Od ponad 20 lat edukujemy i inspirujemy sektor banków spółdzielczych



GŁOS BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

OFERTA REKLAMY

OFERTA REKLAMY
w „Głosie Banków Spółdzielczych"

O CZASOPIŚMIE

„Głos Banków Spółdzielczych" jest magazynem specjalistycznym z segmentu czasopism finansowych, wydawanym od 1994 roku. Wysoka jakość merytoryczna zapewnia mu ugruntowaną pozycję na rynku wydawnictw z branży sektora bankowości spółdzielczej. Na łamach „Głosu Banków Spółdzielczych" publikują zarówno przedstawiciele świata akademickiego, jak i cenieni, doświadczeni w swoich dziedzinach praktycy, odnosząc się w swoich artykułach do ważnych dla świata spółdzielczości bankowej kwestii i problemów z zakresu bankowości, finansów, nowoczesnych technologii bankowych, marketingu i zarządzania.

Edukujemy i inspirujemy sektor banków spółdzielczych już ponad dwie dekady!

WYDAWCA

Wydawcą „Głosu Banków Spółdzielczych" jest Krajowy Związek Banków Spółdzielczych – działająca od 1991 roku izba gospodarcza zrzeszająca banki spółdzielcze, banki zrzeszające i związki rewizyjne banków spółdzielczych. Związek reprezentuje interesy polskich banków spółdzielczych – członków Związku. Dzięki zaangażowaniu profesjonalnej i doświadczonej kadry KZBS zyskał reputację wpływowej instytucji reprezentującej branżowe interesy banków spółdzielczych, która wnosi znaczący wkład w budowanie przyjaznego dla banków spółdzielczych otoczenia prawno-regulacyjnego, przyczyniając się pośrednio do optymalizowania warunków obsługi członków i klientów banków spółdzielczych w ich lokalnych środowiskach.

ODBIORCY

„Głos Banków Spółdzielczych" jest chętnie czytany przez prezesów i kadrę zarządzającą banków spółdzielczych oraz pracowników zewnętrznych instytucji finansowych. Nasze czasopismo dociera bezpośrednio do rąk osób decyzyjnych z sektora bankowości spółdzielczej, dzięki temu
Twoja oferta reklamowa z pewnością zaistnieje w ich świadomości.
Pozwól się im poznać, aby mogli podjąć słuszne decyzje biznesowe.

NAKŁAD

500 egzemplarzy

CYKL WYDAWNICZY

Dwumiesięcznik.
Ukazuje się sześć numerów w roku.

OBJĘTOŚĆ PODSTAWOWA

84 strony



OFERTA REKLAMY
w „Głosie Banków Spółdzielczych"

FORMY DYSTRYBUCJI

Zamówienie poprzez prenumeratę redakcyjną. Dystrybucja bezpośrednia podczas wydarzeń organizowanych przez KZBS – warsztatów, szkoleń, seminariów, konferencji.

FORMY MARKETINGU „GŁOSU BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH"

- newsletter
- strona internetowa KZBS
- udzielane patronaty medialne
- prezentacja GBS podczas wydarzeń organizowanych przez KZBS – szkolenia, warsztaty, konferencje
- profil KZBS w serwisie Facebook.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA

Materiały reklamowe powinny być dostarczone w formacie:

- PDF (Acrobat 4.0 Compatible, wersja 1.4), wszystkie elementy w CMYK, elementy rastrowe w 300 dpi, spady 5 mm,
- plik rastrowy TIFF CMYK 300 dpi (bez elementów wektorowych i dodatkowych kanałów, spady 5 mm),
- Illustrator EPS (zapisany jako wersja 10 lub niższa, PS level 2 compatible, wszystkie elementy w CMYK, elementy rastrowe w 300 dpi, fonty zamienione na krzywe, spady 5 mm)

Format (mm)	Rozmiar reklamy szerokość (mm) netto	Rozmiar reklamy wysokość (mm) netto
1/1 strony	210	297
1/2 strony	105	297

ZAUFALI NAM

AIG, Asseco, Benefia, BIK, Concordia, First Data, MalComm, Novum, Union Investment, Visa



GŁOS BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

OFERTA REKLAMY
w „Głosie Banków Spółdzielczych"

REKOMENDACJE

„Głos Banków Spółdzielczych" to czasopismo, które powinno być obowiązkową lekturą dla wszystkich osób, którym na sercu leżą losy spółdzielczości w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem spółdzielczości bankowej. Sprostanie nowym wyzwaniom wymaga dzielenia się wiedzą, wymiany poglądów i rozwoju rozmaitych form współpracy między podmiotami spółdzielczymi a także współpracy z głównymi architektami polityki społeczno-gospodarczej na różnych szczeblach decyzyjnych w kraju i zagranicą. „Głos Banków Spółdzielczych" stanowi doskonale forum takiego współdziałania.

Prof. dr hab. Elżbieta Mączyńska, Szkoła Główna Handlowa

W codziennej gonitwie za sprawami nie cierpiącymi zwłoki zanadto żyjemy we własnym kręgu i w utartych schematach działania. Aby dostrzec szanse i zagrożenia albo ograniczać słabości własnej działalności nie tylko warto, ale wręcz trzeba śledzić, co robią inni lub co mają do przekazania osoby zajmujące się zawodowo analizą rzeczywistości, formułowaniem ocen czy projekcji na przyszłość. Nie ucząc się od innych marnujemy cenny kapitał wiedzy. Bankowcu! Spółdzielco! Chcesz być lepiej zorientowany „co w trawie piszczy" – czytaj „Głos Banków Spółdzielczych".

Prof. dr hab. Jan Szambelańczyk, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

Na podstawie naszej długoletniej współpracy z Redakcją czasopisma „Głos Banków Spółdzielczych" rekomendujemy lekturę tego wydawnictwa wszystkim osobom zainteresowanym tematyką bankową, a w szczególności bankowością lokalną. Każde wydanie to źródło cennej fachowej wiedzy o wszelkich aspektach działania banków spółdzielczych podanej w profesjonalny i atrakcyjny sposób. Ważnym aspektem decydującym o walorach pisma są również bieżące informacje o ważnych wydarzeniach w bankowości spółdzielczej. W Zespole redakcyjnym bardzo cenimy sobie profesjonalizm, kreatywność oraz przywiązywanie ogromnej wagi do wysokiego poziomu merytorycznego i estetycznego artykułów publikowanych na łamach GBS.

Rafał Bednarek, Wiceprezes Zarządu Biura Informacji Kredytowej

Po kolejny numer „Głosu Banków Spółdzielczych" zawsze sięgam z dużą ciekawością, bo lektura tego pisma pozwala mi wyjść poza ramy codziennej działalności zarządzanego przeze mnie Banku i spojrzeć szerzej na bankowość spółdzielczą. Znajduję w nim wiele informacji o nowościach i tendencjach w naszej branży, o tym, co robią inne banki, zarówno z Grupy BPS, jak i SGB, o wchodzących w życie przepisach czy nowelizacjach. Dobrze, że nasze środowisko ma pismo, na którego łamach można wymienić poglądy, przedyskutować i wypracować wiele spraw – to oznaka, że nieustannie się rozwijamy i chcemy się integrować. Nie wyobrażam sobie działania bankowości spółdzielczej bez własnego czasopisma, będącego nie tylko naszym głosem, ale też przestrzenią dialogu i przeglądu dobrych praktyk.

Katarzyna Misiak, Prezes Zarządu Banku Spółdzielczego w Miliczu

HARMONOGRAM WYDAWNICZY

Numer wydania	Pierwszy dzień dystrybucji	Termin dostarczenia reklamy	Termin złożenia zamówienia
I	28 lutego	14 lutego	1 lutego
II	30 kwietnia	15 kwietnia	1 kwietnia
III	30 czerwca	15 czerwca	1 czerwca
IV	30 sierpnia	15 sierpnia	1 sierpnia
V	30 października	15 października	1 października
VI	20 grudnia	10 grudnia	1 grudnia

GŁOS BANKÓW SPÓŁDZIELCZYCH

OFERTA REKLAMY
w „Głosie Banków Spółdzielczych"

CENNIK (CENY NETTO)

II strona okładki	3 500
III strona okładki	3 200
IV strona okładki	4 500
1 strona wewnątrz numeru	2 500
1/2 strony wewnątrz numeru	1 300
1 strona wewnątrz numeru - życzenia z okazji świąt bożonarodzeniowych lub wielkanocnych	2500
Insert	cena do ustalenia, w zależności od objętości
Rozkładówka lub artykuł sponsorowany	6 500
Reklama z lokalizacją w konkretnym dziale	+ dodatkowe 30%

Wybrane okładki



ZAPRASZAMY DO KONTAKTU:

tel. 22 875 30 42

e-mail: redakcjagbs@kzbs.org