого читателя взявшего со стойки журнал или путеводитель «Городовой» всегда будет под рукой удобная записная книжка. Последние страницы каждого из журналов оформлены в виде чистых разлинованных листов.

Виды «Городового»

Журналы и путеводители «Городового» делятся на две категории - контентно-справочные и под бренд.

Контентно-справочные

Журналы и путеводители в первую очередь создаваемые для читателя, для его интересов, нужд и потребностей. От «Киногида» до «Справочника по общению с сотрудниками ГИБДД».

Под бренд

Периодические или разовые решения для торговых марок в зависимости от их текущих задач. Это могут быть как имиджевые проекты - журнал / путеводитель призванный донести концепцию и ценности торговой марки до потребителя, сформировать определённые эмоции и ассоциации у покупателей, так и локальные проекты - журнал / путеводитель, рассчитанный на конкретную рекламную активность и текущие предложения торговой марки.

Параметры каждой конкретной серии журналов и путеводителей могут быть совершенно разными.

Тиражность: от 30 000 до 1 000 000 копий

Полосность: от 16 до 170 страниц

Стандартные типографские параметры

- обрезной размер: 105x143 мм
- цветность: 4+4, журнальное качество печати
- бумага (внутренний блок): 70гр, мелованный глянец
- бумага (обложка): 130гр, мелованный глянец, ВД лак 1+1
- скрепление: ВШРА 2 скобы

Система распространения

Журналы «Городовой» распространяются бесплатно на универсальных стойках и специальных стендах-держателях и попадают к своим читателям с помощью двух крупнейших сетей распространения Москвы:

1. **Сеть «КОЛЛЕКЦИОНЕР»** — собственная сеть распространения холдинга «Акция масс-медиа», насчитывает более 450 мест в Москве. Фирменные стойки сети представлены в кинотеатрах, кафе, ресторанах, торговых центрах и супермаркетах, музыкальных и мультимедийных магазинах, вузах Москвы и др.;
2. **Сеть Sunbox** — лидер открыточного рынка Москвы, насчитывает более 1800 мест распространения в Москве, преимущественно сеть охватывает сегмент HoReCa (рестораны, клубы, кафе, бары, кинотеатры).

Объединенная сеть распространения журналов «Городовой» составляет более **2 000** мест в Москве и является крупнейшей сетью распространения бесплатных журналов в России.

Подробный список мест распространения с адресами на <http://network.akzia.ru> или по запросу.

Каждый журнал имеет крайне высокий уровень доступности за счет бесплатного распространения более чем в 2 000 мест в Москве. На сегодняшний день такой доступностью не обладает ни один журнал в стране.

Виды стоек



1



2



3

Целевая аудитория

Журналы «Городовой» имеют удобный «карманный» формат — размер, который идентичен размеру рекламных бесплатных открыток, и распространение на тех же стендах и стойках, что и открытки.

Визуально привлекательные журналы «Городовой», как и рекламные открытки, считаются универсальным коммуникационным каналом, он актуален для широкой аудитории. Двумя главными критериями, по которым можно судить о целевой аудитории журналов «Городовой» являются:

- 1) места распространения
- 2) содержание журналов «Городовой»

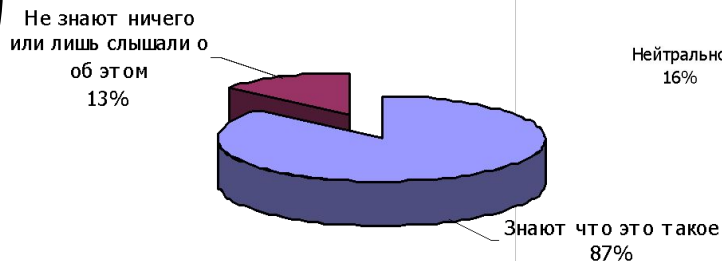
Таким образом, учитывая сеть распространения, насчитывающую более 2 000 мест в Москве, и ее качественные характеристики (сеть охватывает большое количество категорий мест распространения, от высших учебных заведений — студентов — до кинотеатров и бизнес-центров — более зрелая аудитория) журналы «Городовой» охватывают возрастную группу от 14 до 40 лет.

Сеть распространения, насчитывающая более 2 000 мест, позволяет успешно донести содержание журналов «Городовой» с базовым тиражом 100 000 экземпляров до нужных целевых групп

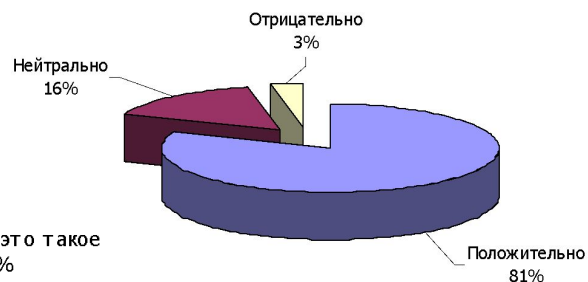


Целевая аудитория, цифры

Распределение по видам рекламных контактов

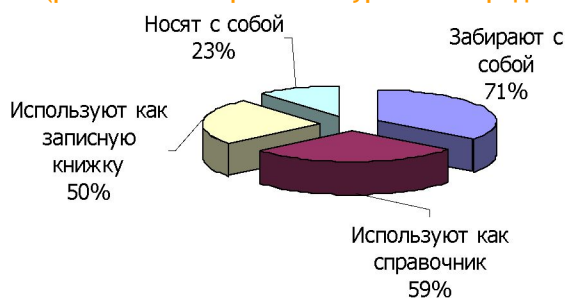


Распределение по отношению потребителей к продукту (журналам)

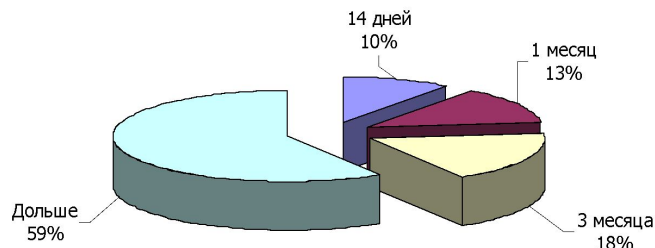


Журналы «Городовой» не имеют аналогов на медиа-рынке по количеству контактов с потребителем! Если среднее количество контактов рекламной открытки в мире равняется 5 (то есть одну открытку просматривает в среднем пять разных людей), то количество контактов «Городового» превосходит этот показатель в несколько раз.

Распределение по узнаваемости продукта (рекламные открытки — журналы «Городовой»)



Распределение по повторным контактам



По данным исследовательского департамента компании «Акция масс-медиа»

Сильные стороны и преимущества



Утилитарность и функциональность

Чёткая специализация, мощные справочные блоки, дисконтные и бонусные возможности, уникальные разделы журналов и путеводителей «Городовой» наделяют не только высокой ценностью каждую копию журнала для читателей, но обеспечивают их неоднократное обращение к нему в течении продолжительного периода времени.



Доступность

Каждый журнал имеет крайне высокий уровень доступности за счет бесплатного распространения более чем в 2 000 местах в Москве. На сегодняшний день такой доступностью не обладает ни один журнал в стране.



Удобство

Логичный и продуманный рубрикатор, интуитивная навигация и карманный формат делают чтение и хранение журналов и путеводителей «Городовой» удобным и приятным для потребителей.



Качество

Глянцевая мелованная бумага и журнальная печать делают «Городовой» максимально заметными и привлекательными для своих читателей. По качеству исполнения журналы и путеводители «Городовой» ничем не уступают лучшим журналам, выходящим в России.



Опыт

Высокий уровень качества и креативности содержания журналов обеспечен многолетним успешным издательским опытом холдинга «Акция масс-медиа» (выпуск газет «Акция», «Акция.Карьера», «Акция.Моб» и др.).

Сильные стороны и преимущества



Frequency

Концепция максимальной утилитарности журналов и путеводителей «Городовой» обеспечивает высокую частоту для рекламных сообщений, размещённых в издании. Читатель сохраняет журнал и возвращается к информации в нём гораздо большее количество раз, чем в любом другом издании.



Coverage

Сеть распространения «Городового» является крупнейшей сетью распространения в России и составляет 1850 мест! Ни один из существующих журналов не обладает таким покрытием.



Outreach

Концепция, формат, продолжительный срок использования создаёт все условия к тому, чтобы каждая копия журналов и путеводителей «Городовой» была прочитана несколькими людьми.



Affinity

Чёткая специализация присущая каждой серии журналов и путеводителей «Городовой» позволяет обращаться со своими рекламными сообщениями к тем читателям, которые действительно интересуются тем, что предлагает рекламодатель.