

МЕДИА

ТЕКУЩИЙ МОМЕНТ

«Пятница» в очередной раз стала газетой №1 в Перми

Институт социологических исследований «УралИНСО» обнародовал результаты исследования аудитории пермских СМИ «Медиафокус» («Весна-2014»).

Пермская городская газета «Пятница» в очередной раз подтвердила свой статус «газеты №1 в Перми» (среди общественно-политических изданий), не только сохранив, но и вновь увеличив свою читательскую аудиторию.

Месячная аудитория «Пятницы» за год увеличилась на 1%, в то время как другие пермские общественно-политические издания показали снижение от 0,1 до 2%. Далее по популярности среди пермяков следуют новичок рейтинга газета «Пермское времечко» и «Комсомольская правда» («толстушка»).

С большим отрывом «Пятница» стала лидером и по показателям аудитории одного номера. Последний номер «Пятницы» на момент опроса прочитали 11,9% опрошенных, что на 1,4% больше, чем за тот же период прошлого года. Далее следуют «Комсомольская правда» («толстушка») с результатом 6,9% и «Пермское времечко» с показателем 6,8%.

Исследование проводилось в форме личного интервью, в ходе которого была опрошена 1000 жителей Перми в возрасте от 14 до 70 лет.

Телеканал «Рифей-Пермь» вошёл в «пятёрку» лидеров пермского эфира

Институт «УралИНСО» обнародовал результаты социологического исследования аудитории теле- и радиоканалов, а также газет и журналов Перми «Весна-2014». Исследование проводилось в конце марта — начале апреля.

Результаты «Весны-2014» показали ряд изменений по сравнению с аналогичным исследованием осенью 2013 года. Так, телекомпания «Рифей-Пермь» (транслирует собственные программы и канал «Рен-ТВ») существенно увеличила свою среднесуточную аудиторию (14,5%, рост — 2,9 процентных пункта). В результате «Рифей-Пермь» обошёл по этому показателю федеральный телеканал «СТС» и вошёл в «пятёрку» лидеров пермского эфира вместе с «Первым каналом», «Россией 1», ТНТ и НТВ.

ЭКСПЕРТ

Александр Белгороков: Я убеждён, что продаваемые газеты скоро умрут

Интервью с содиректором и совладельцем компании AdConsult, специалистом по рекламе и маркетингу

Ольга Дерягина

— Александр, опишите, пожалуйста, ситуацию на рекламных рынках регионов России, чем она характеризуется?

— Я бы отдельно выделил рекламный рынок Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников, таких как Новосибирск, Самара, Нижний Новгород, Казань. Несмотря на формальный статус миллионника, ваш город в последнюю группу не отношу.

Москва характеризуется наличием транснациональных и крупных федеральных компаний. Хотя, конечно, есть и маленькие магазинчики в спальных районах, но не они определяют специфику столичного рекламного рынка. Крупные игроки понимают, что реклама — это служанка у маркетинга, часть комплекса мероприятий по достижению того, чтобы клиент сделал так, как ты хочешь.

Если смотреть на всех остальных участников рекламного рынка, то лишь 10–15% из них имеют выстроенную маркетинговую стратегию. В подавляющем большинстве случаев бизнес воспринимает рекламу как жертвоприношение, и телекомпания, газеты воспринимаются ими как языческие боги.

Если говорить про Пермский край, то даже крупный бизнес здесь не выстраивает собственную маркетинговую стратегию. Зачастую рекламодатели при выборе носителя для размещения своей рекламы исходят из того, менеджер по продажам какого конкретно СМИ их лучше убедил. Логика и алгоритма принятия решений нет.

— Вы как раз специализируетесь на консультировании в сфере выстраивания маркетинговых стратегий. Кто чаще является вашими клиентами — рекламодатели или СМИ?

— Как говорит мой старший мудрый брат, я рассказываю рекламистам, как слупить больше денег с клиентов, и клиентам — как сэкономить на рекламе.

— Какова цель вашего пребывания в Перми?

— Я хочу сделать полноценное исследование рынка, результатом которого будет реалистичная картина того, как обстоят дела именно в этом городе.

— Какое ваше первое впечатление от Перми?

— Я здесь не впервые. В каждом городе-миллионнике бываю по паре раз в год. Для меня, как для профессионала, Пермь ничем не отличается от других российских городов такого же уровня. Я, как бизнесмен, всегда работаю на большие деньги, в моём сознании нет отличий между московским и пермским клиентом.

С эмоциональной точки зрения Пермь вызывает у меня двоякое, даже троякое ощущение. Московский музей современного искусства в моем понимании уступает вашему. Я дважды в нём был и оба раза находился под сильным впечатлением от экспозиции. Если говорить о музеях современного искусства в целом, то на первом месте для меня стоит галерея Пинчука в Киеве, на втором — пермский музей.

Я слышал отзывы о том, что здесь якобы «попилили» какие-то бюджетные деньги, что не все довольны происходящим, но если оставить это за скобками, то культурные посылы, которые возникли и продолжают возникать в Перми, впечатляют.

— Это значит, Олегу Чиркунову и его команде удалось создать то, что называется имиджем территории?

— Я не знаю, какую он ставил перед собой задачу. Могу сказать, что когда я приезжаю в Барнаул, то вижу, что этот город очень похож на Пермь, причём в плохом смысле. И здесь, и там безумно ковбойская архитектура. Когда я иду по Компросу, вижу красивый купеческий дом из тёмно-красного кирпича, а через несколько метров — абсолютно безвкусное серое строение. Глаз не радуется.



швейцарский ВКЛАД

от 350 000	370	10,0%
рублей	дней	годовых

Возможность пополнения и снятия



Высокий процент,
ежемесячный доход –
весомые преимущества
солидного вклада.



экопромбанк

ул. Ленина, 49
ул. Екатерининская, 120

www.ecoprombank.ru

8 800 200 79 77

Вклад «Швейцарский»: 10,0% годовых (RUB), сумма вклада от 350 тыс. руб. Срок вклада — 370 дней, выплата процентов ежемесячно, в дату, соответствующую дате заключения договора и по окончании срока вклада. Пополнение возможно (минимальная сумма пополнения вклада через кассу банка 1000 руб. Снятие возможно при сохранении неснижаемого остатка в сумме 350 тыс. руб.) Порядок выплаты процентов: на усмотрение клиента, либо путём присоединения к сумме вклада, либо безналичным перечислением на счёт, указанный клиентом. При досрочном расторжении договора вклада проценты по вкладу начисляются по действующей в банке на дату расторжения договора ставке вклада до востребования (0,0001% годовых) за период с даты, следующей за датой последней капитализации процентов, или выплаты процентов по дату расторжения договора, ранее причисленные и выплаченные проценты не изымаются.

ОАО АКБ «ЭКОПРОМБАНК», 614000, г. Пермь, ул. Екатерининская, 120. Лицензия ЦБ РФ №2011 от 29.02.2012.

реклама