

Медиа и эффективность

Способы тактического управления редакцией в современных условиях

Рекорды РБК

2550 пунктов цитируемости

(данные сентября 2017: Медиалогия)

27 млн посетителей, **213 млн** просмотров

(данные сентября 2017: Яндекс-метрика)

Это лучшие показатели в истории РБК

Главные шаги

- Оптимизация внутриредакционных процессов
- Постоянный анализ основных направлений
- Технологичность
- Конкуренция не только снаружи, но и внутри
- Уважение к человеческому фактору: роботы не заменят живых людей

Ключевые проблемы

Пропасть между редакцией и аналитикой – сложность коммуникации между разными командами

Большое количество данных, которые сложно объединить

Реактивный, а не проактивный подход: узнаем о проблемах слишком поздно

Отсутствие детализации на уровне отдела, на уровне отдельного журналиста

Геймификация аналитики

- Медальки – это хорошо, но не главное
- Главное – это перманентное взаимодействие с аналитикой, рост пользовательского опыта
- Сегодня – ты **«новичок»**, а завтра – **«гуру»**

Особенности аналитики

- Время публикации ключевых материалов
- Мониторинг конкурентов
- Почасовой мониторинг потребления (уметь сравнивать часовые отрезки)
- Дашборды как инструмент
- Алерты как инструмент

Предиктивность – будущее аналитики

Новые аналитические подходы и системы уже близки, чтобы ответить на одновременно простые и очень сложные вопросы:

О чем написать?

Как это написать?

Когда это написать?

Для кого это написать?

Контакты

Иван Макаров

i.makarov@rbc.ru

Telegram: @makkiivan

Спасибо!