

case:

Конвергентная редакция сайта dengi.ua и журнала «Деньги»

Сайт dengi.ua: от «зеркала» журнала к самостоятельному интернет-ресурсу.

Все, сказанное далее, является исключительно личной точкой зрения докладчика - главного редактора журнала «Деньги»

Первый этап развития сайта: 2006-2007 гг.

Что делали:

- **Еженедельное обновление контента, наполнение интернет-версией журнала.**

Результаты:

- **Около 1000 уникальных посетителей в сутки**
- **глубина просмотра – 4,5-6**

Второй этап развития сайта: 2007-2009 гг.

Что делали:

- **онлайн-лента новостей.**
- **наполнение интернет-версией журнала.**
- **Онлайн-сервисы(подбор вариантов финансовых услуг из предлагаемых на рынке, калькуляторы, форум, блоги)**
- **Первый редизайн сайта(внешний и внутренний)**

Результаты:

- **Около 10 000 уникальных посетителей в сутки**
- **глубина просмотра – 2,0-2,2**

Инструментарий второго этапа

Команда контент-редакторов, анализ запросов пользователей, обособленное от журнала существование.

Сайт “пересекался” с журналом(с редакцией журнала) только в части журнального контента.

Источники онлайн-контента – покупаемые новости, цитируемые источники.

Третий этап развития сайта: 2010-... гг.

Что делали:

- онлайн-лента новостей.
- наполнение интернет-версией журнала.
- Онлайн-сервисы(подбор вариантов финансовых услуг из предлагаемых на рынке, калькуляторы, форум, блоги)
- онлайн-новости от редакции журнала. Сегментирование новостного контента журнал\сайт.
- интерактивные сервисы
- Второй редизайн сайта(и внутренний, и внешний)

Результаты за первые 5 месяцев:

- Около 15 000 уникальных посетителей в сутки
- глубина просмотра – 2,4-2,9

Инструментарий третьего этапа

Команда контент-редакторов, анализ запросов пользователей. ЭТО БЫЛО И ЭТО ОСТАЛОСЬ

Сайт “пересекается” с журналом(с редакцией журнала) в части онлайн-новостей.

Источники онлайн-контента – покупаемые новости, цитируемые источники, работа собственных корреспондентов(редакция журнала).

Что получает журнал

Редакции стало работать сложнее, но она точнее видит потребности аудитории.

Мы перешли в “смешанный” режим, осваиваемся в нем.

Вылезают новые проблемы, хотя уже решаются старые.

Редакция работает параллельно в двух стилистиках – это интересно, но опасно.

Аудитория журнала по замерам TNS (MMI) вошла в группу лидеров сегмента «деловая пресса».

Что получает сайт

Мы получили прирост уникальных посетителей примерно на 40%

Ядро аудитории выросло вдвое.

Число хитов выросло примерно на 60%.

Мы довольны? НЕТ!

С точки зрения стратегии – путь правильный.

С точки зрения сиюминутных результатов - нам сложно конкурировать с сайтами, которые тупо покупают трафик и копируют контент (почти) без указания на источники.

**Конвергентная редакция – дорогое удовольствие!
Нужно быть готовым защищать свой приоритет.**

Наши выводы?

Мы видим смысл в продолжении развития сайта – третьей его платформы.

Мы будем и дальше бороться с несанкционированным использованием нашего контента – это одна из самых больших угроз. Есть успехи, но их явно недостаточно.

Почему? “Украсть дешевле, чем сделать” – сейчас это так. Пока это так. Мы рассчитываем, что “украсть дешевле” – это ненадолго. Как этого добиться – не знаем. Честно. Пока не знаем.

О чем предлагаю поговорить и поспорить:

Как защитить дорогой контент?

Как добиться адекватной выдачи поисковыми системами?

Личные ожидания от конвергенции