



**ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY**

Безумно можно быть первым

Как подготовиться к ИИ в контенте, если готовиться уже поздно.



“ Меня зовут Алексей Бутенко, я делаю Журнал Авито Авто – первое бренд-медиа в структуре Авито.

Мы говорим об автомобилях на понятном каждому языке и настолько их любим, что можем перевести на этот язык даже Pagani Huayra.

”



Есть версия, что мы классные:

- 4 млн MAU совокупно: раздел на Авито Авто + соцсети
- 100к+ подписчиков в TG (*эмодзи, который плачет*)
- своя команда в Китае
- делаем даже мемы на продажу
- Xzibit – друг, товарищ, брат



И я точно продюсер:

- отвечал за тематические медиа в РБК и «Рамблере»
- работал digital-директором в МИЦ «Известия»
- возглавлял спецпроекты в ТАСС
- продюсировал блогерские шоу и запускал тг-каналы
- консультировал киностудии и пресс-службы
- *и еще забыл*

Ну так как подготовиться, если уже поздно?

Хорошая новость: вообще легко

ИИ делает очень быстро сразу две вещи:

1. Меняет нашу жизнь и работу
2. Меняется и развивается сам

Второе означает, что эффективно залететь в тренд ИИ можно плюс-минус на любом этапе. Бенефициарами станут не те, кто раньше начал, а те, кто перестроился в безостановочный R&D-заводик (*Леша, не забудь сравнить с геймингом*).

Это был очень важный слайд, потому что:

- Если вы в контенте, ИИ превратит ваш 2026-й в бесконечный FOMO
- Если не в контенте – все равно превратит

Сойдется всё, как в «Великолепном веке»:

скорость: давайте запустим это вчера!

ревность: я с детства за нейронки, а ты кто?

навязывание: нет, прибей эту табличку нейронкой.

страх: меня заменит ИИ, теперь я гусеничка...

отрицание: меня никогда не заменит ИИ, это пузырь же

У этого букета есть внешние причины. Вот они:

- Трафик мировых СМИ в 2025-м упал на 30%. Это потери в SEO из-за перехода людей в чатботы. В 2026-м упадет сильнее. **Борьба за трафик ужесточается-1.**
- Доля ИИ-контента в мире уже в 2026-м может достичь 90% (исследование *Graphite*). Такого контента сильно больше в штуках – и он быстрее. **Борьба за трафик ужесточается-2.**
- А еще внутреннее сопротивление аудитории. Люди думают, что могут отличить ИИ-контент от человеческого, но таких только 23% (*Spektr* и *СКОТЧ*). Ну и весь контент их в итоге бесит. **Борьба за трафик ужесточается-3.**

Звучит апокалиптически, но все наоборот

Вот что на самом деле ИИ делает с рынком контента прямо сейчас:

- Уходит ремесло бессмысленного и бесконечного рерайта
- Высвобождаются ресурсы на производство ценных смыслов
- Теперь можно сделать акцент на суперскилл при найме
- Промпты круто качают системность и четкость
- Приходит поколение бэби-боссов (они классные)

Как с ИИ работаем мы:

- XXX единиц текстового контента уже сейчас производится на жестком RAG. Могли бы больше – но строго лимитируем себя условием абсолютной достоверности.
- В несколько раз выросла скорость работы дизайнеров/билд-редакторов: поиск и верификация легальных изображений, создание иллюстраций.
- Видео контент – отдельный восторг. Оживление фото с ретроавтомобилями, дорисовка несуществующих кадров на монтаже, пролеты камеры через моторный отсек (Леш, ну можно было и ролик)

Что это дает редакции:

Для нас автоматизация – путь к масштабированию авторской журналистики

- В нашей тематике (как и во многих других) аудитория хочет слышать, читать и видеть мнение профессиональных журналистов. Одновременно это и то, что драйвит команду.
- Каждый новый шаг по перекладыванию редакционной рутины на ИИ приближает нас к трансформации в фабрику личных брендов / сетку авторских медиа.

Что дальше. Вызовы

- Add value: как будто база, но завтра все одинаково освоят ИИ. Желательно уже сегодня понимать, чем мы в тогда будем отличаться.
- Роль видеоконтента возрастет сильнее, чем можно себе представить. Это самый короткий путь редакции к фабрике личных брендов.
- ИИ-контент воспринимается более дешевым – и потянет за собой все цены, включая ценность в глазах аудитории. Это ключевой вызов.

(Ну и если раньше визионеры вас бесили, то теперь они, кажется, нужны. Потому что самое важное изменение в том, как мы теперь строим планы).

RUSSBRAND

АССОЦИАЦИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ
ФИРМЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРК



ЦИФРОВОЙ
BRAND
DAY

Adindex



H:P:A

СПАСИБО!

tg: @alek_bu, но лучше читайте наш Журнал