



Wielu marketingowców uważa sukces za łączny wynik wielu perfeekyjnie zrealizowanych małych działań.

Al Ries Jack Trout 22 niezmiennie prawa marketingu

Drodzy Czytelnicy

Oddajemy w Państwa ręce kolejny numer „Najlepszego biuletynu firmowego roku 2001”. One Way Mirror zwyciężył bowiem w konkursie zorganizowanym przez firmę Agape Custom Publishing, w kategorii biuletyn zewnętrzny. Jest nam szczególnie miło i czujemy się naprawdę wyróżnieni ponieważ w konkursie wzięło udział ponad 80 tytułów, a w jury zasiadali sami profesjonalści: Magdalena Korzeniowska z Polskiego Stowarzyszenia PR, Beata Paczyńska – RPR Group, Wojciech Romański – Businessman Magazine, Rafał Szubstarski – Brief, Artur Krajewski – Akademia Sztuk Pięknych i Emma Babachanian z Prasowych Zakładów Graficznych.

Zgłoszone publikacje były oceniane na podstawie następujących kryteriów: stopień realizacji celów biuletynu, spójność zawartości biuletynu z wizerunkiem firmy, atrakcyjność biuletynu z punktu widzenia czytelnika, język, redakcja tekstów, jakość graficzna, jakość edytorska. Jury najwyżej oceniło atrakcyjność Mirrora z punktu widzenia czytelnika oraz stronę graficzną. Korzystając z okazji chcę więc bardzo szczególnie podziękować Piotrowi Soszyńskiemu i Maćkowi Ufnalewskiemu, grafikom, którzy są twórcami wizualnej strony Mirrora i sprawiają, że Mirror jest taki wesoły i ładny, a niejednokrotnie stanowią również bezcenną pomoc merytoryczną i redakcyjną.

Gratulujemy firmie British American Tobacco, wydającej magazyn BATON, za zdobycie I miejsca w kategorii biuletyn wewnętrzny. Specjalne gratulacje i wyrazy podziwu dla FORTIS Banku za wydawanie, w nakładzie kilkunastu egzemplarzy, magazynu MaM Dziecko dla pracownic przebywających na urloпах macierzyńskich.

Dziękujemy też wszystkim autorom, którzy znajdują czas i ochotę aby do Mirrora pisać.

A w bieżącym numerze, jak zwykle sporo miejsca poświęcamy mediom. Czy zgadną Państwo, która radiostacja ma najwierniejszych słuchaczy, lub jaki procent czytelników Tygodnika Powszechnego czytuje „Nie” – aby sprawdzić swoją intuicję warto sięgnąć do numeru.

Opowiemy o zmianach w zwyczajach internautów, zwrócimy uwagę na rosnące znaczenie i udział internetu w polityce. Emocje wyborcze już za nami, więc teraz możemy chłodnym okiem przyrzeć się zagadnieniu marketingu politycznego.

W poprzednim numerze Maciej Wielkopolan zdradził, że jego prawdziwą pasją są wina. Mamy więc bardzo ciekawy materiał o winach francuskich. Są tu informacje praktyczne, które ułatwią nam wybór wina, trochę podstaw teoretycznych i ciekawostki. Sądę, że zarówno znawcy, jak i laicy, którzy po prostu lubią wino, z przyjemnością przeczytają ten tekst.

Stanisław Menevel, ujawni swoją kolejną pasję - tym razem, opowie o konkursie Goleador i zaprosi Państwa na wyjątkową imprezę narciarską

Mirror działa inspirująco – prezentujemy już trzeci „afrykański materiał”. Tym razem niezwykle osobiste notatki – Doroty Kozarzewskiej – naszej przyjaciółki z Corporate Profiles i piękne zdjęcia, aż szkoda, że nie w pełnym kolorze.

Lojalny słuchacz na wagę złota

4 jak słuchamy radia

Nieograniczona pojemność rynku?

czy jest miejsce na nowe tytuły?

Retail Media Track

11 nowe badanie prasowe

Lato w internecie

12 lato kafejek internetowych

Certyfikat dla Net Track'a

14 standard badań internetu

Software na podium

15 rozstrzygnięcie konkursu

Audyty komunikacyjne

16 dlaczego warto go przeprowadzić

Polityk, towar bez gwarancji

19 jak sprzedać polityka?

Reklama reklamie nierówna

24 co wolno powiedzieć w obcym języku?

Jak budować tekst?

26 poradnik dziennikarzy biuletynów – cz.II

Sztuka handlowania

29 nie zaczynamy od ceny

Na śniegu i na trawie

32 sportowe pasje badacza

Koneser, snob czy miłośnik?

34 sprawdźcie Państwo sami

Smaki Afryki

39 znów wędrujemy ciepłym krajem

Mustard After Dinner

Katarzyna Trout