

하버드비즈니스리뷰 Harvard Business Review

Ideas and Advice for Leaders



100년 역사를 자랑하는 세계 최고의 비즈니스 매거진



하버드경영대학원에서 **1년에 6번**, 격월로 발행합니다.

하버드대를 비롯해 세계 유수 **대학 교수진**과
각 업계를 선도하는 선진 **기업의 리더들**,
글로벌 컨설팅펌의 전문가들이 필진으로 참여해
깊이 있는 경영 콘텐츠를 생산합니다.

형태	격월간(연 6회 발행)
창간	2014년 3월 1일
발행부수	30,000부
평균 면수/ 평균 광고 면수	220면/20면
광고 마감일	짝수월 셋째 주 마감
발행일	홀수월 1일
판형	215mm(w) X 267mm(h)



리더들이 반드시 알아야 할 어젠다를 소개합니다

하버드비즈니스리뷰 한국어판(HBR KOREA)은 HBR에 게재된 내용 가운데
국내 기업 리더들이 반드시 알아야 할 어젠다를 엄선해 소개합니다.
동아일보 경영 전문 기자들의 꼼꼼한 에디팅으로 가독성을 높였습니다.

경영의 흐름이 어떻게 달라지고 있는지,
사람들의 생각과 움직임이 어떻게 진화하고 있는지,
각국에서 활발히 꿈틀대는 스타트업들은 어떤 혁신을 일궈가고 있는지,
세계 정상의 기업을 이끌어가는 리더들은 어떤 생각을 하고 어떤 점에 주목하고 있는지
일목요연하게 담았습니다.

HBR 코리아의 독자는 가장 SMART한 사람들입니다.

30-40대 고소득자

기업 CEO, 임원, 오피니언 리더
CEO, 국회의원, 기업체 임원
다수포함

높은 구매력과 자기계발 의지

대기업, 외국계 기업 중간관리자
변호사, 회계사 등 전문직 종사자

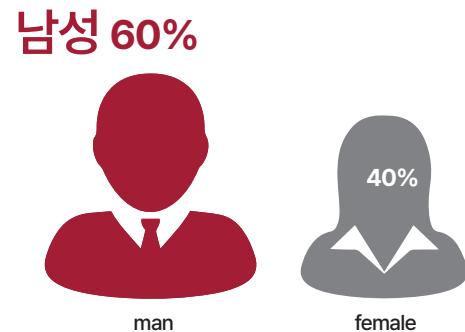
수도권에 집중된 엘리트 타겟층

수도권(서울, 경기) 지역에 집중
경영대 교수, MBA 학위 보유자,
네트워크가 강한 기업인

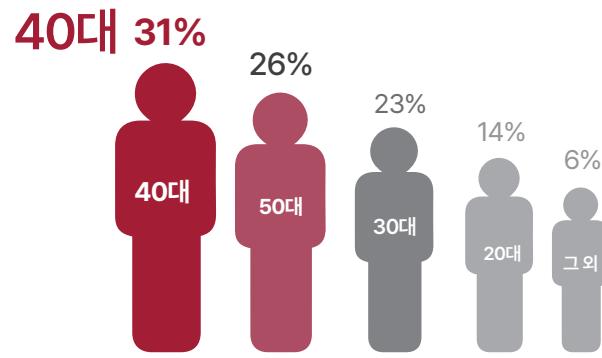


숫자로 보는 HBR

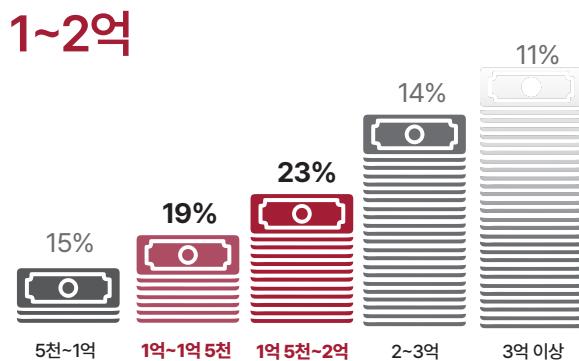
성별



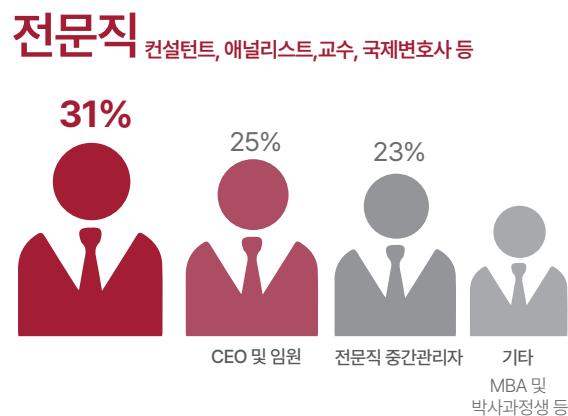
가장 많이 보는 연령



소득

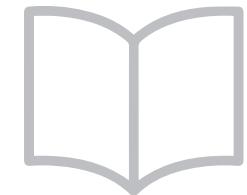


직업

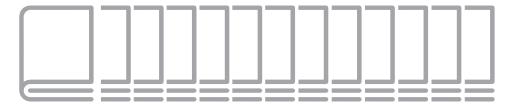


호별 평균 독서 시간

2 hours



평균 정기 구독 기간



4.5 years

기사 내용 주변에 언급



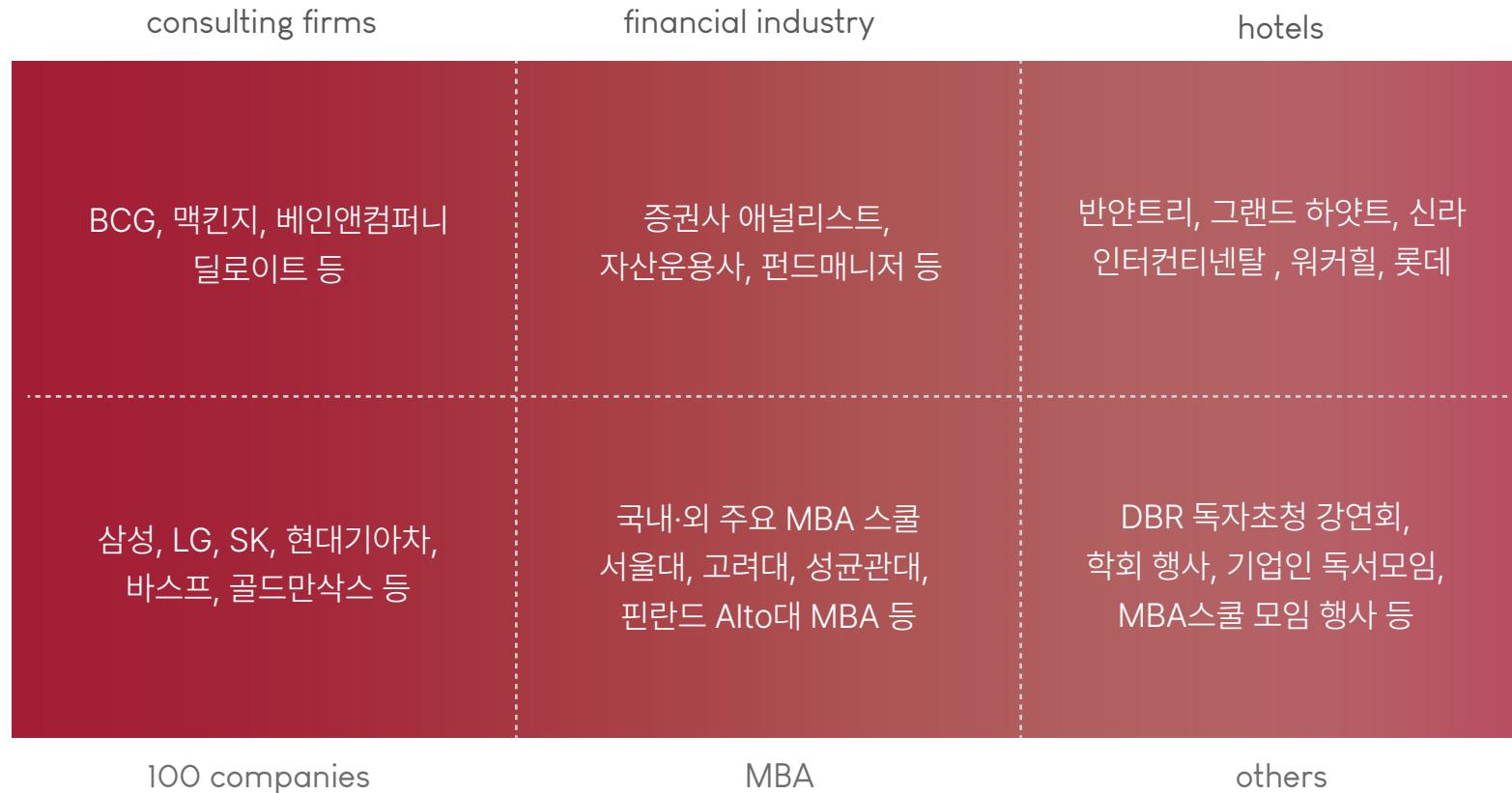
76 %

과월호 보관



69 %

오피니언 리더 곁에는 항상 HBR이 있습니다.



하버드비즈니스리뷰 코리아의 주요 독자층은 '스마트 오피니언 리더층'입니다. 컨설팅, 금융업, 회계법인을 비롯해 대기업 임원, 경영대 교수 등이 주요 독자층입니다. 또한 오피니언 리더들이 모이고, 활동하는 행사, 포럼, 컨퍼런스 등 엄격하게 선정된 유통채널을 통해 배포되고 있어 최상의 광고 성과를 보장해드립니다. 코어 타깃과의 접점 확대를 위해 지금도 지속적으로 새로운 배포처를 개발하고 있습니다.

VIP를 만날 수 있는 최적의 접촉점을 제공합니다



자료: 동아비즈니스포럼 (<https://www.dongaforum.com>)

지식 자신을 중요시하는 전문가, 구매력 높고 자기계발 의지가 높은 오피니언 리더층과 다양한 CEO 교육 행사, 국내외 포럼 등을 통해 만족감을 극대화합니다.

하버드비즈니스리뷰 코리아는 지면, 포럼, CEO 교육 등을 통해 다양한 **브랜드 접촉점**을 제공합니다.

귀사 브랜드와의 협업을 통한 **VIP 마케팅**, 다양한 행사와 사업을 통한 **전략적 배포**, 공동 이벤트 등 최고의 **통합마케팅커뮤니케이션(IMC)**이 가능합니다.

SPOTLIGHT

작은 기업 모더나는 어떻게 코로나 펜데믹이 터지자마자 신속하게 백신을 생산해내는 혁신적인 프로세스를 가동할 수 있었을까요?

우리가 일하고 협업하며 결과를 만들어내는 기본 단위인 '팀'은 여전히 효과적인 제도일까요?

오늘날 리더가 경영에 대한 전문성 외에 사회적 기술을 연마하는데 힘써야 하는 이유는 무엇일까요?

03

The image shows an open magazine spread. The left page features a large title in Korean: "진화가 우리에게 알려주는 혁신의 비밀" (The Secret of Innovation That Evolution Reveals to Us). Below the title, there are author bios: Nava Arapyan (누바 아파얀) and Gary P. Pisano (게리 P. 피사노). The right page contains a large number "20" at the bottom, with the text "20년 11월 30일, 모더나 테라퓨틱스 Moderna는 제3상 임상시험 결과·차세대 메신저리보핵산(mRNA) 치료제의 SARS-CoV-2" above it. The background of the spread is white, and the overall design is clean and modern.

INNOVATION

AUTHORS

누바 아파얀
블로그님 피아오니어링
설립자 겸 CEO

게리 P. 피사노
하버드경영대학원 교수

PHOTOGRAPHER PULSE/GETTY IMAGES

진화가
우리에게
알려주는
혁신의 비밀

20

20년 11월 30일, 모더나 테라퓨틱스 Moderna는 제3상 임상시험 결과·차세대 메신저리보핵산(mRNA) 치료제의 SARS-CoV-2

IDEA WATCH | CASE STUDY

경영학계에서 진행되고 있는 최신의 연구 결과를 만나볼 수 있습니다.

조직 내 벌어질 수 있는 다양한 상황을 사례로 풀어봅니다. 각 분야에서 정상에 오른 다양한 사람들의 생생한 스토리가 펼쳐집니다.

우리가 놓친
스케일업
성공 비결

성장이 아닌 수익성에 신경 써야 하는 단계
스타트업이라면 '외삽'^{extrapolation}을 마스터해

IN THEORY

신제품 이름 짓는 가장 좋은 방법

IdeaWatch
New Research and Emerging Insights

포

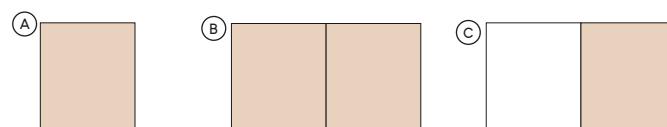
장 소비재 consumer packaged goods, CPG 회사는 신제품을 선보일 때 성과를 좌우하는 결정적 직면한다. 바로 신제품 이름을 어떻게 짓느냐 하는 문제다. 이때 회사는 고기풀라의 체리코크나 멜론트 토마토소스 사례와 같이 기존 브랜드로 둑고 싶은 유혹을 느낀다. 고객은 친숙한 브랜드와 연계되는 신제품을 써보려고 할 가능성이 높고, 기업도 신제품 출시에 마케팅 자원을 펼칠 수 있기 때문이다. 하지만 이 전략에는 위험이 따른다. 브랜드 확장이 약하거나 실패하면 모브랜드에 해를 끼칠 수 있다. 쿠어스^{cos} 매주 회사가 무알코올음료인 쿠어스 톡기 마운틴 스피클링 위터를 선보였을 때 일부 고객은 알코올 함량을 궁금해하니 홍란스러워 했다. 쿠어스 일터와 쿠어스 매장을 모두 파낸 실적이

HBR KOREA Advertising Rates

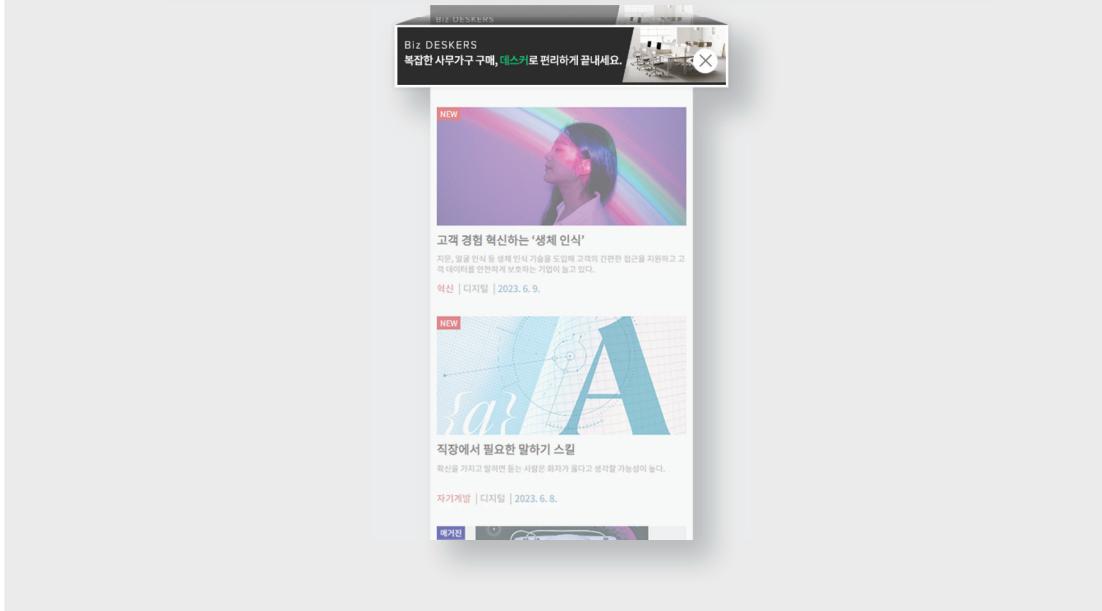
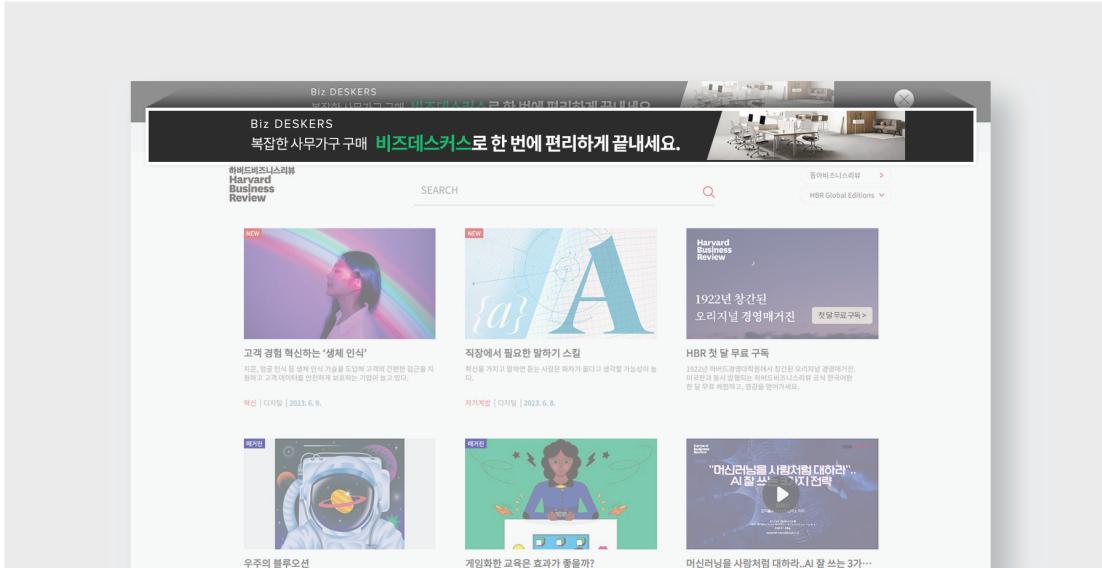


HBR KOREA Advertising Rates

A	Outside back cover	15,000,000
	Inside back cover 1 page	6,000,000
B	양면 광고 (Inside front cover 2 pages spread)	15,000,000
	첫 장 (1st DPS)	14,000,000
	둘째 장 (2nd DPS)	13,000,000
	셋째 장 (3rd DPS)	12,000,000
	일반 내지 (inside 2pages spread)	8,000,000
C	판권 대면 (1page facing masthead/copyright)	5,000,000
	목차 대면 광고 (1page facing table of contents)	6,000,000
	일반 내지 Full Page (inside 1page)	4,000,000



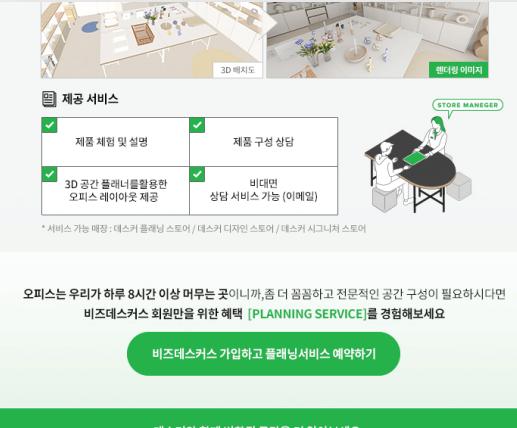
HBR KOREA Advertising Rates(Digital)



하버드비즈니스리뷰 코리아 메인페이지 상단 노출로 주목도가 가장 높은 광고입니다.

상품	HBR 탑배너
타겟팅	3050세 임직원 및 HBR 웹 회원
예상 노출수	400,000뷰 / 1개월
예상 클릭율	0.3%
디바이스	PC, Mobile
소재 사이즈	PC : 1350 × 80 px / MO : 400 × 67 px
광고비	1개월 300만원 (VAT 별도)
비고	HBR PC, Mobile 모든 페이지 고정 광고 노출

HBR KOREA Advertising Rates(Digital)



제공 서비스

- 제품 체험 및 설명
- 제품 구성 상담
- 3D 공간 플래너 활용한 오피스 레이아웃 제공
- 비데면 상담 서비스 가능 (이메일)

STORE MANAGER

* 서비스 가능 매장 : 테스키 플래닝 스토어 / 테스키 디자인 스토어 / 테스키 시그니처 스토어

오피스는 우리가 하루 8시간 이상 머무는 곳이니까, 좀 더 품격하고 전문적인 공간 구성이 필요하시다면 비즈데스커스 회원만을 위한 혜택 [PLANNING SERVICE]를 경험해보세요

[비즈데스커스 가입하고 플래닝서비스 예약하기](#)



데스커와 함께 변화된 공간을 더 알아보세요

[학교] 데스커X해밀턴 2

[오피스] 데스커X친소주

※ 본 메일은 정보통신망법을 등 관련 규정에 의거하여 회원님이 매일 수신자의 여부를 확인한 결과 동의하셨기에 발송되었습니다.
수신을 원치 않으시면 [\[수신기본\]](#)를 눌러주세요. To unsubscribe this e-mail, [Click here](#)
문의사항은 help@hbrkorea.com 혹은 전화(02-6718-7803) 주시기 바랍니다.

(주)동아일보사 대표자 : 김재호 / 개인정보관리책임자 : 김남국
사업자 등록번호 : 102-81-03525 / 등록번호 : 종로400434
서울시 서대문구 종정로29 동아일보사 8층 15층

Copyright (c) 2014 Harvard Business School Publishing. All rights reserved.

※ 본 메일은 발신 전용으로 회신 되지 않습니다.

하버드비즈니스리뷰 코리아 회원은 충성도가 높아 타 e-DM 대비 오픈율과 클릭율이 매우 높습니다.

상품	HBR e-DM 광고
타겟팅	3050세 임직원 및 HBR 웹 회원
발송 모수	40,000명
예상 오픈율	7%
예상 클릭율	5%
부킹 가능 일정	월-금 09:00 or 13:00 (택1)
소재 사이즈	가로 700 px x 세로 free px (html)
광고비	e-DM 1회 100만원 (VAT 별도)
비고	연간 광고 계약 시 할인 적용 or HBR 홈페이지 탑바너 추가 제공

Harvard Business Review

광고

김주현 부장
jj0417@donga.com

마케팅 제휴

사업전략팀

dbr_marketing1@donga.com