



ИРП-Сибирь
Институт Развития Прессы-Сибирь



Проект осуществляется при
поддержке Европейского Союза

**«Укрепление
экономической и профессиональной
независимости
и гражданской ответственности
частных газет муниципальных образований
Западной Сибири»
или**

**Успех
на малом
медиа-рынке**



Какие потребности мы учитывали

Граждане испытывают потребность в неангажированных средствах массовой информации, которые бы пользовались их доверием, помогали им в реализации основных прав и свобод, в решении конкретных проблем местного сообщества.

Основная потребность **владельцев и издателей** – сделать газету успешной в условиях ограниченного медиа-рынка.

Основная потребность **главных редакторов** – повышение популярности своих изданий и доверия к ним со стороны читателей. Поэтому они заинтересованы в повышении собственной квалификации и профессионализма ключевых сотрудников, в овладении современными методами организации команды, технологиями гражданской журналистики.

Корреспонденты, обозреватели местных газет заинтересованы в повышении популярности своих изданий у населения, результативности своих выступлений. Они испытывают потребность в системном повышении своей квалификации, в овладении современными методами гражданской журналистики, в увеличении собственных заработков.

Менеджеры по рекламе и менеджеры по распространению заинтересованы в увеличении аудитории своих газет, овладении современными методами продажи рекламы и тиражей, увеличении за счет этого собственных заработков.



Какие действия мы планировали

Экспертные опросы в начале и в конце проекта о социальном самочувствии населения малых городов и уровне доверия к прессе.

Реализация обучающей/тренинговой Программы, состоящей из 2-х модулей:

**«Совершенствование маркетинга и менеджмента» и
«Совершенствование контента».**

Консультации тренеров-экспертов (в реальном и виртуальном режимах).

Мониторинг изменений и оценка результатов проекта.

Выработка рекомендаций для дальнейшей работы редакций.

Подготовка учебно-методического пособия «Как сделать газету успешной на ограниченном медиа-рынке» (книга и компакт-диск).

Презентация результатов проекта в двух федеральных округах России - Приволжском и Уральском.



От хорошего – к великому

Те, кто начинает революционные преобразования, масштабные программы реструктуризации и трансформации, определенно, не смогут добиться выдающихся результатов. Какими бы ни были конечные цели, переход от хорошего к великому нельзя осуществить одним махом. Нет такого единственного шага, программы, инновационного внедрения, удачного преобразования или волшебного мгновения. Напротив, процесс напоминает вращение гигантского тяжелого маховика: в одном направлении, медленно разгоняясь, он, наконец, достигает момента, когда накопленный потенциал начинает работать на вас, и компания вступает в период стремительного роста.

... Если нам удастся найти ключ к загадке перехода от хорошего к великому, то у нас в руках окажется нечто ценное для организации любого рода. Хорошие школы смогут стать школами великими... Хорошие газеты смогут стать великими газетами...

Джим Коллинз, «От хорошего к великому»



**В путь от хорошего к великому
или**

13 шагов к успеху, которые мы проделали вместе:

- 1. Изучаем медиа-рынок.**
- 2. Изучаем социально-экономические проблемы населения.**
- 3. Изучаем читательскую аудиторию.**
- 4. Осуществляем бизнес-планирование.**
- 5. Формулируем миссию и концепцию газеты.**
- 6. Разрабатываем редакционную политику.**
- 7. Разрабатываем нормы корпоративной этики.**
- 8. Овладеваем методами гражданской журналистики.**
- 9. Овладеваем методами визуальной журналистики, разрабатываем графическую модель газеты.**
- 10. Овладеваем эффективными методами мотивации персонала.**
- 11. Учимся эффективно продавать рекламу.**
- 12. Учимся эффективно продавать тираж.**
- 13. Обеспечиваем правовую защиту медиа-бизнеса.**

После 13 шагов поодиночке – совместный шаг к Ассоциации