

Традиционные новости и новости он-лайн.

Как выиграть
конкуренцию
за лояльность
аудитории?

Metro Moscow

BORIS KONOSHENKO



KIEV, APRIL 26th

metro 

METRO INTERNATIONAL

Тираж / аудитория

4 континента, **21** страна, **100+** городов, **17 млн.** читателей



ЕВРОПА

БЕЛЬГИЯ
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ
ВЕНГРИЯ
ГРЕЦИЯ
ДАНИЯ
ИРЛАНДИЯ
ИТАЛИЯ
НИДЕРЛАНДЫ
ПОРТУГАЛИЯ
РОССИЯ
ФИНЛЯНДИЯ
ФРАНЦИЯ
ЧЕХИЯ
ШВЕЦИЯ
ПОЛЬША



США

НЬЮ-ЙОРК
БОСТОН
ФИЛАДЕЛЬФИЯ

КАНАДА

ТОРОНТО
МОНРЕАЛЬ
ОТТАВА
ВАНКУВЕР
КАЛГАРИ
ЭДМОНТОН
ГАЛИФАКС



ЧИЛИ

САНТЬЯГО

БРАЗИЛИЯ

САН-ПАУЛУ
РИО

МЕКСИКА

МЕХИКО

ЭКВАДОР

КИТО

ГВАТЕМАЛА

КОЛУМБИЯ

ПЕРУ



КИТАЙ

ГОНКОНГ

Ю.КОРЕЯ

СЕУЛ
ПУСАН

Сертификат книги Гиннеса



METRO INTERNATIONAL **В РОССИИ**

METRO-МОСКВА

METRO-ПЕТЕРБУРГ

METRO TV (ПЕТЕРБУРГ)

METRO BEAUTY (ПЕТЕРБУРГ)

Крупнейшая международная газета

Источник: www.metro.lu

МЕТРО МОСКВА

Тираж / аудитория

Тираж: **450 тыс.** экз. Аудитория: **959,9 тыс.** читателей.

ГОРОДСКАЯ ЕЖЕДНЕВНАЯ ГАЗЕТА

выходит по понедельникам,
вторникам, средам,
четвергам, пятницам

формат: А3

полноцвет

распространяется
бесплатно



70 лет назад Москву отбили от фашистов

20 апреля 1942 года закончилась Битва за Москву, знавшая жизни почти 2 млн защитников столицы. По просьбе Metro свидетели тех страшных дней – как на фронте, так и в тылу – рассказали, что помогло им одержать победу. У каждого – своя история: кому-то пришлось в память боевого дежурства на подступах к столице и парад под носом у истребителя, кому-то – работа до упаду на оборонных предприятиях и ночевки в метро :»



**Прохоров дал
ответ Мутко**

Глава СБР жестко ответил на критику министра :»

**Москву сняли
из юсмоса**

Владельцы помещений в Москве сфотографировали стены и сфотографировали стены :»

**Поруганные
святые
привели
в Москву**

В храме Христа Спасителя до сих пор не закончили работы по реставрации и выкраске :»

**Они бегут
назад**

Они бегут назад :»

**Они бегут
назад**

**Они бегут
назад**

Лидер среди ежедневных газет Москвы

Ежедневные аудитории

metro	959,9
Московский Комсомолец	571,7
Из рук в руки	295,5
Российская газета	166,7
Спорт-Экспресс	164,3
Советский спорт	155,8
Известия	104,6
Твой день	103,1
Ведомости	99,4
Коммерсантъ	86,3
РБК - daily	72,9
The Moscow Times	32,1

Источник:
TNS Россия, NRS март – июль 2011

МЕТРО САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Тираж / аудитория

Тираж: **360 тыс.** экз. Аудитория: **711,5 тыс.** читателей.

ГОРОДСКАЯ ЕЖЕДНЕВНАЯ ГАЗЕТА

выходит по понедельникам,
вторникам, средам,
четвергам, пятницам

формат: А3

полноцвет

распространяется
бесплатно



Ежедневные аудитории



Лидер среди ежедневных газет Санкт-Петербурга

Источник:
TNS Россия, NRS март – июль 2011

МЕТРО РОССИЯ

Аудитория

1,671 млн. читателей в Москве и Петербурге ежедневно

МЕТРО МОСКВА

Аудитория 959 900 чел.

МЕТРО ПЕТЕРБУРГ

Аудитория 711 500 чел.

Каждый день Metro
читает **1,671 МЛН.**
читателей



Ежедневные аудитории



Источник:
TNS Россия, NRS март – июль 2011

Лидер среди ежедневных газет двух столиц

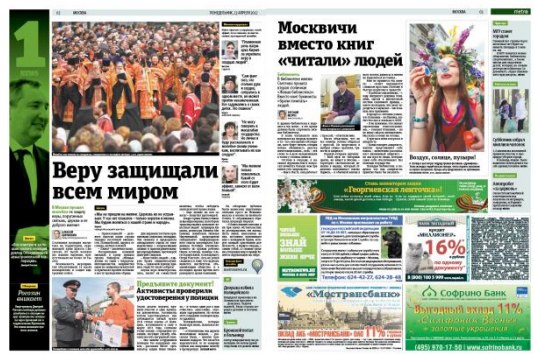
МЕТРО РОССИЯ

Структура газеты

Новостные рубрики **каждый день**

Каждый день:

Москва/Петербург
Россия
Мир
Деньги
Спорт
Развлечения
Мнения



Тематические рубрики **по дням недели**

НЕДВИЖИМОСТЬ
ЗДОРОВЬЕ
ОБУЧЕНИЕ
КАРЬЕРА
АВТО
ЗАГОРОД

БАНКИ
ДОМ
ТУРИЗМ
ШОПИНГ
МОДА



Новости от 500 журналистов по всему миру

Высокое **качество**

- В Metro работают более **500** профессиональных журналистов во всем мире
- Metro является партнером **CNN** и **BBC**
- Дизайн газеты разработан лучшими мировыми дизайнерами
- Все изменения контента и дизайна газеты обязательно исследуются в **фокус-группах**
- **Metro** – мультиплатформенный информационный канал, включающий в себя газету Metro, web-сайт Metro и тематические зонтичные сайты

Источник:
www.metro.lu, www.metronews.ru

МЕТРО МОСКВА

Распространение

На **134** наиболее проходимых станциях метрополитена

7:00 – 11:00

в час пик офисных служащих, в то время, когда метрополитеном пользуется наиболее платежеспособная часть населения

После 8:00

распространение в автомобильных пробках



Распространение в автомобильных пробках

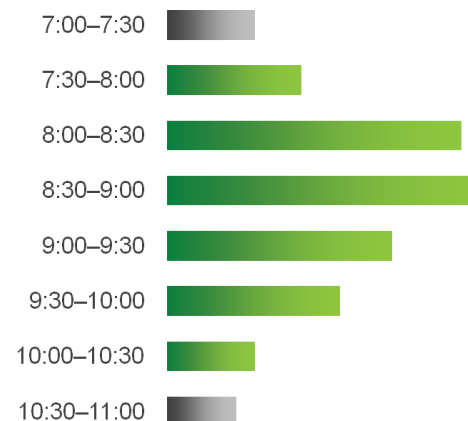
- **Более 120 точек** на наиболее загруженных отрезках автодорог, в пределах Третьего транспортного кольца
- Ежедневно распространяется **30 000 экз. газеты**



Уникальная сеть распространения Metro

Пассажиропотоки в метро

Руководители и специалисты утром в метрополитене



ОСНОВНЫЕ **134** СТАНЦИИ МЕТРОПОЛИТЕНА

214 РАСПРОСТРАНТЕЛЕЙ

ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП: «**ОДНА ГАЗЕТА В ОДНИ РУКИ**»

Источник:
TNS Россия, M'INDEX 2011/1

МЕТРО САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Распространение

80% тиража в метрополитене, **20%** – вне метрополитена

7:30 – 10:30

в час пик офисных служащих, в то время, когда метрополитеном пользуется наиболее платежеспособная часть населения

после 8:30

в автомобильных пробках

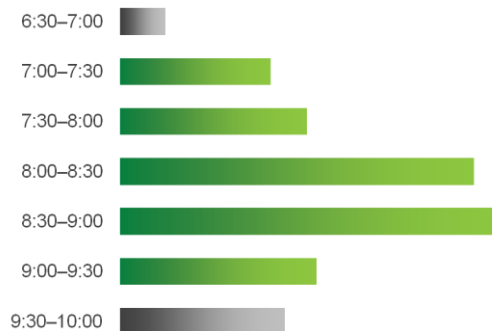
после 9:30

более 100 точек наземного распространения



Пассажиропотоки в метро

Руководители и специалисты утром в метрополитене



Распространение в автомобильных пробках

ЦЕНТР

НЕВСКИЙ ПР.
НАБ. ОБВ. КАНАЛА

ЮГ

МОСКОВСКИЙ ПР.
УЛ. БЛАГОДАТНАЯ

СЕВЕР

УЛ. САВУШКИНА
ТОРЖКОВСКАЯ УЛ.

ЮГО-ЗАПАД

ЛЕНИНСКИЙ ПР.
ПР. НАР. ОПОЛЧЕНИЯ



Наземное распространение

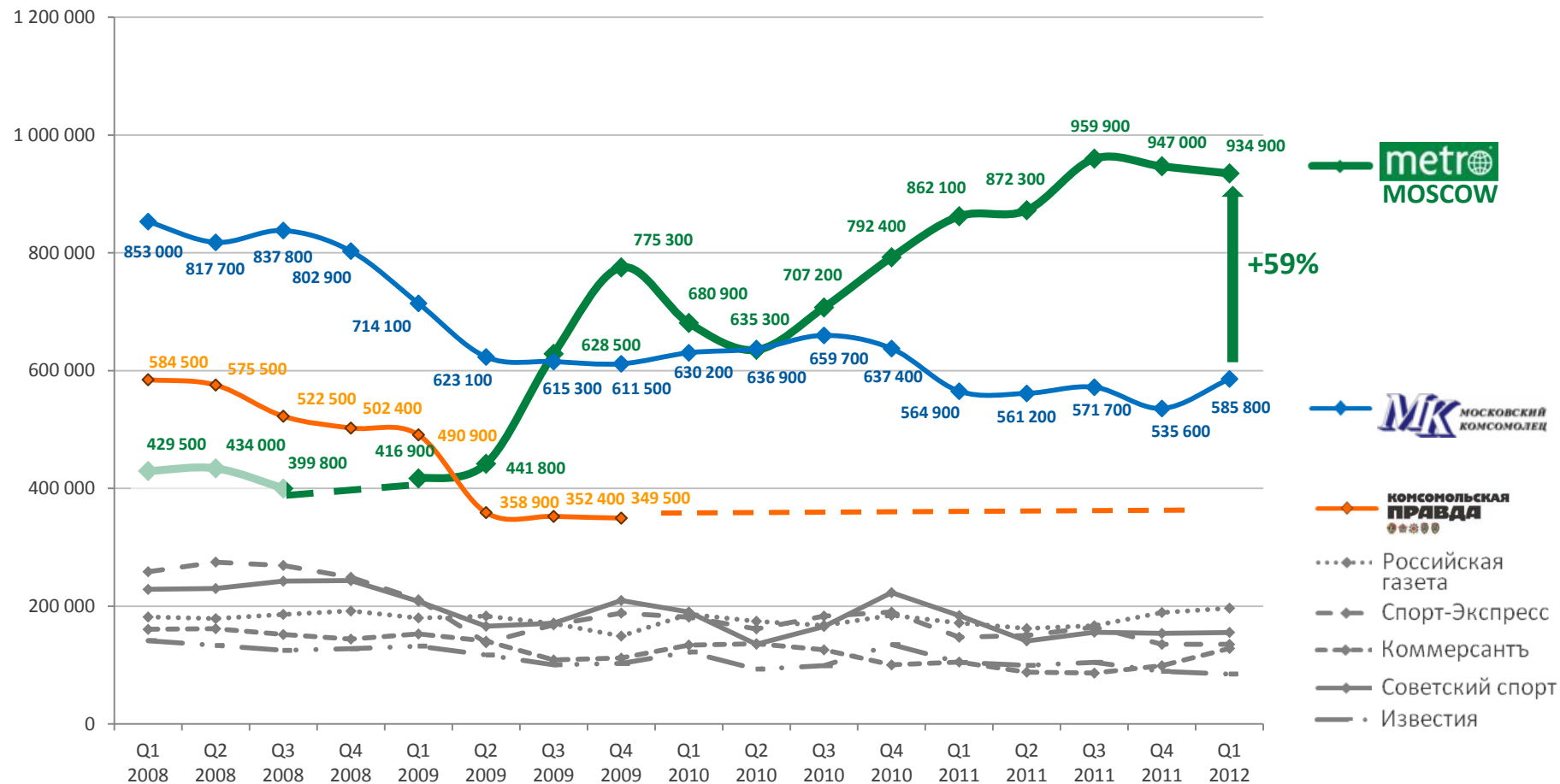
КРУПНЕЙШИЕ ГИПЕРМАРКЕТЫ
СЕТИ РЕСТОРАНОВ И КАФЕ
БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ
500 ОФИСОВ
ВУЗЫ И ДР.

Уникальная сеть распространения Metro

Источник: TNS Петербург, M'INDEX 2011/1

Аудитории ежедневных газет в Москве

Average for 6 month, according to TNS NRS, thou. people



Source: TNS NRS Moscow 2008—2012

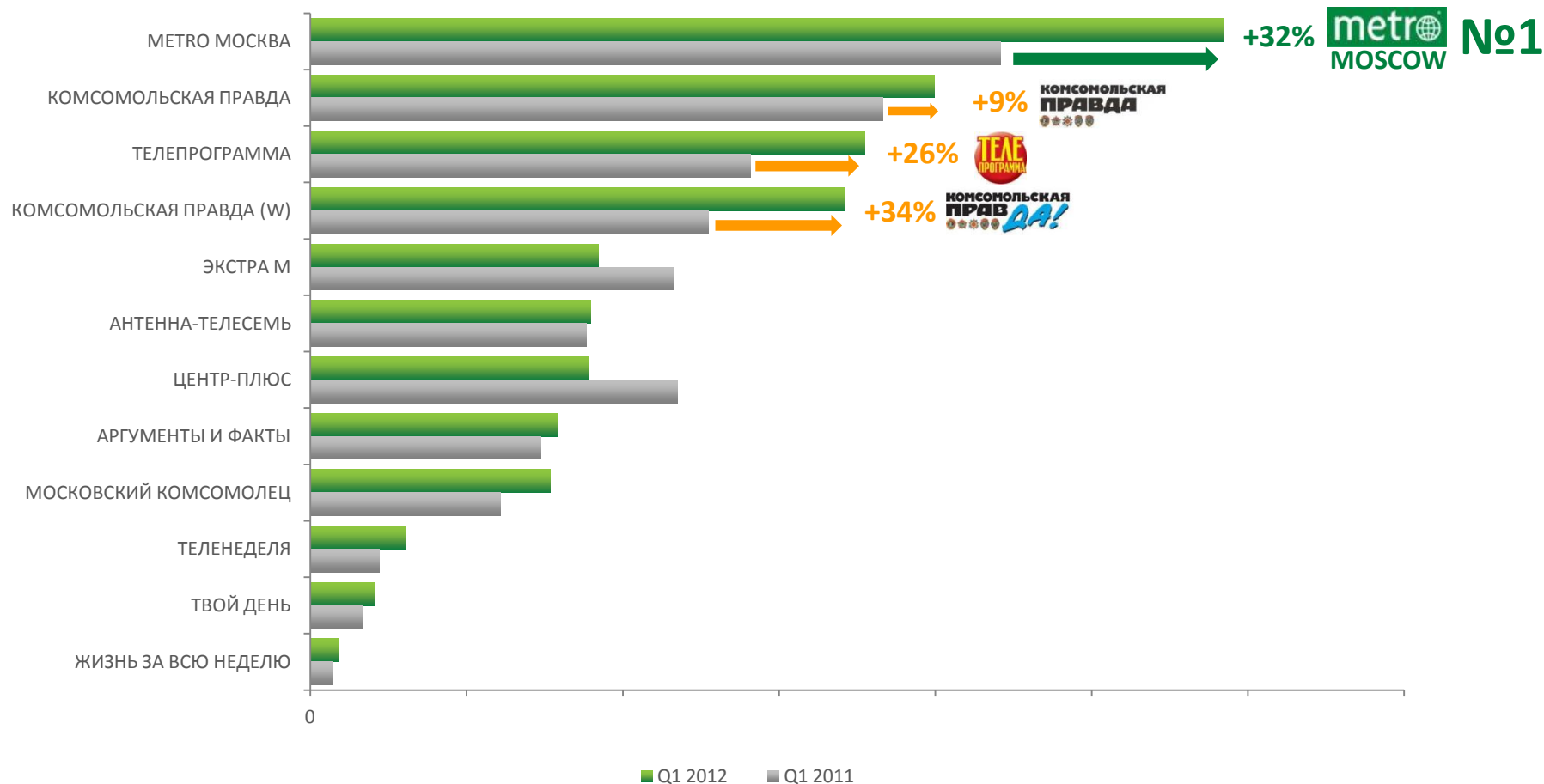
VOLUME OF ADS IN ALL PRINT MEDIA

According to TNS monitoring in Moscow, Q1 2012/2011, rub.

Edition	Q1 2011		Q1 2012		Growth, rub.	Growth, %
	Ad Volume, rub.	Share, %	Ad Volume, rub.	Share, %		
METRO МОСКВА		7,4%		10,0%		32,3%
РАБОТА & ЗАРПЛАТА		9,3%		9,6%		0,4%
КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА (daily)		6,1%		6,8%		9,0%
НЕДВИЖИМОСТЬ И ЦЕНЫ		7,6%		6,8%		-12,7%
ИЗ РУК В РУКИ		9,3%		6,8%		-29,8%
ТЕЛЕПРОГРАММА		4,7%		6,1%		26,0%
КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА (толстушка)		4,2%		5,9%		34,1%
THE MOSCOW TIMES		3,6%		4,4%		16,6%
РАБОТА ДЛЯ ВАС		4,9%		4,3%		-14,3%
ВАШ ДОСУГ		3,8%		3,7%		-4,5%
КОММЕРСАНТЪ WEEKEND (КОММЕРСАНТЪ ПРИЛ.)		4,0%		3,7%		-10,2%
ЭКСТРА М		3,9%		3,2%		-20,5%
АНТЕННА-ТЕЛЕСЕМЬ		2,9%		3,1%		1,5%
ЦЕНТР-ПЛЮС		3,9%		3,1%		-24,2%
АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ		2,5%		2,7%		7,2%
МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ		2,0%		2,6%		26,2%
TIME OUT МОСКВА		2,3%		2,5%		7,7%
АФИША. ВСЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ МОСКВЫ		1,7%		1,5%		-12,8%
КОММЕРСАНТЪ		0,8%		1,4%		70,3%
АВТОГИД (ИЗ РУК В РУКИ ПРИЛ.)		1,2%		1,1%		-11,4%
ТЕЛЕНЕДЕЛЯ		0,7%		1,1%		39,9%
ОБУСТРОЙСТВО & РЕМОНТ		1,0%		1,0%		3,0%
КОММЕРЧЕСКИЕ АВТО - ИЗ РУК В РУКИ		0,7%		0,9%		27,2%
ВЕДОМОСТИ ПЯТНИЦА (ВЕДОМОСТИ ПРИЛ.)		0,6%		0,7%		15,3%
ТВОЙ ДЕНЬ		0,6%		0,7%		21,1%

PRINT MEDIA IN MOSCOW, Main Competitors

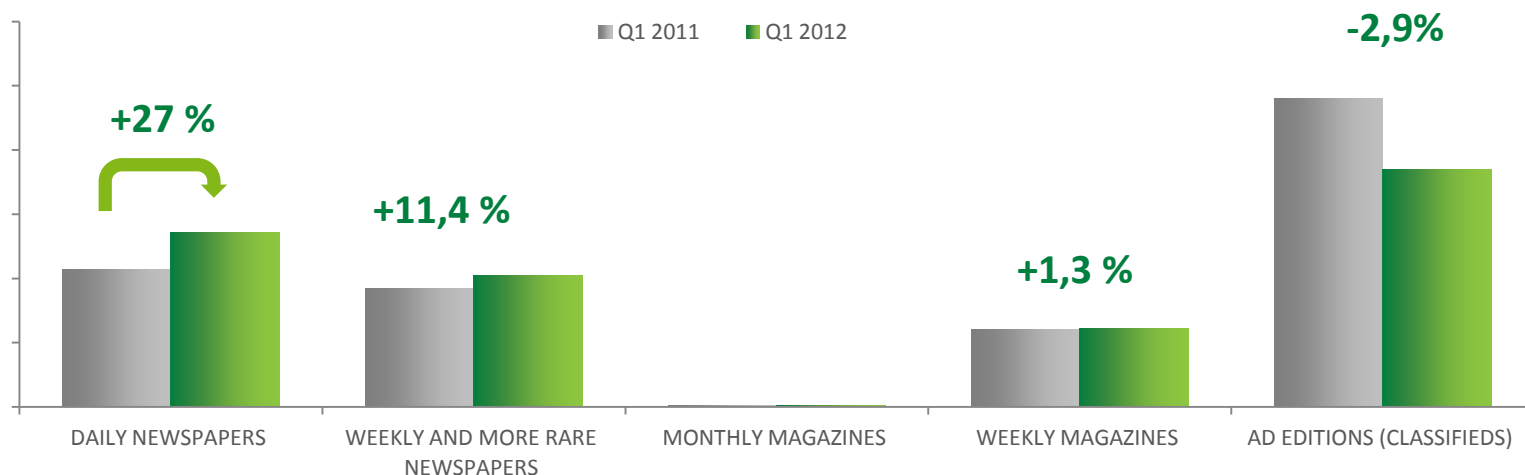
According to TNS monitoring, Q1 2012/2011, rub.



PRINT MEDIA ADS MARKET IN MOSCOW

According to TNS monitoring, Q1 2012/2011, rub.

Падение ВСЕГО рынка рекламы в печатных СМИ за 1 квартал 2012 составило — **2,9%**. Рост ежедневных газет + 27%. Рост Metro + **32%**.



Metro – не газета



ПРИНТ
ВЕРСИЯ

METRONEWS.RU

RGContent
АКЦИИ,
КОНКУРСЫ ДЛЯ
ЧИТАТЕЛЕЙ

СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ

НОВОСТИ
ДЛЯ
МОБИЛЬНЫХ
ГОРОЖАН



metro

ГЛОБАЛЬНЫЙ
КОНКУРС
ДЛЯ
ЧИТАТЕЛЕЙ
METRO
THE METRO
RACE
FOR
SPACE



ГЛОБАЛЬНЫЙ КОНКУРС ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ METRO THE METRO RACE FOR SPACE

МЕТРО ОТПРАВЛЯЕТ ЧИТАТЕЛЯ В КОСМОС

12
апреля
специальный
выпуск



5 марта 2012 года газета Metro запускает конкурс для читателей **The Metro Race For Space** («Космическая гонка Metro»), победитель которого отправится в космос.

12 апреля 2012 выйдет специальный «космический» выпуск Metro Space, где будет объявлен будущий космонавт, который после прохождения специальной подготовки совершит полет в 2014 году.

Конкурсу будет сопутствовать рекламная кампания в газете Metro (охват в двух городах — 5 150 000 человек), и на сайте metronews.ru (охват более 1 000 000 человек), а также продвижение в социальных сетях (Facebook, ВКонтакте).

TIMELINE

Начало конкурса: **5 марта 2012**

Объявление локальных победителей: **2 апреля 2012**

Объявление глобального победителя: **12 апреля 2012**

Специальный выпуск Metro Space: **12 апреля 2012**



METRO RACE FOR SPACE

Газета Metro отправляет читателя в космос

5 марта 2012 года газета Metro запустила читательский конкурс **The Metro Race For Space** («Космическая гонка Metro»), победитель которого полетит в космос в 2014 году – описание конкурса в Приложении.

Призы:

- Один глобальный приз – ПОЛЕТ В КОСМОС

Даты проекта:

- 20 февраля – 12 апреля 2012 г. Конкурс и его продвижение
- 2013 г. – начало 2014 г. Подготовка и полет в космос

Организатор полета: SXC (Space Expedition Curacao), spacexs.com



Ссылка на рекламный ролик:

http://www.youtube.com/watch?v=c_QQlr2VEyk

METRO RACE FOR SPACE

Партнеры конкурса

Организатор глобального конкурса - газета Metro,
metronews.ru

Организатор полета - SXC (Space Expedition Curacao),
spacexs.com



**SXC – SPACE
EXPEDITION
CURACAO**



metro 

Metro в интернете

METRONEWS.RU



КОНКУРСЫ
ДЛЯ
ЧИТАТЕЛЕЙ



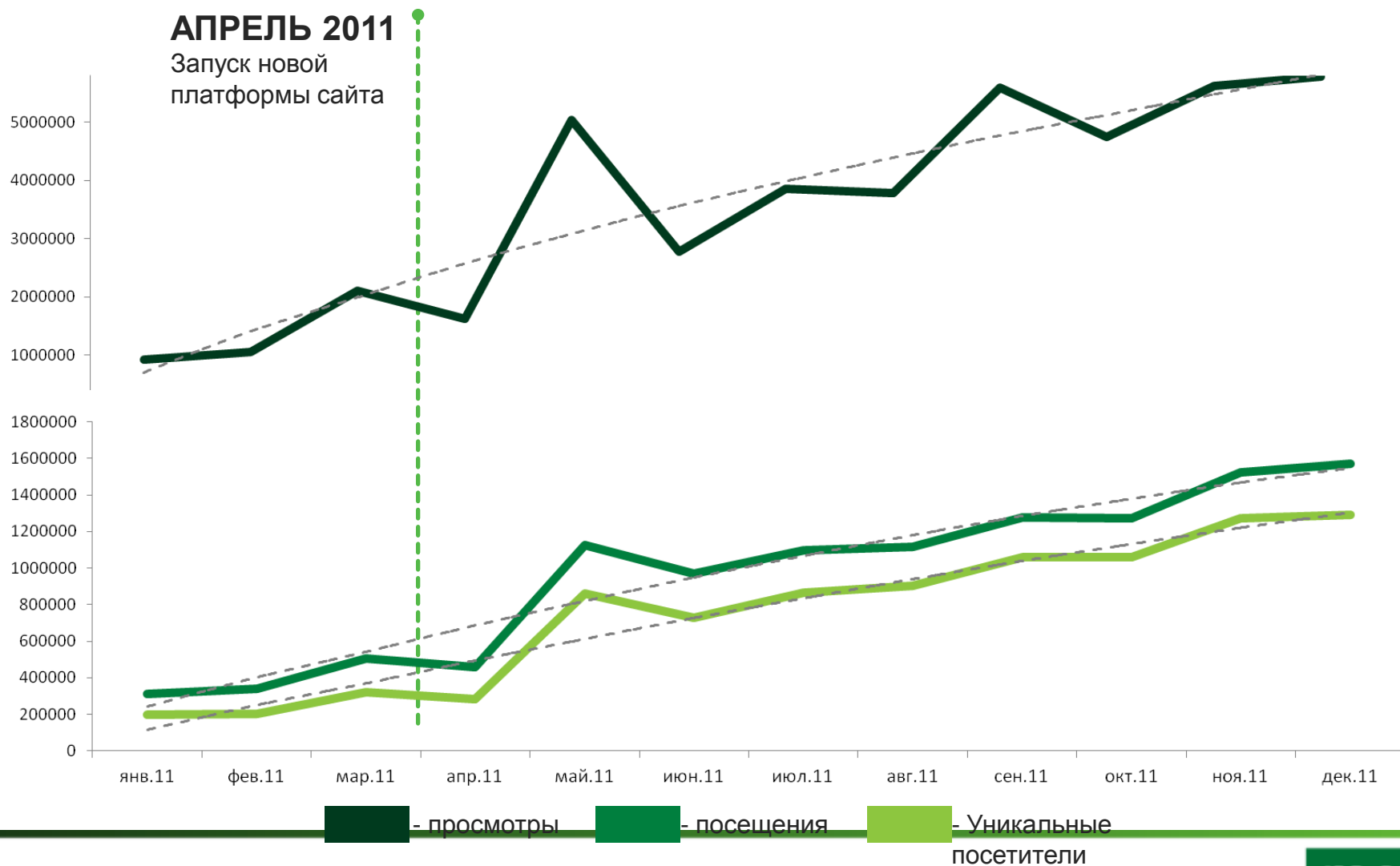
СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ



НОВОСТИ
ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ
ГОРОЖАН



Динамика роста сайта



* Источник: Google Analytics, январь – декабрь 2011

Аудитория WWW.METRONEWS.RU



9,7 млн.
просмотров страниц
в месяц



2,2 млн.
посещений
в месяц



1,9 млн.
уникальных посетителей
в месяц

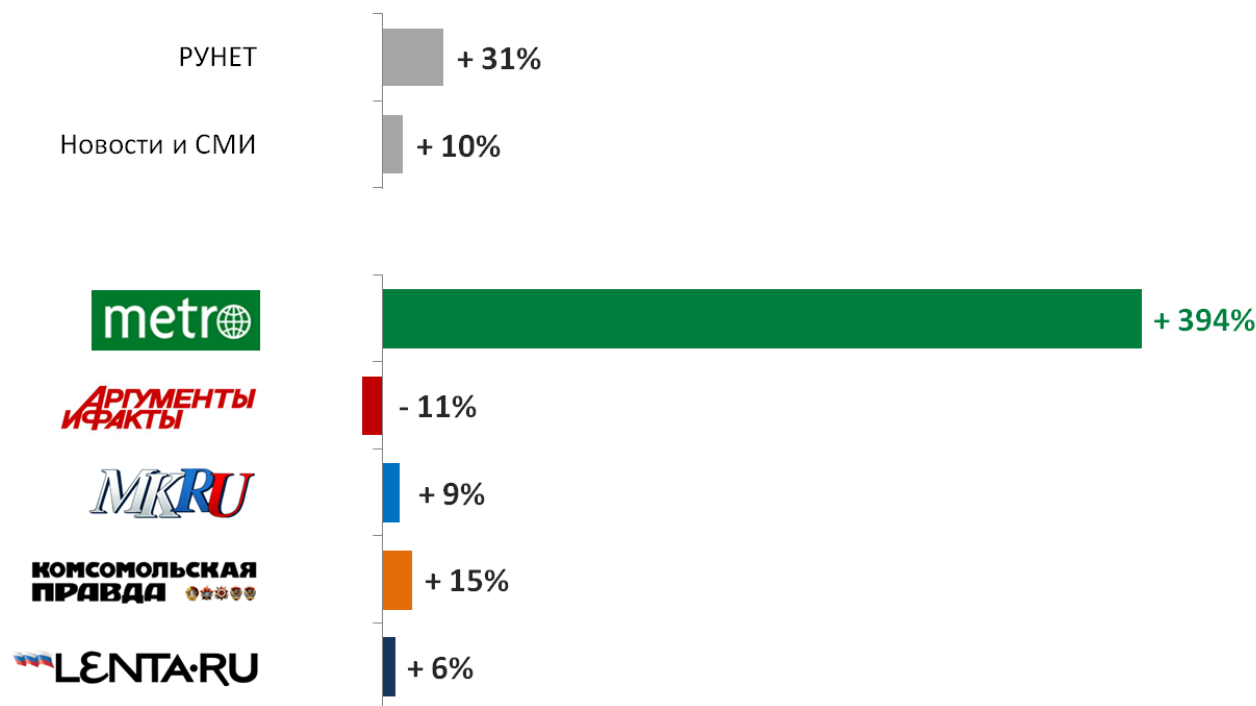


10 мин.
среднее время,
проведенное на сайте



Динамика роста www.metronews.ru и конкуренты

Прирост трафика за год,
просмотры страниц, 4 квартал 2011 / 4 квартал
2010



WWW.METRONEWS.RU сегодня

22 РЕДАКЦИИ
400+ ЖУРНАЛИСТОВ

САМАЯ БОЛЬШАЯ
ЕЖЕДНЕВНАЯ ГАЗЕТА В
МИРЕ



95% ПОСЕТИТЕЛЕЙ METRONEWS.RU
ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННО ПРИХОДЯТ НА САЙТ ЗА
УНИКАЛЬНЫМ **КОНТЕНТОМ** МЕТРО

У НИХ ВЫСОКО **ДОВЕРИЕ** К БРЕНДУ МЕТРО,
К САЙТУ METRONEWS.RU И К РЕКЛАМЕ, РАЗМЕЩЕННОЙ НА ЭТОМ САЙТЕ

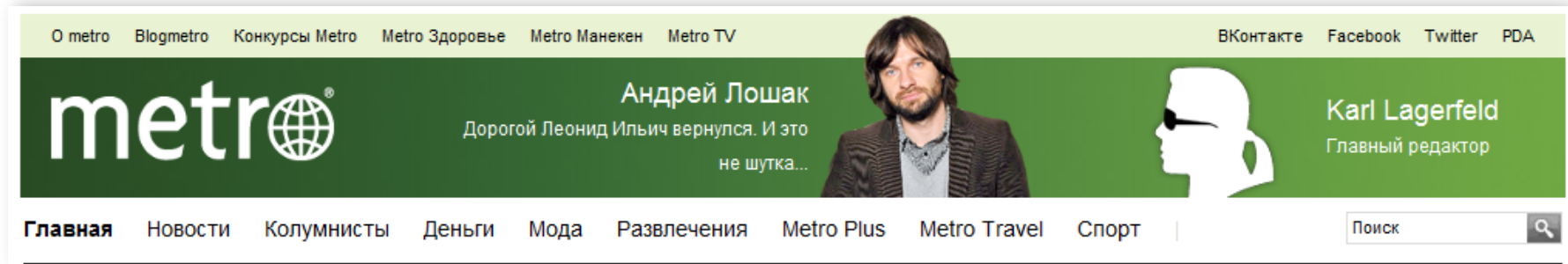
ЧИТАТЕЛИ ПРОВОДЯТ НА САЙТЕ В СРЕДНЕМ **10 МИНУТ**
И ПРОСМАТРИВАЮТ В СРЕДНЕМ ПО **4 СТРАНИЦЫ**

METRONEWS.RU USPs for visitors

The screenshot displays the Metro News website interface. At the top, there's a navigation bar with social media links (Twitter, Facebook) and a search bar. Below this, a main banner features a large image of a nuclear power plant with the headline "Трагедия в Японии может укрепить экономические связи Токио и Москвы". To the right, a sidebar highlights "Землетрясение в Японии 6450 погибших". The main content area is divided into several sections: "Последняя группа российских туристов...", "Питерские студенты вернулись из Японии", "Эксперты рассказали о том, чем грозит...", "Популярное", "Лента новостей", "Вопрос дня", "Колонка Дит", "Fashion Weeks", "Лента новостей", and "Видео". Each section contains brief news snippets and images.

- It is place to get to know Moscow and Petersburg very **local news along with funny news** and exclusive news from Metro International cities.
- To find Exclusive materials from Metro countries and from MWN . To feel your own city as an important part of the world information space, **to get sense of “The Open world”**
- Possibility not only to know actual serious news, but to get some positive feelings, **to get good mood from Funny news.**
- Possibility on the way to your office in underground to get know the most interesting articles from the **exclusive distributed newspaper Metro** ,and in the office to visit metronews.ru and read developed versions of articles and to put your own opinion in discussions.
- Possibility to read and discuss on the web-site the most interesting **Metro columnists** and experts
- Interactivity. **“Metro Reporter” system** allows to share with you own news in web site metronews.ru and to be noticed
- **Possibility to become famous and to earn money** on your news. The best news can be printed in the most read Russian daily newspaper, all Moscow and SPb will read it.

Структура WWW.METRONEWS.RU



ГЛАВНАЯ

Главные новости
дня

НОВОСТИ

Все новости
Москва
С.Петербург
Россия
Мировые новости
Funny news
Галереи
Эксклюзив

КОЛУМНИСТЫ

Елена Колядина
Игорь Чапурин
Анфиса Чехова
Доктор Князькин
Михаил Чистяков
Наташа Биттен
Михаил Ардов
Джонатан Манн
Антон Коробков
Алексей Шуняев
Антон Филинский
Ольга Ганжур
Тина Канделаки
Алексей Тузов
Маллика Чопра
Рита Митрофанова

ДЕНЬГИ

Финансовые
новости
Недвижимость

МОДА

Новости моды
Fashion Weeks
Манекен
Алекс
Кения
Наталья

РАЗВЛЕЧЕНИЯ

METRO PLUS

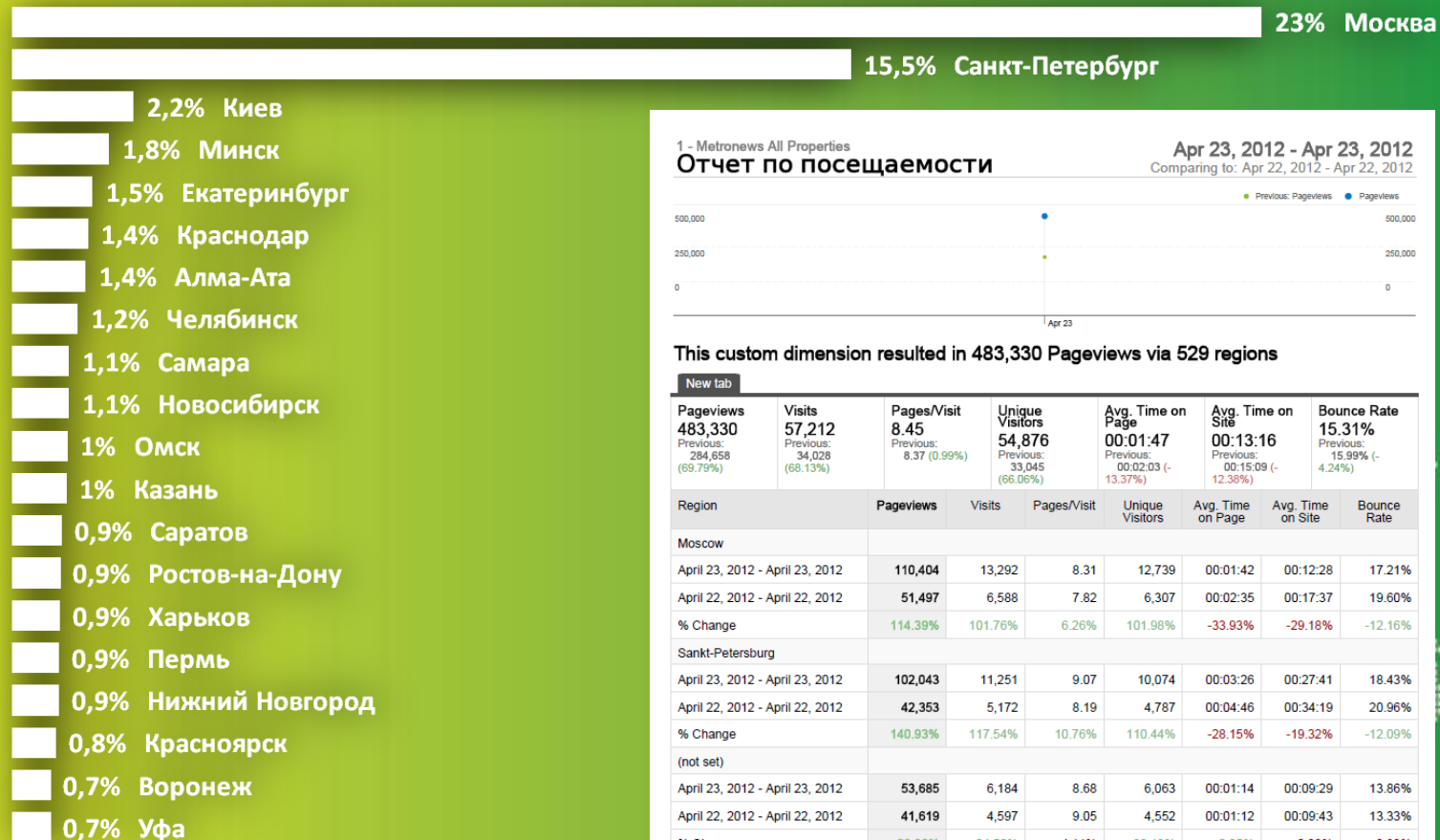
Здоровье
Авто
Еда
Офис
Обучение

METRO TRAVEL

Новости
Мой город
Гид для гурмана
Горячая пятерка
Вокруг света
Авиабилеты
Отели

СПОРТ

География WWW.METRONEWS.RU

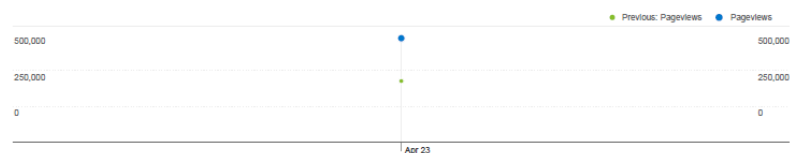


1 - Metronews All Properties

Отчет по посещаемости

Apr 23, 2012 - Apr 23, 2012

Comparing to: Apr 22, 2012 - Apr 22, 2012



This custom dimension resulted in 483,330 Pageviews via 529 regions

New tab

Pageviews	Visits	Pages/Visit	Unique Visitors	Avg. Time on Page	Avg. Time on Site	Bounce Rate	
483,330	57,212	8.45	54,876	00:01:47	00:13:16	15.31%	
Previous: 284,658 (69.79%)	Previous: 34,028 (68.13%)	Previous: 8.37 (0.99%)	Previous: 33,045 (66.06%)	Previous: 00:02:03 (-13.37%)	Previous: 00:15:09 (-12.38%)	Previous: 15.99% (-4.24%)	
Region	Pageviews	Visits	Pages/Visit	Unique Visitors	Avg. Time on Page	Avg. Time on Site	Bounce Rate
Moscow							
April 23, 2012 - April 23, 2012	110,404	13,292	8.31	12,739	00:01:42	00:12:28	17.21%
April 22, 2012 - April 22, 2012	51,497	6,588	7.82	6,307	00:02:35	00:17:37	19.60%
% Change	114.39%	101.76%	6.26%	101.98%	-33.93%	-29.18%	-12.16%
Sankt-Petersburg							
April 23, 2012 - April 23, 2012	102,043	11,251	9.07	10,074	00:03:26	00:27:41	18.43%
April 22, 2012 - April 22, 2012	42,353	5,172	8.19	4,787	00:04:46	00:34:19	20.96%
% Change	140.93%	117.54%	10.76%	110.44%	-28.15%	-19.32%	-12.09%
(not set)							
April 23, 2012 - April 23, 2012	53,685	6,184	8.68	6,063	00:01:14	00:09:29	13.86%
April 22, 2012 - April 22, 2012	41,619	4,597	9.05	4,552	00:01:12	00:09:43	13.33%
% Change	28.99%	34.52%	-4.11%	33.19%	2.35%	-2.39%	3.93%
Kyiv							
April 23, 2012 - April 23, 2012	14,451	1,747	8.27	1,719	00:00:52	00:06:20	13.68%
April 22, 2012 - April 22, 2012	8,635	1,021	8.46	1,007	00:01:01	00:07:33	13.42%
% Change	67.35%	71.11%	-2.19%	70.71%	-14.04%	-16.17%	1.96%
Tatarstan, Republic							
April 23, 2012 - April 23, 2012	9,262	1,142	8.11	1,109	00:01:11	00:08:22	15.59%
April 22, 2012 - April 22, 2012	5,223	641	8.15	636	00:01:37	00:11:35	16.22%
% Change	77.33%	78.16%	-0.46%	74.37%	-27.31%	-27.68%	-3.93%

Новые и постоянные пользователи



Новые пользователи

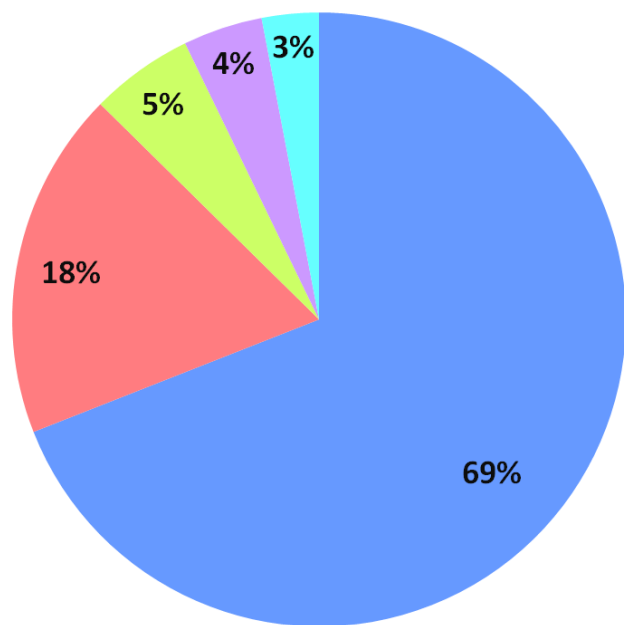
Это пользователи, которые приходят на сайт впервые

Постоянные пользователи

Это пользователи, которые уже были на сайте хотя бы один раз

Большой процент новых пользователей в аудитории сайта свидетельствует о том, что сайт находится на стадии бурного роста

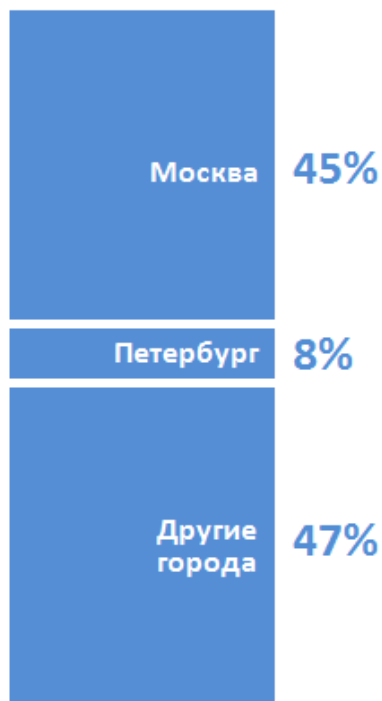
Структура трафика сайта



- A** Это трафик с новостных агрегаторов Mail, Яндекс и Google. Пользователи, перешедшие на конкретную новость.
- B** Это трафик с поисковых машин. Пользователи, перешедшие на конкретную новость, отвечающую их поисковому запросу
- C** Пользователи, перешедшие на сайт по прямой ссылке, либо самостоятельно набравшие адрес сайта в браузере.
- D** Пользователи, перешедшие из социальных сетей по ссылке на конкретную новость
- E** Пользователи, перешедшие на сайт по ссылкам на других площадках.

Сегменты А, В, С и D (в сумме 97% трафика) — это аудитория, переходящая на сайт целенаправленно для получения новостей Metro. У этой аудитории высоко доверие к бренду Metro, к сайту metronews.ru и рекламе, размещенной на этом сайте.

География WWW.METRONEWS.RU и конкурентов



The past Metro editorial Structure

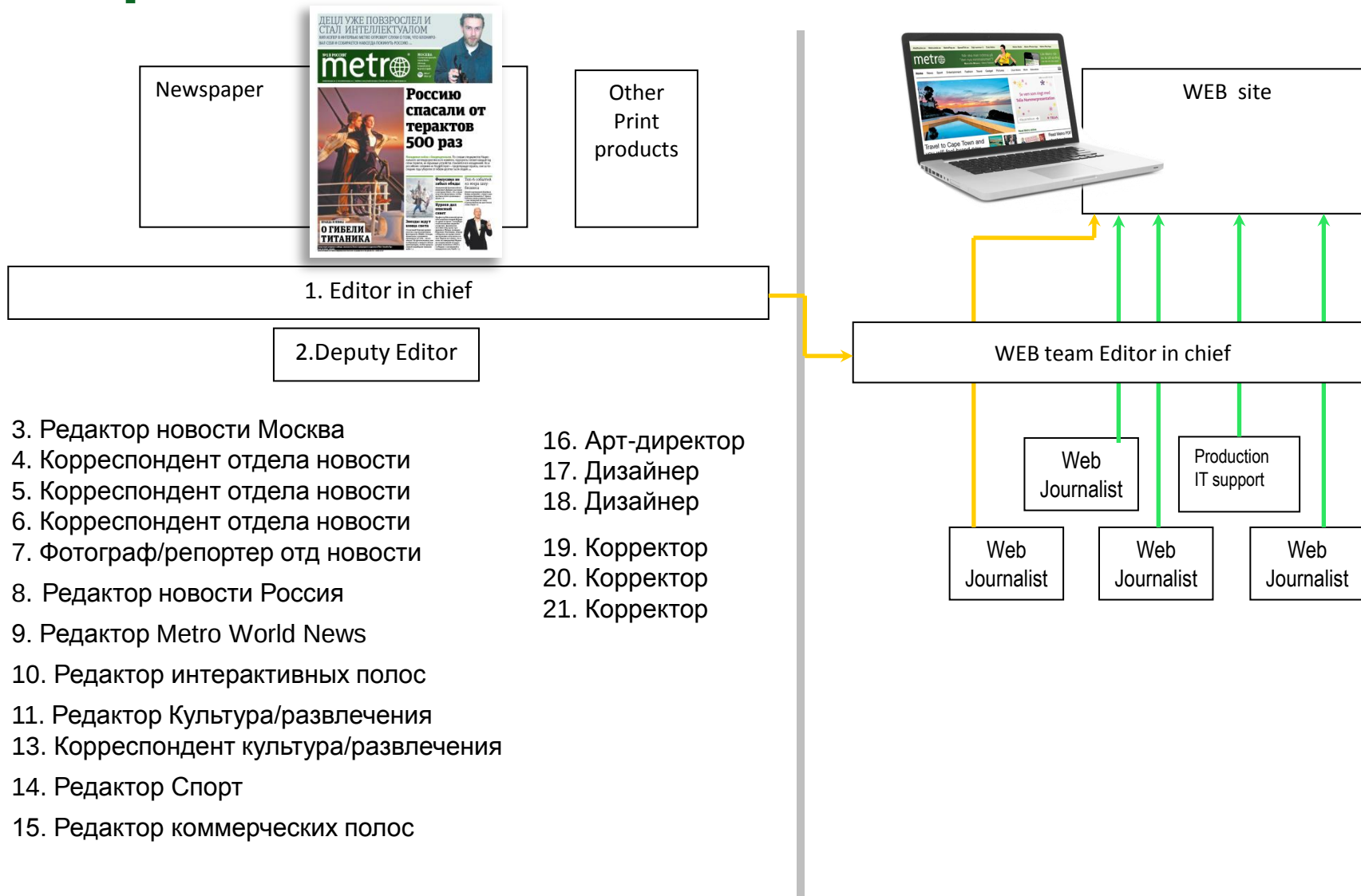


1. Editor in chief

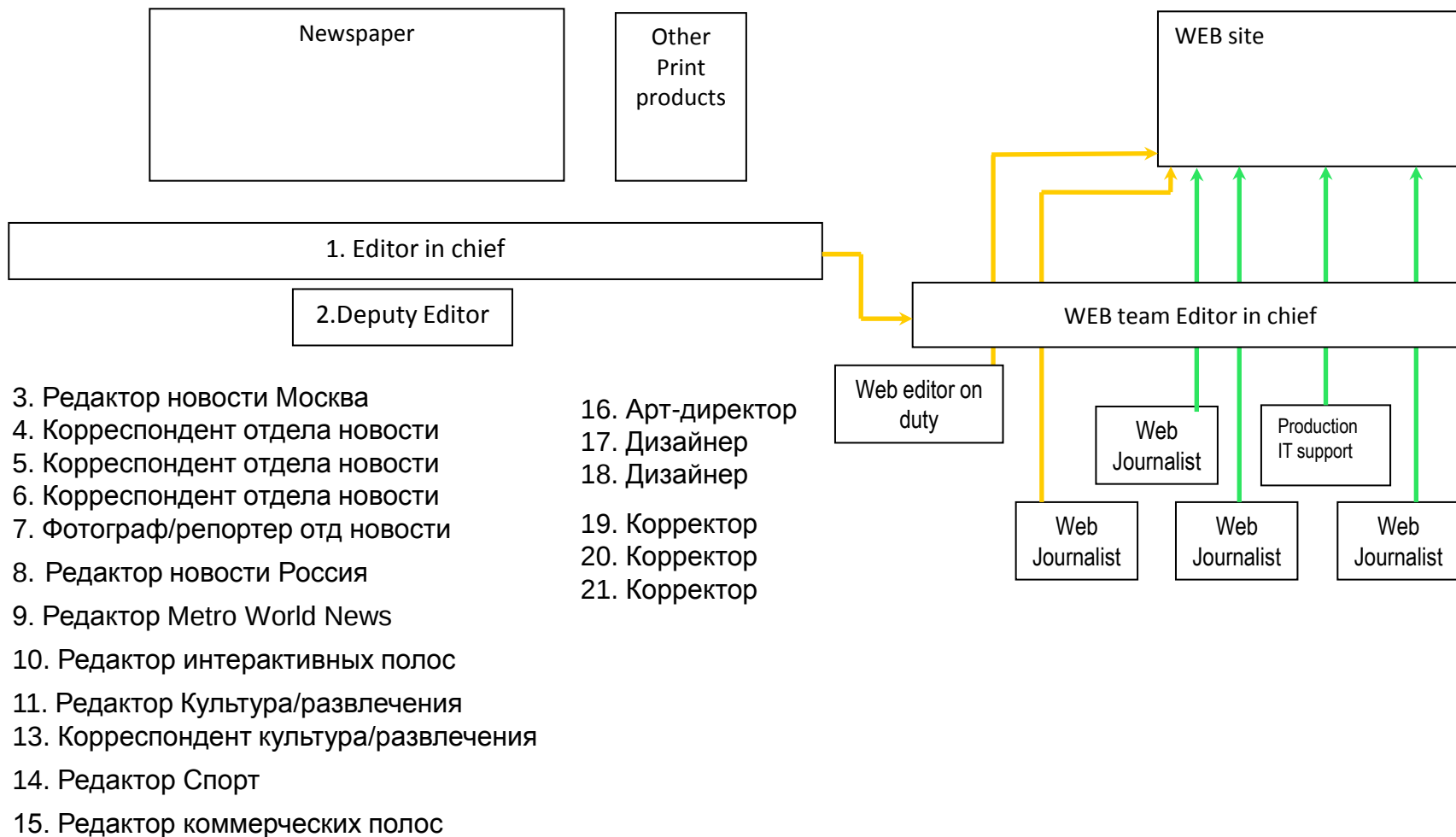
2. Deputy Editor

- | | |
|--|------------------|
| 3. Редактор новости Москва | 16. Арт-директор |
| 4. Корреспондент отдела новости | 17. Дизайнер |
| 5. Корреспондент отдела новости | 18. Дизайнер |
| 6. Корреспондент отдела новости | |
| 7. Фотограф/репортер отд новости | 19. Корректор |
| 8. Редактор новости Россия | 20. Корректор |
| 9. Редактор Metro World News | 21. Корректор |
| 10. Редактор интерактивных полос | |
| 11. Редактор Культура/развлечения | |
| 13. Корреспондент культура/развлечения | |
| 14. Редактор Спорт | |
| 15. Редактор коммерческих полос | |

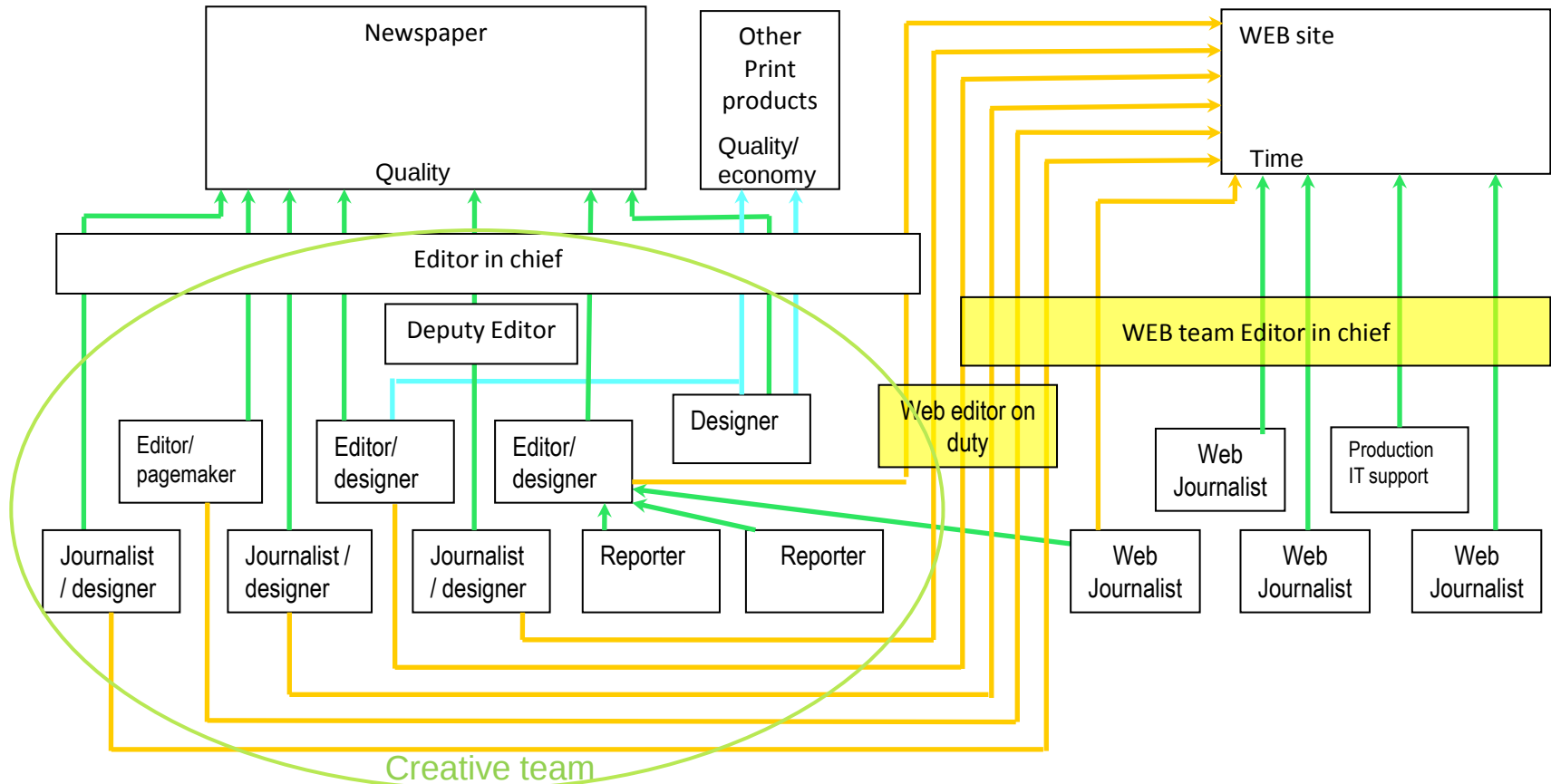
The past Metro editorial Structure



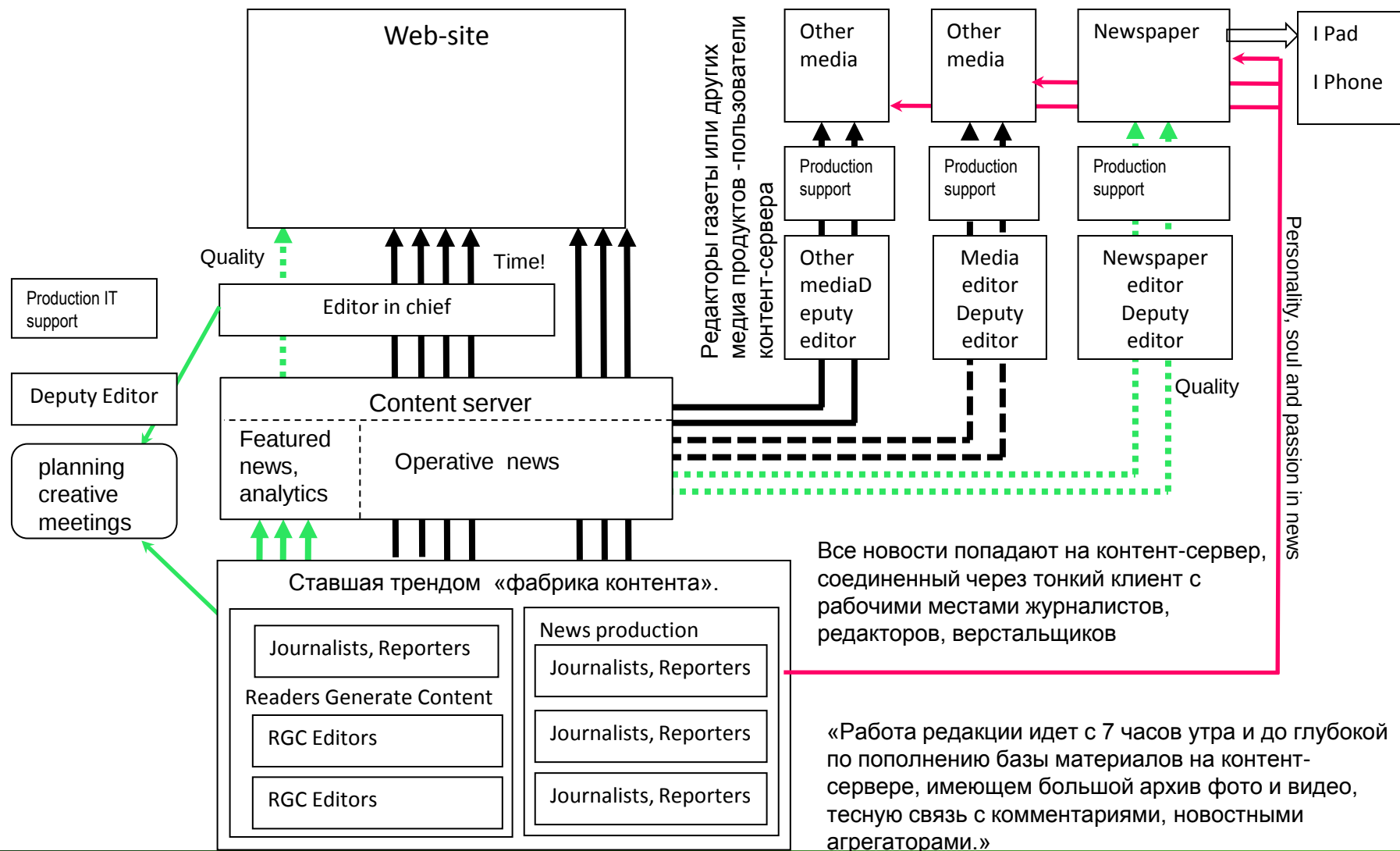
The past Metro editorial Structure



The present Metro editorial Structure



Multi media house editorial structure



Модным стало построение фабрик контента и создание универсальных редакций. Впечата показало, что успешных «универсальных редакций» практически нет – контент от такой «фабрики» становится технократичным и обезличенным, журналисты отдаляются от своих читателей.

ТЕНДЕНЦИИ В WEB ЖУРНАЛИСТИКЕ 2012



1. **FAST – LIVE.** Реал-тайм журналистика
2. **Complete.** Раскрывать тему от и до, давать досье темы. Таймпланы -инструменты навигации внутри темы; рост популярности конкретных новостных топикиов вместо типовых новостных разделов
3. **Social and interactive.** Аудитория превратилась как в ресурс создания контента, так и в надежное средство дистрибуции контента (соц сети)
4. **Multi media.** Использование интерактивных фото, видео, сложных панорам с интегрированными картами, возможность добавления контента от редакции и от пользователей в режиме real-time. Развитие технологических решений для онлайн видео- трансляции. Стремление редакций печатных СМИ запустить собственные интернет-телеканалы
5. **Multi channels.** Desktops, tablets, mobile, online TV. Появилось понимание, что это – абсолютно разные медиа, пусть даже объединенные одним брендом
6. **Continuous innovations.** Новые форматы, жанры, например – видео-пародии, вирусное и неформатное вещание, гражданин-поэт и пр.
7. **Новые редакции, новые профессиональные навыки, новые требования к журналистам**

НОВЫЕ РЕДАКЦИИ И НОВЫЕ ПРОФЕССИИ



1. Сокращение ньюс-румов. Борьба за снижение издержек, внедрение технологий, повышающих скорость работы журналистов
2. Рост объемов работ, выполняемых удаленно и требующих от журналиста особой самодисциплины; потребность в новых руководителях, умеющих эффективно управлять редакцией дистанционно
3. Попытки расширить навыки журналистов-текстовиков до дизайна статей, планирования инфографики, схем, диаграмм, карт по новостным поводам, съемки фото, видео, монтажа видеороликов и их озвучки
4. Переболев принципом «все делают все», редакции определяют ядро качественных дорогих материалов, которые должны производить специалисты
5. Рост потребности в ярких личностях, в креативных жанрах (от блогов и твитера – к постановочным видеопародиям, реп-новостям и пр)
6. Рост потребности в специалистах по продвижению медиаресурсов в социальных сетях или по организации новостного/тематического вещания от лица медиаресурса в «группах» в соцсетях
7. Рост потребности в специалистах, умеющих воплощать платные спецпроекты для монетизации

ЧТО БЫЛО И ОСТАЕТСЯ

1. Необходимость сформулировать, понимать и разделять миссию и социальный месседж медиа
2. Четкое определение целевой группы для медиа (не штампы «обеспеченные-образованные»)
3. Понимание интересов целевой группы и тех уникальных конкурентных преимуществ, которые дает конкретное медиа своим потребителям.
4. Постоянный мониторинг этих интересов, понимание рыночных трендов и постоянное обновление медиа в соответствии с меняющимися требованиями
5. Отказ от «интуитивных» редакционных подходов к выпуску СМИ. Формат!
6. Диктат маркетинга.
7. Постоянные инновации. Внедрение внутренних программ, вовлекающих персонал в инновационный процесс. Творческая корпоративная культура.



Редакционная культура Metro

- Международный характер проекта, его четко сформулированный месседж **«Мой город – и весь мир»**, стремление создать у читателей Metro ощущение **мира без границ и мира безграничных возможностей**, - определяют контент издания и влияют на внутреннюю редакционную культуру.
- Горизонтальные связи между редакциями Metro из разных стран мира, обмен идеями и наиболее яркими материалами, «международное творческое соревнование» - стали частью ежедневной редакционной практики Metro.



Редакционная культура Metro

- Metro жестко придерживается своей редакционной концепции, сформулированной в виде особого документа - «Metro Bible». К сожалению, наличие редакционной концепции и ее использование в каждодневной практике - редкость для российских изданий, где чаще формат издания формулируется главными редакторами вербально, а порой – просто понимается интуитивно.
- В «Metro Bible» четко описан формат газеты Metro и сформулированы правила, обеспечивающие редакционную непредвзятость, нейтральность и объективность издания.

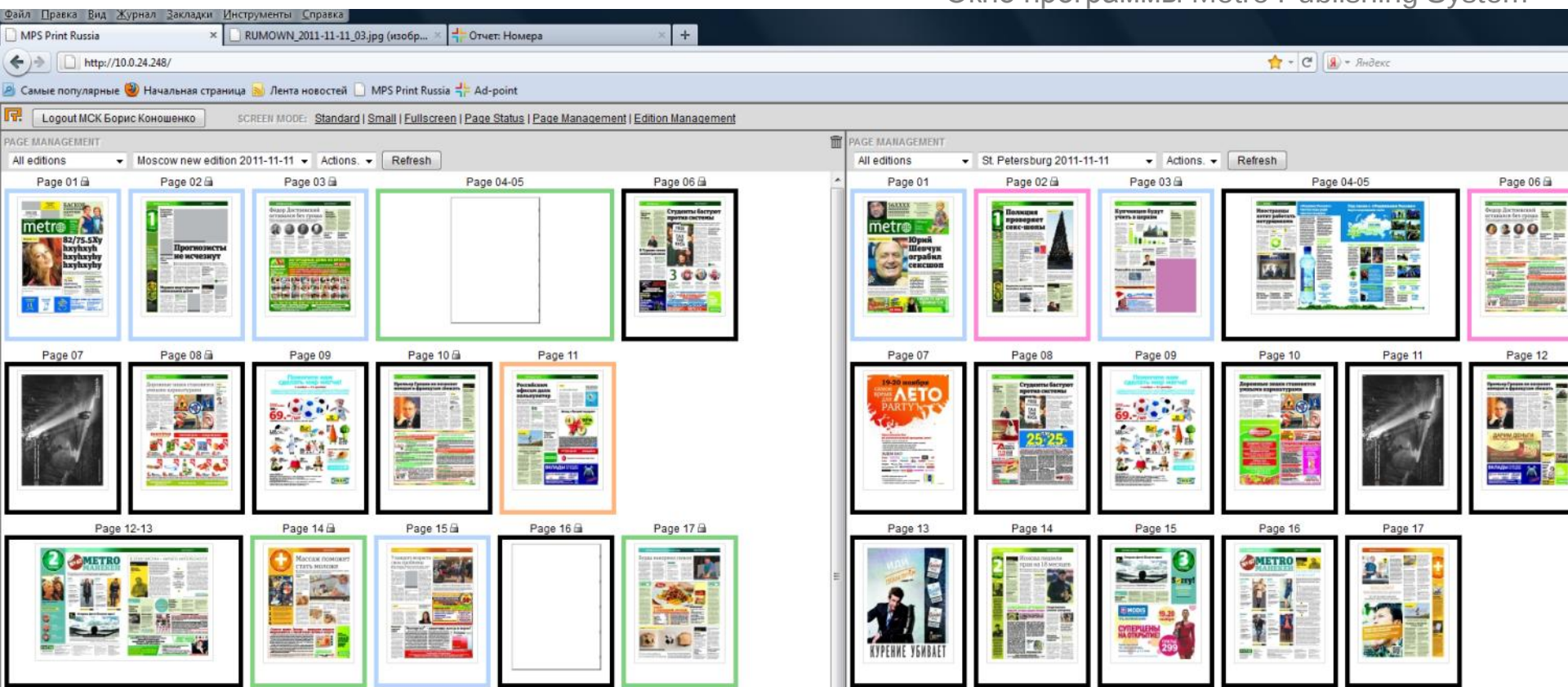
Оглавление

• Вступление	page 03
• Лондонская штаб-квартира	page 04
• Редактируя Metro	page 05
• Структура Metro	page 05
• Большая новость	page 09
• Редактируем полосы	page 12
• Пишем в Metro	page 14
• Фотографии в Metro	page 15
• Дизайн для чайников	page 16
• Фокус группы	page 30
• Определяем целевую аудиторию	page 33
• Барометр Metro	page 34
• Конкурс на лучшую полосу	page 36
• Конкурс на лучший материал	page 37
• Реклама в Metro	page 38
• Metro Манекен	page 40
• Контактный лист Metro World	page 42

Редакционная культура Metro

- Кроме «Metro Bible», редакция ежедневно работает с большим и регулярно обновляемым каталогом шаблонов стандартных полос. Для Metro графическое решение каждой полосы не менее важно, чем текстовое. В редакциях Metro International применяются особые технологии: журналист/редактор сам выбирает из каталога шаблонов нужный дизайн полосы и сам пишет/верстает статьи прямо на своей полосе.
- Для журналистов Metro обязательным стало наличие навыков дизайнера.

Окно программы Metro Publishing System



Редакционная культура Metro

- Осознать необходимость выпускать газету жесткого формата, ориентированную на интересную рекламодателям целевую группу читателей – это вызов для редакций всех новостных изданий, основным источником дохода которых является реклама.
- В Metro International для исследования предпочтений целевой группы читателей используется глобальная система социологических исследований Metro Life Panel



• Дизайн для чайников	page 16
• Фокус группы	page 30
• Определяем целевую аудиторию	page 33
• Барометр Metro	page 34



METROPOLITAN PANEL

Глобальная система социологических исследований Metro

Metro Life Panel – не имеющая аналогов в мире глобальная система социологических исследований, созданная Metro International.

Всего в систему Metro Life Panel входит 13 стран Metro – Канада, Дания, Франция, Греция, Венгрия, Италия, Нидерланды, Португалия, Швеция, Мексика, Чили, а с июля 2011 года – и Россия.

Metro Life Panel — это исследовательский проект, пользователи которого участвуют в опросах Metro и помогают делать газету именно такой, какой её хотят видеть определенная целевая группа читателей.

Осенью начинаются тестовые исследования эффективности рекламных кампаний.

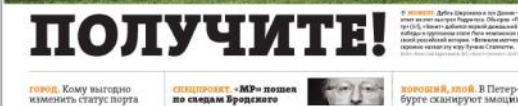


Редакционная культура и маркетинг

Нельзя приступать к реализации издательских проектов, следуя принципу «Дайте журналистам самим сделать хорошую Газету – а рекламодатели потом подтянутся».

История бесплатной еженедельной газеты «Мой район», СПб: Довольно долго работавшая там команда журналистов делала «Газету с большой буквы» в соответствии с собственным пониманием этого. Получалось либеральное издание со статьями о жутких городских проблемах, подходящих для обсуждения на кухне уставшими от жизни «работниками умственного труда».

Такая целевая группа была не интересна рекламодателям – «Мой Район» испытывал материальные сложности. Кризис заставил газету обновить редакционный формат. Она начала транслировать на свою читательскую аудиторию статьи другого плана - о моде, ресторанах, звездах. Либеральная интеллигенция перестала читать «Мой район», а новую аудиторию издание привлекает с трудом, поскольку изменить репутацию бренда в консервативном Петербурге непросто.



Редакционная культура Metro: диктат маркетинга

- Необходимость постоянного взаимодействия с отделом маркетинга стала условием жизни современной редакции.

Global Guest Editor: Karl Lagerfeld

Global Fashion edition around 5th of February 2012

Karl Lagerfeld in the Paris Office 4th of February

Editorial count down

Stories, interviews etc

Collaboration with Freud communications and Reuters to maximize attention in other media

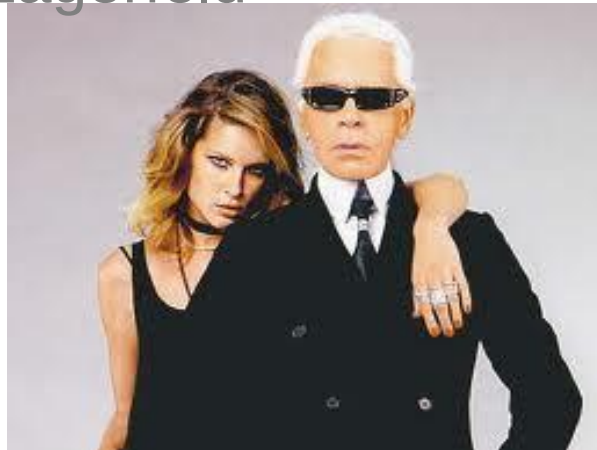
Global competition

Global Rookie Fashion Award?

Massive global advertising campaign

Print/TV/Radio/Online/guerrilla

Global microsite Street campaign



Редакционная культура Metro: диктат маркетинга

- Необходимость постоянного взаимодействия с отделом маркетинга стала условием жизни современной редакции.

Metro goes to space!

Global competition and space edition

Global advertising concept

Print/radio/TV/online/street campaign

Produce a global microsite with link to social media

Campaign for 3 weeks

Chose one global winner

Strong editorial coverage

Space Expedition Curacao + Metro International



Редакционная культура Metro: необходимые навыки

- Навыки журналиста, репортера, умение работать с новостями
- Навыки фотографа, видео оператора (при необходимости)
- Навыки редактора
- Навыки дизайнера
- Умение работать с интернет платформой
- Умение работать в социальных сетях
- Знание английского языка

Metro, строго соблюдая правило различимости / раздельности рекламы и редакционного контента, периодически публикует в газете креативные рекламные форматы, когда рекламные модули нестандартной формы окружены текстом статей. Создающий полосу журналист при этом решает дизайнерскую задачу по гармоничному расположению креативной рекламы и редакционных текстов.

