

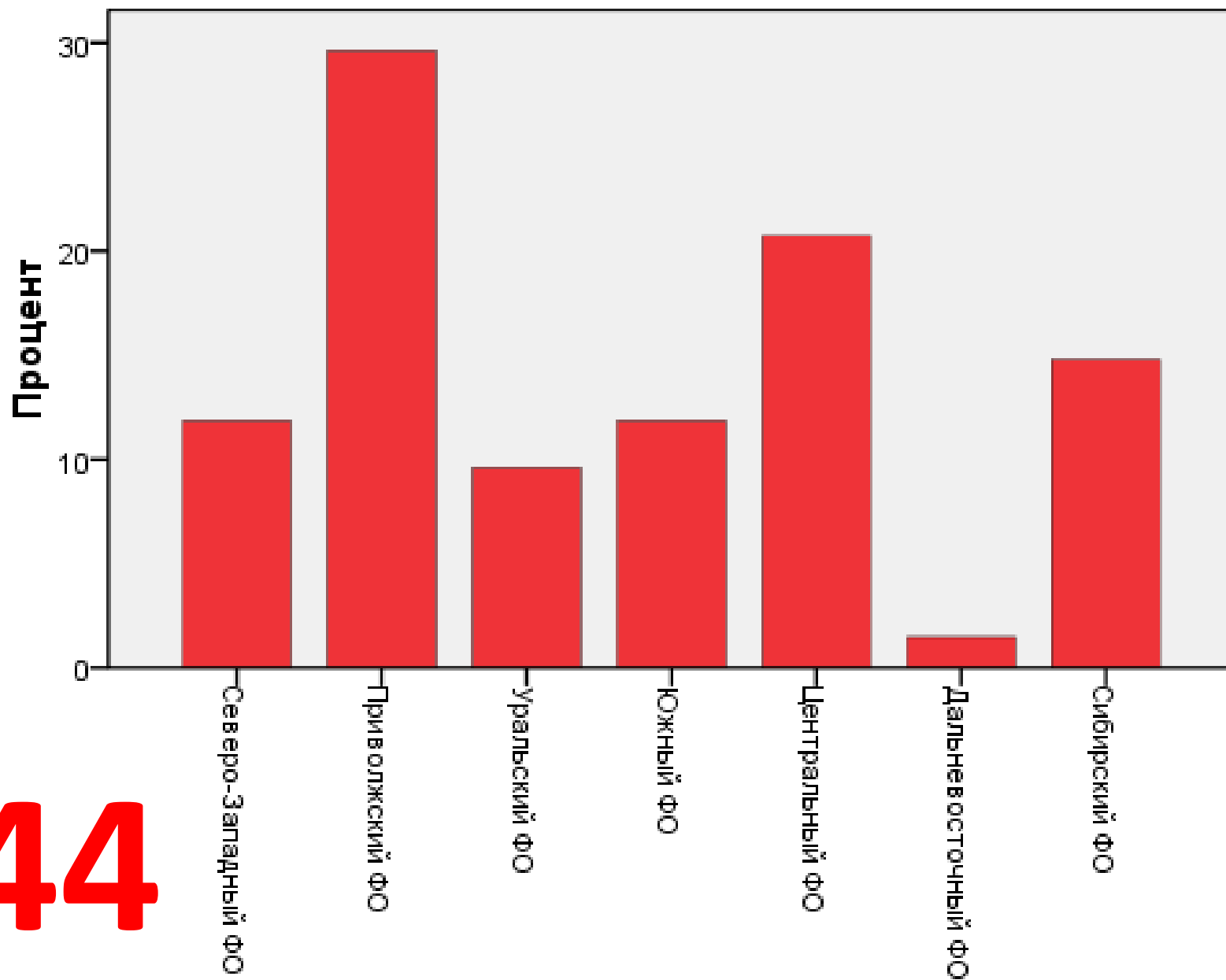
# КРИЗИС

*и региональные СМИ*



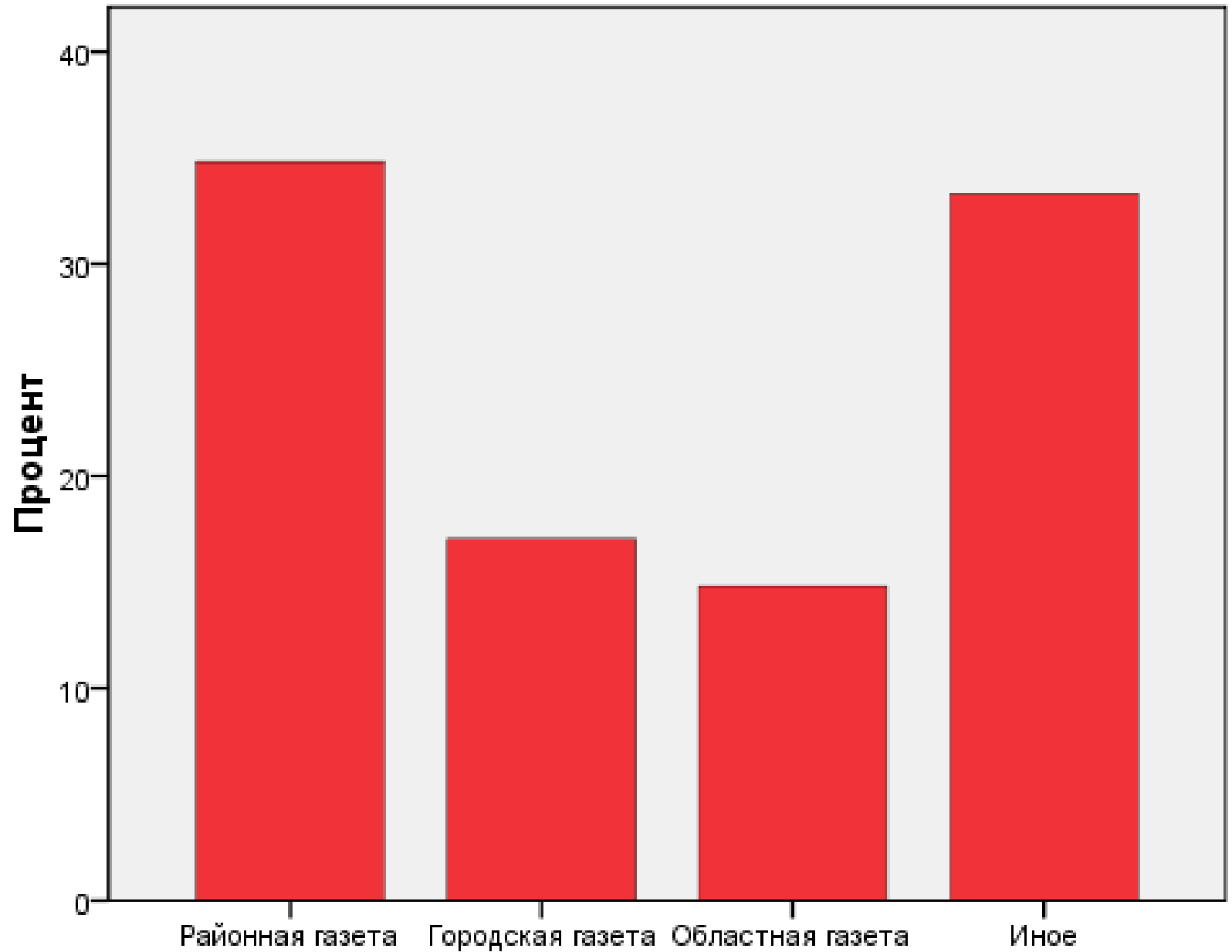
*Владимир Касютин, Москва, октябрь, 2009*

## Представленность регионов

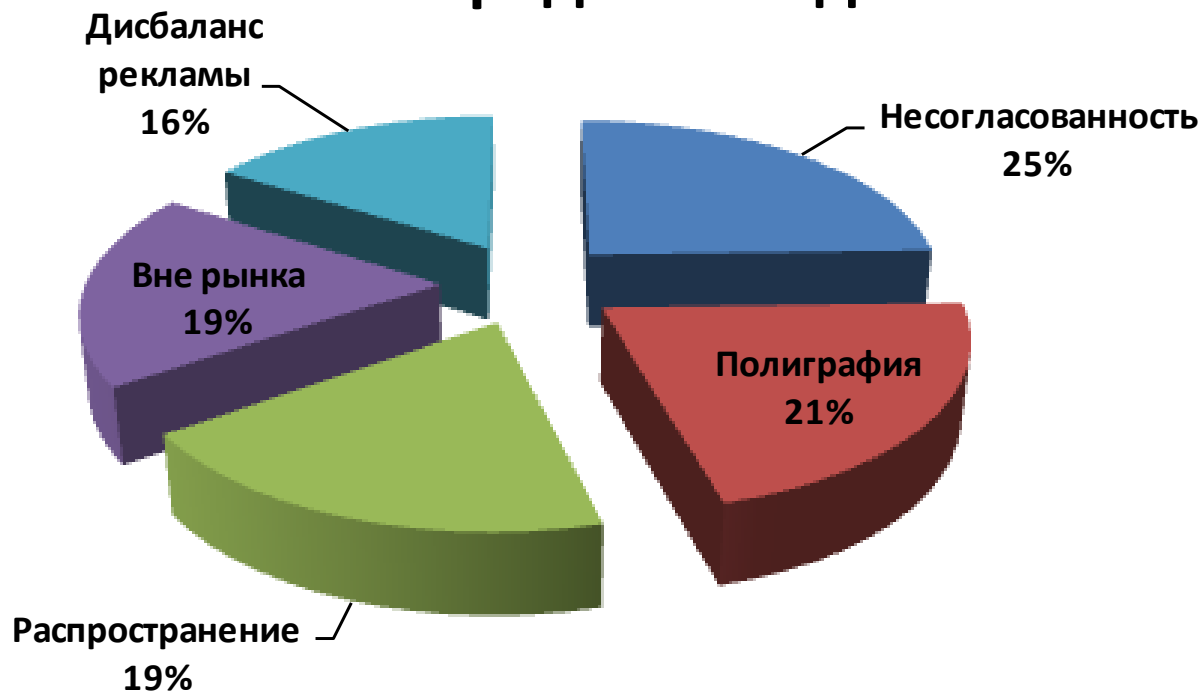


344

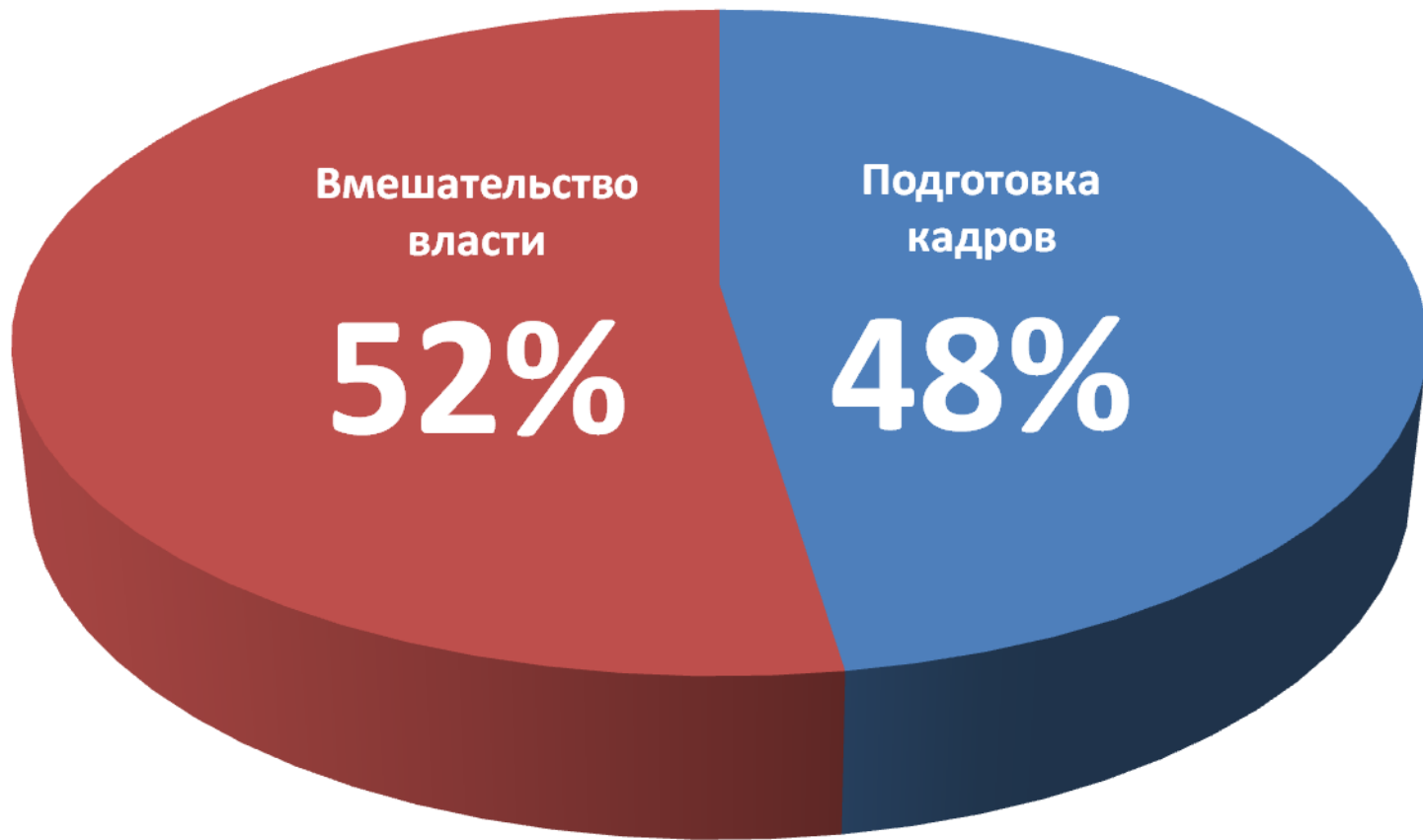
# Ваше место работы



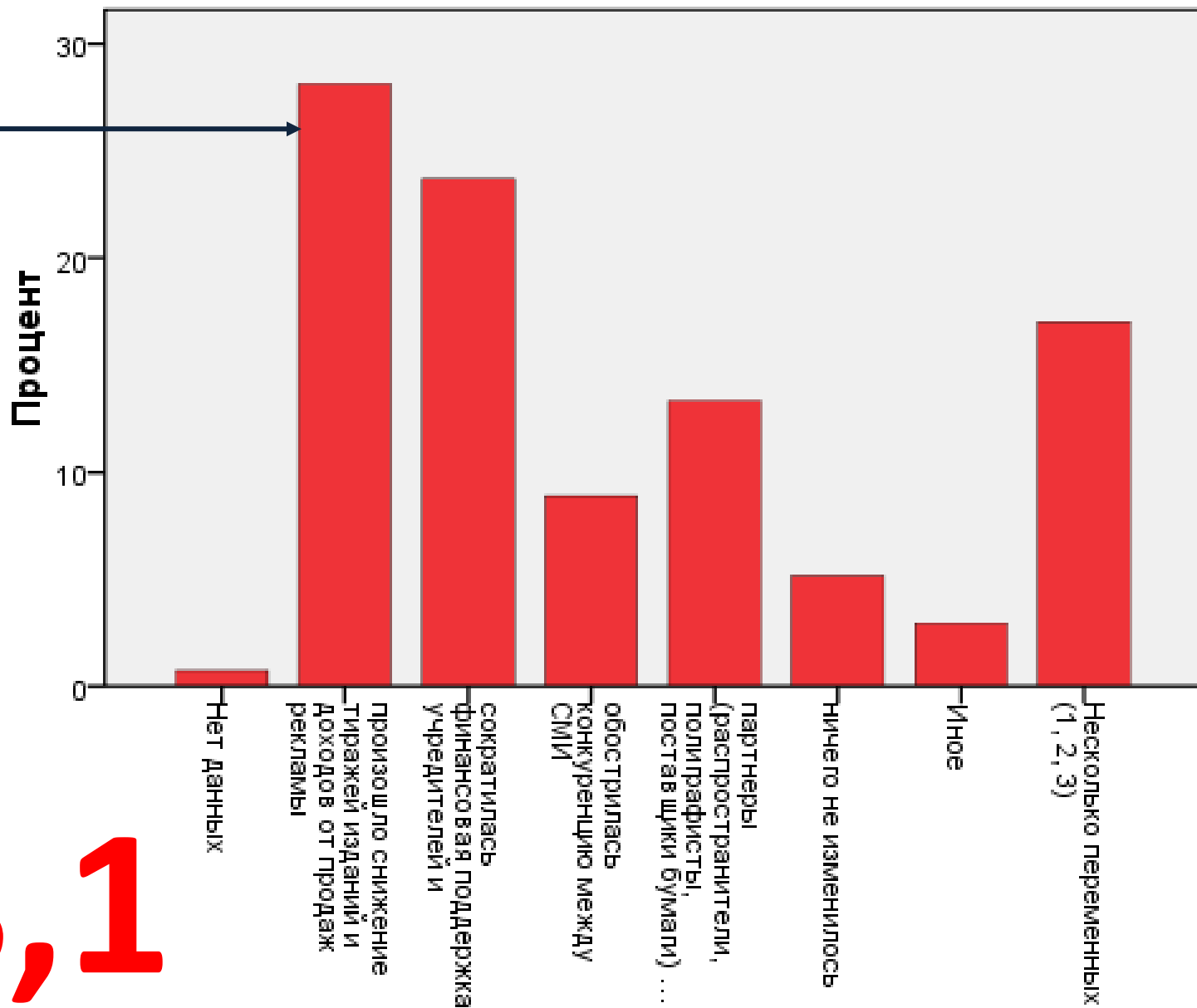
# Минимальное-среднее воздействие



# Максимальное воздействие

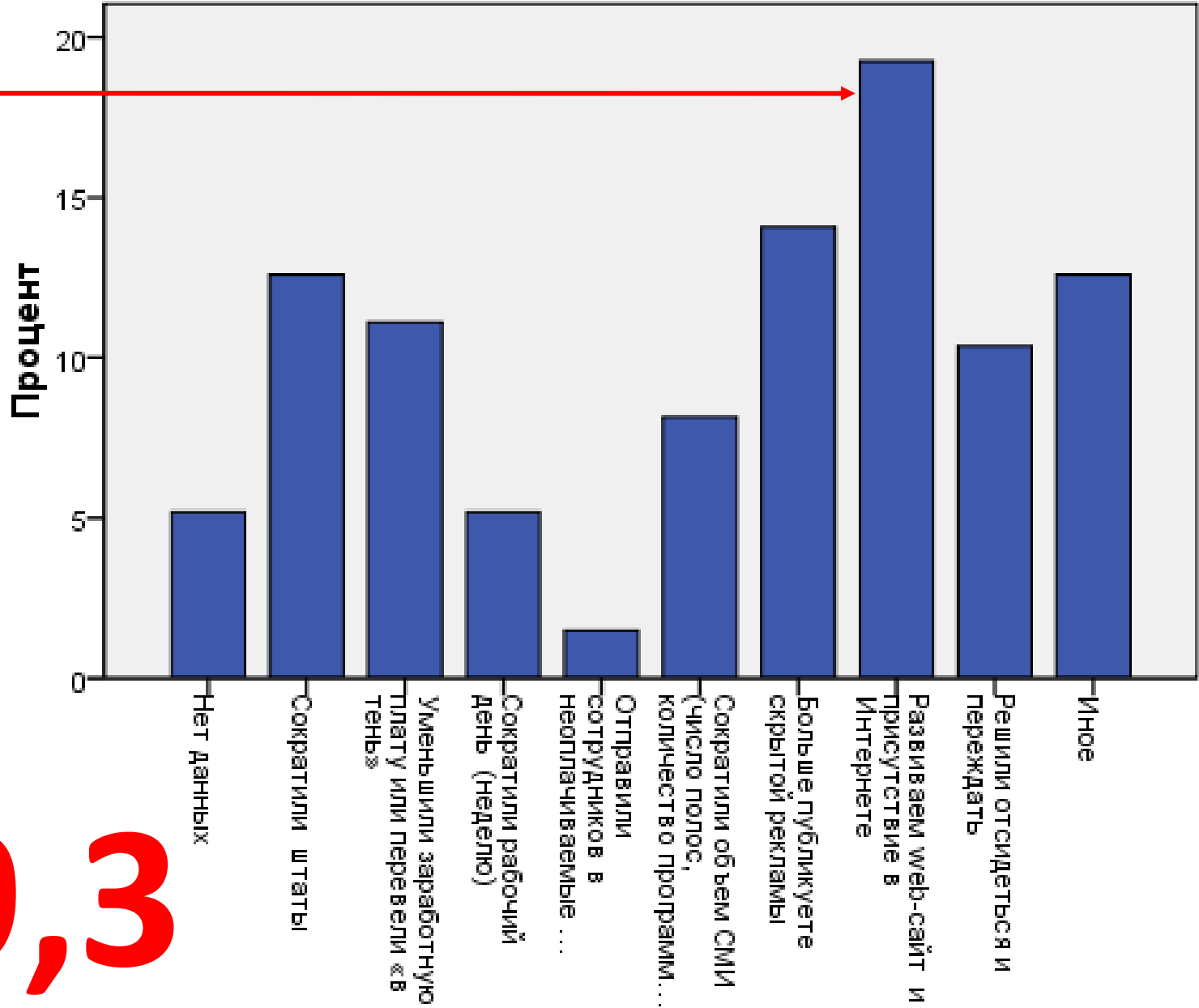


# Последствия финансово-экономического кризиса в Вашем регионе



28,1

## Ваши антикризисные решения:



19,3

# Стратегии

## Антикризисные решения региональных СМИ

1

### ПАССИВНЫЕ:

Сокращение расходов  
Заморозка подписной цены  
Остановка новых проектов

2

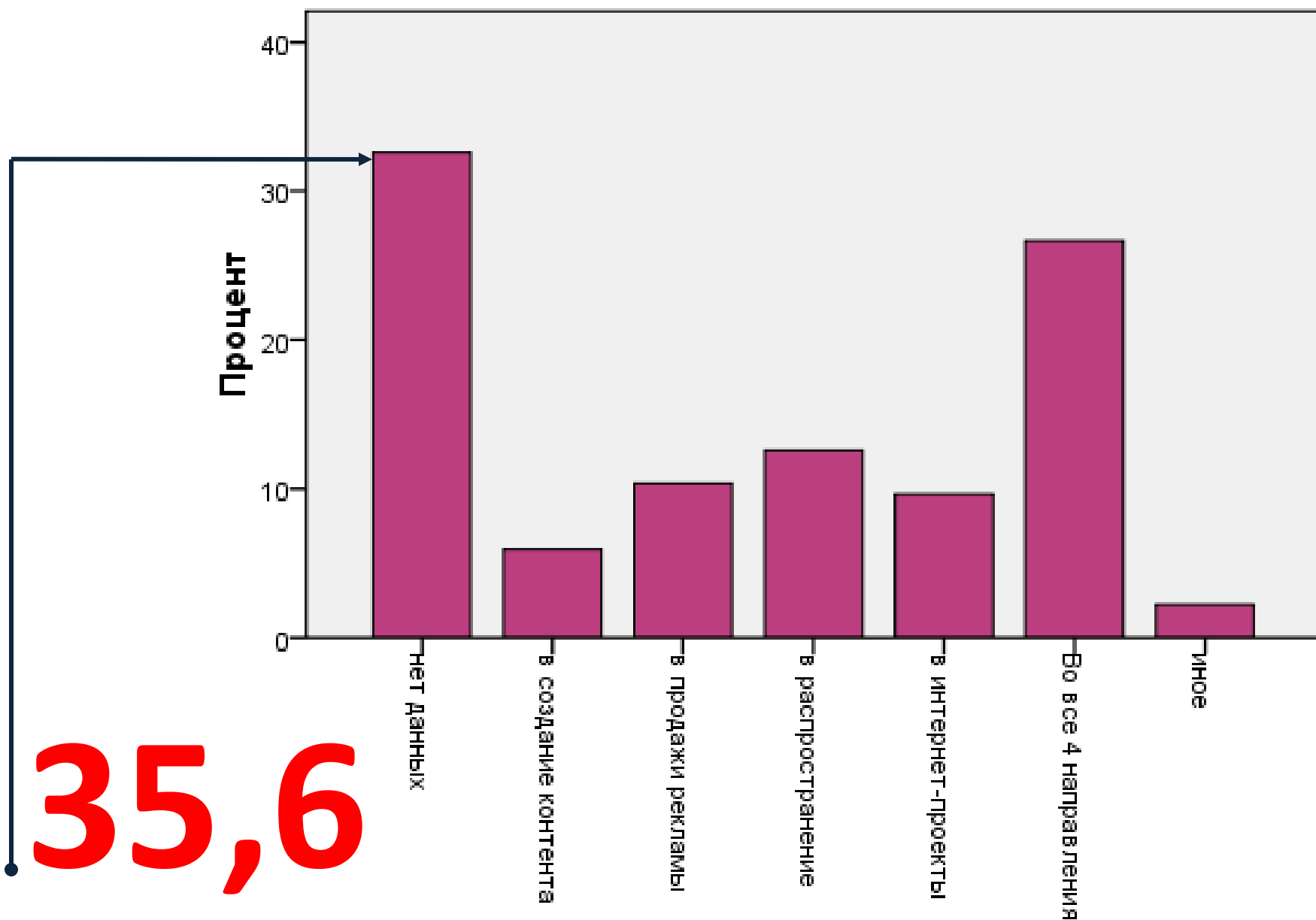
### АКТИВНЫЕ:

Прием сотрудников из других СМИ  
Издательская деятельность, видео  
Развитие самоподставки  
Участие в грантовых проектах  
Мультимедиа  
Отказ от бесплатных публикаций



СТРАУСЫ И СТЕРВЯТНИКИ

## За последний год в работе Вашей редакции внедрены инновации:



# Контент

- **Внедрение инфографики и фотоматериалов**
- **Снижение предельного объёма текста материалов**
- **Увеличение числа колумнистов, активное привлечение экспертов**
- **Использование sms для связи с аудиторией**
- **Организация удаленной работы журналистов**
- **Привлечение подростков и молодёжи в качестве внештатных корреспондентов для написания статей и иллюстрирования**
- **Партнерские программы по обмену информацией с региональными и национальными СМИ**

# Реклама

- **Пакетные продажи: ТВ, газета, радио, CD, кросс-промоушен**
- **Интернет как бонус для рекламодателя с большими объемами газетной рекламы**
- **Новые системы скидок и цен**
- **Расширение географии рекламодателей (соседние регионы)**
- **Активизация сотрудничества с рекламными агентствами**
- **Принципиальное снижение срока производства рекламного продукта (рекламная статья, макет и т.п.),**
- **Упразднение рекламного отдела (переход на аутсорсинг)**
- **Размещение рекламы в торговых комплексах**
- **Фотовитрины и страницы для потребителей**
- **Тематические рекламные полосы (День бармена, День парикмахера, суперпроекты с участием большого числа рекламодателей)**
- **Разработка стратегии продвижения и рекламных кампаний**

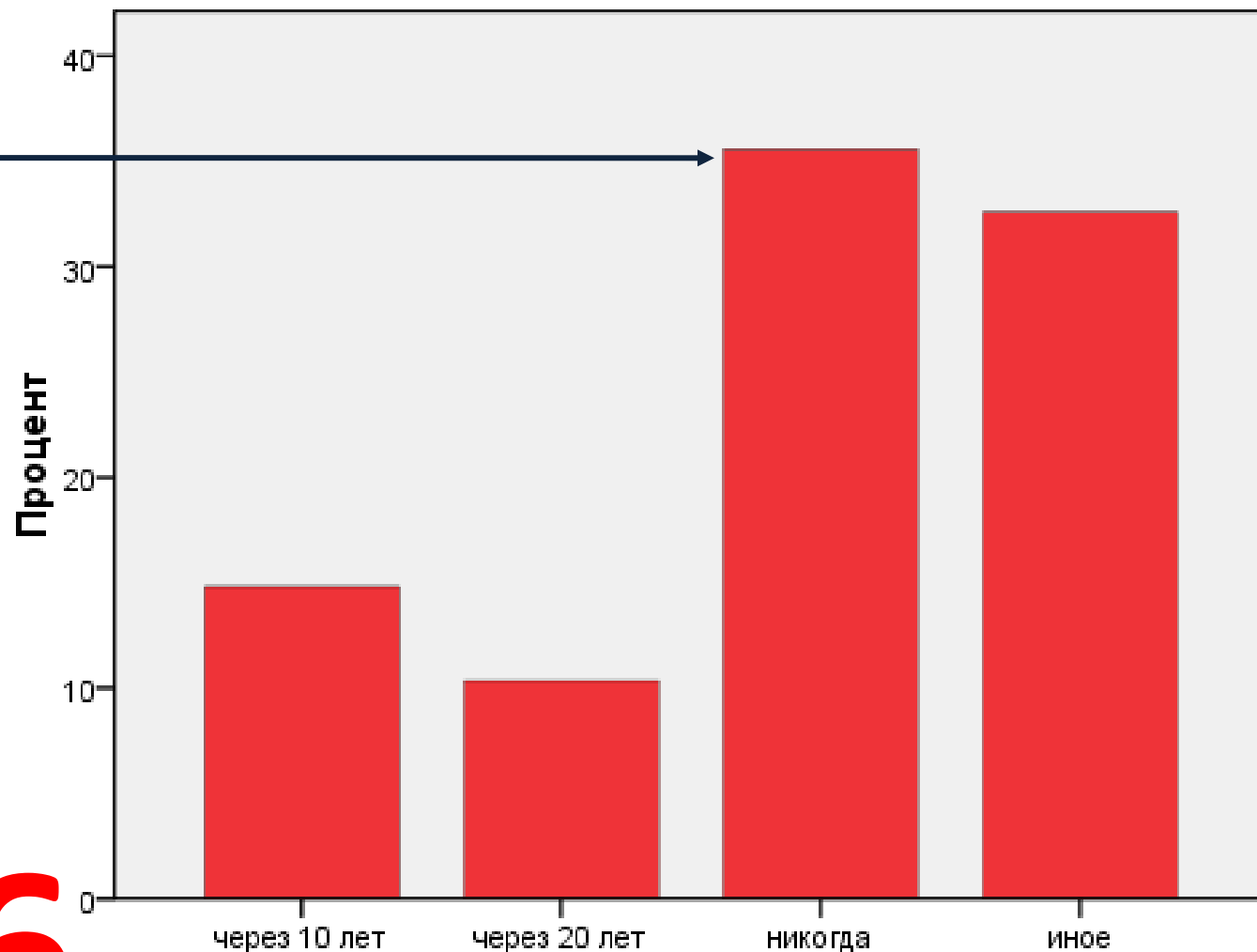
# Доставка

- Самостоятельное распространение части тиража
- Создание сети фирменных киосков
- Совместная льготная подписка на два издания разной тематики
- Распространение по сети дополнительных офисов «Россельхозбанка» (Дагестан)
- Доставка газеты с диском
- Электронная подписка
- Сокращение рассылки тиражей «вслепую», адресная работа с каждым подписчиком
- Создание собственной службы распространения

# Интернет

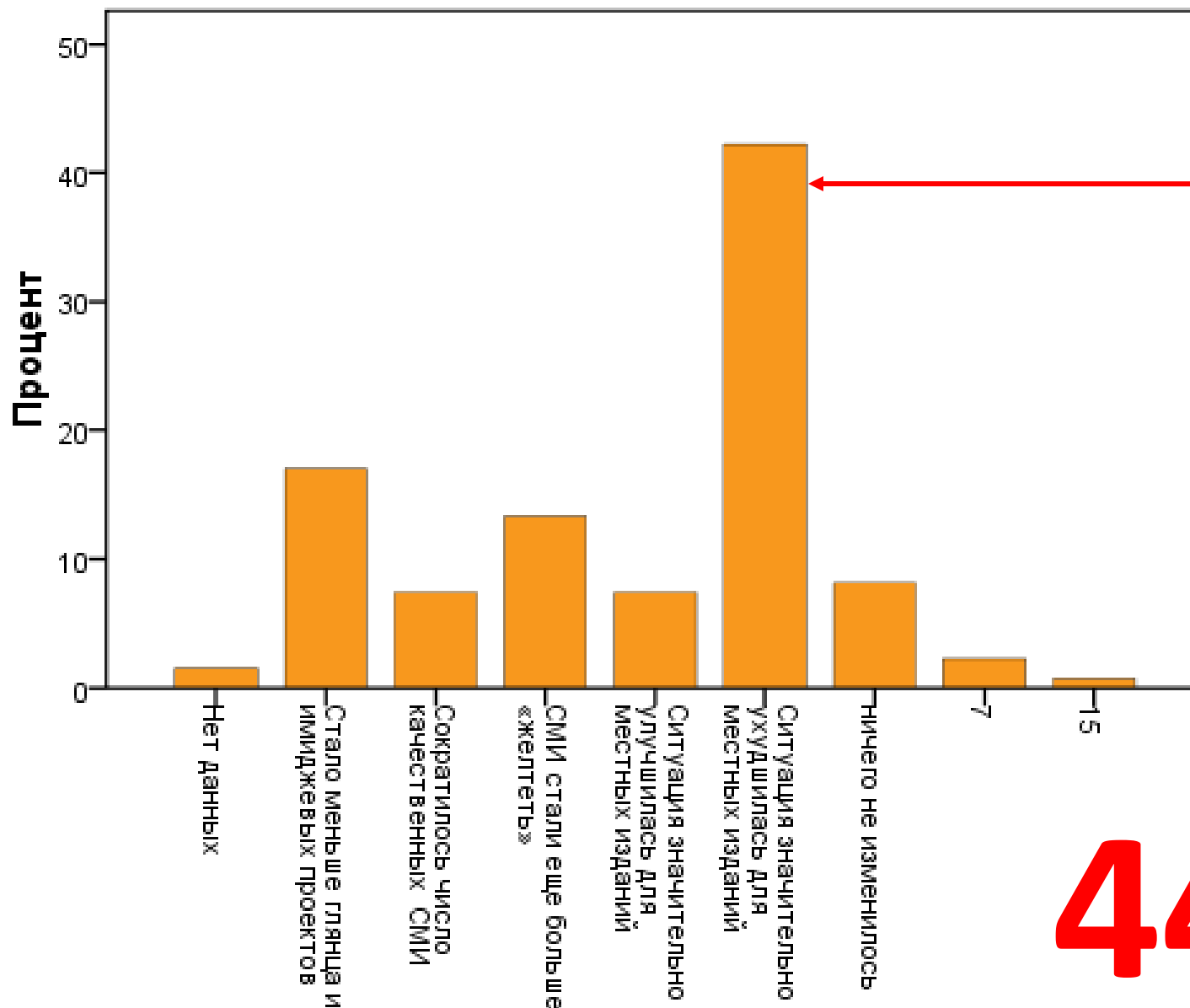
- **Городской портал на базе веб-сайта газеты**
- **Проведение онлайн-конференций**
- **Работа с аудиториями социальных сетей (ВКонтакте, Одноклассники и др.)**
- **Накопление справочных материалов (телефоны, расписание транспорта, нормативные документы муниципалитета)**
- **Размещение флэш - баннеров, создание интерактивных интерфейсов (рейтинги статей, голосования, форум)**
- **Продажа баннерной рекламы и обмен ссылками**
- **Раскручивание тем в газете, получивших комментарии на сайте**
- **Предоставление помещения и оргтехники редакции для организации молодёжных сайтов**

## Когда российские региональные медиарынки станут прозрачными и открытыми для честного бизнеса



**35,6**

## По Вашему мнению, за последний год на региональных рынках СМИ



44,4

# Угрозы

Падение роли производителя общественно-значимого контента

1

**СМИ:**  
Возрастной  
редакторский состав  
Подготовка кадров  
Увольнение молодых  
журналистов

2

**ОБЩЕСТВО:**  
Сокращение объемов изданий  
Рост объемов рекламы  
Увеличение «заказов»  
Увольнение журналистов  
Разрозненная и непостоянная  
аудитория Интернета

3

**ГОСУДАРСТВО:**  
Неучастие в развитии  
региональных СМИ  
Усиление контроля над  
контентом и кадрами

# Возможности

## Укрепление экономической устойчивости

1

**ПРОЗРАЧНОСТЬ:**  
Падение продаж  
Рекламы -  
Конкуренция за  
финансирование

2

**АУДИТОРИЯ:**  
Усиление активности в  
Интернете  
Вовлечение аудитории и  
экспертов

3

**ЭКОНОМИКА**  
Бизнес-активность  
Собственное  
распространение  
Инновации в рекламе

Ойшүесмба

Экономика

**Владимир Леонидович Касютин**

Секретарь Союза журналистов РФ

Главный редактор журнала  
**«Журналистика и медиарынок»**

8-916-202-70-22

**[www.kasutin.ru](http://www.kasutin.ru)**

[kasutin@kasutin.ru](mailto:kasutin@kasutin.ru)