

«Стратегический анализ и определение
направлений стратегического развития
Акционерного общества
«Информационное агентство «Башинформ»»

Выполнил слушатель: Сагитова Диля Раисовна

Уфа. 2021 год



Карта агентов АО ИА «Башинформ»

ИА «Башинформ» Информагентство

- ▶ лента новостей
- ▶ репортажи
- ▶ интервью
- ▶ аналитические статьи
- ▶ пресс-конференции
- ▶ круглые столы
- ▶ спецпроекты
- ▶ лонгриды
- ▶ статьи
- ▶ реклама на ленте
- ▶ баннерная реклама
- ▶ нативная реклама

Общественная Электрогазета.рф портал i-gazeta.com

- ▶ новости
- ▶ статьи
- ▶ репортажи
- ▶ круглые столы

SMM-департамент

Публикация и посев новостей в Instagram, Facebook, VK, Одноклассники, в дружественных группах, всего – в более чем в 200 пабликах Башкортостана

«Административная панель средств массовой информации Республики Башкортостан»

Автоматизированная информационная централизованная система управления 154 сайтами гос. СМИ.

Инвестпортал

Портал РБ в сфере бизнеса и инвестиций.

«Инцидент менеджмент»

Автоматизированная система мониторинга обращения граждан.

Цель, миссия и задачи



Миссия

Башинформ объективно, оперативно и профессионально освещает все сферы жизни республики, является основным источником самой достоверной официальной информации в регионе.



Цель

Лидерство в области интернет СМИ в РБ.



Задачи

- ▶ Постоянное пребывание в ТОП-3 сайтов в регионе по просмотрам и аудитории;
- ▶ Лидерство по цитируемости среди СМИ Башкирии;
- ▶ Разнообразие контента, включая текстовые материалы, видео и аудио –форматы;
- ▶ Диверсификация каналов распространения информации (подключить мессенджеры, расширить присутствие в соцсетях);
- ▶ Повышение качества контента, проработка на 360°;
- ▶ Повышение привлекательности контента и наращивание лояльной, ядерной и массовой аудитории;
- ▶ Укрепление доверия аудитории и коллег.



Активность ИА «Башинформ»

15
журналистов
делают
2500
новостей
в месяц

- Лента новостей
- Репортажи
- Интервью
- Аналитические статьи
- Пресс-конференции
- Круглые столы
- Спецпроекты
- Реклама на ленте
- Баннерная реклама
- Нативная реклама
- Лонгрид
- Статьи
- Работа в соцсетях



Ключевые цели в цифрах на 2021-2023 гг

Прогноз макро-показателей:

- Секвестирование отрасли – 10%;
- Падение рынка рекламы на – 2–9%

Цели ИА Башинформ на 2021 год:

- Закрепиться в TOP 3 в РБ в рейтинге Liveinternet в категории СМИ;
- Сохранить в 2021 лидерство и позицию № 1 по цитируемости;
- Ежегодный объём контента по заказу государства в 2021 – 14 606 новостей;
- Увеличить количество просмотров новостей ИА «Башинформ» на 25% к концу 2023 года;
- Увеличить аудиторию ленты ИА «Башинформ» на 20 % к концу 2023 года.

Цели SMM блока:

- Закрепить лидерство по количеству подписчиков и увеличить их количество на 20% с 488 тыс. человек 2020 году до 588 тыс. чел. в 2021 году;
- Ежегодный объём публикаций в социальных сетях по заказу государства – 12 120 постов;
- Увеличить количество просмотров в социальных сетях на 18% с 28 000 тыс. в 2020 году до 33 000 в 2021 году.

Продажа рекламы на 2021 год:

Оптимистический: 13,3 млн. руб., средний сценарий 12,5 млн. руб., негативный 10 млн. руб.
2020 vs 2021 12,9 млн. руб. vs 12,5 млн. руб. в 2021 году. (без учета НДС)

Финансовый результат:

2021г. (+0,2 млн.руб.); 2022г. (+0,3 млн. руб.); 2023г. (+0,3 млн. руб.)

Контентная политика:

- Диверсификация информационно-новостного контента в сторону увеличения доли видео-контента, лонгридов, интервью, карточек, аналитических материалов, аудио- и других медийных проектов.
- Глобальная цель: войти в ближайшие годы в TOP 100 РФ в категории СМИ по данным Liveinternet

Пре-факт 2020 года в цифрах:

- 7 млн. просмотров страниц – составила ежемесячная посещаемость сайта ИА Башинформ. Источник: Liveinternet;
- 1,47 млн. человек – уникальных читателей (данные за декабрь 2020 года);
- ежегодная посещаемость сайта ИА Башинформ 77 млн. человек в год. Источник: Google

SWOT анализ команды новостей ИА «Башинформ»

Сильные стороны

- ▶ Сильный фактчекинг;
- ▶ Высокопрофессиональная команда;
- ▶ Наличие собственных фотографов и видеографа;
- ▶ Возможность оперативного выезда на события, материальная база;
- ▶ Лидерство в цитируемости;
- ▶ Наличие раскрученной площадки для пресс-мероприятий;
- ▶ Кругосуточная работа.

Возможности

- ▶ Диверсификация контента и каналов распространения;
- ▶ Расширение аудитории;
- ▶ Обновление сайта;
- ▶ Ребрендинг;
- ▶ Позиционирование как главного ивент- и пресс-центра республики;
- ▶ Усиление продвижения и позиционирования на рынке.

Слабые стороны

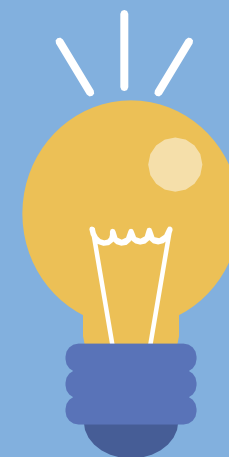
- ▶ Недостаточное финансирование;
- ▶ Избыточный объем задач на малочисленный коллектив;
- ▶ Низкая скорость изменений и согласований;
- ▶ Устаревший дизайн сайта/Время на адаптацию к новому сайту;
- ▶ Избыточный поток публикаций – сложности с выделением важнеего;
- ▶ Наличие обязательных, но не трафикобразующих публикаций.

Угрозы

- ▶ Утрата приоритета в информационной повестке и снижение конкурентноспособности;
- ▶ Низкий фонд оплаты труда – потеря лучших кадров;
- ▶ Зарегулированность и бюрократизм, отсутствие творчества;
- ▶ Рост влияния независимых каналов распространения информации;
- ▶ Снижение доверия государственным СМИ.

Выводы:

Башинформ является самым популярным государственным республиканским ресурсом в интернете. При этом результат достигается при минимуме затрат на производство продукта. Необходимо пересмотреть финансовую политику в отношении агентства





i-gazeta.com

«Общественная электрогазета» — правопреемница первой электронной газеты Башкортостана «БАШвестЪ» (издается АО ИА «Башинформ» с 2001 года).

Входит в

ТОП-10 интернет-СМИ региона.

«Общественная электрогазета» сегодня — это оперативная информация о происходящем в Башкирии, России и мире, комментарии и интервью; авторские колонки на актуальные темы; зарисовки об интересных людях, фотоотчеты о путешествиях и многое другое.

Это площадка для обмена мнениями между представителями государственных структур, общественных организаций, рядовыми гражданами — активными пользователями сети.

Это мультимедийные проекты:

▶ программа «Профилактика» — о защите прав потребителей;

▶ круглые столы с участием представителей властных структур, блогеров, граждан в онлайн-режиме с трансляцией на канале youtube и в социальных сетях по актуальным для населения темам, поднимаемым на еженедельных оперативных совещаниях в Правительстве РБ Главой Республики Башкортостан Р.Ф. Хабировым.

общественная
Электрогазета.рф



Сильные стороны

- ▶ Профессионализм сотрудников, многолетний опыт работы в интернете. Создание мультимедийных продуктов. Мульти-контент – новости, статьи, интервью, аналитика, авторские колонки.
- ▶ Продвижение контента в соцсетях в VK, Instagram, динамичный рост трафика.
- ▶ Присутствие в ТОП-10 интернет-СМИ РБ (за счёт позиций «Электрогазеты» группа сайтов «Башинформ» находится на верхних строчках ТОП-10 СМИ РБ. Мы даем около 40 % в общем весе. Группа сайтов БИ 668 255 тыс. уникальных посетителей РБ, в них 253 589 посетители ЭГ).
- ▶ Хорошие позиции в поисковой системе Яндекс, дающие трафик, создание дополнительных социально значимых продуктов — проведение круглых столов с трансляцией в онлайн-режиме.



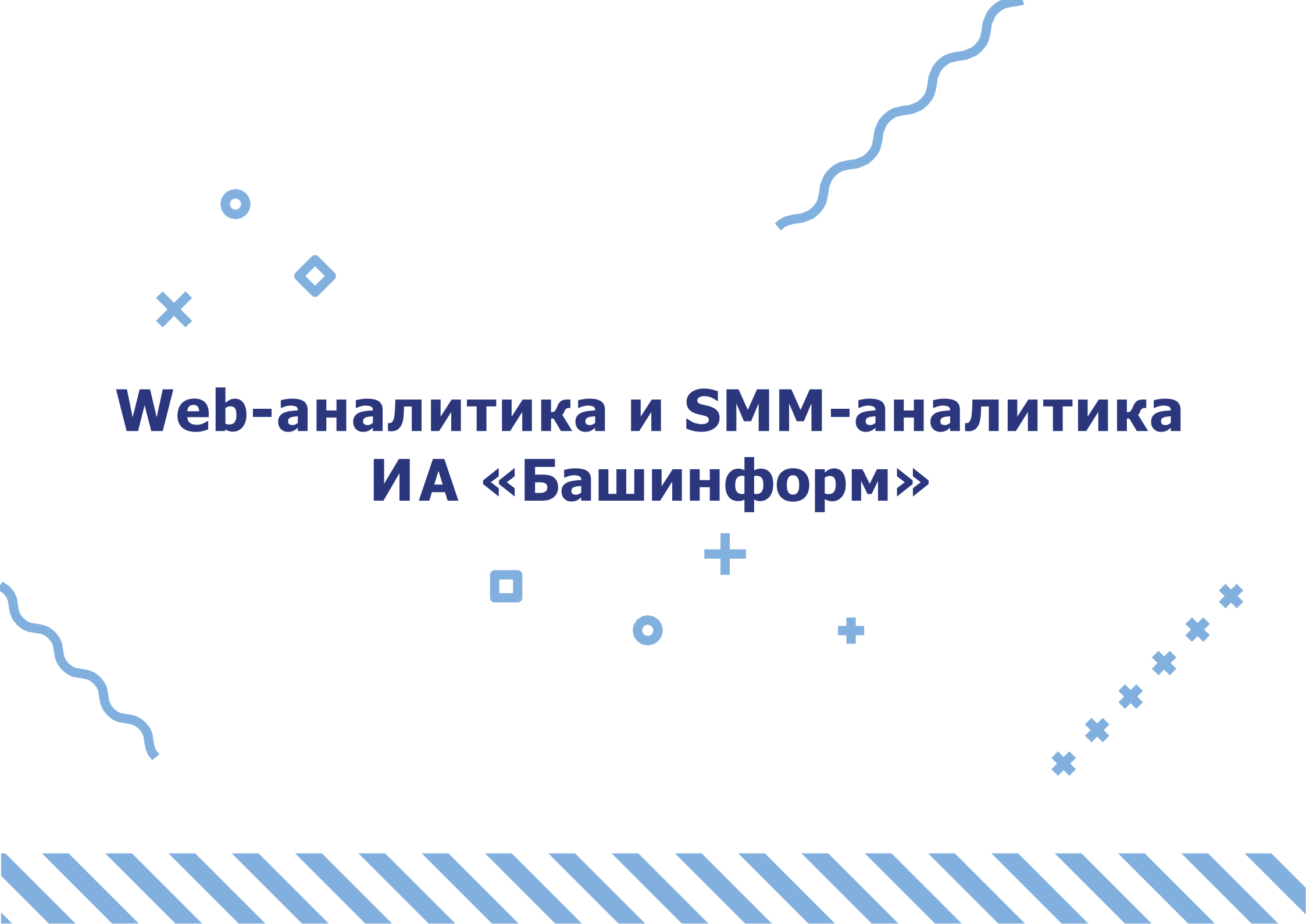
Слабые стороны

- ▶ Потеря позиций в этой нише
- ▶ Необходимость написания и публикации обязательных, но не приносящих трафик материалов, в связи, с чем резко увеличивается нагрузка на сотрудников и уменьшается время на журналистское творчество.
- ▶ Недостаточное финансирование, малочисленность коллектива.
- ▶ Отсутствие собственного видеографа, осложняющее создание видеоконтента.



Перспективы

- ▶ Переход на новый дизайн сайта с более гибким техническим функционалом.
- ▶ SEO-продвижение «Электрогазеты» в поисковых системах.
- ▶ Занятие прочных позиций в поисковой системе Google.
- ▶ Дальнейшее продвижение материалов «Электрогазеты» в соцсетях — в «Одноклассники», Facebook.



Web-аналитика и SMM-аналитика ИА «Башинформ»

Положение на рынке среди других интернет СМИ

Количество подписчиков в социальных сетях СМИ, тыс

СМИ	Вконтакте	Facebook	Одноклассники	Instagram	ИТОГО
ИА «Башинформ»	371,1	1,6	43,2	72,2	488,1
БСТ	166,2	3,5	13,4	241,1*	424,2
ГТРК «Башкортостан»	69,5	7,2	7,8	77,8	159,5
ГорОбзор.ру	100,4	12,5	4,8	21,1	138,9
ProUfu.ru	38,4	2,4	5,1	34,5	80,4
КП-Уфа.ру	12,8	3,9	15,9	2,3	34,9

По итогам 2020 года

* 8 аккаунтов БСТ в Инстаграм

ИА «Башинформ» - лидер по количеству подписчиков в социальных сетях.

Башинформ занимается развитием аккаунтов в ВК, ОК, Inst. В аккаунт в FB агентство не вкладывалось.

ИА «Башинформ» - постоянный лидер рейтинга цитируемости в регионе. Остальные лидеры рейтинга не имеют такой стабильности

ТОП-20 самых цитируемых СМИ Башкортостана II квартал 2020

Медиалогия

СМИ	Категория	ИЦ
1. ИА Башинформ	Информагентство	194,82
2. Gorobzor.ru	Интернет	139,18 ▲ +1
3. Proufu.ru	Интернет	65,76 ▲ +7
4. ГТРК Башкортостан	ТВ	58,84 ▼ -2
5. Коммерсантъ – Башкортостан	Газета	56,40 ▲ +1
6. Mkset.ru	Интернет	55,04 ▲ +1
7. Комсомольская правда – Уфа	Газета	53,71 ▲ +1
8. Башкирское спутниковое телевидение	ТВ	42,53 ▲ +6
9. Ufa1.ru	Интернет	39,58 ▼ -5

ТОП-20 самых цитируемых СМИ Башкортостана III квартал 2020

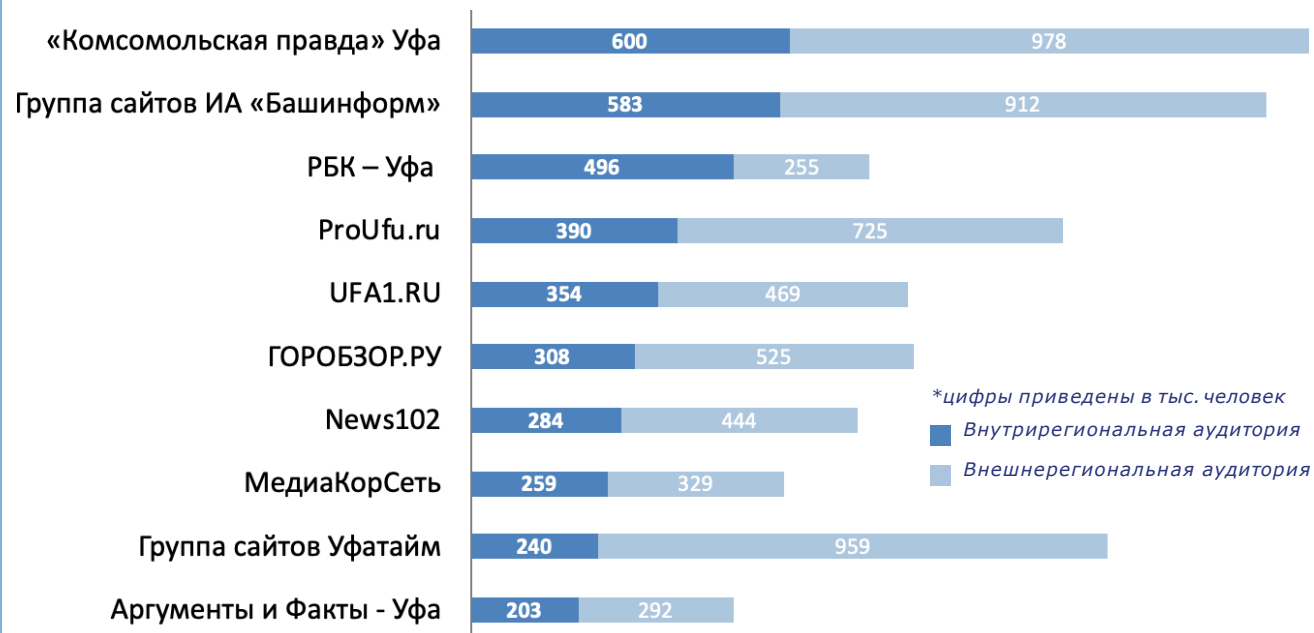
Медиалогия

СМИ	Категория	ИЦ
1. ИА Башинформ	Информагентство	140,32
2. Gorobzor.ru	Интернет	114,35
3. Proufu.ru	Интернет	77,73
4. Mkset.ru	Интернет	72,76 ▲ +2
5. Коммерсантъ – Башкортостан	Газета	61,39
6. ГТРК Башкортостан	ТВ	46,57 ▼ -2
7. Комсомольская правда – Уфа	Газета	41,70
8. Ufa1.ru	Интернет	38,72 ▲ +1
9. Эхо Москвы в Уфе	Радио	33,69 ▲ +1

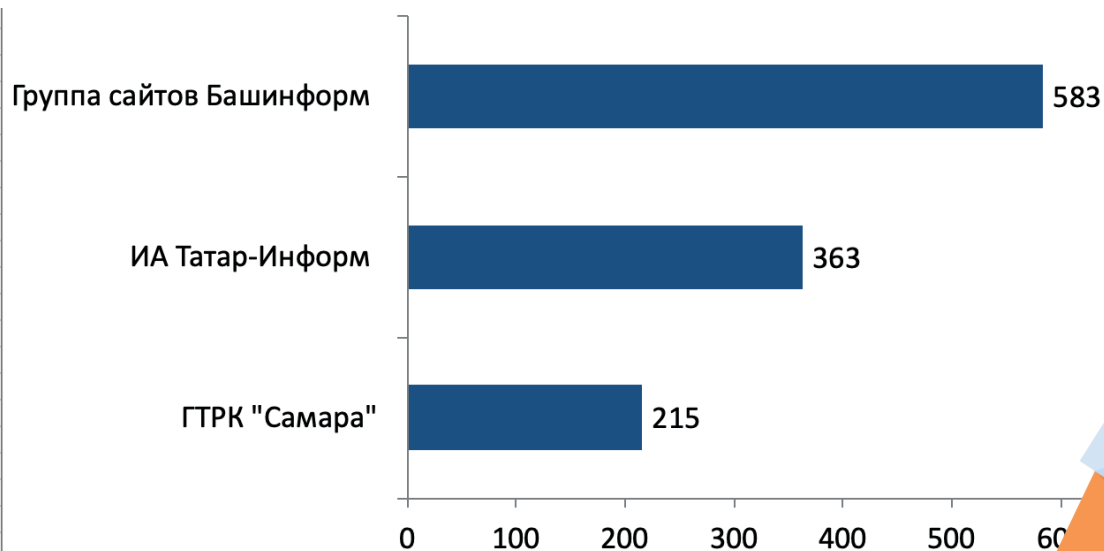
Положение на рынке среди других интернет СМИ, внутрирегиональная аудитория СМИ РБ (тыс/мес.)

ИА «Башинформ» имеет самую большую внутрирегиональную аудиторию среди СМИ, работающих в республике

*Источник: LiveInternet
рассчитано исходя из размера и доли внутрирегиональной аудитории сайта за декабрь 2020 г.*



Самая большая внутрирегиональная аудитория среди государственных СМИ ПФО



**цифры приведены в тыс. человек*

**Данные за 31 дней начала января 2021 из открытых счетчиков Liveinternet*



Аудитория ИА «Башинформ»

Пол

посетителей сайта



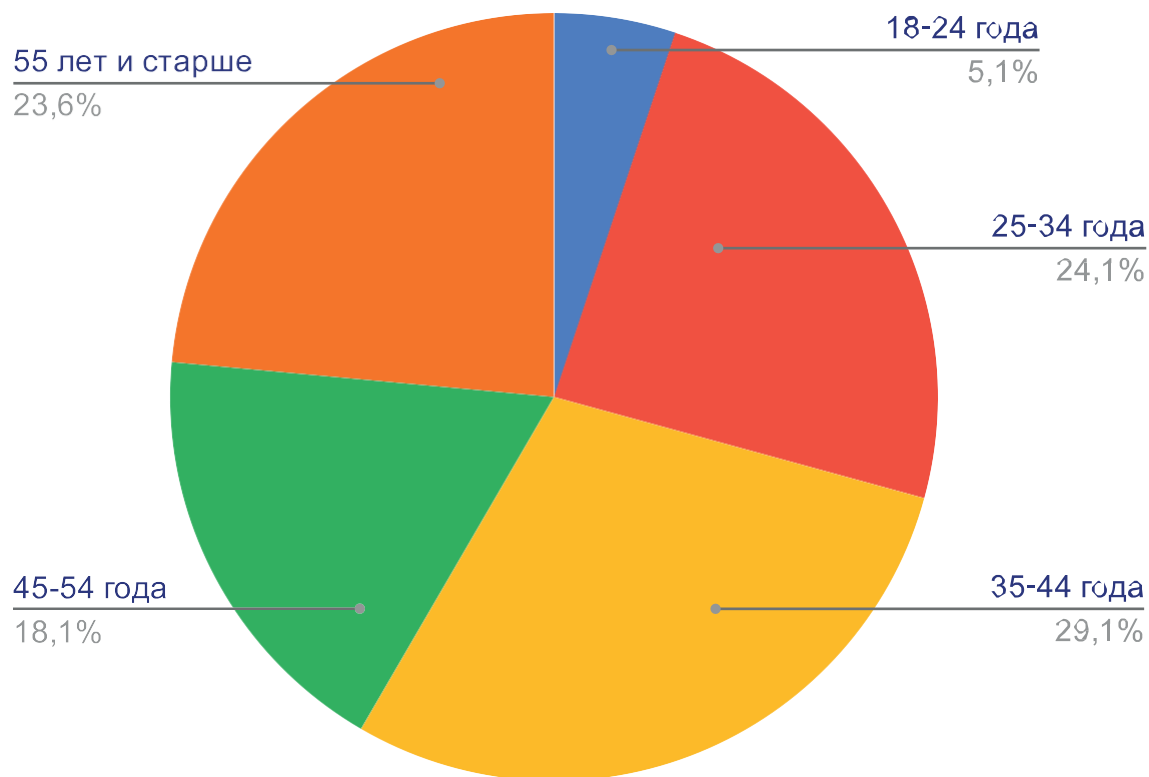
40%
мужчины



60%
женщины

Возраст

посетителей сайта



80% посетителей сайта «Башинформ» предпочитают смартфоны (из них ~88% посетителей предпочитают Android)

Половина посетителей тратит на просмотр новости 15 секунд. Отсюда следует необходимость внедрять современные форматы подачи и оформления, визуализацию, мультимедиа контент

Вывод

Равномерное распределение аудитории в различных возрастных группах от 24 лет говорит о том, что контент «Башинформа» удовлетворяет интересы социально-активной аудитории самых разных возрастов, является актуальным и всеобъемлющим.

*данные Яндекс Метрики

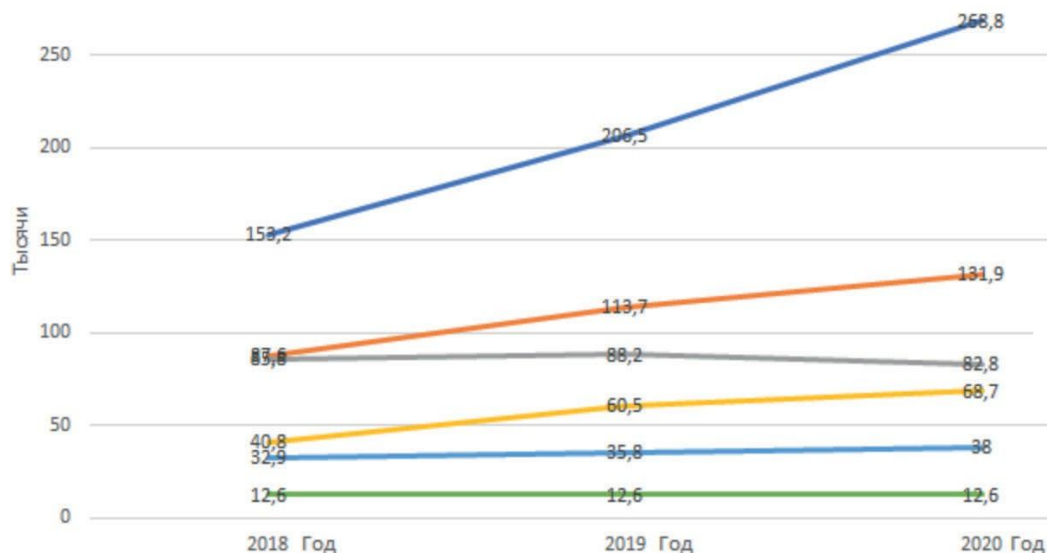
Новости «Башинформ» в социальных сетях

Количество просмотров постов в соцсетях «Башинформа» в 2020 году

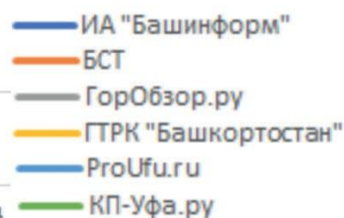


Максимальный показатель - более 43 млн в апреле 2020 года
Общее число за 2020 год - 327 млн

Динамика количества подписчиков ВКонтакте



Наиболее успешно развивается аккаунт «Моя Уфа» в ВКОНТАКТЕ. Это массовая и самая релевантная для контента ИА «Башинформ» сеть.



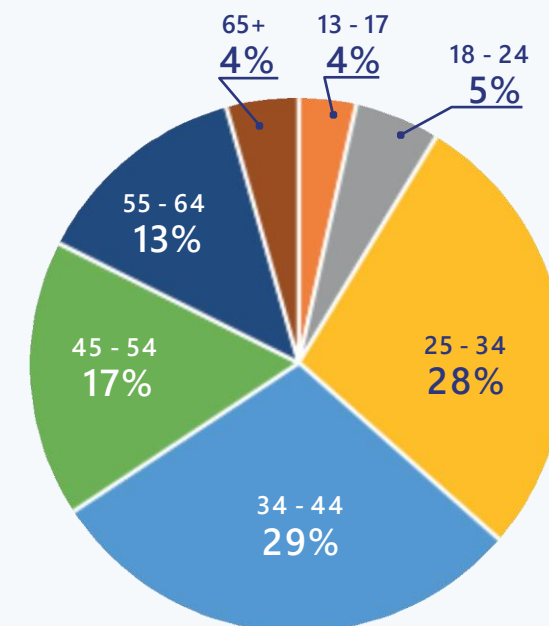
ТОП городов

Города	Процент	Количество подписчиков
Уфа	40,42	103 783
Стерлитамак	3,05	7 821
Салават	1,48	3 795
Нефтекамск	1,39	3 561
Октябрьский	0,91	2 341
Москва	0,92	2 355

Распределение подписчиков в соцсетях по полу



Распределение подписчиков в соцсетях по возрасту



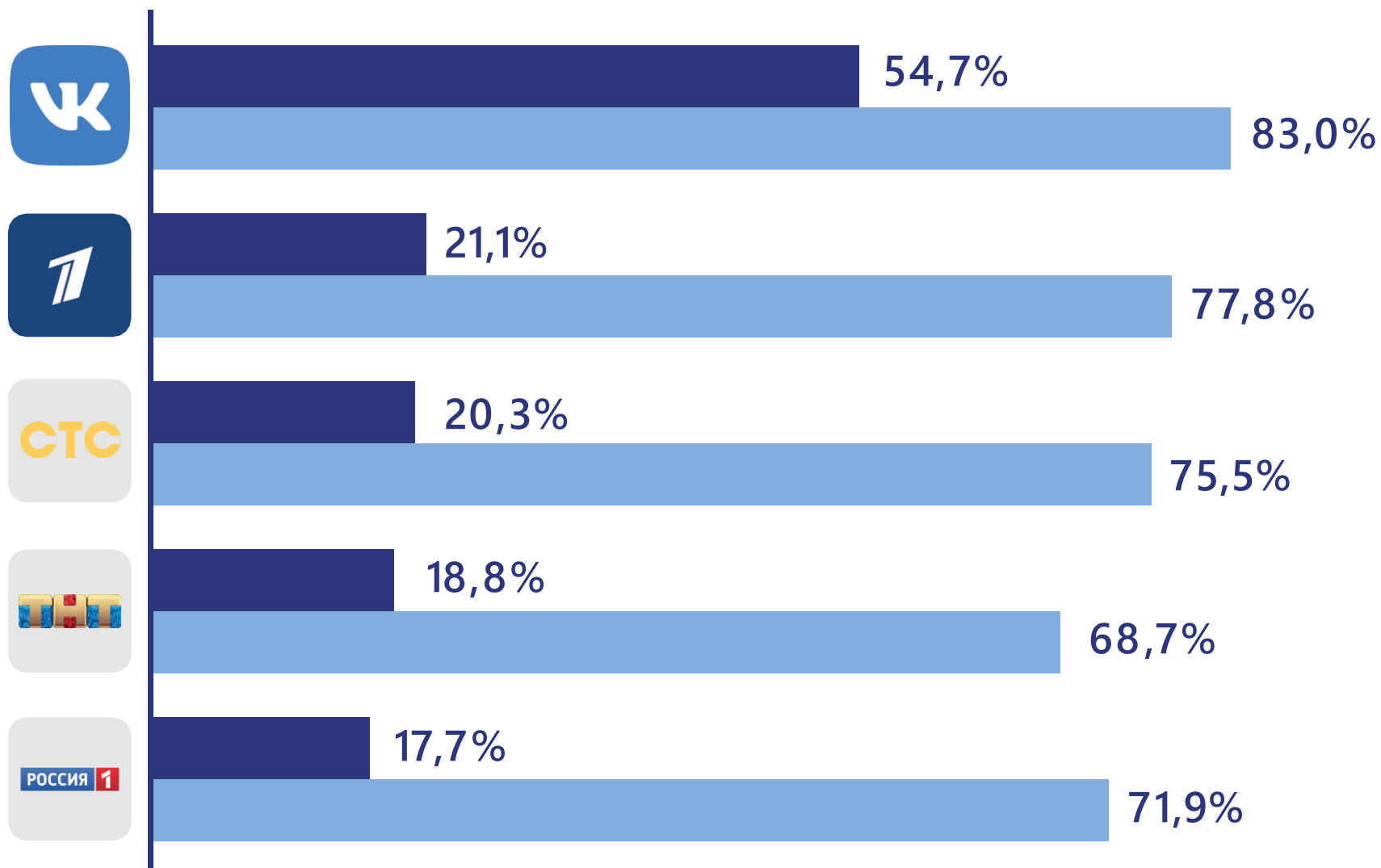
Возраст большинства подписчиков соответствует аудитории сайта «Башинформ». Больше половины подписчиков в соцсетях - в возрасте от 25 до 44 лет, это наиболее социально-активная аудитория.



WEB-аналитика РФ и СНГ



Крупнейшее медиа страны

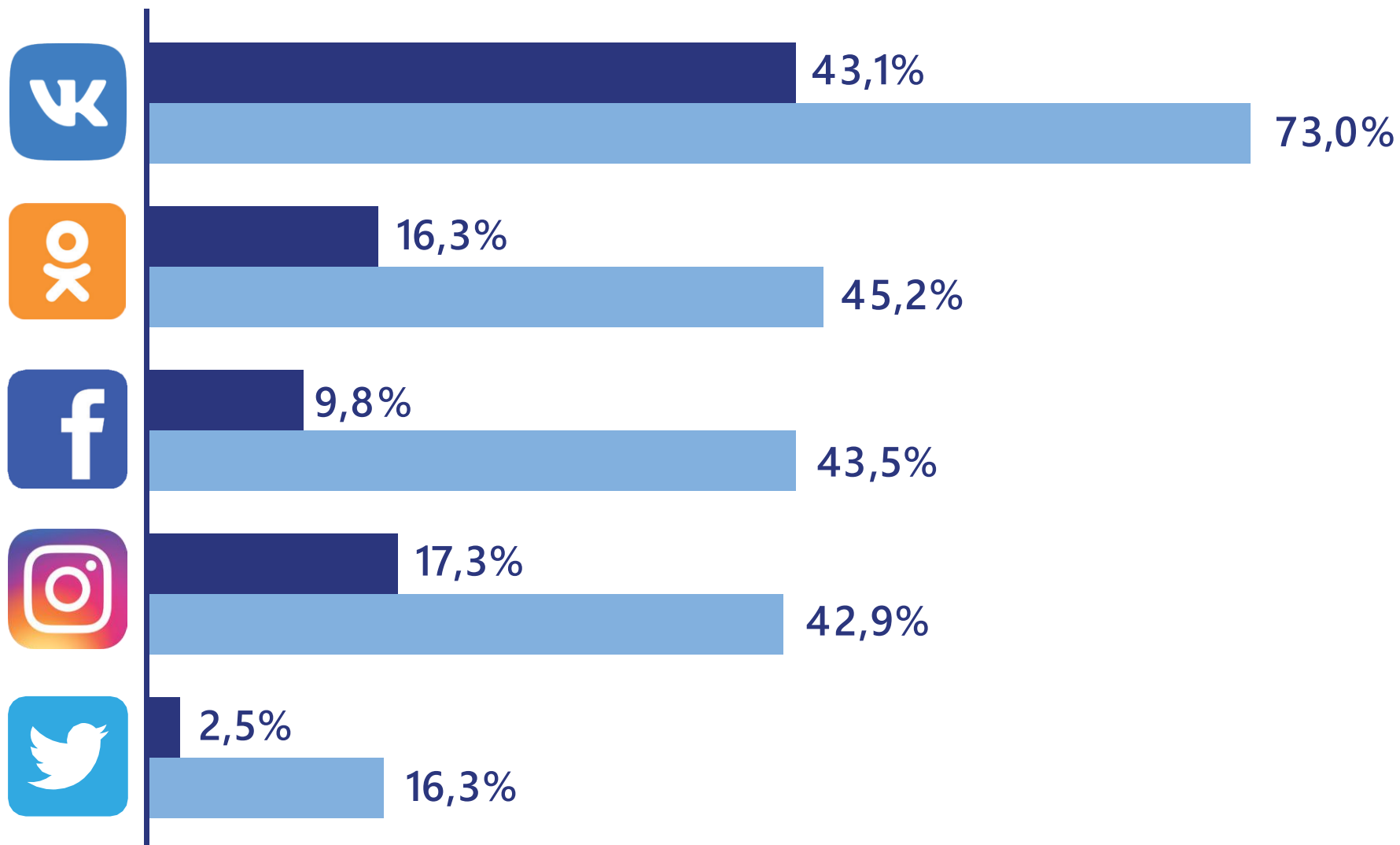


DAU

MAU

Источник информации:
SMM департамент телеканала Пятница

Самый охватный социальный сервис



DAU

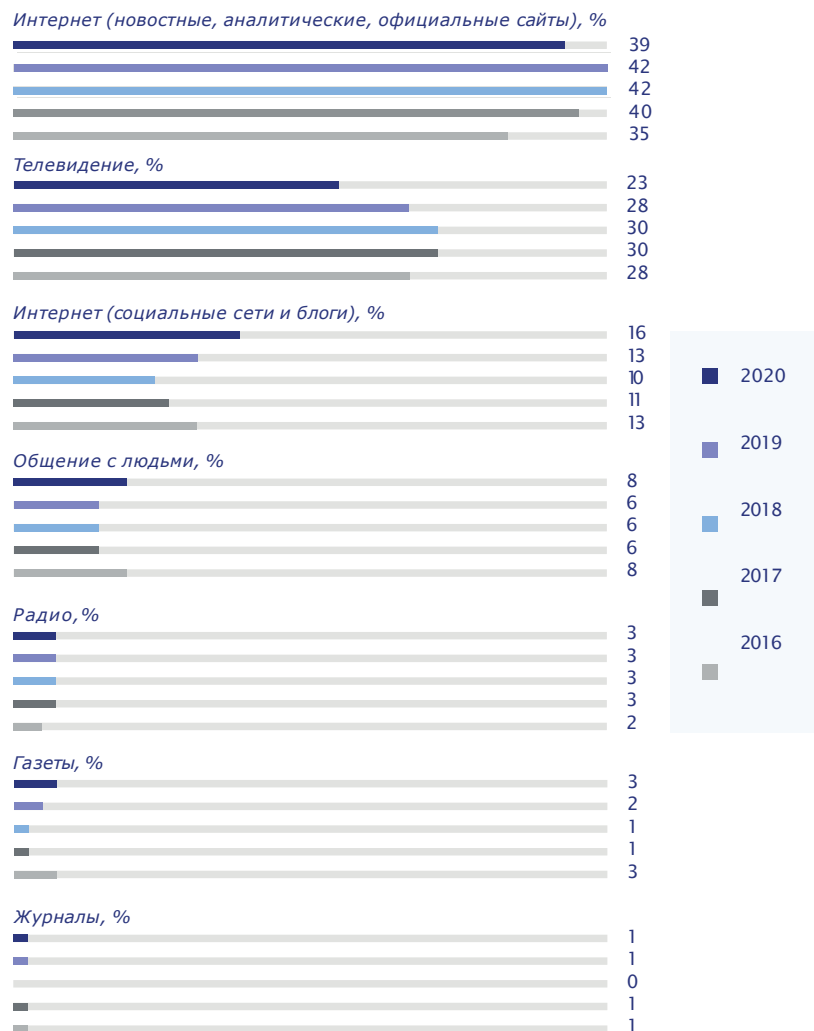
MAU

Источник информации:
SMM департамент телеканала Пятница

Рейтинг источников медиаинформации по уровню доверия



? Если одно и то же событие разные источники информации освещают по-разному (сообщают противоречивые сведения), то на какой из них Вы будете ориентироваться прежде всего? Какому источнику информации Вы доверяете больше?



Фокус-группа: 18–35 лет

Тренды

Интернет, в частности новостные, аналитические порталы и официальные сайты, — основной источник информации, которому доверяют 39% респондентов. Больше всего к информации из аналитических источников прислушиваются люди среднего возраста (35–39 и 45–49 лет).

На втором месте по уровню доверия — телевидение. Хотя доверие к этому источнику информации продолжает снижаться и в 2020 году снизилось на 5 п. п. по сравнению с прошлым годом, он по-прежнему опережает социальные сети, радио и газеты.

Особенности

Традиционно высокий уровень доверия телевидению выказывают более возрастные граждане 55–59 лет (32%) и старше 65 лет (36%), военнослужащие и сотрудники внутренних органов (36%), а также пенсионеры (32%).

Респонденты в возрасте 14–29 лет значительно меньше доверяют новостным и аналитическим сайтам в Интернете (36%), тогда как 43% респондентов в возрасте 45–59 лет доверяют этим источникам новостей.

Респонденты из небольших городов (с населением менее 500 тыс. человек) больше, чем респонденты из более крупных городов, доверяют новостям из социальных сетей (17%). 20% респондентов в возрасте от 14 до 29 лет доверяют больше новостям из социальных сетей.

Опрошенные с высшим образованием доверяют новостям из социальных сетей на 2 п. п. меньше, чем респонденты со средним образованием (15% против 17%).



«Основным источником информации для меня является Интернет, в частности социальные сети Твиттер и Telegram. Но в последнее время я больше прислушиваюсь к западным СМИ».

«Я читала статью в журнале только потому, что это была какая-то эксклюзивная информация, который нигде, кроме как в этой напечатанной статье, нельзя было найти. Но в целом я не читаю печатные газеты или журналы, поскольку сейчас у каждой газеты имеется свой сайт, на котором все можно найти».

Источник информации:
Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ.

Источники новостей



Официальные сайты (аналитические и новостные порталы) — один из ключевых способов получения информации для всех возрастных категорий опрошенных, включая молодежь (14–24 года) и пожилую аудиторию (старше 65 лет). При этом доля вовлеченности увеличивается вместе с возрастом аудитории. На втором месте продолжает оставаться телевидение.

Доля молодой аудитории (в возрасте до 34 лет) здесь ниже, чем в Интернете, а более взрослая аудитория активно использует телевидение в качестве источника новостей.

Социальные сети и блоги — привлекательный источник информации для более молодой аудитории (14–24 года) и (25–34 года). Интерес к ним снижается по мере увеличения возраста аудитории.

Изменение значимости источников новостей

Значимость социальных сетей и блогов растет с каждым годом. Так, например,

по сравнению с 2018 годом этот показатель увеличился на 10 п. п., (с 2019 годом на 3 п. п.). При этом, если в 2019 году значительный рост был зафиксирован в группе более молодой аудитории (до 34 лет), в 2020 году активно росла взрослая аудитория (старше 65 лет).

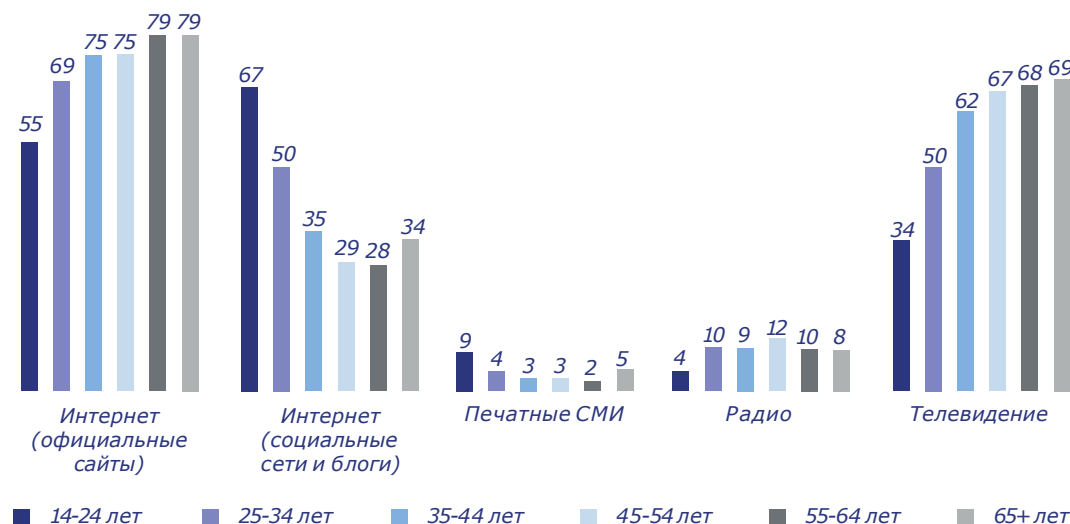
Новостные порталы и сайты, наоборот, теряют свою значимость среди всех возрастных категорий.

Топ-3 источника получения новостей в России

За 2020 год



? Выберите, пожалуйста, два ключевых источника, из которых вы получаете новости (%)



Источник информации:

Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ, Rambler Group.



Изменение медиаактивности в 2016–2020 годах

Индекс медиаактивности¹, п. п.

Тренды

В 2020 году из-за влияния режима самоизоляции значительно изменилась субъективная оценка изменений в процессе медиапотребления среди россиян: 96% респондентов отмечают рост потребления интернет-услуг (социальных сетей/видеофайлов/поисковых запросов).

Не смотря на то что доля респондентов, которые пользуются телевидением, сократилась на 3 п. п. по сравнению с 2019 годом, респонденты, которые продолжают пользоваться телевидением, отметили значительное увеличение активности его использования — +28 п. п. по сравнению с 2019 годом.

Это подтверждается данными о средней продолжительности использования телевидения (на 1 час в среднем больше, чем в 2019 году).

? Как Вы оцениваете изменение Вашей медиаактивности?

	2020	2019	2018	2017	2016
Интернет	+96	+62	+59	+66	+62
Просмотр телевизора	+28	-4	-7	-11	-8
Средний индекс	+23	+9	+7	+5	+6
Использование видеоигр	+11	+7	+4	+6	+4
Прослушивание радио	+10	+2	0	-3	-4
Электронные книги	+9	+27	+29	+29	+31
Чтение печатных изданий книг	+6	-9	+12	-18	-16
Чтение печатных СМИ	+4	-20	-26	-22	-24
Посещение кинотеатра	-	+4	+4	+3	0
Посещение театра/концерта	-	+2	+6	-2	0

Особенности

Наибольшее увеличение активности просмотра телевидения наблюдается в Приволжском и Уральском ф. о. (33%). Рост на 4% выше, чем в среднем, в использовании радио наблюдается в Приволжском ф. о. (+14%). В Центральном ф. о. прирост также выше среднего показателя (13%).

1. Респонденты в возрасте 14–29 лет также сообщают о наиболее высоком росте активности просмотра телевидения (+30%), чем респонденты других возрастов. Индекс медиаактивности рассчитывается по формуле баланса: [доля тех, кто отмечает увеличение активности – доля тех, кто отмечает снижение активности]

2. Включает в себя использование Интернета с целью поиска информации, общения в социальных сетях и просмотра видеоматериалов в режиме онлайн

Необходимые кадровые ресурсы для развития Башинформ

Башинформ стремится стать главным информационным порталом республики с разнообразным контентом. Сотрудники Башинформа делают около 2500 новостей в месяц о наиболее важных событиях, происходящих во всех сферах жизни республики, взаимодействуют со всеми ведомствами. Контент создают 15 человек.

На данный момент для развития нужны следующие специалисты:

обозреватель для создания аналитических материалов, проработка тем на 360° (2 человека)

видео-группа для создания сюжетов (2 человека)

пиар-специалист (1 человек)

журналист для создания контента на башкирском языке (2 человека)

руководитель пресс-центра (1 человек)



Проблемы SMM департамента

▶ В SMM отделе работает всего два человека, которые занимаются продвижением всех аккаунтов и посевом новостей в режиме 14/7;


▶ Недостаточно видеоконтента. Видео – это эмоции. Люди любят эмоции. В планах – подача контента в телевизионном формате, с ведущим в кадре. Это будет первый подобный опыт для нетелевизионного СМИ в Башкирии;

▶ «Башинформ» не ведет свой канал на Ютуб;


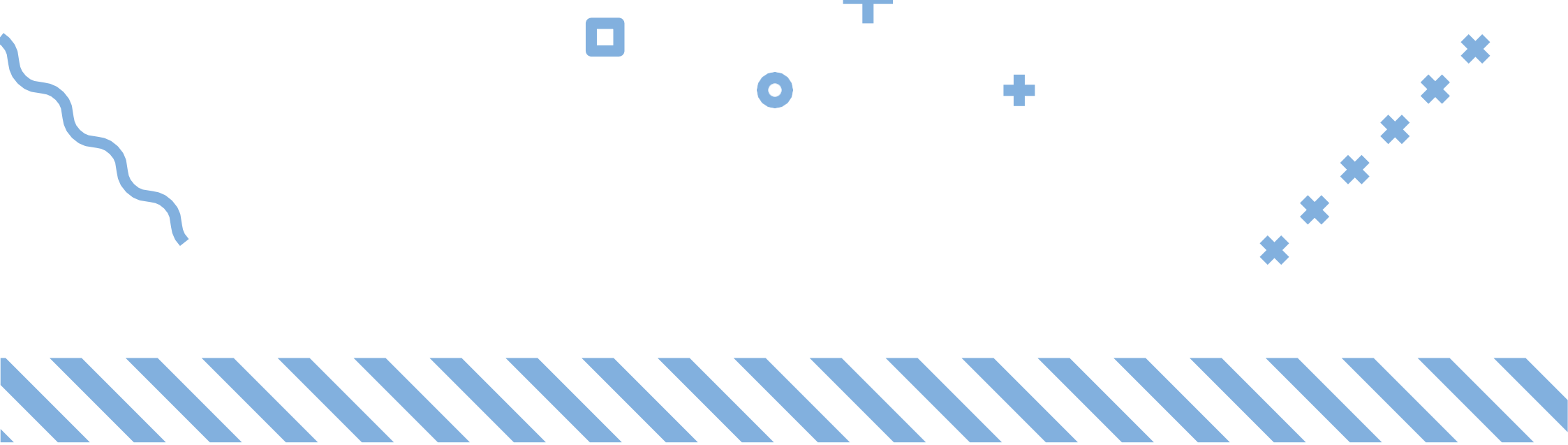
▶ Нет специалистов и соответствующего оборудования для выполнения съемочных работ;

▶ Башинформ не присутствует в пабликах, размещающих новости СМИ за деньги. Например, «Башкирия. Новости Уфы и РБ» (120 тыс подписчиков), «Салават Юлаев News» (106,6 тысяч подписчиков) и «Салават Юлаев | Фан-клуб Green Machine Уфа» (119,9 тысяч). Есть смысл заложить бюджет на размещение «ключевых новостей» за денежные средства.



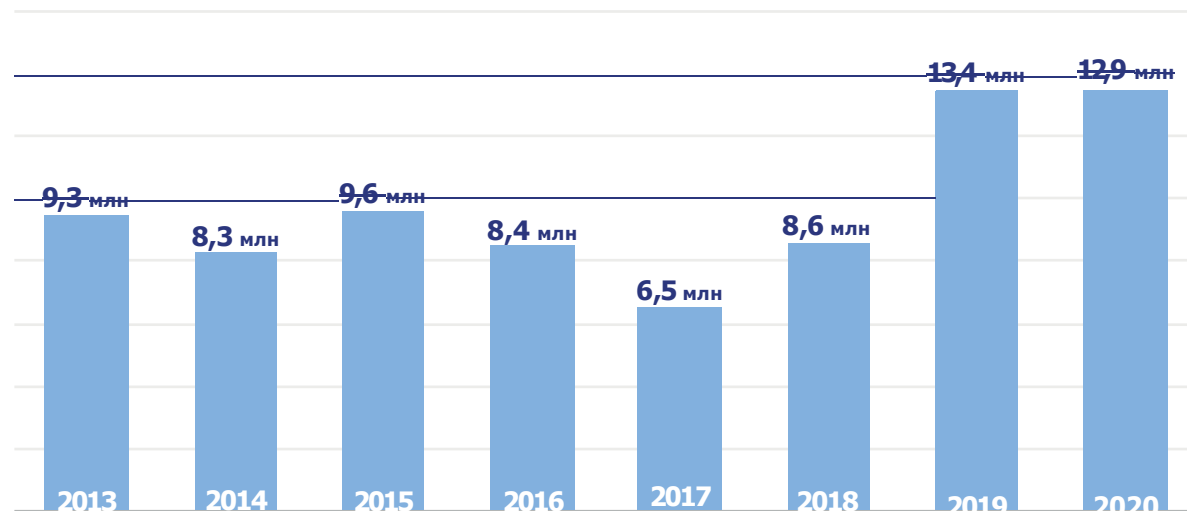


**Продажи рекламного инвентаря
ресурсов ИА «Башинформ»**



Анализ продаж информационных продуктов АО ИА «Башинформ» 2018-2020. Перспективы развития

Динамика продаж сайта www.bashinform.ru 2013-2020 гг



2013-2015 – период активного интереса к Интернет-СМИ, органический рост

2015-2018 – смена приоритетов аудитории, переход на смартфоны, смерть баннерной рекламы

2019 год – переход на продажу нативных материалов (реклама теперь выглядит как редакционный контент)

2018-2020 года – продажа освободившихся баннерных мест федеральным партнерам (Яндекс)

Влияние пандемии на продажи сайта www.bashinform.ru в 2020 г.

	янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг	сент	окт	нояб	дек	ИТОГ
2019	0,59	0,91	0,91	1,18	1	0,9	1,1	1,1	1,3	1,3	1,3	1,6	13,4
2020	0,79	1	1,3	1,25	0,9	1	1	1	1,3	1,08	1	1,3	12,9

Данные без НДС 20%

! По данным АКАР за 2 Q 2020 года Интернет-реклама в России впервые упала, потеряв 9%, по итогам полугодия, рост составил 1%.

! Переход на повышенный НДС повлечет повышение цен на 20%. Малый бизнес может отказаться от сотрудничества.

1Q – улучшение показателей 2019 года

2,3 Q – сохранение позиций

4 Q – снижение сборов на 0,1 млн и уменьшение прибыли из-за НДС 20%

Итог года - общие сборы выросли на 8,6% от 2019 года, но из-за НДС в 4Q общая прибыль упала на 3,7%.

План продаж информационных продуктов АО ИА «Башинформ» 2018-2020. Перспективы развития

Проблемы сайта www.bashinform.ru в 2020 г.

►Пандемия

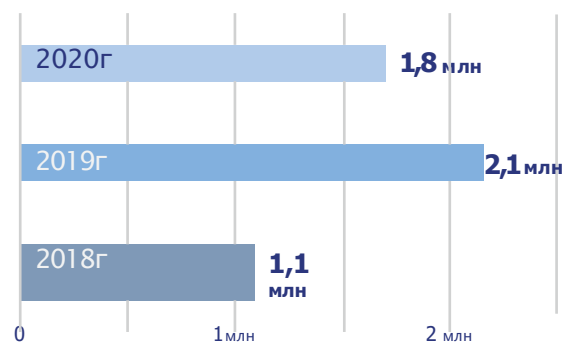
►Снижение доходности от продаж баннерных мест федеральным партнером (Яндекс). Причина – падение стоимости баннерной рекламы на федеральном рынке. Показываем рекламу больше, а получаем меньше.

►Не перешли на новый дизайн сайта (все конкуренты это сделали в конце 2019 года)

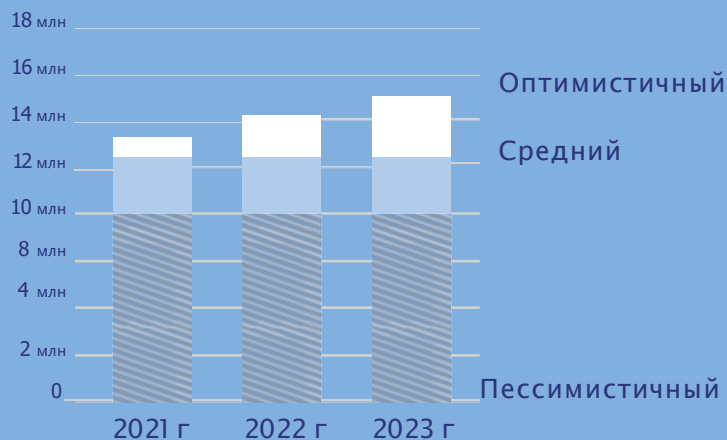
►Отсутствие сформированного позиционирования ИА «Башинформ» как СМИ (о чем мы пишем, для кого именно, миссия, визуализация и отстройка от конкурентов)

►Большая часть бюджетов местных компаний переходит в социальные сети и рекламу через блогеров

Доходы от Рекламной сети Яндекса в 2018-2020 году



План продаж 2021-2023 гг (без учёта НДС)



Для осуществления оптимистичного плана важно решение поставленных задач на 2021 год.

Задачи для решения в 2021 г.

- Формирование позиционирования ИА «Башинформ» как СМИ и запуск промо-кампании
- Переход на новый дизайн сайта с более гибким техническим функционалом
- Развитие дополнительных форматов редакционного контента помимо существующих
- Более активные продажи в социальных сетях ИА «Башинформ» через создание специализированного контента для разных площадок

Маркетинг и PR ИА Башинформ



Цель продвижения:

рост узнаваемости и доверия к бренду ИА Башинформ среди жителей Республики Башкортостан, расширение аудитории (привлечение новых читателей), увеличение трафика на сайте.



Инструменты продвижения ИА Башинформ как медиа-бренда:

- ▶ Создание медиа-площадки (пресс-холла), точки медиа-притяжения федерального и республиканского уровня для проведения off-line и on-line информ событий.
- ▶ Развитие собственных социальных сетей как коммуникационных площадок среди жителей РБ, тематическое SEO продвижение ИА Башинформ в поисковых системах
- ▶ Коллаборация с НКО для реализации социально значимых проектов
- ▶ Создание медиа-школы ИА «Башинформ»
- ▶ Реклама в СМИ – все виды средств массовой информации (Интернет, телевидение, печатные издания)
- ▶ Размещение ИА «Башинформ» на билбордах и электронных экранах РБ.
- ▶ Создание коллекции официальной продукции с символикой Башинформа
- ▶ Организация на базе ИА «Башинформ» ключевых и отраслевых ивентов в РБ



Автоматизированная информационная система «Административная панель средств массовой информации Республики Башкортостан».

154 сайта

6 языков народов
Республики
Башкортостан

70 сайтов
на русском

50 сайтов
на башкирском

32 сайта
на татарском

7 сайтов включая
марийский, удмуртский,
чувашский

11 Республиканские
газеты

15 Республиканские
журналы

125 Городские
и районные газеты

башинформ.рф
информационное
агентство

общественная
электрогазета.рф

BASH .NEWS

Цель – создание централизованной системы управления 154 сайтами государственных СМИ.

Задачи:

- ▶ Создание механизма «одна кнопка управления» всеми сайтами;
- ▶ Системный запуск информационных кампаний;
- ▶ Создание системы информирования целевой аудитории посетителей сайтов, на основе данных по языку, полу, возрасту, доходу, географии;
- ▶ Ротация контента одновременно на сайтах всех республиканских СМИ;
- ▶ Создание механизма публикации материалов на сайтах республиканских СМИ с мобильных устройств;
- ▶ Увеличение мобильности редакторов сайтов;
- ▶ Создание масштабируемой системы управления сайтами;
- ▶ Создание современного, интуитивно понятного дизайна сайтов республиканских СМИ;
- ▶ Увеличение конверсии – повышение продаж подписки изданий, подписка на платные материалы, увеличение продаж цифрового контента.



SWOT анализ

«Административная панель средств массовой информации Республики Башкортостан».



Сильные стороны

- ▶ Единая централизованная система управления сайтами СМИ РБ.
- ▶ Информационное влияние на посетителей из различных регионов России.
- ▶ Оперативное реагирование и влияние на информационную повестку.
- ▶ Возможности быстрого агрегирования и распространения материалов по всем изданиям.
- ▶ Доверие населения к государственным СМИ.
- ▶ Профессиональная команда редакторов.
- ▶ Возможности целевой сегментации аудитории, по полу и возрасту.

Возможности

- ▶ Увеличение доли на рынке СМИ в Республике Башкортостан.
- ▶ Мгновенное создание новых сайтов на платформе.
- ▶ Добавление и перенос существующих сайтов на новую платформу.
- ▶ Увеличение рейтинга поисковых систем.
- ▶ Интеграция с информационными системами.
- ▶ Новые виды контента 3d фото и видео.
- ▶ Оперативное информационное освещение о государственной повестке и программах.

Слабые стороны

- ▶ Недостаток компетенций технических администраторов сайтов.
- ▶ Территориально распределенная система редакций и администраторов сайтов, латентное управление.
- ▶ Недостаточная периодичность публикации материалов.
- ▶ Отсутствие единых механизмов контроля за наполнением и оформлением сайтов.
- ▶ Устаревший дизайн страниц сайтов.
- ▶ Низкие показатели посещаемости сайтов государственных СМИ.
- ▶ Отсутствие возможностей оперативного распространения информации по всем сайтам.

Угрозы

- ▶ Утрата влияния.
- ▶ Агрессивная оппозиционная повестка.
- ▶ Влияние федеральных лидеров общественного мнения.
- ▶ Низкий фонд оплаты труда редакций.
- ▶ Санкции иностранных поисковых систем.
- ▶ Блокировка каналов продвижения в социальных сетях.
- ▶ Цифровизация отрасли.

Единый портал РБ в сфере бизнеса и инвестиций INVESTRB.RU

INVESTRB.RU

портал РБ в сфере бизнеса и инвестиций.
Более 100 видов услуг для бизнеса
в консультации в режиме онлайн

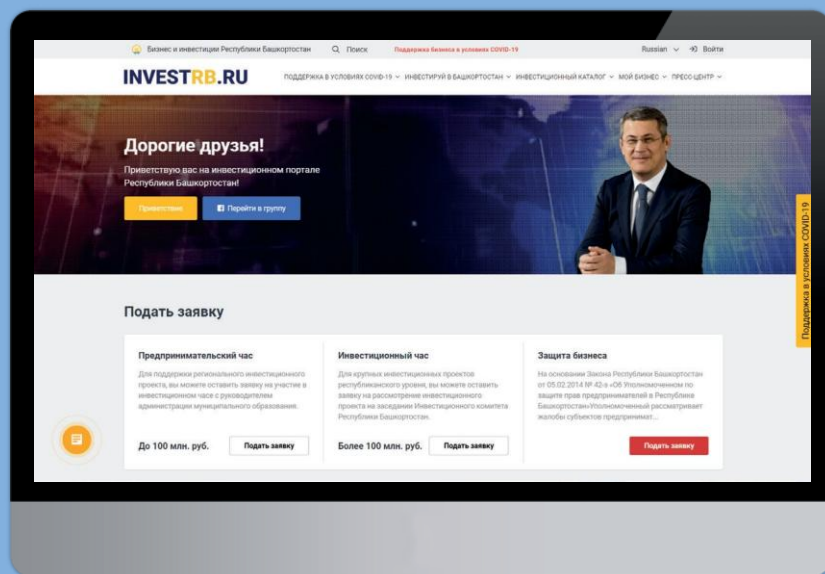
Investrb.ru в web-аналитике за 1 месяц:



6154
Уникальных
посетителей



22922
Просмотров
в месяц



Цель портала:

Повышение инвестиционной и предпринимательской активности, привлечение инвестиций в развитие экономики и социальной сферы Республики Башкортостан.

Опции портала:

- ▶ INVESTRB.RU: более 100 видов услуг для бизнес-консультации в режиме онлайн.
- ▶ Форма подачи инвесторами заявок на «Инвестиционный час»
- ▶ Форма подачи заявок на «Предпринимательский час»
- ▶ Форма обращения к Уполномоченному по делам предпринимателей РБ
- ▶ Форма обратной связи с посетителями
- ▶ Инвестиционная карта
- ▶ Бизнес-помогатор, функции для регистрации предпринимателей на Инвестчас и т.д.

Summary:

ИА «Башинформ» является единственным информационным агентством Республики Башкортостан, которое представляет интересы РБ и органов власти в информационном интернет-поле РФ, СНГ и мира.

Согласно социологическим исследованиям, более 40% россиян получают информацию через социальные сети и информационные сайты в интернете. На этом фоне работа команды ИА «Башинформ» становится наиболее ценной, важной и влиятельной. Сегодня силами 15 пишущих журналистов готовится до 2500 новостей в месяц.

По данным веб-аналитики, 2018-2020 годы стали прорывными и вывели Республику Башкортостан в лидеры медиа-рейтингов региона и его руководства в интернет-пространстве России.

Государство, как и прежде, продолжает развивать и увеличивать финансирование «традиционных медиа» - газет, печати, ТВ, радио:

- ▶ ГУП ТРК – 734 млн рублей;
- ▶ Издательский дом – 459 млн рублей;
- ▶ ИА Башинформ - 70 млн рублей.


Увеличение финансирования ИА «Башинформ» в последние годы носило целевой характер под проекты, не связанные с основным производством («Инцидент менеджмент», АИС, Инвест-портал). Финансирование информационной ленты агентства остается неизменным последние 5 лет: 45-50 млн рублей в год.




Summary:


В данном контексте, предлагаем часть финансовых ресурсов диверсифицировать на развитие ИА «Башинформ».

Дальнейшее эффективное развитие, создание конкурентоспособного информационного поля, оперативного и профессионального отзыва на информационные процессы в республике **ТРЕБУЮТ УСИЛЕНИЯ ИА "Башинформ"**

- 
- материальными ресурсами,
 - укрепления команды профессиональными кадрами с открытого рынка,
 - обучения команды,
 - закупки современного мультимедийного оборудования.

Дополнительные 30 млн рублей позволят обеспечить

- 
- качественный перевес в контенте,
 - эффектутивно продвигать смысл в сообществах,
 - донесение основных смыслов до электората,
 - противостояние негативным интервенциям недружественных информационных источников,
 - закрепить информационный бренд Башкортостана, позитивный имидж правительства республики.

The background is white with various blue decorative elements. In the top left, there are diagonal dashed lines. In the top right, there is a large blue semi-circle overlapping a dotted circle. In the bottom left, there is a grid of small 'x' marks. In the bottom right, there is a wavy blue line. Scattered throughout are various geometric shapes: a circle, a diamond, a cross, and a plus sign.

Рәхмәт!
Спасибо!
Thank you!