







МЕСТНЫЕ РЕСУРСЫ VS
ФЕДЕРАЛЬНЫЕ:
КТО КОГО?

ОЧЕВИДНОЕ О МЕСТНЫХ РЕСУРСАХ

-  Оперативные новости региона
-  Мобильность в принятии решений на местах
-  Локальный патриотизм населения региона

ОЧЕВИДНОЕ О ФЕДЕРАЛЬНЫХ РЕСУРСАХ

-  Федеральный контент и технологии
-  Подготовка кадров
-  Финансовая устойчивость



Тенденции потребления информации

- **Новости - самый популярный контент.**
В силу политических и экономических реалий «социалка» отошла на задний план.
- **Таргетирование контента.**
Молодежь (18-24) проявляет интерес к новостям. Пожилые люди активно осваивают Интернет. Всем им нужно подавать контент по разному.
- **Чем дальше от центра, тем сильнее региональные ресурсы.**

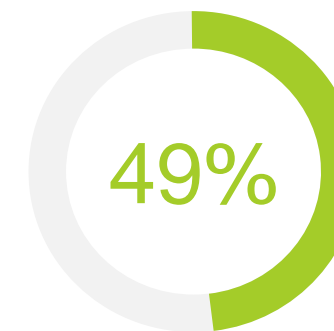
НОВОСТИ - САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ КОНТЕНТ



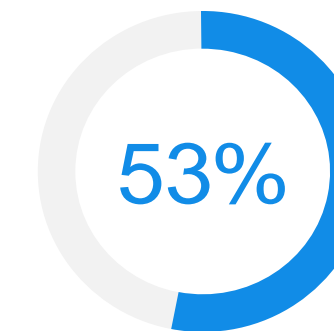
Все интернет-пользователи, %



интернет-пользователей пользуются одним-двумя источниками информации



предпочитают получать новости из многих источников



не очень важно, из каких интернет-изданий узнавать новости

Источник данных: ФОМ, январь 2016, опрос, Россия 18+: «Новости на какие темы вызывают у вас наибольший интерес, сообщения и комментарии на какие темы вы читаете, смотрите в интернете особенно внимательно?»
104 населённых пункта, 53 субъекта РФ, 1000 респондентов. Интервью по месту жительства респондентов.
Статистическая погрешность не превышает 4,3%

ТАРГЕТИРОВАНИЕ КОНТЕНТА

Мир не будет прежним. Мало оперативно отработать повод и затянуть аудиторию на громкий заголовок. Нужно чтобы контент был понятен и интересен каждому.

Благодаря современным методам аналитики мы знаем о каждом читателе, зашедшем на сайт. Кто, что и как читает, смотрит и слушает.

Данные о поведении и интересах пользователей уже используются **федеральными ресурсами** не только для настройки рекламных кампаний, но и для большего вовлечения аудитории в потребление контента.



ЧЕМ ДАЛЬШЕ ОТ ЦЕНТРА, ТЕМ СИЛЬНЕЕ МЕСТНЫЕ СМИ



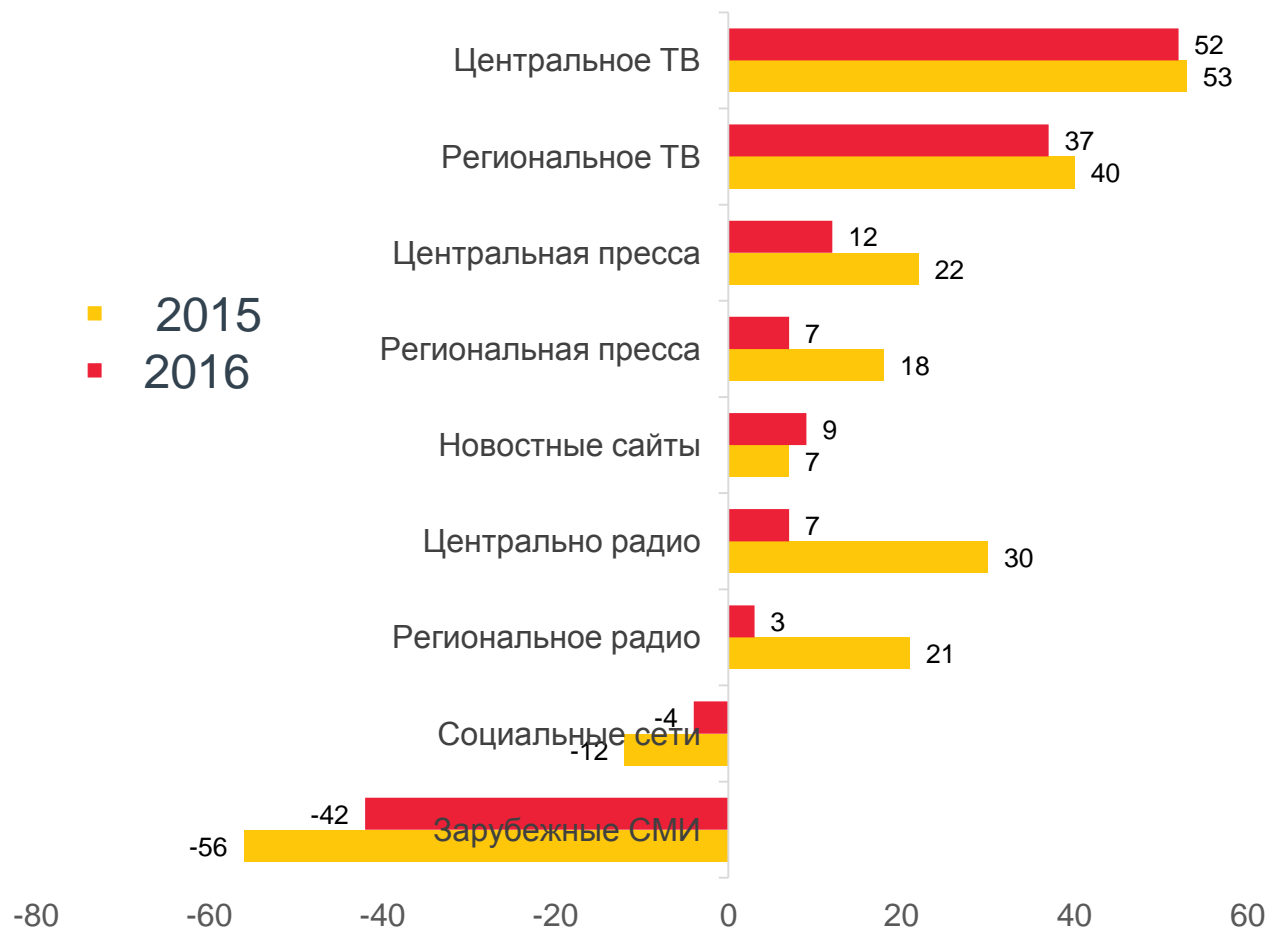
Екатеринбургу уже не так важно, что думает Москва.

Владивостоку - вообще все равно.

ТЕМ НЕ МЕНЕЕ



Динамика доверия к источникам информации



71%

Россиян доверяют
центральному СМИ

57%

Россиян выбирают
телевидение главным
источником новостей

27%

опрошенных используют
для поиска новостей
Интернет

62%

18-24-летних

47%

25-34-летних

Сеть
главный
источник
новостей

Источник данных: ВЦИОМ, январь 2016, опрос, Россия 18+: всероссийский опрос в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках и 9 ФО России. Объем выборки 1600 человек. Максимальный размер ошибки не превышает 3,5%.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОРЫ

Федеральные ресурсы более устойчивы к различным политическим и экономическим кризисам.

Когда меняется власть/умирает рынок одного региона вместе с ними умирает и часть местных СМИ.

Федеральные СМИ от этого напрямую не зависят.

КТО ПОБЕДИТ?



Ресурсы – два в одном. Федеральный + локальный контент.



Ресурсы, которые будут постоянно меняться вместе с интересами аудитории.



Ресурсы, которые имеют гибкую структуру и возможность лавировать между региональной политикой и экономикой.

Местные или федеральные - неважно.

Спасибо за внимание!

Анжелика Сулхаева



Anzhelika.sulkhaeva@phkr.ru



8-964-568-25-26