

Нови бизнис модели

Сали Браутон, ОБСЕ



Типови на радиодифузери

- Јавен сервис
- Бесплатна телевизија (дигитална)
- Телевизија со претплата
- Телевизија на барање со плаќање
- Канали со содржини од публиката

Бесплатна телевизија (free to air)

- Целната група е општата јавност
- Обично програма од општ или специјализиран формат
- Има сопствена и купена програма
- Целта е да има што повеќе гледаност за да има повисоки рејтинзи и реклами

Бесплатна телевизија (free to air)

Извори на финансирање

- Реклами
- Спонзорство
- Продажба на програма

Бесплатна телевизија (free to air)

Главни трошоци

- Продукција на програма
- Право на купени програми
- Дозвола за вршење на дејност
- Пренос?

Телевизија со претплата

- Целната група е општата популација, но повеќе оние кои се интересираат за жанровите што се нудат
- Обично специјализирани канали за филм, спорт
- Има купена програма или права за пренос
- Целта е да има што повеќе претплатници

Телевизија со претплата

Извори на финансирање

- Претплата
- Спонзорство
- Реклами?

Телевизија со претплата

Главни трошоци

- Право за програма
- Пренос?



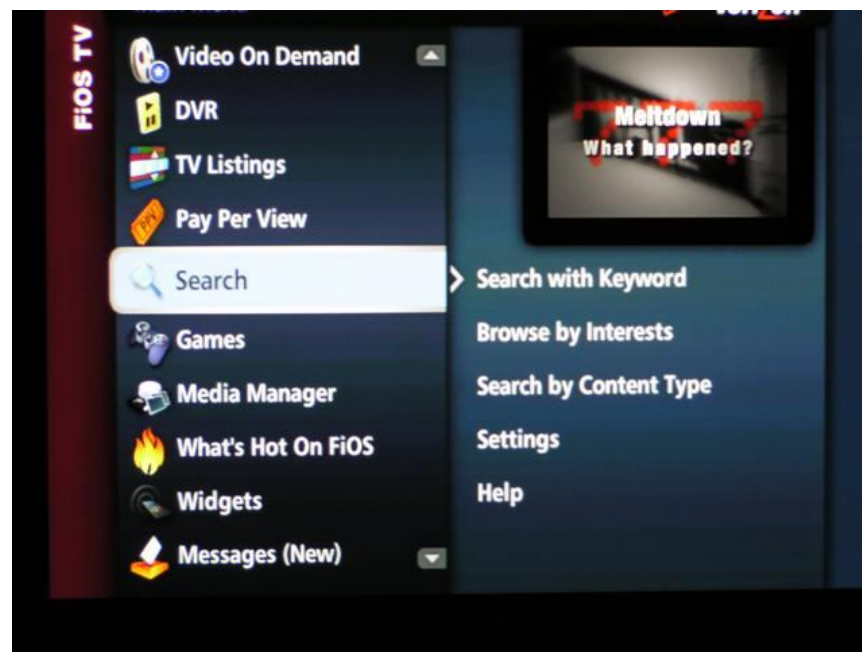
Телевизија на барање со плаќање

- Целната група е општата популација, но повеќе оние кои се интересираат за жанровите што се нудат
- Обично филмови, спортски настани, серии
- Има купена програма или права за пренос
- Целта е да продаваат што повеќе програми

Телевизија на барање со плаќање

Извор на
финансирање
Плаќање од гледачите

Главните трошоци
Права за купената
програма
Пренос или
хостирање



Канали со содржини од публиката

- Обично онлајн медиуми
- Целни групи можат да бидат општата публика или посебни групи
- Има содржини креирани од публиката или ниско-буџетски продукции од мали или независни продуценти/автори

Канали со содржини од публиката

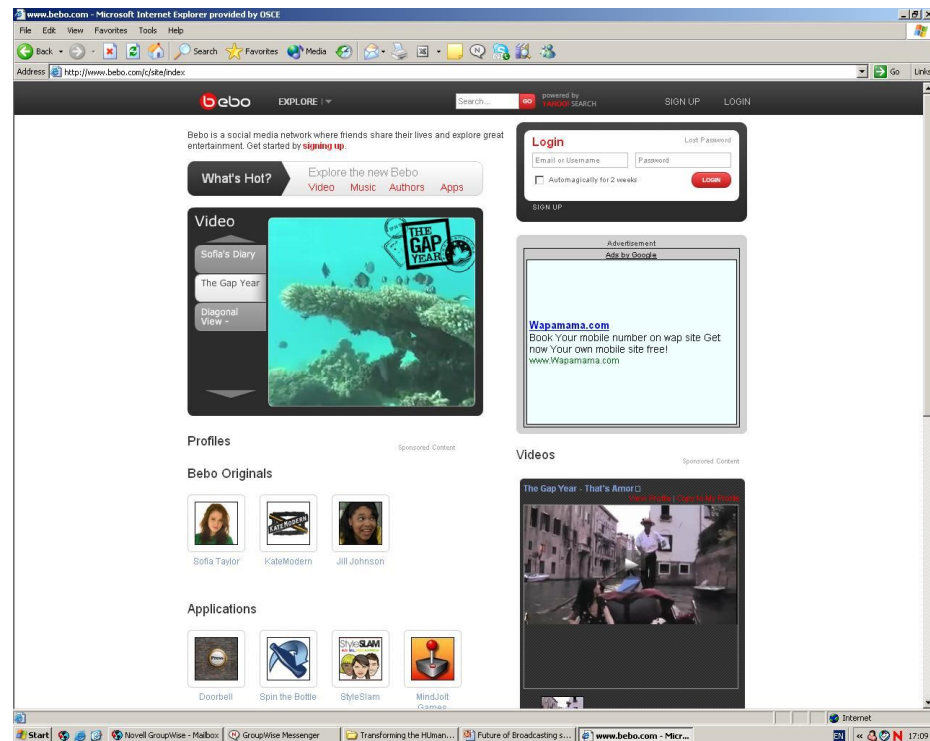
Извори на финансирање

Релакми

Главни трошоци

Хостирање

или пренос



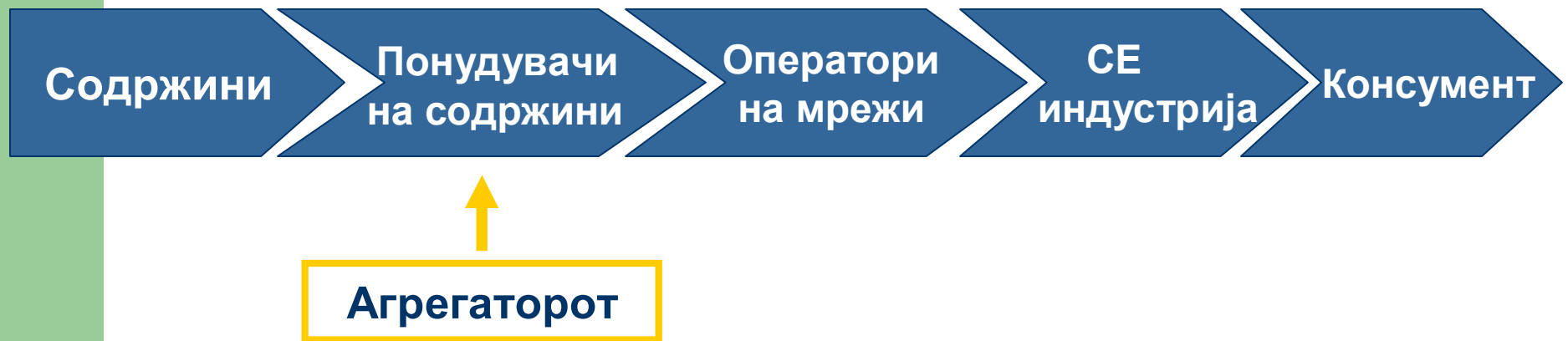
Даватели на медиумски Услуги

- Класични радиодифузери
- Мрежи (повеќе радиодифузери заедно)
- Оператори кои нудат пакети и каталози
- Онлајн медими

Агрегатори на содржини

Брендот значи!

- Креирање на бренд со доверба како агрегатор
- Бренд присутен на повеќе платформи



Содржина е кралот

- Сопственост на квалитетна содржина е клучниот фактор за успех
- Содржината треба да се користи на различни платформи
- Содржина може да се произведува или да се купува, но мора да биде конкурента

Како до конкурента содржина

- Вложување во сопствена продукција
- Заедничко вложување во продукција (со други медиуми или приватна продукција)
- Купување на програма од домашни или странски продукции
- Заедничко купување на програма (Смрежување)

Смрежување

- Може да биде постигнато преку заеднички договори
- Може да произлегува од вкрупнување на пазарот

Регионални и специјализирани

- Концентриран на информирање и содржини од интерес за вашата публика
- Мора да најдете најевтин начин на пренос, по можност повеќе од еден
- Треба и да најдете начин како да ги продавате своите содржини и на други субјекти или индивидуи (онлајн)

Извори на приходи

- Реклами, спонзорство итн.
- Продавање на содржини
- Претплата
- Давање други услуги или продукти

За размислување...

Што ќе биде вашата улога на пазарот?

Кои ќе бидат вашите извори на приход?

Кои ќе бидат вашите консументи и како ќе стигнете до нив?