

За тремя зайцами

Свое сегодняшнее состояние мы определяем, как погоню сразу за тремя зайцами: практически равные силы вкладываем в развитие сайта, соцсетей и газеты. Вариантов выбрать одно направление — нет. Что получится в конечном итоге — спрогнозировать трудно



*Диана Горбань,
главный редактор
газеты «Голос правды»,
Краснодарский край*

ПРИНТ

Мы не строим иллюзий и не успокаиваем себя тем, что газета — это искусство, которое будет жить вечно. Количество подписчиков не растет. Тираж, в целом, держим, но думаем, что необратимое падение все ближе. По понятным причинам, теряем тех, для кого газета была главным источником информации о местных событиях.

Наш плюс по-прежнему — собственная доставка. Несколько лет назад мы полностью ушли от Почты России. Это позволило нам держать цену на подписку в пределах 560 рублей и не повышать ее четыре года. Доходы от подписки, при всех сложностях — это самая стабильная статья, в отличие от сайта и соцсетей. И, конечно, если мы хотим их удержать, то в газету нужно вкладываться — новыми проектами,

идеями, интересными темами и современным визуалом. К слову, несколько лет назад мы кардинально поменяли дизайн, сейчас готовим его обновление. Понимаем, что встречаются «по дизайну», но если нет крепких профессиональных текстов, то никаким визуалом внимание читателя не удержать. Поэтому мы много пишем о проблемах территории, готовим местную аналитику, истории о людях. У нас есть своя система спецпроектов. Часть из них — имиджевые, часть дают хороший доход.

1. Зеленый номер:

- 55 авторов;
- силы, время и мозги одного корра;
- 30 тысяч зарабатываем на рекламе.

2. Выпускной на страницах «Голоса правды»:

- 23 школы района;
- 52 выпускных класса (9-е и 11-е);
- фото — бесплатно;
- поздравления — от 500 до 1000 рублей;
- подарочный экземпляр — для каждого выпускника.

3. Урожайный номер:

- более 500 фамилий передовиков;
- коммерческие, имиджевые материалы о сельхозпредприятиях и фермерах;
- поздравления тружеников от руководителей.

4. Поздравь маму (к Дню матери):

- 28 полос с поздравлениями;
- 755 поздравлений;
- 455 фотографий;
- все — бесплатно;
- реклама идет плохо.

В этом году мы ведем еще два проекта. Первый — «**За чистый ерик**», где рассказываем о проблемах восстановления и очистки Полтавского ерика. Создали при редакции Общественный совет из числа неравнодушных людей, опытных мелиораторов. Их в качестве экспертов привлекаем к обсуждению проблемы в наших публикациях.

Второй проект этого года — «**Жизнь на воде**». Он родился из нашего Инстаграм-аккаунта, где не-



сколько месяцев мы снимали короткие видео о животном и растительном мире Полтавского ерика.

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Мы почти не получаем обычных писем: их заменили обращения в Whatsarr на редакционный телефон, электронную почту и в личные сообщения на-

ших аккаунтов в соцсетях. Жалоб, предложений, мнений много, и каждое утро мы начинаем с их распределения между журналистами. А каждую неделю в газете выходит «Народная приемная» с ответами ответственных лиц на это обращения. Часто это — целый разворот. Обратную связь мы поощряем и в этом видим один из способов «держат» подпис-





чиков. Ну и, конечно, истории о людях и про людей. Наверное, этот тренд будет востребован всегда.

САЙТ

По итогам октября наш сайт вошел в число самых посещаемых на Кубани — у нас 8-е место с нашими 392 тысячами уникальных посетителей. С одной стороны — это радует, потому что трафик дает деньги. С другой — это не всегда стабильная история.

Гугл и Яндекс регулярно меняют алгоритмы, и каждый раз приходится к ним приспосабливаться.

Наш сайт существует несколько лет, и мы понимаем, что многое уже нужно менять.

К примеру, традиционный рубрикатор: **от рубрик нужно переходить к форматам**. Но вопрос — как к этому отнесутся алгоритмы Яндекса и Гугла — пока для нас остается без ответа.

Недавно впервые сделали SEO-аналитику. Рекомендуем всем, но не через программы. Мы нашли специалиста, который сделал аудит вручную. Обнаружили массу технических моментов, которые требовали доработки, переделки и т.д., напрямую влияли на работу сайта.

SEO-аналитика нам показала, что, работая над контентом, мы упускаем техническую часть. Главная трудность в этом — отсутствие IT-специалистов внутри редакции. Их нужно искать на стороне.

Источник трафика сайта

С 1 января по 31 октября 2020 г.

Яндекс Дзен	5,67 млн — 80%
Яндекс	581 669 тыс. — 10%
Google Discover	459 577 тыс. — 7%
Google	134 469 тыс. — 2%
Android-app	57 639 тыс. — 1%

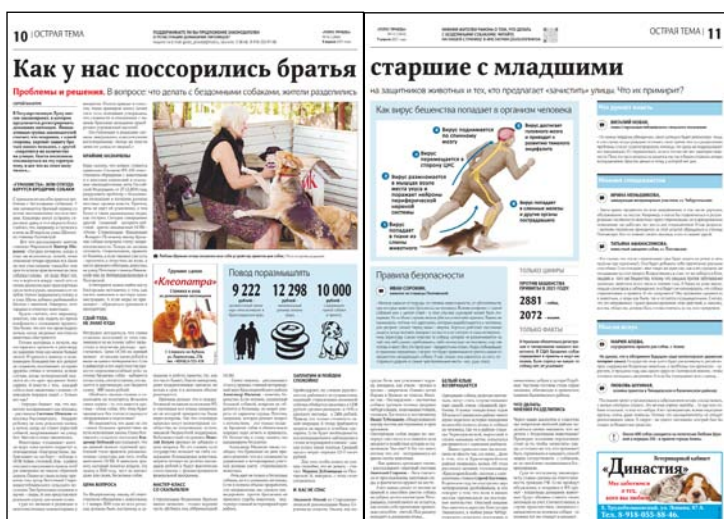
С 1 января — 31 октября 2021 г.

Яндекс Дзен	1,49 млн — 33%
Google Discover	1,02 млн — 25%
Google	948 500 тыс. — 21%
Smi2.ru	520 500 тыс. — 14%
Яндекс	119 800 тыс. — 5%

СОЦСЕТИ

Наш третий заяц, за которым мы гонимся — соцсети. Там мало денег, но много обратной связи. Многие темы, идеи, предложения, мнения для газеты мы берем оттуда. Но наша конечная цель — создать площадку для общения жителей района там, где это им удобно.

Соцсети дают нам небольшой доход. Средняя стоимость поста 200 рублей, в месяц зарабатываем 20–25 тысяч рублей. Понятно, что это мало. Но реклам-



ный рынок нашей территории — это в основном услуги. Платить больше малый бизнес не может.

Какие видим перспективы?

В Инстаграм, во ВКонтакте, в Одноклассниках и в Телеграме у нас почти 38 тысяч подписчиков. А совокупная аудитория самых популярных пабликов в районе — больше 150 тысяч. Мы их каждый месяц мониторим и видим, что они растут вместе с нами. В Инстаграм на 51 тысячу трудоспособного населения района у нас 16,5 тысячи подписчиков. Мы уже почти выбрали всю органическую аудиторию. Последний год она не растет так, как раньше. Кроме

того, почти не работают конкурсы, и количество призов больше не является мотивацией. Но имеющийся небольшой рост — стабильный, до 100 человек в неделю.

Во ВКонтакте у нас 4,5 тысячи подписчиков, здесь нас в свое время опередили конкуренты: сеть «подслушек» по населенным пунктам существует с 2008 года. Мы упустили свои возможности еще в то время. Так что пенять не на кого.

Другая проблема: аудитория районного паблика более размытая. Преимущество «подслушек», «типичек» — в их локальности. У нас была мысль создать сеть своих локальных пабликов в отдельных станциях и поселках, есть некоторые идеи. Но вся проблема в людях. Катастрофически не хватает кадров.

ДЕНЬГИ

«Пока держимся» — так можно охарактеризовать экономическую ситуацию нашей редакции. Мы вернулись на «допандемийные» цифры по доходам.

В этом году подросла реклама в газете: прежде всего, имиджевая.

Стало больше чем в прошлом году публичных слушаний, извещений от физических лиц.

Относительно неплохо — около 100 тысяч рублей в месяц дает сайт (Гугл и Яндекс). Сохранили доходы от сдачи помещений в аренду: мы не подняли цены в пандемию, и они у нас процентов на 20 ниже, чем в среднем по рынку в районе.

У нас есть наружные рекламные поверхности. Они дают, не постесняюсь называть цифру — 170 тысяч рублей в год. В масштабах региональных СМИ, это, наверняка, крохи. А для нас — доход, которым мы не можем пренебречь.

Муниципальный и краевой контракты в объеме доходов за 9 месяцев — всего 8% от бюджета. Поэтому мы привыкли рассчитывать по большей части на себя. Не пренебрегаем любыми возможностями заработать: **сдаем в почасовую аренду конференцзал и даже старый автомобиль, который просто жалко продать за копейки.** А еще продаем открытки и календари.

И нас здорово выручает типография: мы изготавливаем 125 видов бланков, журналов, буклетов, этикеток. Два человека, работающие здесь, кормят двух журналистов.

&

ДОХОДЫ: ТИПОГРАФИЯ

Цены не поднимали, работали в долг, с рассрочкой.

РИЗОГРАФ МАРКИ RISO SF5350 EP E

2 ЧЕЛОВЕКА ЗАРАБАТЫВАЮТ

4,5 МЛН РУБЛЕЙ И

2 ЧЕЛОВЕК «КОРМЯТ»