

Практическая работа 13

тираж газеты «Таймс» в 2022 году не поднимался более 300 тыс. экз. Газету выставили на торги, ее хочет купить российский медиамагнат Прохор Михайлов. Он предлагает покрыть долги, закупить новое оборудование, оплатить учебу сотрудников. Вы - сотрудники редакции «Таймс» и вам предлагается шанс - предложить свое видение развития газеты на ближайшие 20 лет. Ваша стратегия может быть одобрена Королевской комиссией по печати и тогда газета останется независимой.

Информационный блок

Два вида вызовов - технические и адаптационные. Технические можно быстро решить посредством новых знаний и практических занятий.

Адаптационные гораздо сложнее, они все о том, как понимать нашу роль в профессии и адаптироваться к профессии. Нужно знать много нового - отношения, ценности и поведение аудитории, журналистов и редакторов, чтобы быть востребованными на рынке.

60% проводят некоторые редакторы, чтобы построить не стратегию, а культуру отношения и поведения в профессиональной среде.

Нужно задавать себе следующие вопросы перед внедрением новой стратегии:

- 1) «Как достичь успеха?» как снизить расходы и повысить доходы.
- 2) «Чтобы достичь моей стратегии, как мне нужно выглядеть в глазах моей аудитории?» Аудитория - это и обычная аудитория СМИ, и рекламодатели.

3) «Чтобы быть успешным, на каком этапе мне нужно исключить себя?» как перейти на стратегию «digital first» (в первую очередь думаем о цифре, о сайте и социальных сетях, а потом о традиционной версии)

4) «Чтобы достичь успеха, как и чему должна моя организация учиться и что должна улучшить?» Современная газета должна включаться в кросс-платформенные технологии

Чтобы ответить на перечисленные выше вопросы, вам необходимо выполнить следующие задания:

Задание 1. Миссия издания

Чтобы сформулировать свое видение газеты, вам нужно понять, за что вас ценят сотрудники, аудитория, рекламодатели и держатели акций. Чтобы понять свою оригинальность и уникальность, представьте, что ваша газета не будет существовать десять лет с настоящего момента, 1995 г. Что потеряют сотрудники? Что потеряет аудитория? Что потеряют рекламодатели? Что потеряют держатели акций? На основе полученных ответов сформулируйте миссию издания.

Задание 2. Кто мы есть? (понимание своей текущей бизнес-модели)

Три самых дорогостоящих процесса в издательском деле - создание, агрегация и распространение контента. Что из этого самое дорогое в производстве газеты «Таймс». Найдите информацию о цене рекламы за последние 5 лет (1990-1995) по всем издаваемым СМИ. Найдите информацию о газете «Пари-Суар» (Paris Soir) и объясните причину их неуспешности.

Задание 3. Кто наши конкуренты?

Определите своих настоящих (текущих) и потенциальных конкурентов. Какие потенциальные угрозы каждый из этих СМИ или СМК могут от них исходить? Расположите угрозы в иерархии.

Задание 4. В чем ваши сильные и слабые стороны, возможности и угрозы?

Проведите SWOT-анализ своего газетного бизнеса за последние 5 лет - оцените свое сообщество (аудиторию), редакционный контент, рекламу, тираж, распространение и бизнес-модель. Обязательно найдите и опишите 3-5 слабостей, которые можно обернуть в возможности.

Задание 5. Путь к изменению.

Определите и опишите 3-4 драматических изменения, которые произошли в новостном бизнесе и в среде вашей аудитории в последние годы. Как эти изменения затронули ваш газетный бизнес? Почему это создало условия для изменения? Почему вы думаете, что обновленная газета лучше будет обслуживать интересы сотрудников, держателей акций и аудитории?