

НОВЫЕ МЕДИА:

Никаких больше игр. Никаких бомб

2005 год

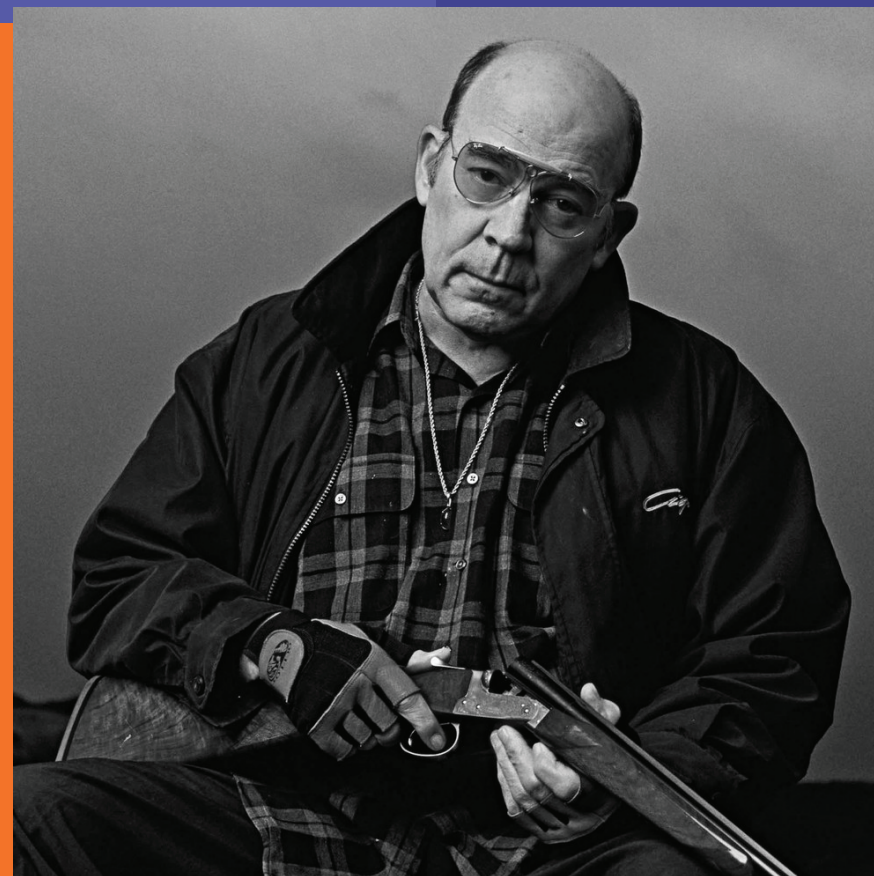
С собой покончил журналист и писатель **Хантер Томпсон.**

Примерно в это же время о “Новых медиа” начинают говорить, более менее, всерьез:

- Зарегистрировано **140 тысяч** новых доменов в рунете от общего числа в 500 тысяч доменов.

На мировой арене:

- Facebook отмечает первую годовщину.
- На YouTube выложено **первое видео** “Me at the zoo”.
- 1 год до основания Twitter.
- 2 года до основания Вконтакте.



2008 год — наши дни

Общественность начинает верить в вирусные проекты, появляются студии вирусного контента, вместе с ними **первые видео-блогеры.**

SMM переживает взлеты и падения.

На арену выходят СМИ
вплоть до тезиса о том,
что нужно полностью
отказаться от собственного
web-сайта.



Проблемы

Проблема N1.

- **Отсутствие денег** в социальных сетях.
- Социальные сети - это, по большей части, **неконтролируемый** способ передачи контента для его производителя.
- Производитель всегда получает **меньше денег**, чем дистрибьютор.

Проблема N2.

- Лингвистическая **ограниченность**.
- Зарубежные проекты, нацеленные на западную аудиторию привлекают нишевой **трафик со всего мира**.
- В нашем распоряжении есть **только 85 миллионов** аудитории.

Проблема N3.

- Отсутствие понимания интерактивной природы социальных сетей. Социальные сети - это **про коммуникацию**, а не про одностороннюю передачу информации.
-

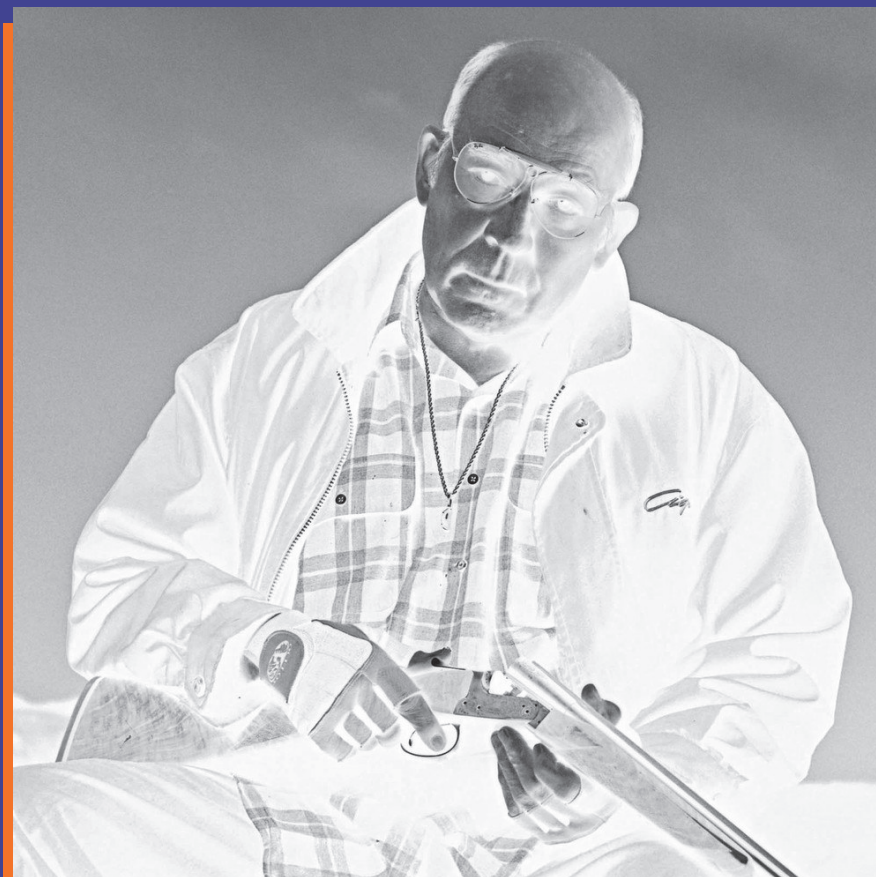
Что делаем мы в М24?

1. Пытаемся адаптировать **передовые форматы** NowThis, SeekerDaily, BuzzFeed, NYT и пр.
 2. Уделяем больше внимания тому, что дает больше трафика взамен, и что потенциально может **дать больше прибыли**: Вконтакте и YouTube на первом месте по темпам роста.
 3. **Адаптируемся** под каждую соц.сеть: свои специальные форматы для ОК ("Кто помнит нас, тот ставит класс"), прямые трансляции для Facebook и пр. Работа с комментариями.
 4. Эксперименты в области **переупаковки контента**: Прямая трансляция на Facebook - превращается в видео-отчет для YouTube. ТОП-10 фактов для Вконтакте ложатся в основу видео-обзора.
 5. **Кросс-холдинговая коммуникация**: материалы телеканала "Москва 24", радио-станции Москва FM и Агентства Городских Новостей "Москва" уходят через одни и те же каналы в социальных сетях, включая почтовую рассылку.
 6. Наращиваем экспертизу в **прямой коммуникации** с потребителем.
-

Что нас всех ждет?

- Контент-маркетинг и контент-менеджмент уверенно **вытесняют журналистику** из социальных медиа.
- Вирусность становится **существенно дороже.**
- За контент рано или поздно **начнут платить** его потребители. И момент этот уже очень близок: платные подписки Вконтакте на музыку.





M24

Спасибо за внимание
