

# «ВОЛШЕБНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

## КАК ПРОДВИГАТЬ РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕДИА ПРИ МИНИМАЛЬНЫХ ЗАТРАТАХ

**МАРИНА ШЕЙНА**

Журналист, медиаменеджер,  
член экспертного клуба «Мастерской новых медиа»





# МАРИНА ШЕИНА



**ЖУРНАЛИСТ, МЕДИАМЕНЕДЖЕР,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО КЛУБА  
«МАСТЕРСКОЙ НОВЫХ МЕДИА»**

**Более 10 лет работы в медиа, в журналистике, PR,  
в самых разных регионах России:**

**в 19 лет пресс-секретарь федерального  
кинофестиваля «Россия»**

**в 27 лет региональный редактор ТАСС**

**в 30 лет заместитель гендиректора – руководитель  
центра спецпроектов и планирования медиахолдинга  
РБК Юг, Ведомости Юг, Деловая газета.Юг**

**в 33 года преподаватель на медиафакультетах в ЮФУ, ДГТУ,  
РГЭУ (РИНХ)**



**+7(950)640-65-18**



**i@msheina.ru**



**@sheina\_m**



## МАЛОБЮДЖЕТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА



### БЫТЬ **КРАСИВЫМ** КАК ЭЛЛИ

Продвижение через **красоту**: корпоративную культуру, дизайн и стиль медиа, визуальную коммуникацию



### БЫТЬ **УМНЫМ** КАК СТРАШИЛА

Продвижение через **ум**: эксклюзивы, рейтинги, премии, конкурсы и работу с экспертами



### БЫТЬ **ДОБРЫМ** КАК ДРОВОСЕК

Продвижение через **доброту**: сотрудничество с другими СМИ, партнёрами и соцпроекты



### БЫТЬ **ХРАБРЫМ** КАК ЛЕВ

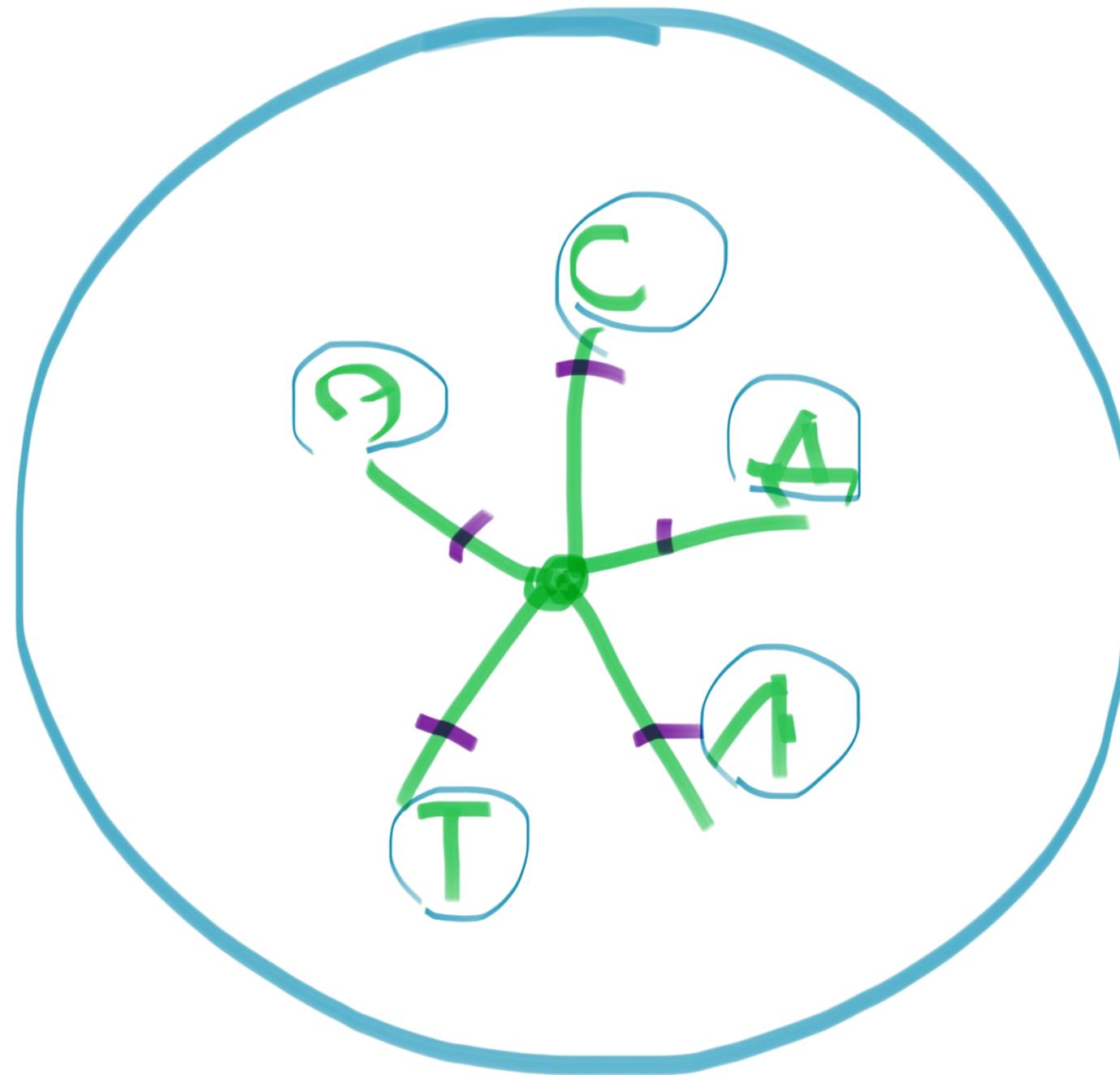
Продвижение через **храбрость**: смелость быть не таким, как все, разрыв шаблонов



### БЫТЬ **ВЕРНЫМ** КАК ТОТОШКА

Продвижение через **верность**: командный дух и поддержку внутри СМИ

## СУПЕРСИЛА ПЯТИ ПЕРСОНАЖЕЙ





## БУДЬ КРАСИВЫМ КАК ЭЛЛИ!

**Продвижение через красоту:  
корпоративную культуру, дизайн  
и стиль медиа, визуальную  
коммуникацию**

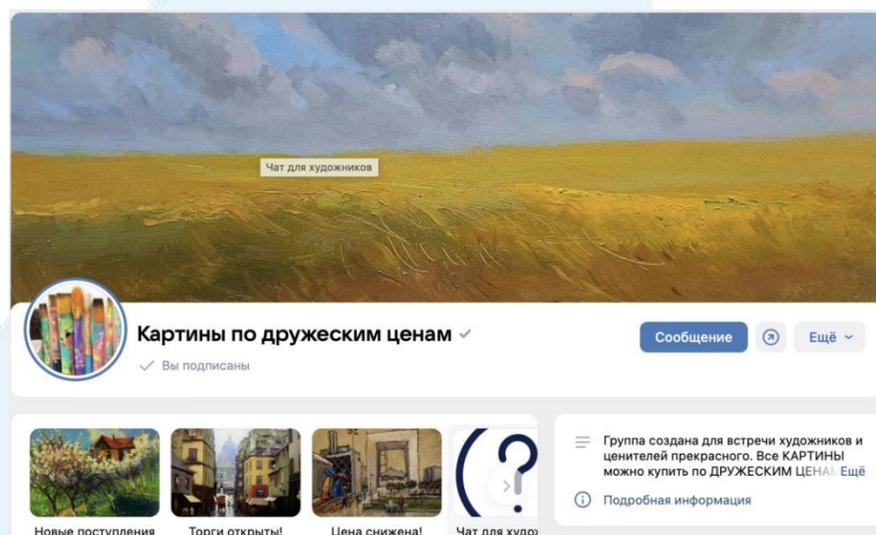
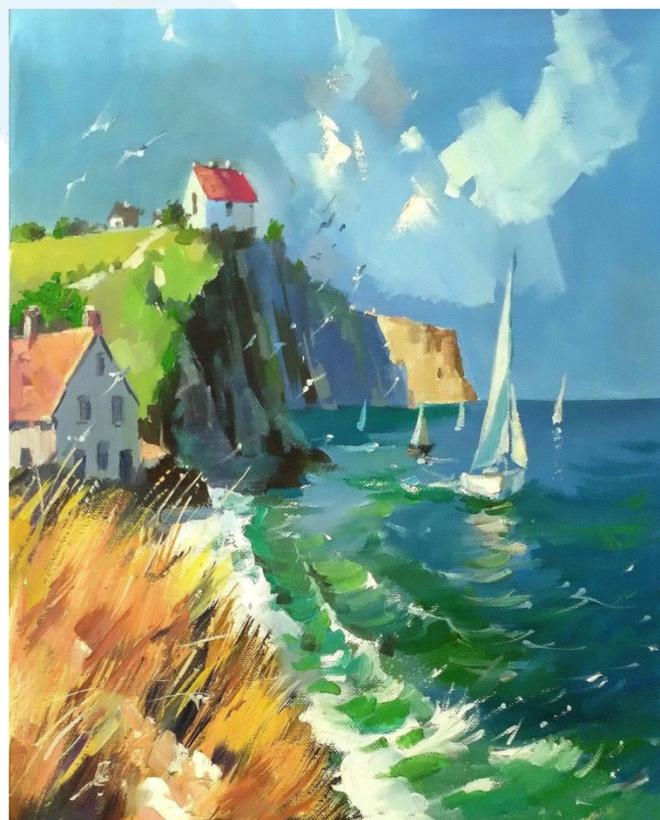
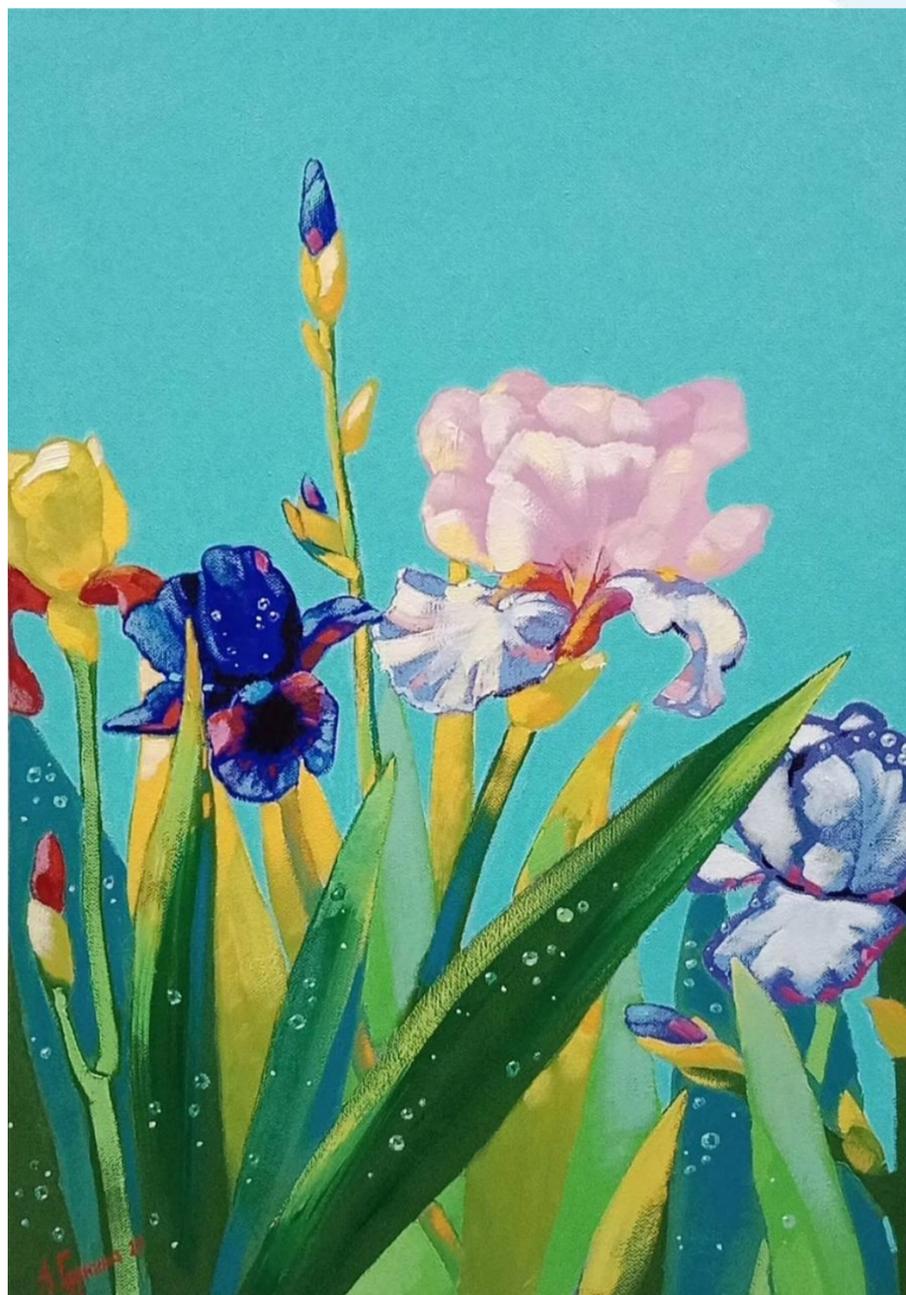




# ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ КРАСОТУ

**Интерьер:** картины и фотографии вместо чужих настенных календарей

**Сотрудники:** уместность внешнего вида, его соответствие должности, единые аксессуары





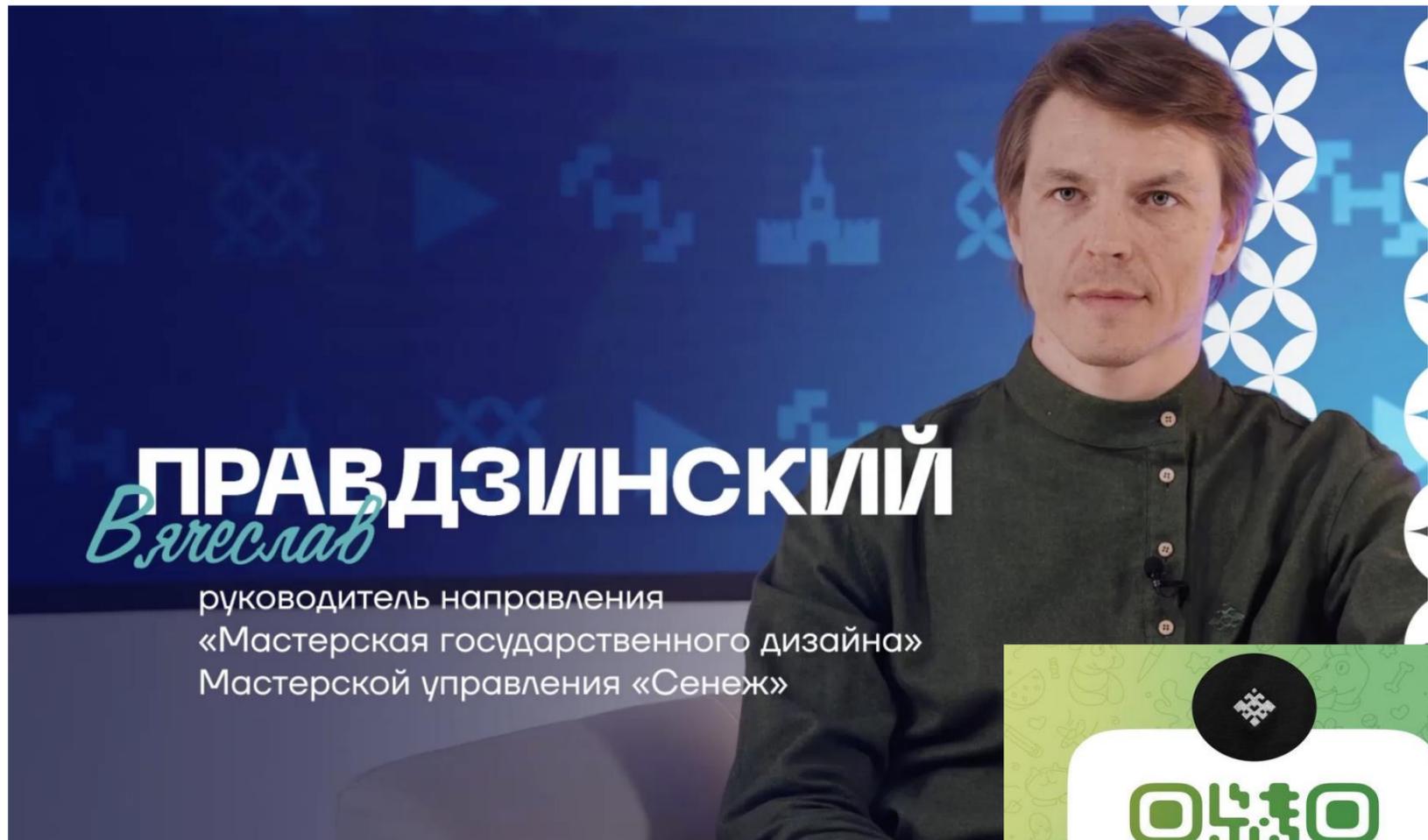
# ЧТО ДАРИТЬ РЕКЛАМОДАТЕЛЯМ И ПАРТНЁРАМ?

## ХОРОШИЙ КОРПОРАТИВНЫЙ ПОДАРОК

- **то, что человек хочет получить**
- **то, что он по каким-то причинам не может купить или получить**
- **то, что вы можете ему подарить**
- **то, что скорее всего другой ему не подарит**

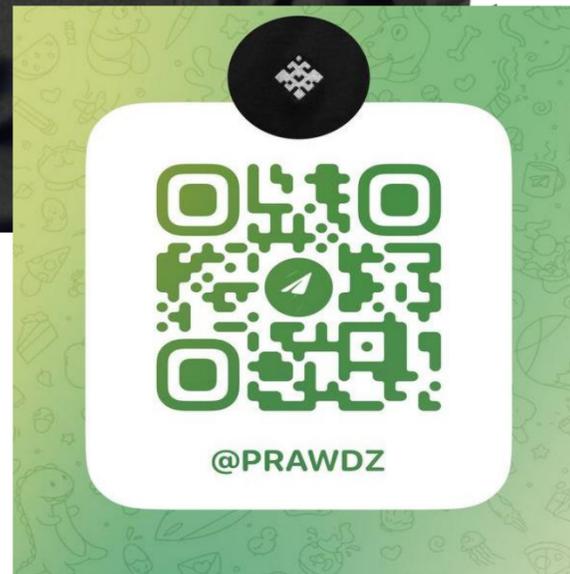


# ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



*«Когда мы с вами говорим про визуальную коммуникацию, мы должны понимать, что мы говорим **не просто про красивые картинки**, не просто про стандартный набор образов, а мы с вами говорим **про проектирование сообщения**».*

*У этого сообщения должна быть задача что-то передать, должна быть функциональная модель того, как это будет оптимальным образом адаптировано под аудиторию, и уже дальше это нужно упаковывать в тот образ, который будет ей понятен. Важно не ТЗ, а единое смысловое поле»*





**У вас не будет второго шанса  
произвести первое впечатление**

**Красота и стиль медиа крайне важны  
для его продвижения**

**Интерьер со вкусом, уместный мерч,  
необычные корпоративные подарки –  
не всегда требуют больших затрат**

**Будьте красивыми как Элли!**



## **БУДЬ УМНЫМ КАК СТРАШИЛА!**

**Продвижение через ум:  
эксклюзивы, рейтинги, премии,  
конкурсы и работу с экспертами**



## ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ УМ

**Эксклюзивы:** утренние заготовки, система медиапланирования

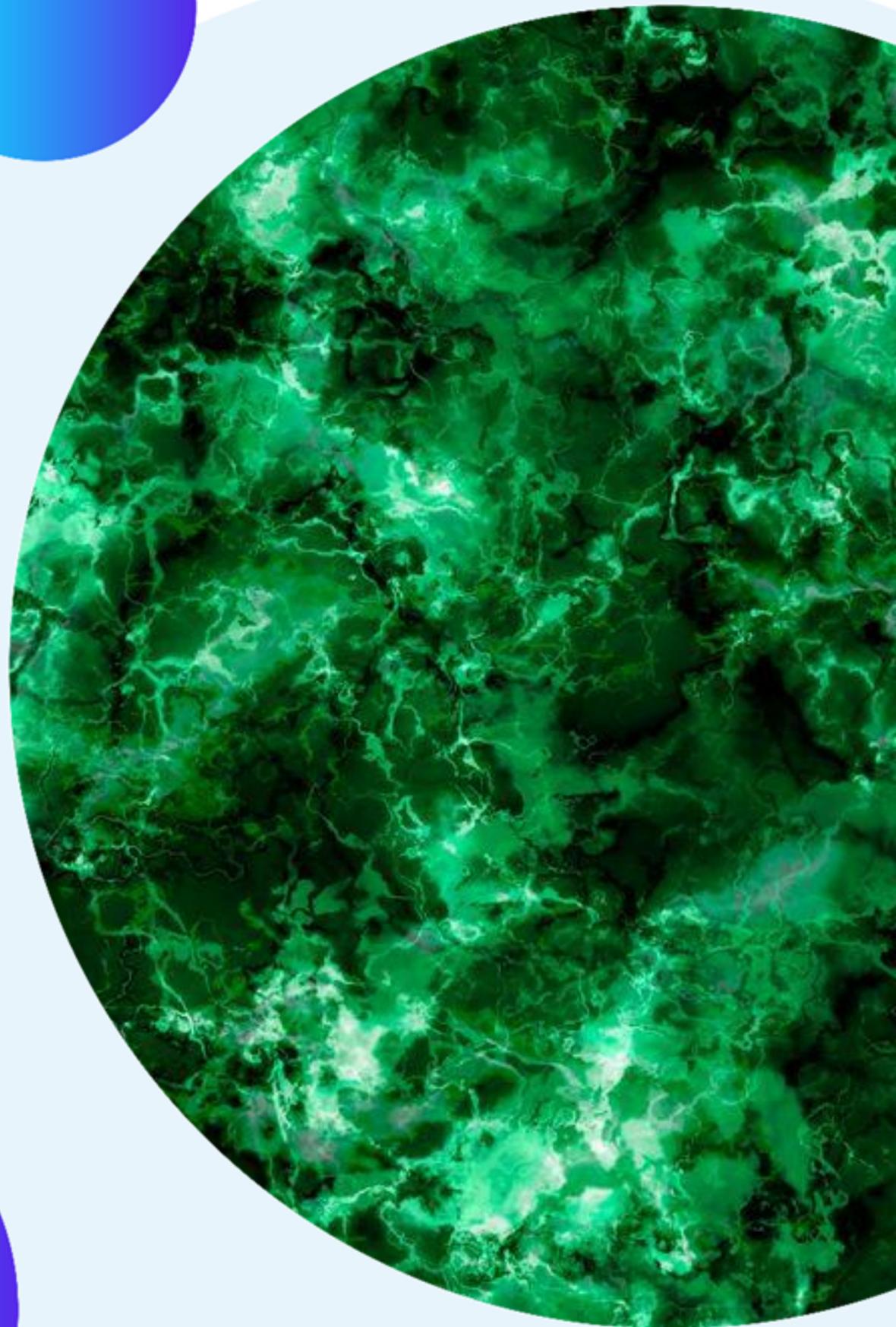
**Рейтинги:** договориться о взаимном цитировании с другими СМИ в вашем регионе

**Конкурсы и премии:** надо участвовать регулярно, активно, настойчиво. Рассказывайте и публикуйте информацию и об участии, и тем более о победе



# Экспертный опрос

- **выбирать универсальные темы**
- **вовлекать и местных, и федеральных экспертов**
- **использовать как повод для знакомства с потенциальными партнёрами**
- **проводить не реже 1 раза в квартал, не чаще 1 раза в месяц**
- **оптимальное число участников – 30-50 человек**
- **прохождение опроса не отнимает много времени**



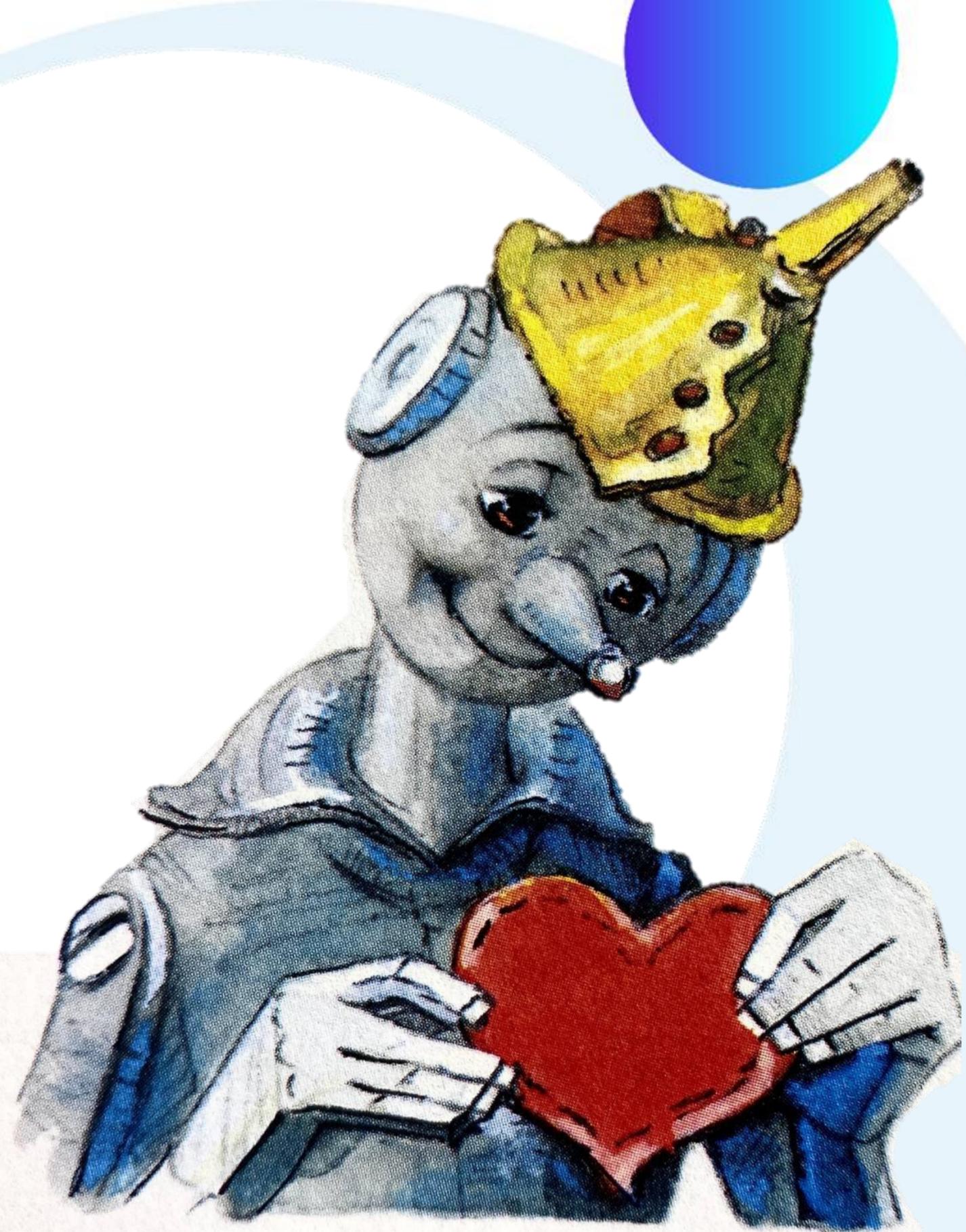


**Мало быть просто умным медиа,  
важно чтобы таковым вас считали  
ваша аудитория, рекламодатели  
и партнёры**

**Этого можно достичь через  
качественную работу  
с эксклюзивами,  
медиапланирование, налаживание  
взаимного цитирования с другими  
СМИ, активное участие в конкурсах  
и премиях, при помощи регулярных  
экспертных опросов – и всё это при  
минимальных затратах**

**Будьте умными как Страшила!**





## **БУДЬ ДОБРЫМ КАК ДРОВОСЕК!**

**Продвижение через **доброту**:  
сотрудничество с другими СМИ,  
партнёрами, запуск социально  
ориентированных проектов**

**Сотрудничество и участие в чужих проектах: вы экономите время/ресурсы на разработку/на реализацию/продвижение и при этом проявляете свои лучшие качества – помогаете коллегам**

**Медиашкола «Лаборатория PROMедиа» впервые объединила главные деловые медиа Юга России и ведущие ростовские вузы для решения кадровой проблемы в деловой журналистике. 8 выпускников трудоустроены в деловые СМИ**





**Социально ориентированный проект, к которому лѐгко присоединиться – читателям, зрителям, партнёрам, экспертам**

**Он должен быть полезным, долговременным, требовать минимального финансирования или не требовать вообще денег, как проект «Хорошие книги – хорошим людям»**

**Проекту более 10 лет. Летом 2025 г. по приглашению ИФЖиМКК ЮФУ собрано около **700 книг** на русском языке для отправки в вузы СНГ**



**Ничто так легко не даётся нам как доброта, и ничто так высоко не ценится**

**Сотрудничество, взаимопомощь, запуск социально ориентированных проектов, кроме пользы, дают ещё и продвижение вашему СМИ при минимальных затратах**

**Будьте добрыми как Дровосек!**



## **БУДЬ ХРАБРЫМ КАК ЛЕВ!**

**Продвижение через **храбрость**:  
смелость быть не таким, как все,  
разрыв шаблонов**



# ЛЮБО ИНВЕСТИЦИЯМ

**Спецпроект РБК Юг к ПМЭФ-2023  
в стиле казачьего поп-арта вместе  
с донским художником Максимом  
Ильиновым вошёл в шорт-лист  
федеральной премии «Серебряный  
Лучник»**





# РБК – это про...

**Стенд на ПМЭФ-2022 и мерч**

**с дерзкими надписями**

**от команды SlovoDna**

**Слоган коллекции –**

**«Натяни настоящее вместе с РБК!»**





# Что объединяет?

**Технология «совместить  
несовместимое»**

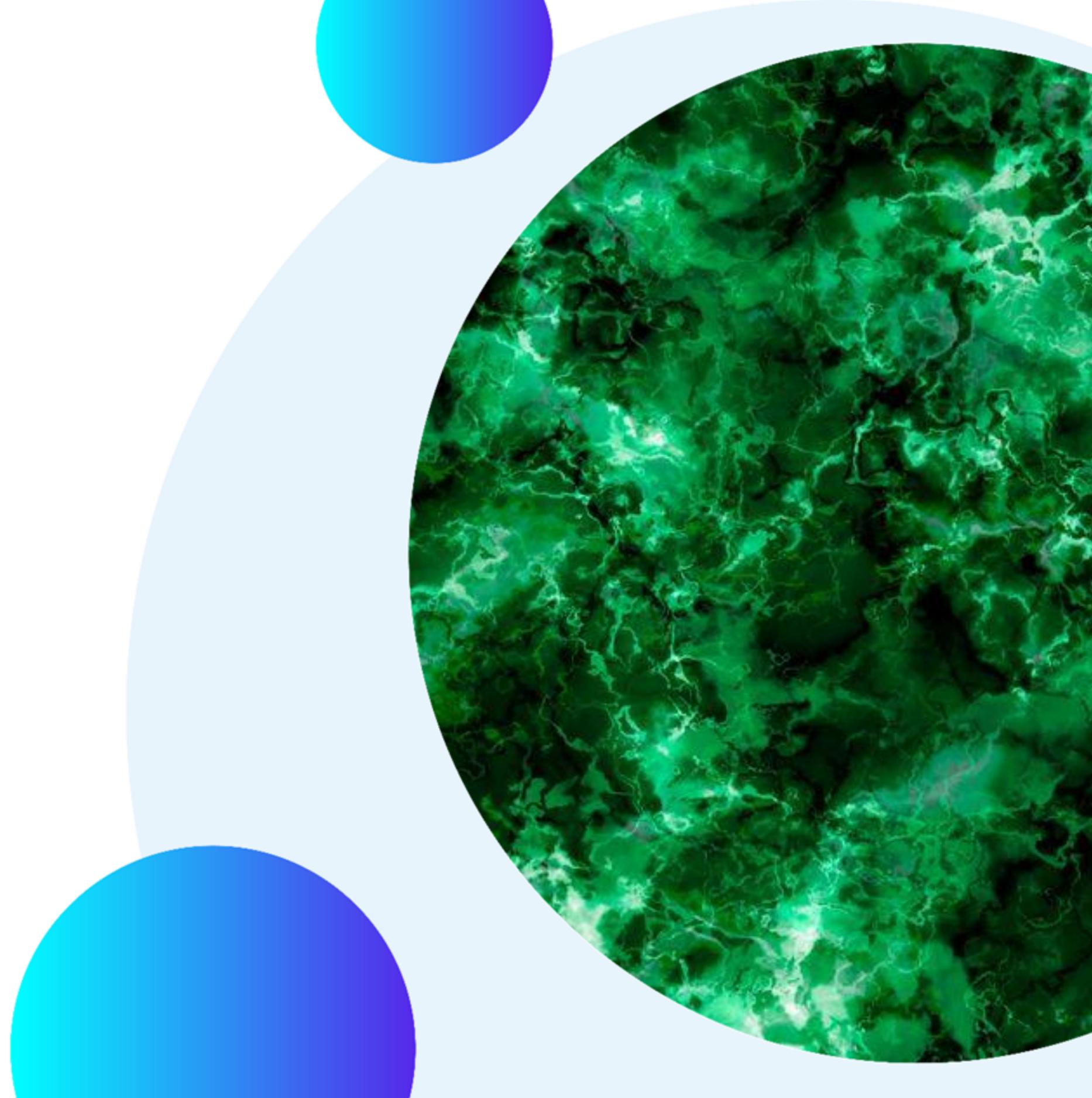
**Хорошее продвижение  
своих медиа**



# Что различает?

**Ценности**

**Объём затрат**





**Незаметность – это достоинство  
снайпера, в медиа надо быть  
ярким, нелинейным, смелым**

**Используйте креативные силы  
своей команды, ваши личные  
связи – тогда это не потребует  
больших затрат**

**Будьте храбрыми как Лев!**



## **БУДЬ ВЕРНЫМ КАК ТОТОШКА!**

**Продвижение через **верность**:  
командный дух и поддержку  
внутри СМИ**



# **«Движок» медиа**

*«Продюсер – кровеносная  
и нервная система проекта»*

**Николай Картозия  
генеральный директор телеканалов  
«Пятница» и «Суббота»**





# **«Завтрашняя радость» от Антона Макаренко**

*«Человек не может жить на свете, если у него нет  
впереди ничего радостного. Истинным стимулом  
человеческой жизни является **завтрашняя радость**»*

*«Жизнь коллектива должна быть наполнена радостью, но  
не радостью простого развлечения и удовлетворения  
сейчас, немедленно, а **радостью трудовых напряжений и  
успехов завтрашнего дня**»*

*«Наша задача - в **гармонизации личных и коллективных  
перспективных линий** с таким расчётом, чтобы не было  
никакого ощущения противоречия между ними»*





**Продюсер-движок – важная часть вашей команды, он продвигает медиа и помогает зарабатывать**

**Продвижением СМИ в разной степени должны заниматься все его сотрудники**

**С мотивацией коллектива надо работать через поиск «завтрашней радости»**

**Будьте верными как Тотошка!**

## МАЛОБЮДЖЕТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕДИА



БЫТЬ **КРАСИВЫМ**  
КАК ЭЛЛИ

Продвижение через **красоту**: корпоративную культуру, дизайн и стиль медиа, визуальную коммуникацию



БЫТЬ **УМНЫМ**  
КАК СТРАШИЛА

Продвижение через **ум**: эксклюзивы, рейтинги, премии, конкурсы и работу с экспертами



БЫТЬ **ДОБРЫМ**  
КАК ДРОВОСЕК

Продвижение через **доброту**: сотрудничество с другими СМИ, партнёрами и соцпроекты



БЫТЬ **ХРАБРЫМ**  
КАК ЛЕВ

Продвижение через **храбрость**: смелость быть не таким, как все, разрыв шаблонов



БЫТЬ **ВЕРНЫМ**  
КАК ТОТОШКА

Продвижение через **верность**: командный дух и поддержку внутри СМИ



# МАРИНА ШЕИНА



**ЖУРНАЛИСТ, МЕДИАМЕНЕДЖЕР,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО КЛУБА  
«МАСТЕРСКОЙ НОВЫХ МЕДИА»**



**+7(950)640-65-18**



**i@msheina.ru**



**@sheina\_m**

