

Forbes

Forbes to nie tylko największy i najbardziej znaczący magazyn o tematyce biznesowej w Polsce, ale przede wszystkim wiarygodne źródło pogłębionej informacji o finansach i gospodarce. Forbes jako opiniotwórczy magazyn społeczno-ekonomiczny jest również ważnym ogniwem globalnej sieci zagranicznych edycji amerykańskiego magazynu Forbes, szczytującego się ponadstuletnią tradycją.

Biznes z każdej strony



Szukaj w punktach sprzedaży i na Forbes.pl

Kontekst rynkowy

Forbes jest liderem magazynów o tematyce biznesowo-gospodarczej. To pismo skierowane do wymagających czytelników, bogate w ekskluzywne i inspirujące wywiady z największymi ludźmi biznesu, autorskie raporty, rankingi oparte na wiarygodnych danych interpretowanych przez cenionych ekspertów. Forbes jest w swoim segmencie największym magazynem objętym badaniami ZKDP. Za konkurencję pisma można uznać przede wszystkim My Company Polska, a także Businessman.pl i Manager MBA.

Podstawową grupą odbiorców miesięcznika oraz serwisu są właściciele dużych firm, kadra zarządzająca wyższego szczebla oraz osoby zainteresowane tematyką biznesową. Czytelnicy Forbesa oczekują fachowych treści i bieżących informacji gospodarczych. Są to ludzie poszukujący możliwości rozwoju, inspiracji oraz chcący poznać nowe, ciekawe postacie świata biznesu.

Polska edycja magazynu Forbes koncentruje się na rodzimej przedsiębiorczości, ale postrzeganej w wyraźnym kontekście trendów światowych. Forbes nie tylko odpowiada na pytania o jakość prowadzenia biznesu w naszym kraju, ale również inspirować przedsiębiorców, pokazując starannie wyselekcjonowane zjawiska, które kształtują współczesną ekonomię i rynki. Modele biznesowe, pomysły na biznes czy warte uwagi zwroty historii polskiej przedsiębiorczości i gospodarki magazyn opisuje przez pryzmat ludzi. Bohaterami tekstów są nie tylko wielcy i znani przedsiębiorcy, lecz także ci mniejsi, których osiągnięcia nie liczą się jeszcze w setkach milionów złotych przychodów czy zysku operacyjnym, ale zastosowane przez nich rozwiązania i oryginalne podejście do biznesu mogą stanowić inspirację dla przyszłych przedsiębiorców.

Oferta

Polska edycja magazynu Forbes znana jest przede wszystkim z głośnych i szeroko komentowanych rankingów. Sztandarowym i najczęściej cytowanym jest Lista 100 Najbogatszych Polaków, najbardziej prestiżowy i wiarygodny ranking polskich miliarderów i milionerów. Nie mniej ważny dla obserwatorów polskiego życia gospodarczego i społecznego jest ranking 100 Największych Polskich Firm Prywatnych, prestiżowy ranking Bank Przyjazny Firmie, 50 Najbardziej



Wpływowych Ludzi w Polskim Sporcie, ranking Miasta Przyjazne dla Biznesu oraz Najbardziej Innowacyjne Miasta.

Forbes z sukcesem sięga po globalne rozwiązania: polska edycja ma własną, uznaną w środowisku 30 Under 30 – listę najbardziej zasługujących na uznanie i uwagę przedsiębiorców przed 30. rokiem życia. Magazyn poszedł nawet krok dalej i stworzył dodatkową listę 25 Under 25, w której talentów szuka wśród młodych ludzi, będących na samym początku kariery. To tylko niektóre najgłośniejsze inicjatywy magazynu, który w sposób przystępny, ale i profesjonalny mówi o istotnych problemach i opisuje zjawiska, które dopiero będą miały wpływ na jakość prowadzenia biznesu czy stan polskiej gospodarki. W Forbesie jest również miejsce na styl życia i opisywanie segmentu dóbr luksusowych – zarówno od strony produktowej jak i poprzez pryzmat ludzi, którzy potrafią smakować luksus.

Forbes to nie tylko magazyn, ale także bardzo znane, mające długą tradycję Diamenty Forbes – ranking firm najdynamiczniej zwiększających swoją wartość, wydawany w specjalnym, papierowym albumie ze swoim internetowym odpowiednikiem. Diamenty Forbesa to przede wszystkim seria doskonałych eventów, łączących networking z przekazywaniem aktualnej i niezbędnej przedsiębiorcom wiedzy. W podobnej formule powstało Forum Firm Rodzinnych wraz z rankingiem firm – to jeden z większych sukcesów magazynu w ostatnich latach.

Forbes stale się rozwija – nowa, prestiżowa i nowoczesna szata graficzna pozwoliła na rozszerzenie formuły o nowe formaty: Ludzie i Start-upy czy Zjawisko.

We wrześniu 2006 roku Forbes został uznany przez branżowy tygodnik „Media i Marketing Polska” za Magazyn Roku.

Promocja marki

Komunikacja Forbes oparta jest o dwa filary. Po pierwsze: są to treści znajdujące się w poszczególnych wydaniach oraz na stronie internetowej. Marka od lat znana jest ze swoich licznych rankingów, list czy plebiscytów, które są powszechnie cenione i szeroko cytowane. Kampanie telewizyjne, radiowe, prasowe oraz online’owe oparte są w dużej mierze o prezentacje i zapowiedzi wyżej wymienionych publikacji magazynu, a także wywiady i artykuły, które w podobnej postaci nie pojawiłyby się w żadnym innym medium. Rzeczowe, analityczne materiały zaprezentowane w poszczególnych kampaniach prezentują jakość, rzetelność i analityczne podejście, którym kieruje się marka. Drugim filarem promocyjnym są wydarzenia organizowane przez Forbesa. Znane od lat, cieszące się niegasnącą popularnością eventy, na które zjeżdżają rokrocznie tysiące uczestników, stanowią bardzo silny walor promocyjny marki w grupie docelowej. Wyjście Forbesa do miast i miasteczek, bezpośrednie spotkania z ludźmi stanowią skuteczną formę promocji, a dodatkowo zbierają bezcenne informacje od czytelników spotykanych na żywo.

Forbes na swoją markę pracował latami – na początku za granicą, gdzie poza Polską obecny jest na 25 rynkach, a od 2004 w naszym kraju, udowadniając swoją jakość i podtrzymując leaderski status magazynu.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

100 Najbogatszych Polaków 2020
Magazynu Forbes posiada majątek wart około 180 mld złotych. Jest to równowartość około 300 lotów na Księżyc.

Forbes regularnie wychodzi w aż 26 krajach na 5 kontynentach i ma ponad 7,4 mln czytelników.

103

Od tylu lat ukazuje się Forbes.

Ostatnie wydarzenia

4 kwietnia 2019 na polskim rynku ukazał się pierwszy numer magazynu Forbes Women, wydania specjalnego polskiej edycji Forbesa. Forbes Women jest skierowany zarówno do kobiet, jak i do mężczyzn – znajdując się w nim treści związane z biznesem, karierą, rozwojem oraz psychologią. Na podwójnej okładce pierwszego wydania znalazła się Katarzyna Kieli, prezes i dyrektor zarządzająca regionu Discovery EMEA oraz Małgorzata Szumowska, reżyserka.

Twórcami magazynu i redaktorami prowadzącymi zostali Aleksandra Karasińska (szefowa Forbes.pl i Newsweek.pl) i Konrad Sadurski (ówczesny zastępca redaktora naczelnego Forbesa). Redaktorem naczelnym magazynu Forbes Women jest Paweł Zielewski. Od września 2019 Forbes jest również dostępny w wygodnej subskrypcji cyfrowej. Tym samym marka dołączyła do prężnie rozwijającej się grupy wydawców dostępnych za pośrednictwem oferty paid content.

www.forbes.pl



HISTORIA MARKI

1917 Bertie Charles Forbes zakłada w USA dwutygodnik o tematyce biznesowej.

2004 Ukazuje się pierwszy numer polskiej edycji magazynu.

2005 Pojawia się Ranking 10 Najbogatszych Polaków.

2006 Pierwsze zestawienie Listy 100 Najbogatszych Polaków.

2006 Polski Forbes zostaje uznany przez branżowy tygodnik Media i Marketing Polska za Magazyn Roku.

2008 Na okładce magazynu Forbes pojawia się Steve Forbes mówiący o przyczynach kryzysu gospodarczego.

Odbyma się pierwsza edycja Diamentów Forbesa.

2017 Stulecie amerykańskiej edycji magazynu Forbes.

2018 Odbyma się pierwsza edycja Forum Firm Rodzinnych.

2019 Na rynek wchodzi Forbes Women.

Nowa oferta paid content serwisu.