А. А. Малькевич

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

SMM В ПРОДВИЖЕНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕКАНАЛА (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ «12 КАНАЛА» Г. ОМСК)

Присутствие в социальных сетях давно уже стало мейнстримом в продвижении СМИ. Для медиа социальные сети являются мощным инструментом расширения аудитории, увеличения лояльности, увеличения трафика и т.д. В зависимости от масштаба и бюджета СМИ разнятся цели и задачи SMM-продвижения. И если крупные федеральные СМИ задействуют дорогостоящие инструменты и привлекают целый штат профессионалов: дизайнеров, фотографов, редакторов и т.д., то в региональных СМИ дело обстоит несколько иначе. Впрочем, для региональных медиахолдингов такая разница указывает на возможные перспективы в дальнейшем.

Возглавляемый мною омский «12 канал» с августа 2014 года переживает бурную перестройку: этот процесс коснулся не только телевещания, но и всех способов обратной связи с аудиторией. Процесс ребрендинга Интернет-портала и иных площадок канала долгий и затратный, поэтому занять пустующую нишу призваны альтернативные площадки – группа во «ВКонтакте», «Одноклассниках», аккаунты в Twitter, Facebook, Youtube. Руководством канала была поставлена цель максимально развивать сообщества канала, сделать их действительно полезными и интересными для зрителя.

Цели и задачи создания и продвижения официальных сообществ «12 канала» были поставлены следующие: ежемесячное увеличение количества подписчиков официальных сообществ и страниц, освещающих деятельность компании «ГТРК-Омск» и событий в регионе без привлечения дорогостоящих традиционных SMM инструментов.

Среди задач: переключение интереса пользователей социальных сетей на телевизионный продукт; публикация уникального контента, соответствующего требованиям аудитории, а также формирование особой стилистики подачи материалов.

Посредством социальных сетей продвигались проекты канала «Славное имя», новогодний концерт и др.

25 февраля 2015 года проект «ГТРК-Омск» «Славное имя», вызвавший широкий общественный резонанс осенью 2014 года, заслужил признание федеральных экспертов, получив премию «Digital Communications AWARDS-2015» в специальной номинации «Мультимедийный проект года».