

# Медиапроект «Позер»



[www.pozer.ru](http://www.pozer.ru)

Ключевые сотрудники проекта «Позер»:  
Лилия Скопинцева - идеолог и руководитель



Сергей Попиневский  
- технический директор



# «Позер» - первая медиакопилка эмоций

## Слоган:

*«МЫ НЕ ГЛУШИМ ЭМОЦИИ,  
МЫ ИХ КОПИМ!»*

## Цель «Позера»:

- создание брендового медиапроекта в уникальном эмоциональном стиле
- Захват рынка посредством внедрения эмоциональной составляющей в медиасферу с помощью собственного виджета Pozer Emotions

# О проекте «Позер»



**PR**  
POZER.RU

Первая   
медиакопилка  
эмоций

**Если подумать,  
сами по себе тексты не  
продаются — продаются  
эмоции, которые читатели  
получают от прочтения той  
или иной публикации...**

В проекте «Позер» нет традиционного рубрикатора по тем или иным направлениям (к примеру, общество, культура, экономика и т.д.), все заметки (новости/статьи и прочее) делятся только лишь по их эмоциональному воздействию на читателя — например, какие-то тексты размещены в раздел «радость», другие — в «стыд», третьи — в «страсть», четвертые — в «надежда»...

Бета-версия сайта [www.pozer.ru](http://www.pozer.ru)



друг на друга – с точки зрения своего обычного  
разделения материалов без разных эмоциональных  
характеристик.

Сейчас на российском рынке нет интернет-ресурса,  
который бы обеспечивал пользователям качественный  
информационный контент с учетом эмоциональной  
концепции.

**Проект «Позер» решает задачу по заполнению  
данной «эмоциональной медианиши»**

!  
;-)

# Целевая аудитория проекта «Позер»:

- активные интернет-пользователи (примерное соотношение полов: М-30%, Ж-70%)
- Возраст: приблизительно 25-45 лет
- Проживание - Россия и страны СНГ
- эмоциональные, любознательные, разносторонние и интеллектуально развитые люди, интересующиеся театром, музыкой, литературой (посетители кинотеатра «Пионер» и театра «Практика»)

# Проект «Позер» запустился в бета-версии в феврале 2011 года, и даже без рекламы не остался незамеченным у пользователей:



@roma\_kenga

Roma Kenga

на сайте-медиа-копилке <http://www.pozer.ru> заполнены только квадратики "стыд" и "грусть"...а вы почитайте наши новости-там ничего другого и нет

23 Feb via web ☆ Favorite ↻ Undo Retweet ↩ Reply



@maartimus

maartimus

отличная идея -- новости с эмоциональными тегами!

<http://pozer.ru/blog/list/>

9 Mar via web ☆ Favorite ↻ Undo Retweet ↩ Reply



@mrzff

Nikulin Pavel

Евгения Хасис всех сдала. Рубрика стыд на Позёр.ру

22 февраля с помощью web ☆ В избранное ↻ Ретвитнуть ↩ Ответить



Title: [О "Позёре.ру"](#)

Date: [2011-02-23 @ 21:11](#)

Security: public

Очень мне понравился ресурс "Позер.ру" (правда, сначала я прочла название, как Познер.ру). Идея сортировки новостей не по привычным "политика", "экономика", "культура", а по эмоциям, типа, "стыд", "радость", "удивление" и "грусть" очень свежая и людям творчески ориентированным точно придется по сердцу. К тому же каждая эмоция представлена своим цветом, что тоже весьма радует глаз.



# А еще о проекте уже были публикации в СМИ:

## В Рунете появился сайт с рубрикатором материалов по эмоциям

Опубликовано: Четверг, 24 Фев 2011 Автор: Редактор. Рубрика: Internet Теги: интернет-проект рубрикатор, рунет, эмоции



В Рунете начала работу бета-версия сайта Позер, все публикации на котором делятся по их эмоциональному воздействию на читателя.

Сайт размещает публикации других СМИ с точки зрения той или иной

эмоции: страсть, грусть, радость, скука, стыд и другие. Всего на портале пока представлено 14 различных эмоций.

[медиаиндустрия](#) [интернет](#) [рынок tv](#) [рынок прессы](#) [рынок радио](#) [рекламный рынок](#)

НОВОСТИ

24.02.2011

### Первое эмоциональное СМИ

Группа «ОНЭКСИМ» может инвестировать в новый медиапроект.

Недавно на российском медиарынке состоялось открытие в бета-версии «первого эмоционального СМИ» — проекта «Позёр», который запускает компания «Позёр Медиа». На «Позёре» нет традиционных рубрик, а все публикации делятся по их эмоциональному воздействию на читателя.

Первоначально «Позёр» представляет собой нечто вроде эмоционального рубрикатора, фильтрующего публикации других СМИ с точки зрения той или иной эмоции (страсть, грусть, радость, скука, стыд и другие: всего на портале пока представлено 14 различных эмоций). Впоследствии ожидается, что «Позёр» станет полноценным интернет-СМИ с оригинальной эмоциональной концепцией.

По предварительным данным, размер инвестиций, необходимых для развития проекта в первый год запуска, составляет порядка 100 тыс. долларов. Как сообщил нам источник, пожелавший остаться неназванным, в настоящее время ведутся активные переговоры руководителей проекта «Позёр» с группой «ОНЭКСИМ» и шансы на то, что начальным инвестором станет именно компания [Михаила Прохорова](#), достаточно высоки.

Павел Черкашин, частный инвестор и руководитель департамента потребительского программного обеспечения и онлайн-бизнеса компании Microsoft, считает, что проект может быть интересен для потребителей, но ему будет сложно стать коммерчески успешным. «Окупить собственное издательство, которое будет создавать материалы и сортировать входящие на чистом трафике (реклама), будет практически невозможно, или в это придётся вложить огромные деньги, — говорит Павел Черкашин. — С другой стороны, если «Позёр» и в дальнейшем останется именно «эмоциональным рубрикатором» для посторонних сайтов, которым ежедневно будут пользоваться хотя бы несколько тысяч человек, думаю, тогда проект и будет интересным с точки зрения инвестиций».

[Частный корреспондент](#)

[Медиа-новости](#)

[Медиа-мнения](#)

[Медиа-обзоры](#)



Подписка



## Медиа-мнения

ИМНО | [Медиа-интервью](#) | [Мнение Media-day.ru](#) | [Кинорецензии](#)

28 февраля 2011 года, 11:04



[Код вставки в блог](#)

### "Наш "Позер" - проверка человека на оригинальность"

Лилия Скопинцева, идеолог и руководитель медиапроекта ["Позер"](#)

В феврале мы запустили «Позер» - первую медиакopilку эмоций. В самом начале над проект работу всего два человека – я (идеолог и создатель) и Сергей Попиневский – технический дир «Позера». Со временем мы потихоньку разрастаетея, и нам уже пишут желающие сотруднич

Мы запустили «Позер» в такое непонятное медиавремя, когда на нашем рынке, кажется, все о ниши уже заняты: СМИ - сетевых и бумажных, деловых и развлекательных - множество, какие позакрывались после кризиса, какие-то еще держатся на плаву с разной степенью устойчивос толком не знаешь, что будет с нашей прессой, можешь только предположить. И если и открыв новое на российском медиарынке – то только некое УТП (уникальное торговое предложение), журнал» или уже тем более какой-нибудь «глянец».

## КОРОТКО Интернет

### НОВЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ БРАУЗЕРОВ

Сайт газеты «Ведомости» выпустил приложение для браузеров Internet Explorer и Firefox, что позволит раньше других узнавать горячие новости и следить за деловыми новостями, не заходя на сайт газеты. Заголовки статей, сообщений, появившихся на сайте, показываются в режиме реального времени под адресной строкой браузера.

### ЗАПУЩЕНА НОВАЯ ВЕРСИЯ САЙТА

Редакция «Линии полета» запустила новую версию своего сайта. На нем можно найти новости из мира авиации и туризма, лучшие материалы журналов и статьи, написанные специально для онлайн-версии, спецпредложения авиакомпаний и справочник авиапассажира, конкурсы и информацию от партнеров.

### СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ В ЧЕРНОМ СПИСКЕ»

Торговое представительство США включило социальную сеть «ВКонтакте» в международный черный список пиратских площадок. Это может осложнить отношения сети с зарубежными правообладателями и инвесторами.

### ПЕРВЫЙ В РОССИИ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ О ФУТБОЛЕ

Издательский дом Future Media объявляет об издании электронного журнала о футболе – Football

## ПЕРВАЯ МЕДИАКОПИЛКА ЭМОЦИЙ

### Открытие «первого эмоционального СМИ» проекта «Позер» - в бета-версии

На российском медиарынке состоялось открытие «первого эмоционального СМИ» в бета-версии - проекта «Позер», который запускает компания «Позер Медиа». На «Позере» нет традиционных рубрик, а все публикации делятся по их эмоциональному воздействию на читателя.

Первоначально «Позер» представляет собой нечто вроде эмоционального рубрикатора, фильтрующего публикации других СМИ с точки зрения той или иной эмоции (страсть, грусть, радость, злость, стыд и другие). Всего на портале пока представлено 14 различных эмоций). Впоследствии ожидается, что «Позер» станет полноценным интернет-СМИ с оригинальной эмоциональной концепцией.

Идеолог и руководитель проекта «Позер», Лилия СКОПИНЦЕВА, рассказала о проекте НСМИ.

«Проект «Позер» мы запустили в двадцатых числах февраля 2011-го года. Причем от появления у меня идеи проекта до ее реализации прошло максимум месяца три, не больше - можно сказать, я ринулась в бой, чтобы поскорее реализовать идею «эмоционального СМИ - первой медиакопилки эмоций», пока этого не сделал кто-то другой. Ведь идея по сути простая в своей оригинальности, если подумать. Владелец проекта - компания Pozer media, инвестор у нас частный, предпочитает не

затер, шаршик, фотограф, авторы). В основном все сотрудники находится в Москве, один человек - в Норвегии. Работаем удаленно - у нас, как и у «Слона», виртуальный офис - вообще я считаю, что со временем вообще отпадет необходимость для людей работать в офисе, такая тенденция уже намечается, особенно в среде творческих профессий.

Насчет продвижения - мы выбрали самый популярный и продвинутый способ - это social web 2.0, он сейчас стремительно развивается и для раскрутки интернет-порталов - вещь, если не самая главная, то, по крайней мере, одна из главных. Плюс ко всему реклама «из уст в уста» - также эффективна: мы постоянно мониторим Сеть - люди о нас пишут и спрашивают друг у друга, что они думают о «Позере», это тоже хороший инструмент, тем более что если в интернете о проекте говорят, то, вполне возможно, что в личных беседах тоже. От традиционной рекламы тоже не отказываемся, но пока запускать не будем, посмотрим, что будет с «небюджетным» продвижением.

По предварительным данным, размер инвестиций, необходимых для развития проекта в первый год запуска, составляет порядка 100 тыс. долларов. Павел ЧЕРКАШИН, частный инвестор и руководитель департамента потребительско-

Электронные СМИ/Интернет

## Медиа становятся эмоциональными – запущен новый проект «Позёр»

24.02.2011 16:39:57

Недавно на российском медиарынке состоялось открытие в бета-версии «первого эмоционального СМИ» – проекта «Позёр» (<http://www.pozer.ru/blog/list>), который запускает компания «Позёр Медиа». На «Позёре» нет традиционных рубрик, а все публикации делятся по их эмоциональному воздействию на читателя.

Первоначально «Позёр» представляет собой нечто вроде эмоционального рубрикатора, фильтрующего публикации других СМИ с точки зрения той или иной эмоции (страсть, грусть, злость, стыд и другие: всего на портале пока представлено 14 различных эмоций). Впоследствии ожидается, что «Позёр» станет полноценным Интернет-СМИ с оригинальной эмоциональной концепцией.

### Новости сквозь смех и слезы. О «первом эмоциональном СМИ» Рунета — Лилия Скопинцева, создатель проекта Pozer.ru

Рубрика » Новые медиа | Блог пользователя: [PlanetaSMI](#) | Просмотров: 670



*В век бесчисленных гаджетов, бесцеремонного стремления издателей «быть всюду и много», потребитель издательского продукта оказался в очевидной растерянности. Он, обозревая многообразие информации и каналов ее передачи, между тем, осознает, что все-таки чего-то не хватает. А не хватает, похоже, эмоциональной гармонии. И прав главный редактор журнала STORY Владимир Чернов, который в своем интервью для портала PlanetaSMI.RU сказал, что «кризис современных СМИ в неумении работать с эмоциями...». О необходимости эмоций в СМИ и о том, как их стоит преподносить, мы поговорили с Лилией СКОПИНЦЕВОЙ, идеологом и руководителем медиапроекта «Позер», который позиционирует себя на медиарынке, как «первое эмоциональное СМИ».*

– Лилия, расскажите подробнее о проекте. Кто стал идейным вдохновителем и что подразумевается под «эмоциональной концепцией»?

– «Позер» придумала я. Это было осенью прошлого года. Можно сказать, что придумала, в первую очередь, для себя – вроде бы сегодня на медиарынке есть

# Виджет Pozer Emotions



Pozer Emotions – виджет, разработанный проектом для сайта [www.pozer.ru](http://www.pozer.ru), а также для всех интернет-СМИ.

С его помощью пользователи могут поделиться своими эмоциями, которые у них возникли при прочтении той или иной статьи.

# **Основные способы монетизации проекта:**

## **1. Рекламная модель**

### **\*Уникальный «эмоциональный таргетинг»!**

пользователям показывают на сайте проекта (в зависимости от того, в какой эмоциональной рубрике он находится) рекламу, компенсирующую негативную эмоцию или усиливающую позитивную. (К примеру, на странице новости про злых собак, загрызших людей- рекламу намордника или газовых баллончиков)

2. «Коммерческое кураторство» - у каждой рубрики «Позера» может быть свой бренд, который «курирует» закрепленную за ним эмоцию и размещает там же собственную маркетинговую информацию.

3. Партнерские соглашения (баннеры, платная информподдержка конференций и т.д.)

Спасибо за внимание!  
Не глушите эмоции 😊



[skopintseva@pozer.ru](mailto:skopintseva@pozer.ru)

+7(962)973-49-31

[www.pozer.ru](http://www.pozer.ru)

«Pozermedia». 2011/Pozer.ru(с)