

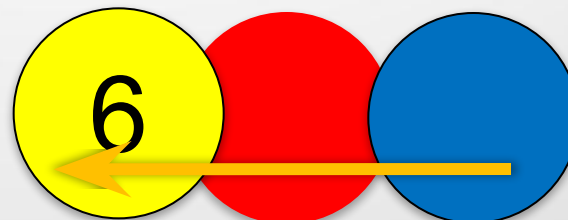
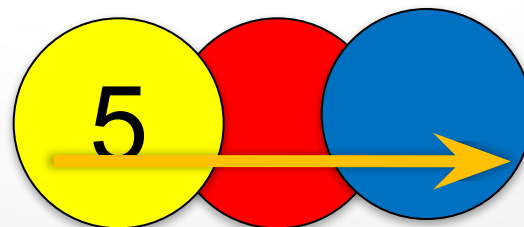
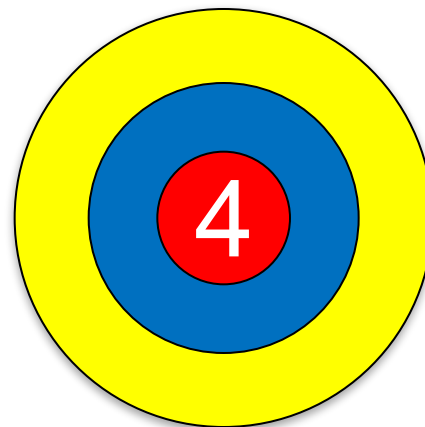
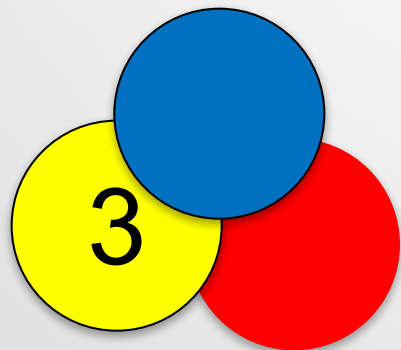
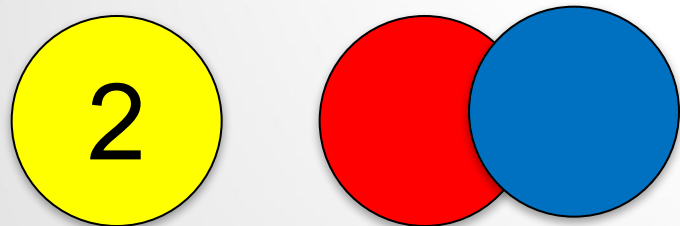
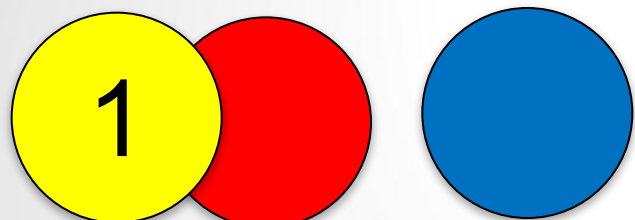
Динамика развития проекта E-executive

Learning community. Театр виртуальных образов

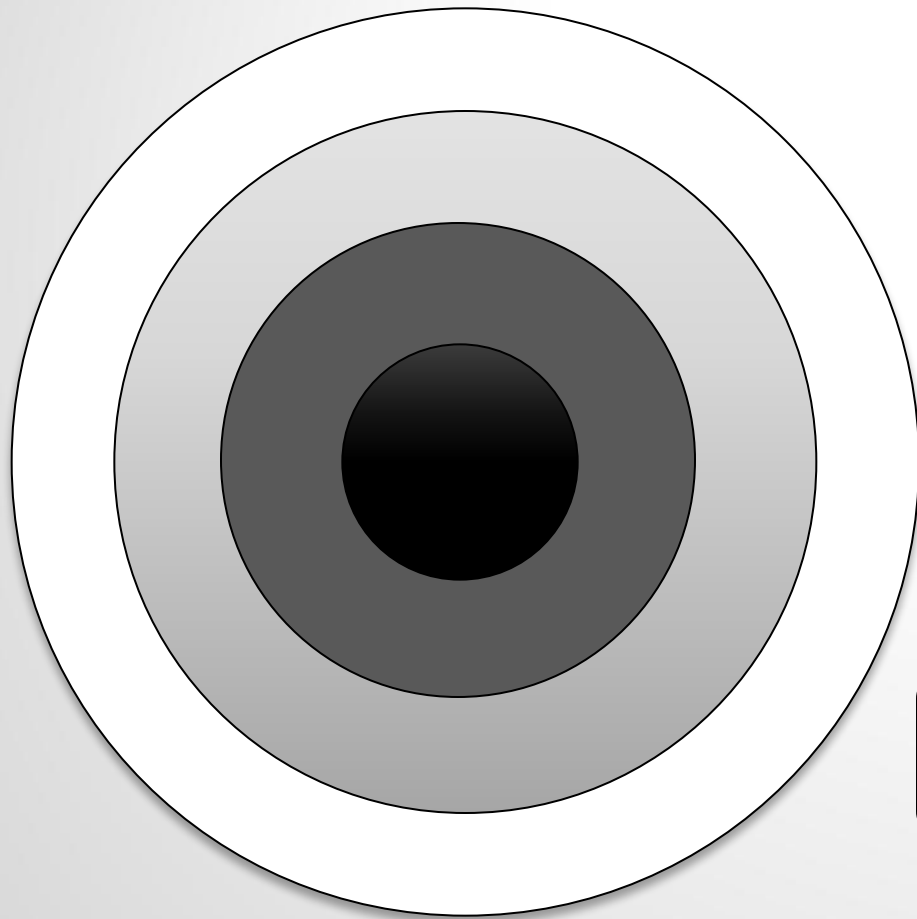
Что такое E-executive?

1. Сообщество (Социальная сеть)
2. Средство массовой информации (СМИ), работающее на **двух** рынках: на рынке читательского внимания и на рынке рекламных бюджетов. «Эффект сдвоенного рынка». Е.Вартанова, проф.факультета журналистики МГУ. Два SWOT-анализа. Пример new media
3. Бизнес-проект (Компания): акционеры, бюджет, Система сбалансированных показателей, операционный план и т.д.

Связь трех институтов



Медиаметрия



~ 500 тыс. уникальных пользователей в месяц (TNS)

233 тыс. зарегистрированных пользователей

~ 115 тыс. залогинилось с 25 янв. 2008 по настоящее время

~ 50 тыс. приняло участие в дискуссиях с 25 января 2008 г.

Прирост

	Июль 2006	Май 2010	Рост
Рунет	25 млн	~40 млн	160%
E-executive	102 тыс.	230 тыс.	210%

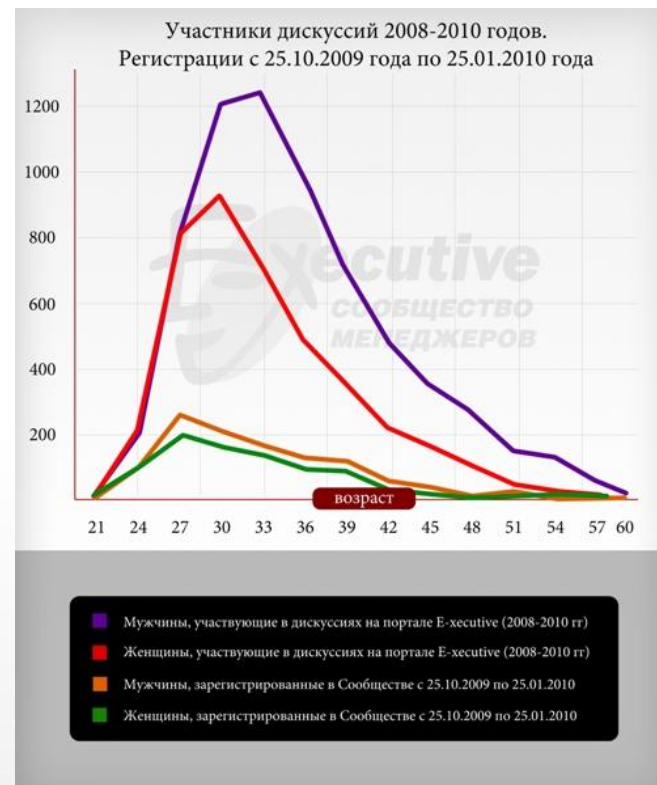
Неофиты моложе старожиллов

Новые пользователи моложе старожиллов: пиковый возраст пользователей:

- «Старые» – 33-34 года
- «Новые» - 27 лет

Источник:

<http://www.e-xecutive.ru/about/history/1249377/>



Зачем люди приходят в E-xe?

- Learning community: профессиональный и личностный рост, повышение рейтинга в глазах работодателя, в глазах рынка, в собственных глазах
- Пообщаться.
- Пообщаться = Поговорить + Послушать
- Послушать (слайд 4) ~ 500 тыс. человек
- Поговорить (слайд 4) = 50 тыс. человек
- **Инф. спрос** формируют те, кто хотят послушать (500 тыс. человек), а **инф. предложение** – те, кто хотят поговорить (50 тыс. чел. + редакция E-xe)

Эмоциональное общение на E-хе

- Беспристрастно делится знаниями = «специалист»
- Проповедует какую-то идею = «пастор»
- Топит собеседника в деталях = «зануда»
- Высмеивает всех подряд = «шут»
- Кокетничает = «кокетка»
- Атакует других = «альфа-самец»
- И т.д. и т.п. Продолжите галерею сами
- Человек может играть попеременно на разных форумах **несколько** ролей!

Собрание масок



E-xecutive: *Сообщество E-xecutive – это собрание масок?*

Лия Киневская: Грубо говоря, да. Это маски, которые можно контролировать и которые могут компенсировать ту нехватку внутренних эмоций, чувств отношений, что есть у людей в офлайн. Есть маски адекватные, а есть те, которые тягощуют своего владельца. Найти маску, которая мне нужна, которая меня дополняет. Это не маска, а фактически двойник.

<http://www.e-xecutive.ru/career/adviser/1320001/>

Конкуренция масок

	Спец	Кокетка	Шут	Зануда	А-самец	И т.д.
Спец						
Кокетка						
Шут						
Зануда						
А-самец						
И т.д.						

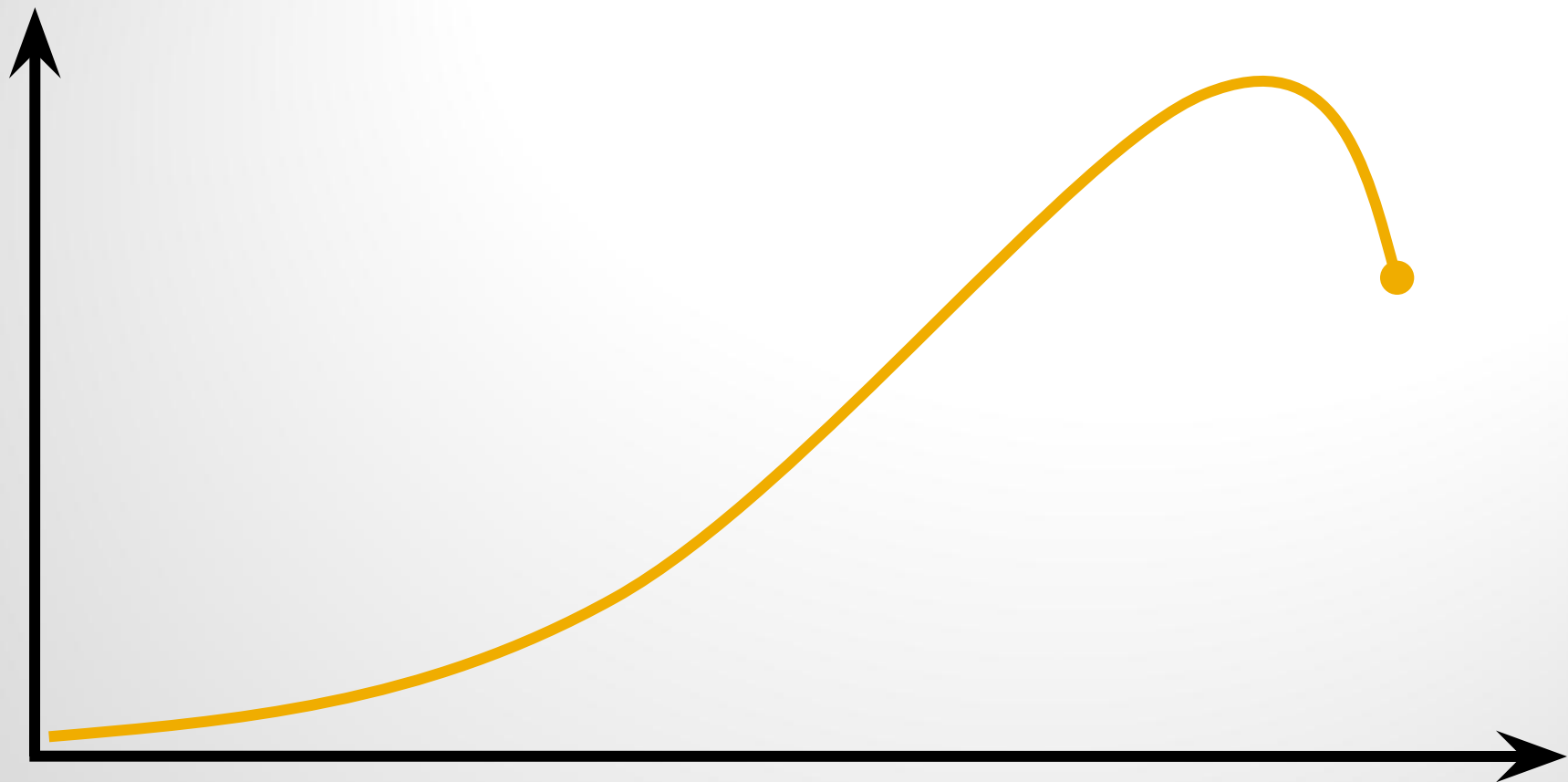
Двойная мотивация

- Зачем человек покупает Bentley? Для того, чтобы ездить? Или для того, чтобы предьявить обществу?
- Зачем человек покупает книгу? (Алексей Ильин, главный редактор Alpina о создании «книжных сообществ»)
- Пообщаться = приобрести знания + убить время, получить знания + пококетничать, пококетничать + убить время, получить знания + эмоционально разрядиться или эмоционально зарядиться

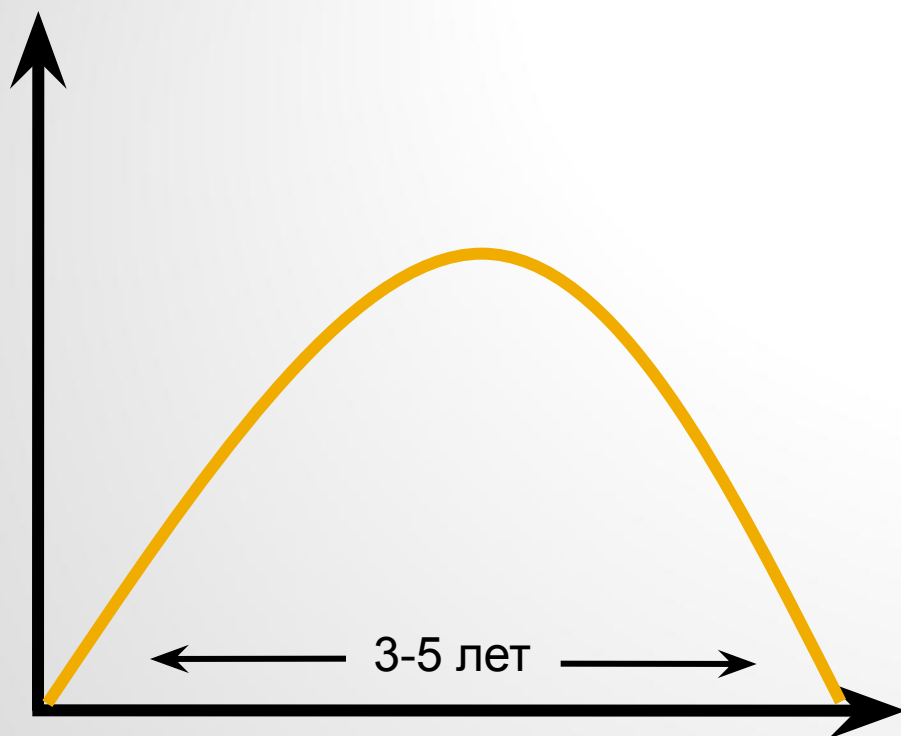
Эмоциональная роль E-хе

- Заполнение пространства между «Я1» и «Я2», между тем, какой **я есть** на самом деле, и тем, каким **я хочу быть**.
- Создание «виртуального двойника»
- Компенсация одиночества
- И т.д. и т.п. Продолжите этот ряд сами

Жизненный цикл продукта



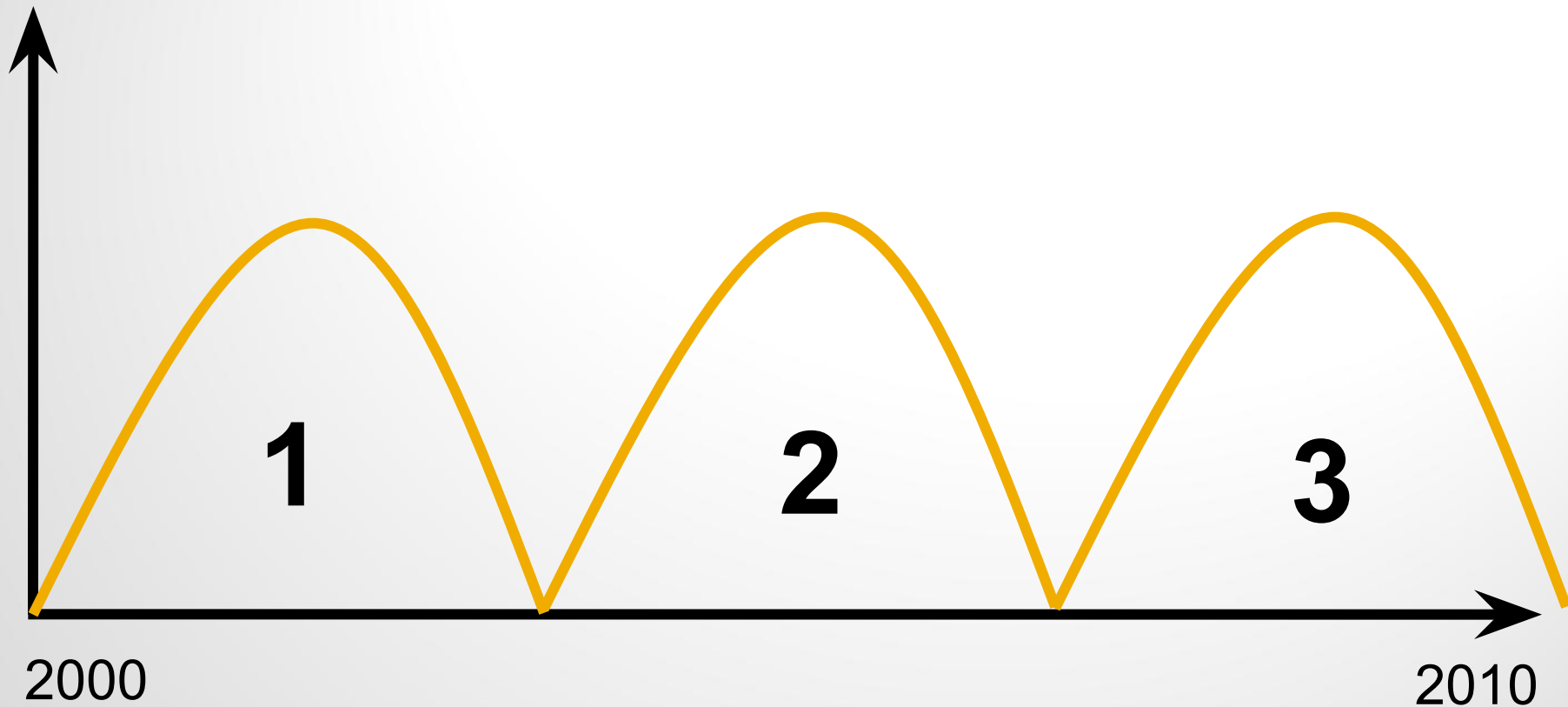
Жизненный цикл юзера



Цикл пользовательского интереса к интернет-сервису от трех до пяти лет

Федор Вирин, директор по исследованиям Mail.ru.
Конференция «РИФ-2010»

Смена поколений в Сообществе



2000 и 2010: две России

- Проект Е-ге стартовал в 2000 году
- 2000 и 2010: две России, две страны: различное содержание власти, различное состояние информационной среды (интернет, издательства, школы МВА...), различное состояние общества, в том числе бизнес-сообщества.

«Караул! Е-хе изменился!»

- Есть ли перемены в твоей жизни за 10 лет?
 - Ты работаешь на той же работе?
 - Ты работаешь на той же позиции?
 - Ты получаешь ту же зарплату?
 - Ты читаешь те же книги?
 - Ты решаешь на работе те же задачи?
 - Твои дети ходят в ту же школу?
 - **... и в тот же класс?**
-
- Если «Нет», то... чего ты хочешь от редакции Е-хе?

Начало и конец мотивации

Обратимся к классике.

▣ **Начало романа:**

«Ты в сновиденьях мне являлся,
Незримый, ты мне был уж мил,
Твой чудный взгляд меня томил,
В душе твой голос раздавался...»

▣ **Конец романа:** «Онегин, я тогда моложе, я лучше,
кажется, была»

А.Пушкин, «Евгений Онегин»

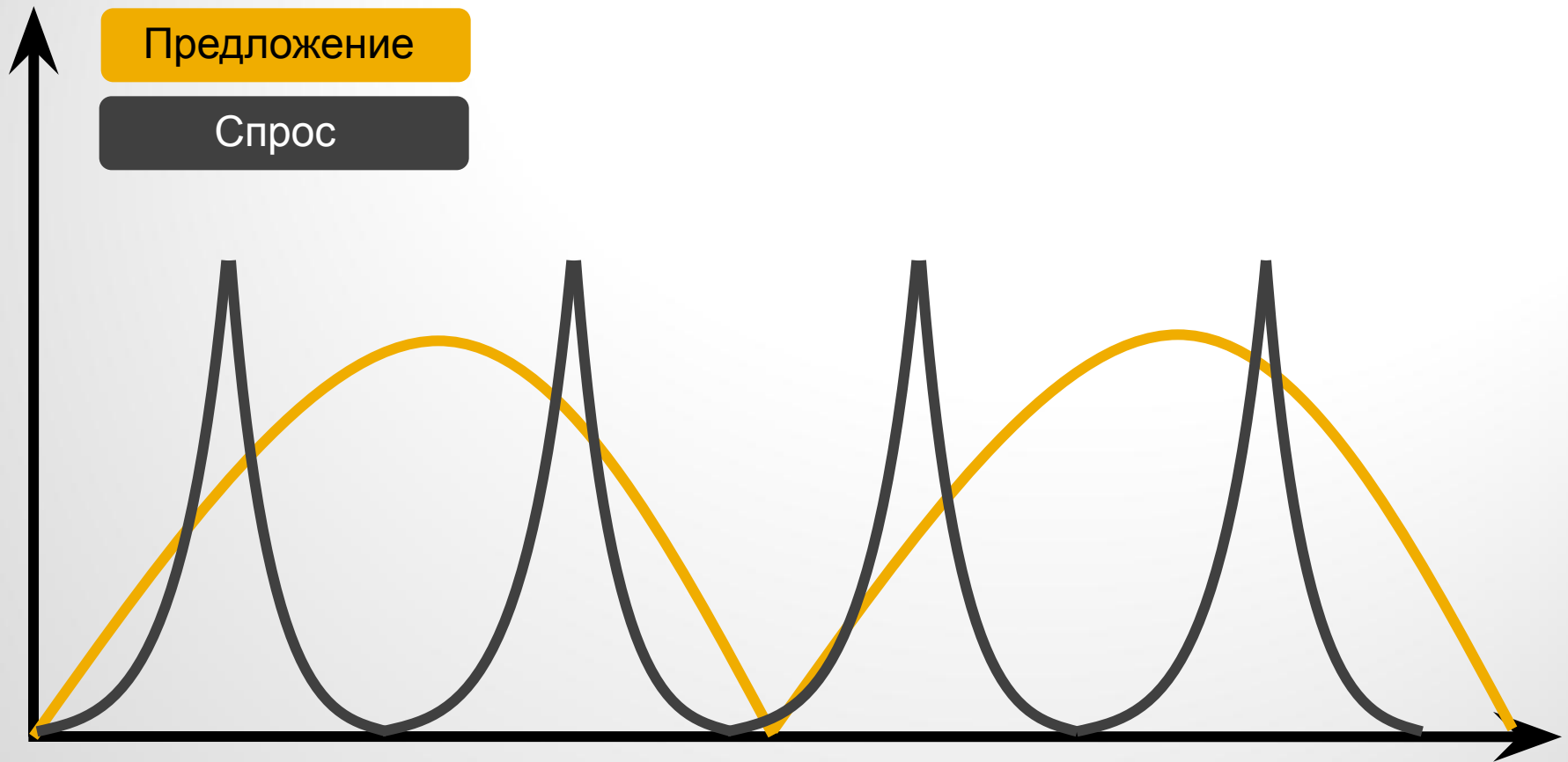
Что в конце цикла?

- Пользователь или реализует свой мотив, или мотив теряет для него свою актуальность. Угасание активности в сети или выход на **новую** роль (наставник).
- Если пользователь не реализовал свой мотив, и мотив не потерял актуальности, он проявляет агрессию по отношению к другим пользователям и команде проекта. Некоторые пользователи начинают считать себя акционерами компании

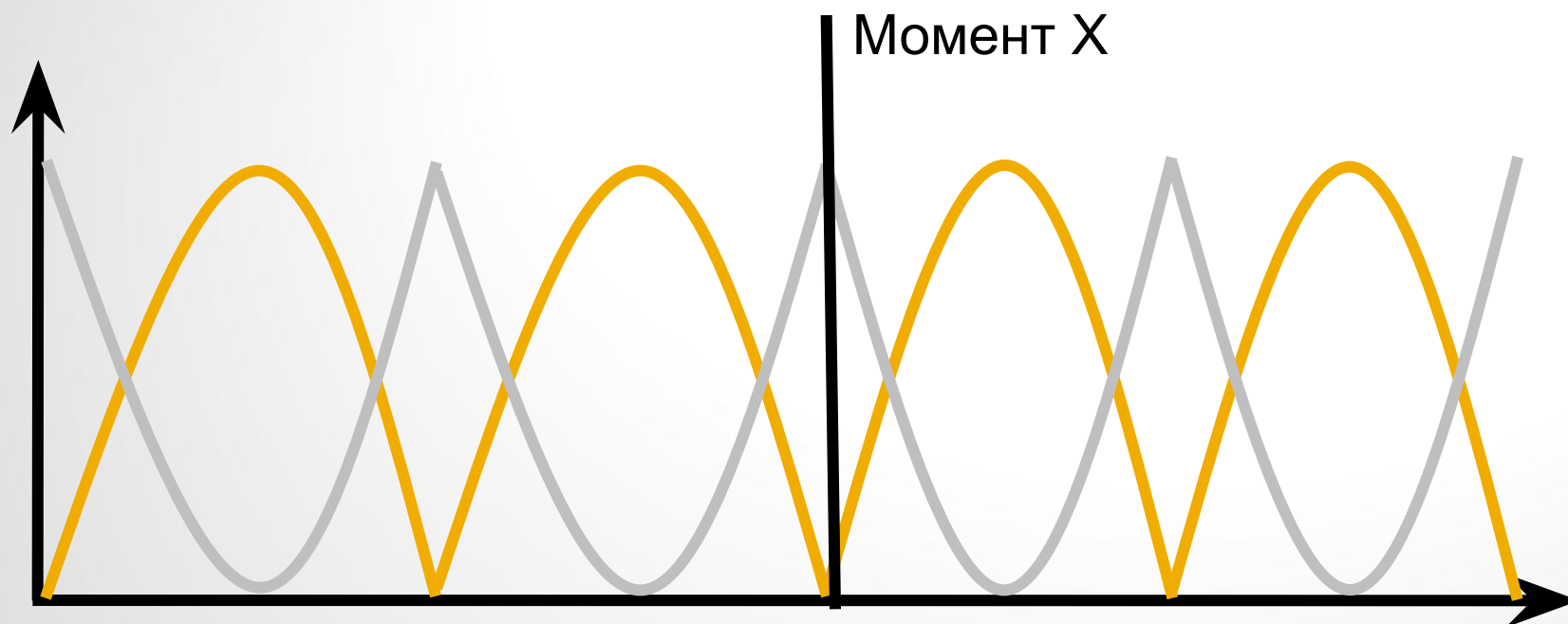
Причина отторжения новых сервисов

- «Верните мне прежний Е-хе» = «Верните мне мою молодость!»
- Непризнание факта собственного старения («Первый тайм мы уже отыграли», А.Градский)
- Расхождение между «психологическим возрастом» и паспортным возрастом
- Стремление вернуться во времена молодости («Нас тогда без усмешек встречали», А.Градский)
- Боязнь смерти

Ситуационный характер спроса



В любой момент X...



В любой момент времени в Сообществе E-хе происходит чей-то мотивационный взлет и чье-то мотивационное «приземление». Кто-то находится на пике, а кто-то «спит»

Краеугольный камень E-хе

- В Сообществе состоят люди правых и левых политических взглядов, жители больших и малых городов, собственники и наемные сотрудники, молодые и взрослые, романтики и скептики, патриоты и космополиты, находящиеся на взлете и на исходе мотивационного цикла...
- Два отзыва пользователей об одном и том же тексте:
- 1.«Все хорошо, но почему написано таким тяжелым языком?»
- 2.«А главное – так живо написано...»
- **Любая** идея, выдвинутая редакцией E-хе (расширять или сужать тематику, двигаться на «север» или на «юг» и т.д.) будет **гарантированно** поддержана одной группой пользователей и отвернута другой. На этом разнообразии и базируется проект.

Матрица «Овчинка/ Выделка»





Вектор развития E-executive

Медиаигры 2008-2010

- **Медиаигра** – действие, игровой процесс, направленный на реализацию интересов участников Сообщества и использующий медийный потенциал портала.
- Лауреаты-2009
- Дискуссионный клуб (Москва, Питер, Екатеринбург...)
- Звездные блоги
- Социальные круги
- Вебинары

Спасибо!

