

**25**  
**СТРЕЛ**  
**НОВЫХ МЕДИА**



## ОФИЦИАЛЬНО ОБО МНЕ

### МАРИЯ СУВОРОВСКАЯ

- генеральный директор, управляющий партнер издательско-коммуникационной группы «БИЗНЕС-ДИАЛОГ МЕДИА»
- главный редактор журнала «Russian Business Guide»
- член правления Союза журналистов Подмосковья
- член комитета по предпринимательству в сфере медиакоммуникаций ТПП РФ
- писатель
- автор и руководитель проекта «World Business Guide Азербайджан»

Мария  
Суворовская

*Качели*  
над Каспием



**НЕОФИЦИАЛЬНО ОБО МНЕ**

Замужем

Построила дом, воспитываю сына  
и дочь, дерево посадила

Хозяйка двух собак и одного кота

Написала книгу

◀ «Качели над Каспием»

**ВАШИ  
ОЖИДАНИЯ  
ОТ НАШЕЙ  
ВСТРЕЧИ**



## НА САМОМ ДЕЛЕ В РАБОЧЕМ ФОРМАТЕ МЫ ОБСУДИМ:

1. Тенденции развития СМИ
2. Качества современного журналиста
3. Построение СМИ мечты



- 1. Кроссовый обмен информацией**
- 2. Внедрение контента от читателей**
- 3. Прямые эфиры и онлайн-встречи с экспертами и лидерами мнений**
- 4. Распространение информации СМИ через блогеров**



# ▶▶ СТРЕЛА №2

## ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ

**СМИ** – ДИСКУССИОННАЯ ПЛОЩАДКА,  
ИМЕЮЩАЯ ПРЯМОЕ ВЛИЯНИЕ НА  
ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ

1. Комментарии от экспертов, политиков, общественных деятелей
2. Репосты со страницы СМИ на страницу данного эксперта
3. Инициирование социального проекта
4. Сериальное освещение проблемы
5. Интерактив-обсуждение-рейтинг в социальных сетях



# ▶▶ СТРЕЛА №3

## ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД ЖУРНАЛИСТА

- 1. У журналиста есть Имя**
- 2. Он открыт для общения онлайн и оффлайн**
- 3. Журналист имеет мнение и сам выступает как эксперт**
- 4. Фото журналиста рядом с материалом**





# ▶▶ СТРЕЛА №4



## ПОПУЛЯРНОСТЬ

1. Найти СВОЮ аудиторию
2. Искать ТАЛАНТЛИВЫХ журналистов
3. Выходить за рамки страниц (эфиров)  
– проекты, конкурсы, общественные советы, экспертиза, поддержка культурных проектов и т. д.
4. Стабильность
5. Модный дизайн
6. Опросы и мониторинги

# ▶▶ СТРЕЛА №5

ДОХОД

- 1. Делайте вклады, выпуски и разделы за счет спонсоров**
- 2. Предлагайте дополнительные опции за дополнительную плату**
- 3. Предлагайте услуги партнеров за комиссионные**
- 4. Берите деньги за доставку контента на другую платформу**
- 5. Иницилируйте специальные проекты**





- 1. Определитесь какая социальная сеть вам подходит**
- 2. Соберите аудиторию (не накрутите)**
- 3. Показывайте в социальных сетях не только материалы, но и рабочие моменты редакции**
- 4. Отмечайте в новости героев публикации**
- 5. Сделайте всплывающие окна с рекламой социальных сетей на сайте**
- 6. Работа с лидерами мнений**
- 7. Проведение конкурсов и викторин**
- 8. Детей и котиков никто не отменял**

# СТРЕЛА №7

## ДИАЛОГ С ПРЕСС-СЛУЖБАМИ



1. Дружите с пресс-секретарями
2. Принимайте все новости и размещайте лучшие
3. Давайте перечень тем ближайших номеров для подготовки нескольких комментариев
4. Ищите компромисс. Работайте за пресс-секретаря
5. Уточните какой KPI у пресс-секретаря и работайте на свой и его результат
6. Просите пресс-секретаря дать информацию на своих ресурсах о вышедшей статье (или сделать репост в социальных сетях)



- 1. Создание многофункционального контента**
- 2. Работа журналиста в общественных и экспертных советах**
- 3. «Сам себе дизайнер и редактор» («видеть» материал в издании)**
- 4. Автоматизация сбора информации**



- 1. Журналист – это грамотный интеллеktуал**
- 2. Развитое профессиональное любопытство**
- 3. Умение фильтровать информацию**
- 4. Литературные способности**
- 5. Харизма и внутренний мир**

# ▶▶ СТРЕЛА №10

## ГУМАНИТАРНЫЕ ПРОЕКТЫ

1. Люди тянутся к прекрасному
2. Прекрасное тянется к людям
3. СМИ на этом зарабатывают



# ▶▶ СТРЕЛА №11

## ОБМЕН ОПЫТОМ

1. Сходите в гости к соседям
2. Перенимайте иностранный опыт
3. Заимствуйте проекты
4. Создавайте международные и межрегиональные проекты





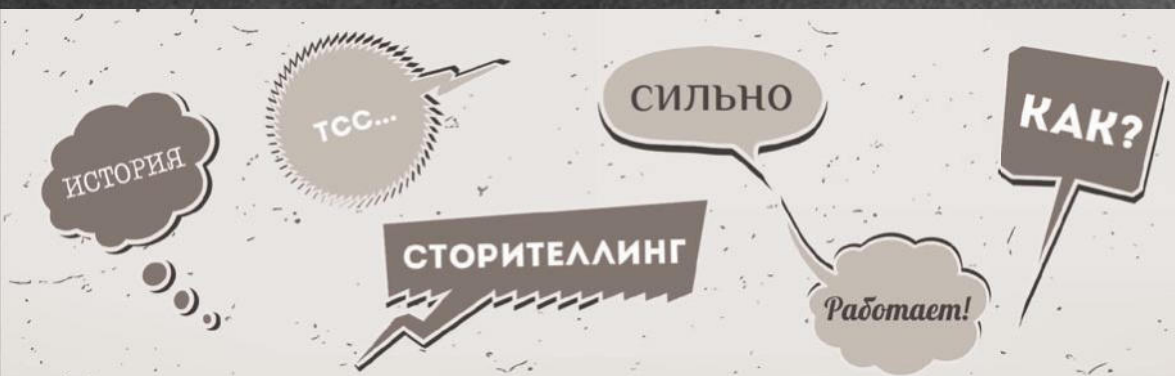
# СТРЕЛА №12

## ИСТОРИИ

### СТОРИТЕЛЛИНГ

1. Контент – это главное
2. Будьте исследователем
3. Найдите красивые картинки

4. Создайте художественный заголовок
5. Учитывайте быстрое считывание
6. Думайте паттернами
7. Избегайте монотонности
8. Единство и контраст в дизайне
9. Учитывайте культурный контекст шрифтов
10. В конце обязательно пишите «поделиться историей»



# ▶▶ СТРЕЛА №13

## КРУГОЗОР

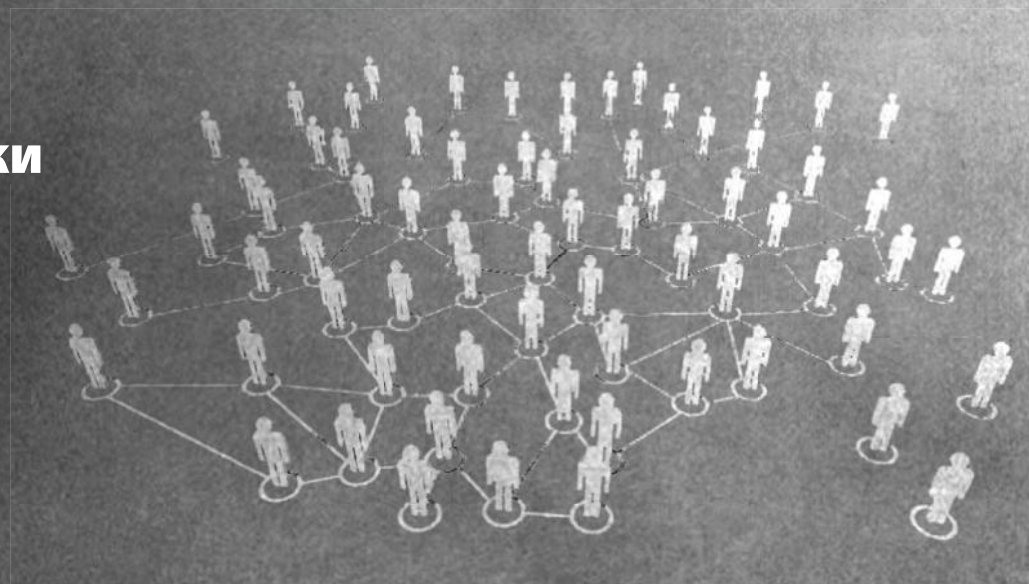
1. Журналист должен учиться.
2. ...И читать конкурентов.
3. ...Погружаться в темы.
4. ...Собирать мнения.
5. ...Быть дилетантом, но **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ**
6. Убрать стандартные вопросы
7. Прочитать перед интервью 10 интервью на эту тему



# ▶▶ СТРЕЛА №14

## АГЕНТСКАЯ СЕТЬ

1. Официальные первоисточники
2. Органы власти и т.д.
3. Интернет-источники
4. Собственные агенты на предприятиях , в организациях



**ВАЖНО!!!**

Этика

\*\*\*ИСТОЧНИК СЛУХА – ПЕРЕСПРОСИТЬ ИСТОЧНИК СЛУХА – НАЙТИ ВТОРОЙ ИСТОЧНИК – ДОГОВОРИТЬСЯ О ПУБЛИКАЦИИ – ИЗБЕЖАТЬ СУДА

# ▶▶ СТРЕЛА №15

## ПОДДЕРЖКА (РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ)

1. Политики
2. Эксперты
3. Лидеры мнений
4. Общественные организации
5. Надзорные органы
6. Селебрити
7. Надежные и нужные партнеры



# ▶▶ СТРЕЛА №16

1. Цифра привлекает внимание (точность)
2. Заголовок учитывает целевую аудиторию
3. Отражает суть контента
4. Интрига
5. Фразеологизм, игра слов

## ЗАГОЛОВКИ

МЕТАФОРЫ  
АЛЛИТЕРАЦИИ  
ПРОТИВОРЕЧИЯ

**КРУТОЙ ЗАГОЛОВОК**





**СТРЕЛА**

**№17**

**ЭКСКЛЮЗИВ**

- 1. Ищите неопубликованное**
- 2. Или преподнесите это так с новой интерпретацией**
- 3. Поставьте значок «эксклюзив»**
- 4. Поставьте на первую полосу**
- 5. Выберите «живую» иллюстрацию (Live)**
- 6. Распространите новость в соц. сетях,  
дав ей ПРАВИЛЬНЫЙ (соответствующий эксклюзиву)  
заголовок.**



# ▶▶ СТРЕЛА №18

## ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

1. Фото
2. Видео (даже с гаджета)
3. Инфографика
4. Выносы
5. Рейтинги
6. Цифры
7. Яркая лаконичность
8. Фильтры
9. Адаптация под актуальные форматы





# СТРЕЛА

## №19

**ГЕРОЙ**

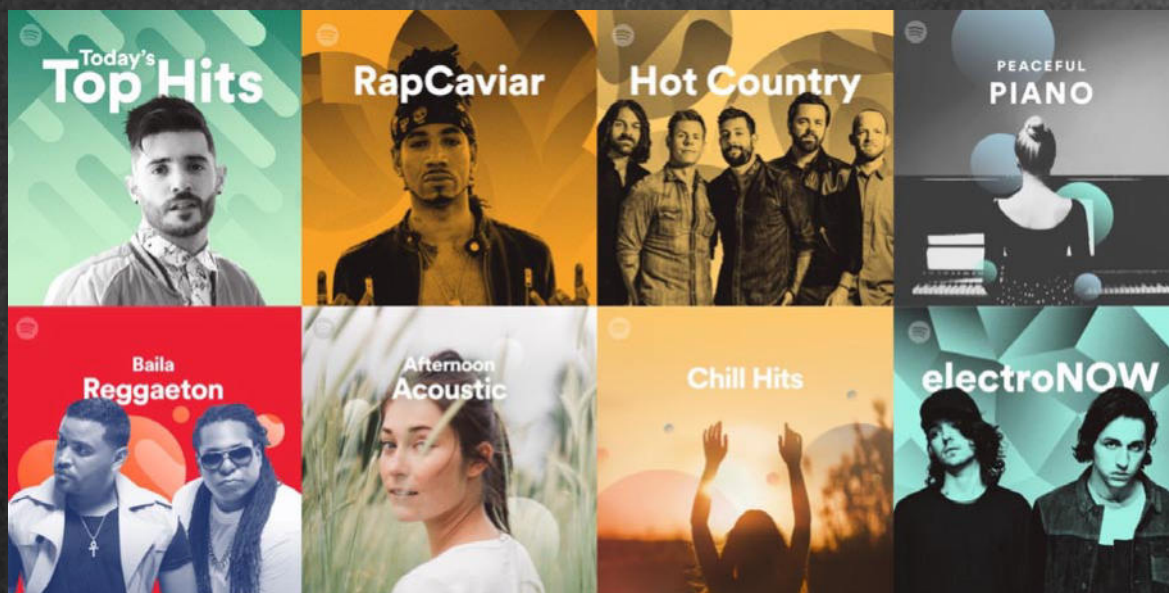
- 1. У любого материала должен быть герой**
- 2. Обозначьте три его главных качества**
- 3. Даже в новости возьмите 1-2 цитаты**
- 4. Сделайте раздел «комментарии» на сайте**
- 5. Формируйте базу экспертов**
- 6. Создайте постоянных ведущих и экспертов рубрик (желательно, с большой аудиторией в социальных сетях)**





▶▶ СТРЕЛА  
№20

ДИЗАЙН



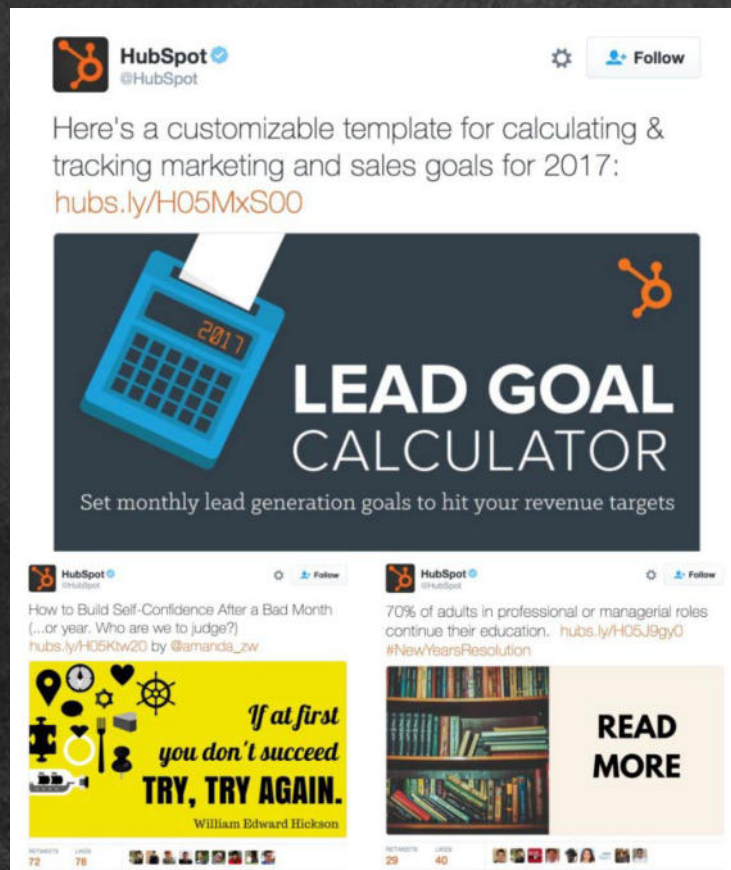
СМЕЛЫЕ  
И ЯРКИЕ  
ЦВЕТА



СТРЕЛА

№20

ДИЗАЙН



ЖИРНЫЙ  
ШРИФТ

# СТРЕЛА №20

ДИЗАЙН

## HOW TO GET MORE OPT-INS FROM LANDING PAGES



The majority of business owners fall short when it comes to achieving a high CTR (click-through rate), as well as capturing leads before visitors leave without buying or opting in to get more information.



Some landing page creators have testing capabilities built in, but if you choose to manually build your landing pages, you will need a separate split testing solution.



ШРИФТЫ  
ОТ GOOGLE  
FONTS

▶▶ СТРЕЛА  
№20

ДИЗАЙН



*Оригинальные  
фотографии*

**▶▶ СТРЕЛА  
№20**

**ДИЗАЙН**



**НАРИСОВАННЫЕ ОТ РУКИ  
ИЗОБРАЖЕНИЯ И ЗНАЧКИ**

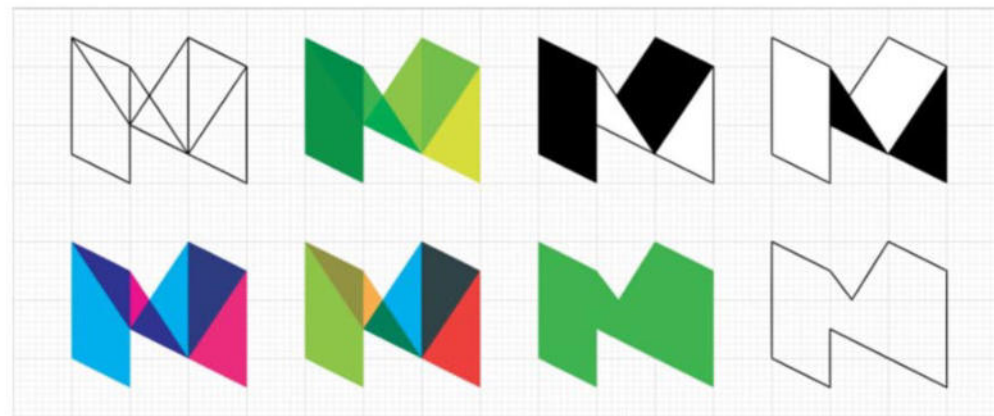


**СТРЕЛА**

**№20**

**ДИЗАЙН**

**ВОЗВРАЩЕНИЕ  
К ИСТОКАМ МИНИМАЛИЗМА**

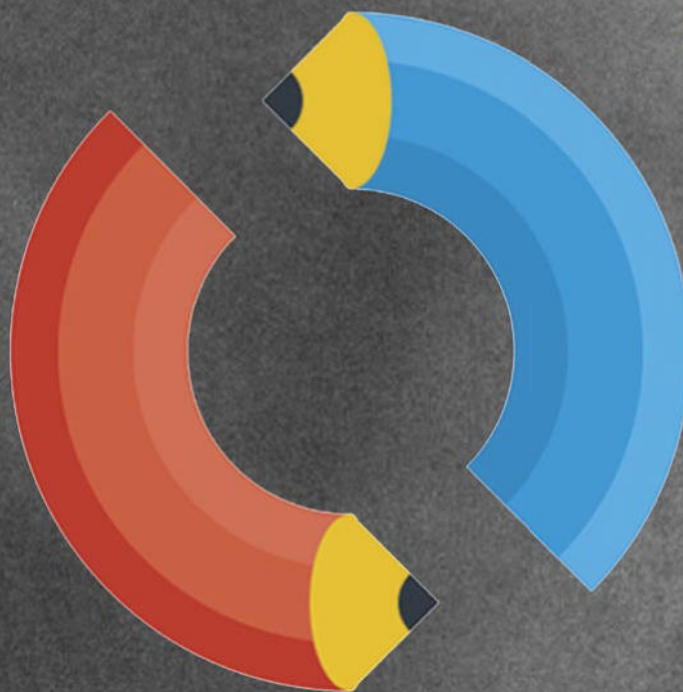


**Medium**

**СТРЕЛА  
№20**

**ДИЗАЙН**

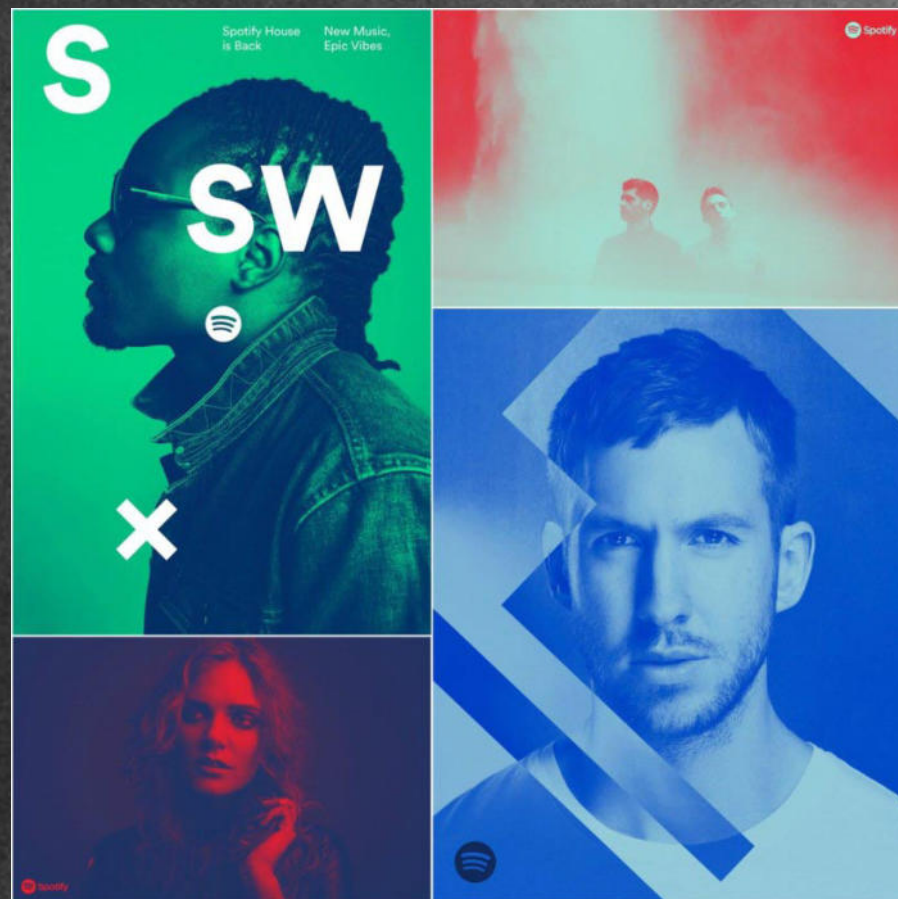
**GIF**



**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
GIF-ИЗОБРАЖЕНИЙ**

▶▶ СТРЕЛА  
№20

ДИЗАЙН



ДВУЦВЕТНЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ



# СТРЕЛА №21

## ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

- \*QR- код
- \*Видео с фотосессии обложки
- \* Видео о том, как готовился материал или записывалось интервью
- \*Видео-версия интервью
- \*Предыдущие материалы с этим героем (темой)
- \*Сайт героя
- \*Видеоряд об авторе статьи
- \* Сайт партнера



**▶▶ СТРЕЛА  
№22**

**ЛАКОНИЧНОСТЬ**



# СТРЕЛА №23

## ИНТЕРАКТИВ



1. Комментарии
2. Рейтинги
3. Опросы
4. Голосование
5. Народные новости
6. Народные фото
7. Сигнальный хештег
8. Предварительный сбор вопросов герою

**▶▶ СТРЕЛА**  
**№24**

**ВНЕШНИЕ КОММУНИКАЦИИ**  
**(ПАРТНЕРСТВО)**



**▶▶ СТРЕЛА  
№25**



**МЕЧТА**

