



На что обращаем внимание при работе с контентом:

- 1.1 Безо всяких прямых упоминаний общего информ повода.
- 1.2 Исключить намеки на тему (в том числе визуальные) и ключевики.
- 1.3 Использовать сухие факты (например, статистика по каким-либо техническим моментам производства)
- 1.4 Использовать гиперлокальные новости (внимательно к пункту 1.1)
- 1.5 Отдельные посты и дополнения к большинству про штатный режим работы (для профилактики паники и лишних вопросов)
- 1.6 Внедрять кросслинки (ссылки на другие площадки и новости локальных лент/аудиторий)

Как ведут себя пользователи?

- 2.1 остаются (без таргета; зато самые продвинутые)
- 2.2 ищут ушедших на платформах рунета (! проверяем прирост на локальных платформах и идем туда. *Например, в федеральных СМИ охват в фб упал в 4 раза, а в ВК вырос в 11 раз*)
- 2.3 стали сильнее сегментировать потребление контента и выделять соц медиа для новостей и для развлечений (например, чтобы отвлечься от повестки).
- 2.4 ищут/читают новости (два лагеря: верифицированные в РФ и не местные)

Критерии выбора новых платформ:

- 3.1 researchARG+ (проверяем наличие и темпы прироста и вовлеченности конкурентов/аналогов тематики)
- 3.2 общая статистика платформы (прирост и соц дем и том числе в связке с пунктом 2.2)
- 3.3 «быть везде» Лебедев. (хотя бы в статичном виде, но с закрепом контактной информации. Риск - пропустить комментарий, сообщение и доп затраты на мониторинг по платформе)

Стратегические вопросы:

- 4.1 что хотите от активности на платформе (охват; действия/переходы?)
- 4.2 как будете считать эффективности (KPI <https://link.medium.com/YPKgJzB6iob> от доли на рынке, объема или темпов прироста и вовлеченности конкурентов/аналогов тематики)