

# outsourcing

---

□ magazine

2009

# charakterystyka pisma

## tematyka magazynu

Tematyka magazynu obejmuje procesy gospodarcze i wszystkie dziedziny, w których model outsourcingu ma zastosowanie (usługi: internetowe, kompleksowe informatyczne, windykacyjne, księgowo-finansowo-analityczne, zarządzanie personelem, zarządzanie w zakresie controllingu, jakości, restrukturyzacji, zarządzanie projektami w zakresie informacji, dokumentami, projektami informatycznymi, administracja, nieruchomości, logistyka, badania marketingowe, reklama, PR, szkolenia i inne).

## cel pisma

Edukacja środowiska menedżerskiego, inspirowanie i popieranie działań mających na celu budowanie wzajemnych relacji między odbiorcami i dostawcami usług outsourcingowych, definiowanie rozproszonych obszarów branży, efektywna pomoc w procesie podejmowania decyzji

rynek	najważniejsze makroekonomiczne wydarzenia, procesy wpływające na kształt globalnego rynku usług outsourcingowych
strategie	przekrojowa analiza i kompleksowe spektrum porad prezentujących wiodące rozwiązania branżowe w aspekcie wykorzystania procesów outsourcingu w firmie.
prawo	uwarunkowania prawne i legislacyjne stosowania outsourcingu, porady prawne, komentarze eksperckie dot. umów i gwarancji prawnych.
it	przekrój strategii outsourcingu dotyczących sektora informatyki w firmach.
telekomunikacja	przekrój strategii outsourcingu szeroko pojętych systemów telekomunikacyjnych w firmie.
hr	strategie outsourcingu zarządzania zasobami ludzkimi.
finanse	outsourcing finansów i księgowości, analizy kosztów i rentowności outsourcingu w poszczególnych sektorach.
facility management	kompleksowy outsourcing w zarządzaniu nieruchomościami biurowymi i produkcyjnymi.
tsl	logistyka we wszystkich obszarach, zarządzanie łańcuchem dostaw.
car fleet management	outsourcing zarządzania parkiem pojazdów firmowych.
tendencje rynkowe	najświeższe informacje dotyczące polskiego i globalnego rynku outsourcingu, analizy, opinie i komentarze wybitnych specjalistów traktujące o aktualnej sytuacji i trendach na tym rynku.
case studys	szczegółowe analizy przypadków zastosowania outsourcingu wraz z komentarzami ekspertów.

## dystrybucja/czytelnicy

### Outsourcing Magazine w 2009 r.

Emisja	Temat wiodący	Temat specjalny	Deadline na dostarczenie materiałów
03.2009	Consulting – pierwszy krok do outsourcingu	Wierzytelności	26.02.2009
07.2009	Car Fleet Management/ Transport, Spedycja, Logistyka	Prywatne usługi medyczne	18.06.2009
09.2009	Outsourcing IT	Outsourcing sił sprzedaży	10.09.2009
12.2009	Facility Management	HR	04.12.2009

### wydania specjalne

**Raport Outsourcingu 2008** – emisja 30.04.2009; deadline na dostarczanie materiałów 16.04.2009

**Almanach Outsourcingu 2009** – emisja 5.11.2009; deadline na dostarczanie materiałów 22.10.2009

### dane o tytule

- rok ukazania się: 2004
- cykl wydawniczy: kwartalnik (4 emisje w roku + roczny Raport Outsourcing za 2008 rok)
- zasięg: ogólnopolski
- format: 215 x 280 mm
- nakład: 4 500 egz.

### formy dystrybucji

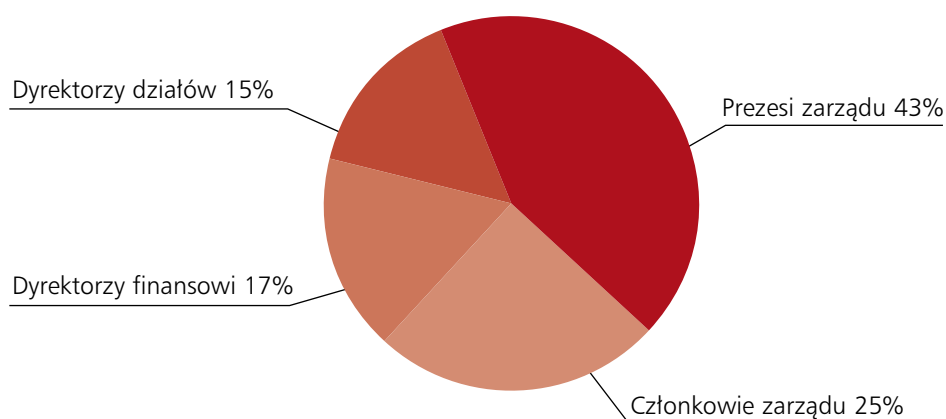
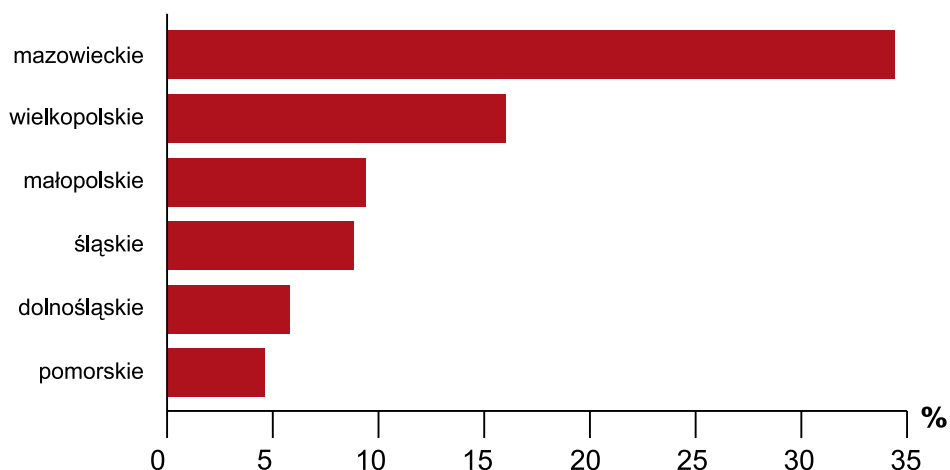
- dystrybucja kontrolowana do kwalifikowanej grupy czytelników (B2B)
- prenumerata płatna do pozostałej grupy czytelników
- salony prasowe EMPIK
- dystrybucja bezpośrednia podczas największych imprez branżowych



# dystrybucja/czytelnicy

## czytelnicy magazynu

struktura bazy wysyłkowej Outsourcing Magazine według województw

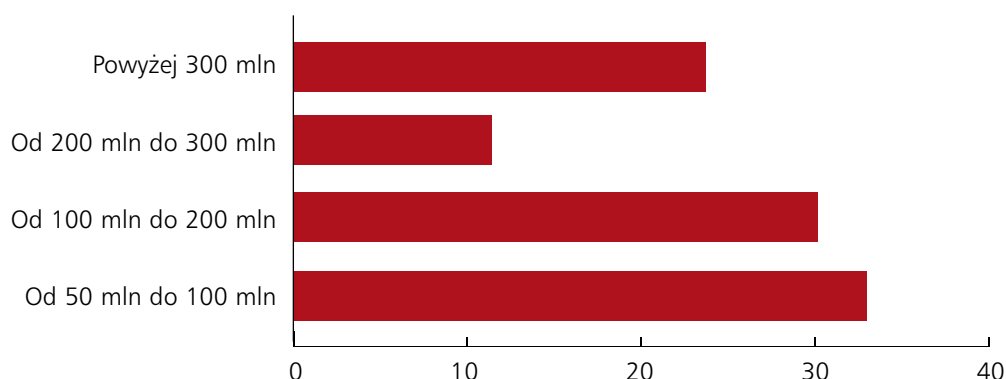


czytelnicy Outsourcing Magazine według zajmowanych stanowisk

Czytelnicy Outsourcing Magazine według zajmowanych stanowisk	Ilościowy udział czytelników według stanowisk	Procentowy udział czytelników według stanowisk
Prezisi zarządu	1720	43%
Członkowie zarządu	1025	25%
Dyrektorzy finansowi	700	17%
Dyrektorzy działów	600	15%
<b>SUMA</b>	<b>4045</b>	<b>100%</b>

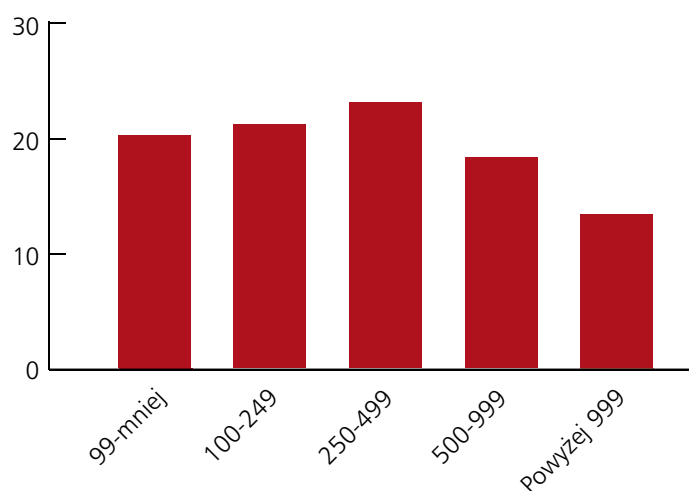
## dystrybucja/czytelnicy

baza wysyłkowa OM – podział ze względu na wielkość przychodów ze sprzedaży



Przychód ze sprzedaży w mln zł	Liczba firm, do których jest dystrybuowany OM	% firm do których jest dystrybuowany OM
Powyżej 300 mln	657	25%
Od 200 do 300 mln	333	12%
Od 100 do 200 mln	774	30%
Od 50 do 100 mln	886	33%
SUMA	2650	100%

podział firm ze względu na wielkość zatrudnienia



## reklama

### współpraca reklamowa

Okładki	Cena wg cennika za 1 emisję	2 emisje rabat 20%		3 emisje rabat 30%		4 emisje rabat 40%		5 emisji rabat 50%	
		Cena 1 reklamy	Cena pakietu	Cena 1 reklamy	Cena pakietu	Cena 1 reklamy	Cena pakietu	Cena 1 reklamy	Cena pakietu
II	11 500 zł	9 200 zł	18 400 zł	8 050 zł	24 150 zł	6 900 zł	27 600 zł	5 750 zł	28 750 zł
III	10 000 zł	8 000 zł	16 000 zł	7 000 zł	20 100 zł	6 000 zł	24 000 zł	5 000 zł	25 000 zł
IV	13 500 zł	10 800 zł	21 600 zł	9 450 zł	28 350 zł	8 100 zł	32 400 zł	6 750 zł	33 750 zł

Środek	Cena wg cennika za 1 emisję	2 emisje rabat 10%		3 emisje rabat 20%		4 emisje rabat 30%		5 emisji rabat 40%	
		Cena 1 reklamy	Cena pakietu	Cena 1 reklamy	Cena pakietu	Cena 1 reklamy	Cena pakietu	Cena 1 reklamy	Cena pakietu
1/1 cała strona	8 400 zł	7 560 zł	15 120 zł	6 720 zł	20 160 zł	5 880 zł	23 250 zł	5 040 zł	25 200 zł
1/2 strony reklamy	4 200 zł	3 780 zł	7 560 zł	3 360 zł	10 080 zł	2 940 zł	11 760 zł	2 520 zł	12 600 zł

### niestandardowe formy reklamy

- Usztywniona lakierowana wszywka (dwustronna) – 24 000 zł netto
- Usztywniona lakierowana wszywka dwustronna ze skrzydełkiem – 25 000 zł netto
- harmonijka-rozkładanka 2 x 2 karty (4 strony) – 28 600 zł netto
- Podwójna pierwsza okładka – 30 000 zł netto
- Skrzydełko – 1/2 pierwszej okładki – 20 000 zł netto
- Partnerstwo wydania – 39 000 zł netto
- Patronat nad działami – 16 000 zł netto

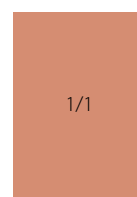
# cennik reklam

<b>okładki</b>	II – 11 500 PLN III – 10 000 PLN IV – 13 500 PLN 3 strona magazynu - 11 500 PLN
<b>wrzutki</b>	od-1,40-PLN do-2,60-PLN Istnieje możliwość negocjacji innych form reklamowych
<b>wizytówki</b>	Wizytówki w dziale corporate business pages: (logo, nazwa firmy, zakres działalności, adres) 1/3 strony - cena 1 200 PLN 1/2 strony - cena: 2 400 PLN 1/1 strony - cena: 3 600 PLN
<b>dopłaty</b>	10% za rezerwację reklamy na prawej stronie 15% strony od 4 do 11 – początek pisma – Dział Informacje Partnerstwo wydania – 39 000 PLN
<b>rabaty</b>	za powtórzenia reklam 2x – 5% 4x – 10% 6x – 15% 10x – 20% 5% rabat za wykupienie emisji reklamy do każdego kolejnego tytułu

## wymagania techniczne

- Pliki EPS (zgodne z Adobe CS2) lub PDF (Acrobat 7) (czcionki zamienione na krzywe)
- TIFF (rozdzielczość 300 dpi, kolor CMYK)
- dopuszczalna kompresja całości do formatu ZIP lub RAR
- Pliki należy umieszczać na serwerze ftp: [www.flota.com.pl/ftp](http://www.flota.com.pl/ftp)
- wymagany próbny (cromalin/proof)
- w przypadku niedostarczenia cromalinu Klient traci prawo do reklamacji
- nie przyjmujemy plików CDR

## Cennik i format reklam



203 x 280 mm

1/1

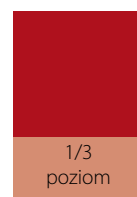
8 400 PLN



203 x 140 mm

1/2  
poziom

4 200 PLN



203 x 94 mm

1/3  
poziom

3 100 PLN



101 x 280 mm

1/2  
pion

4 200 PLN



67 x 280 mm

1/3  
pion

3 100 PLN

Ceny nie uwzględniają podatku VAT (22%). Ceny obejmują łączny koszt publikacji reklamy/artykułu wraz z dystrybucją czasopisma do adresatów wyłanianych z bazy adresowej wydawnictwa.

## Warunki sprzedaży powierzchni reklamowej

1. Podstawą do zamieszczenia reklamy/ogłoszenia w magazynach wydawnictwa IPM Sp. z o.o., jest zamówienie, określające rodzaj reklamy (z podanym symbolem), jej powierzchnię, terminy realizacji, terminy i warunki płatności oraz cenę i wysokość upustów.
2. Zlecenia reklamowe przyjmowane są na podstawie cennika obowiązującego w dniu publikacji, stanowiącego załącznik do niniejszych ogólnych warunków, z uwzględnieniem ewentualnych rabatów.
3. Podane w cenniku ceny ogłoszeń i reklam są cenami minimalnymi i dotyczą zajętej powierzchni oraz materiałów gotowych do druku. Za opracowanie graficzno-techniczne lub wykonanie reklamy według dostarczonego projektu dolicza się jednorazowo dodatkowe koszty w zależności od powierzchni i złożoności grafiki.
4. Zleceniobiorca gwarantuje niezmienność stawek cenowych i rabatów jedynie w przypadku dokonania płatności z góry, tj. łącznie ze złożeniem zamówienia.
5. W razie złożenia zamówienia na podstawie nieaktualnych już stawek cennika lub rabatów, Wydawca zawiadamia o tym Zleceniodawcę, a do realizacji publikacji dochodzi po zaakceptowaniu nowych stawek przez Zleceniodawcę.
6. Zleceniodawca jest zobowiązany do dostarczenia na swój koszt wzoru oryginału i gotowej reklamy w postaci elektronicznej, przygotowanej zgodnie z wymaganiami technicznymi dla materiałów reklamowych.
7. Terminy składania zamówień na sprzedaż powierzchni reklamowej, dotyczące poszczególnych kolejnych numerów magazynów, obowiązują wg załącznika do niniejszych ogólnych warunków umów.
8. Wydawca ma prawo odmówić zamieszczenia reklamy i ogłoszenia oraz wkładki, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z linią programową lub charakterem pisma (art. 36 p. 4 prawa prasowego).
9. Zleceniodawca ponosi odpowiedzialność za szkodę powstałą w wyniku dostarczenia materiałów nieodpowiedniej jakości, dostarczenia ich z opóźnieniem lub niedostarczenia w ogóle – w wyniku czego nie doszło do publikacji reklamy. W takim przypadku Zleceniodawca zostaje obciążony karą umowną w wysokości 100% wartości zlecenia.
10. Redakcja ma prawo odmowy przyjęcia do realizacji materiałów nienadających się do reprodukcji z powodu złej jakości lub nieodpowiadających parametrom technicznym.
11. Wydawca gwarantuje Zleceniodawcy, że reklama będzie opublikowana na konkretnej, zamówionej stronie, tylko w przypadku zawarcia w tej kwestii stosownej umowy.
12. Reklamacje dotyczące ogłoszeń przyjmowane są w terminie 7 dni od daty ukazania się reklamy i muszą być składane na piśmie. Reklamacji nie podlegają reklamy dostarczone bez cromalinu.
13. W przypadku niedostarczenia cromalinu Zleceniodawca traci prawo do reklamacji.
14. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek sił wyższych, które zakłóciły częściowo lub całkowicie produkcję lub dystrybucję wydawnictwa.
15. W przypadku zaistnienia okoliczności (zależnych lub niezależnych od Wydawcy) uniemożliwiających emisję reklamy przy zleceniu długoterminowym Wydawca gwarantuje przedłużenie terminu publikacji reklamy, zgodnie z postanowieniami zamówienia, w zakresie liczby poszczególnym emisji reklamy.
16. Złożone zamówienie może być anulowane najpóźniej do 3 dni po upływie sprecyzowanego w terminarzu składania zamówień na reklamy terminu zamówienia.
17. Wycofanie zamówienia lub zlecenia reklamowego w terminie późniejszym niż 3 dni po upływie sprecyzowanego w terminarzu składania zamówień na reklamy terminu zamówienia uprawnia Wydawcę do obciążenia Zleceniodawcy równowartością 100% uzgodnionej wartości reklamy.
18. Wydawca niezwłocznie po dokonaniu emisji (publikacji) reklamy (ogłoszenia) wystawi i dostarczy fakturę z tytułu sprzedaży powierzchni reklamowej, na podstawie której Zleceniodawca dokona zapłaty należności z niej wynikającej w formie przelewu.
19. Ustaloną kwotę należy wpłacić w terminie określonym w zleceniu, nie później jednak niż 14 dni od daty wystawienia faktury VAT.
20. W przypadku opóźnienia płatności Zleceniodawca zostanie obciążony odsetkami zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi. Wydawca zastrzega sobie również prawo do: pozbawienia Reklamodawcy zalegającego z opłatami za poprzednie ogłoszenia upustów w kolejnych zamówionych edycjach reklamy, wstrzymania druku zamówionych ogłoszeń i reklam, jeżeli poprzednie nie zostały opłacone.
21. W sprawach spornych nieujętych w powyższych zasadach obowiązują przepisy kodeksu cywilnego.

Wrocław, 5 stycznia 2006

Wiceprezes Zarządu  
Jarosław Majchrzak

**wydawca**

IPM Sp. z o.o.  
ul. Raławicka 15/19  
53-149 Wrocław  
tel. +48 71 783 51 00  
fax +48 71 783 51 01

Numer KRS: 0000025791  
Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu  
VI Wydział Gospodarczy Krajowego  
Rejestru Sądowego  
NIP: 899-24-15-730  
Kapitał zakładowy: 350 000,- PLN

**redaktor naczelny**

Bartosz Wawryszuk  
bartosz.wawryszuk@e-ipm.pl  
tel. +48 071 78-35-221

**dział reklamy**

dyrektor handlowy  
Krzysztof Turczak  
krzysztof.turczak@e-ipm.pl  
tel. +48 71 783 52 05  
tel. kom. +48 608 362 932

**project manager**

Łukasz Fijałkowski  
lukasz.fijalkowski@e-ipm.pl  
tel/fax.22 610 90 42

**specjalista ds. sprzedaży**

Joanna Lis  
joanna.lis@e-ipm.pl  
tel. 22 610 91 89

**marketing manager**

Edyta Boroń  
edyta.boron@e-ipm.pl  
tel. +48 71 783 52 19

**dystrybucja i prenumerata**

Bogdan Królikowski  
tel. +48 71 783 51 09  
bogdan.krolikowski@e-ipm.pl