

Новые медиа в структуре связей с общественностью

Илья Епишкин

Основной задачей подразделений по связям с общественностью является **обеспечение взаимодействия с «традиционными медиа»**, направленного на информирование целевой аудитории

«Традиционные медиа»

- Телевидение
- Печатные СМИ
- Радио

Рост проникновения
Интернета
и
Снижение цен гаджетов
и компьютеров

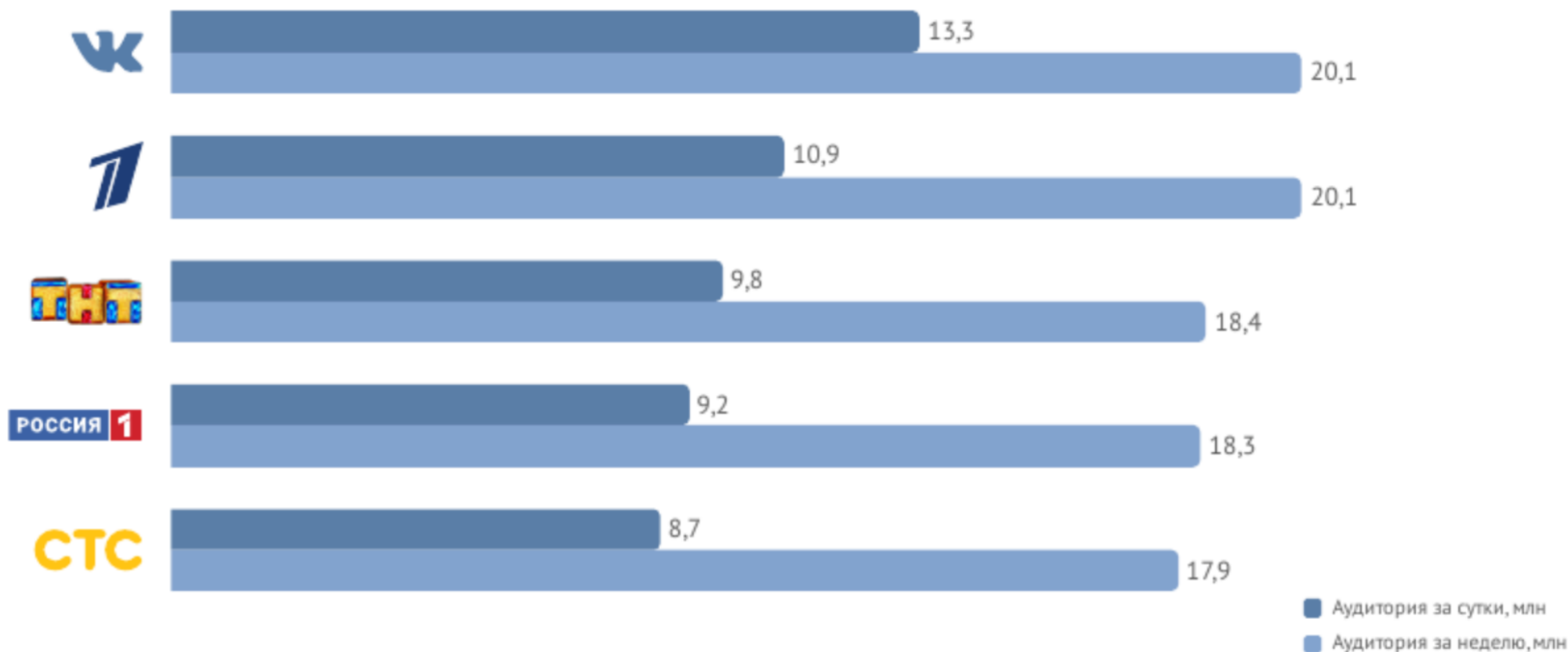


Рост аудитории
социальных сетей
и **НОВЫХ МЕДИА**

«Новые медиа»

- Цифровой формат
- Интерактивность
- Мультимедийность

«Новые медиа» VS «Традиционные медиа»



Источник: TNS TV Index, Web Index, март 2015, Россия (города от 100 тыс, 12–44 лет), WAU и DAU, млн человек.

Рынок рекламы в России в первом квартале 2015 года

(по данным газеты «Ведомости»)

- Реклама на телевидении сократилась на 22%
- Реклама в Интернете выросла почти на 10%

Исследование «Экономика Рунета 2014–2015»»

Наибольший рост в сегменте «Маркетинг и Реклама» показали два направления:

- видеореклама (17% к 2014 году)
- и маркетинг в социальных медиа (15% к 2014 году)

Проект по ликвидации
цифрового неравенства
(Выступление Д.Медведева
на 2-й Всемирной конференции
по вопросам Интернета)



Увеличение глубины
проникновения
Интернета

Игнорирование
новых медиа
и социальных сетей



Снижение
эффективности
и конкурентоспособности

Работа в сети - это не
только присутствие, но и
обратная связь

epishkin.com