



**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**