

# 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?





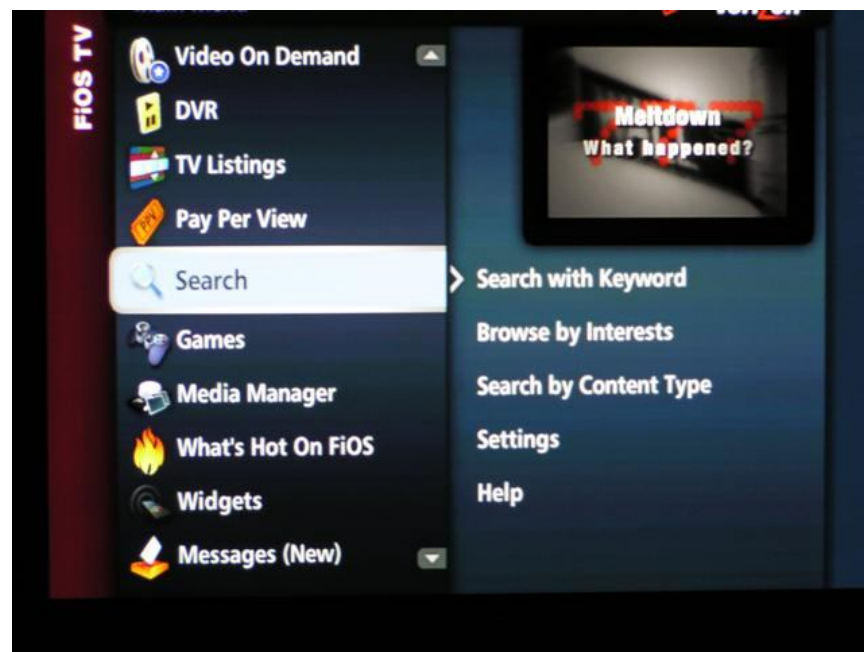
# Телевизија на барање со плаќање

- 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

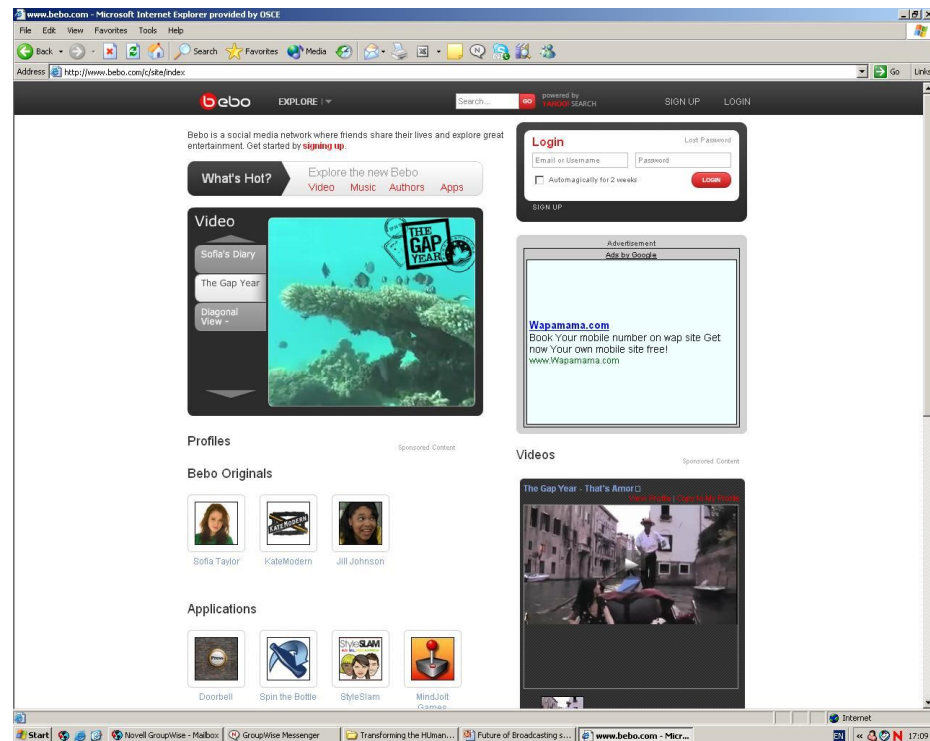
Извори на финансирање

Релакми

Главни трошоци

Хостирање

или пренос



# Содржина е Кралот

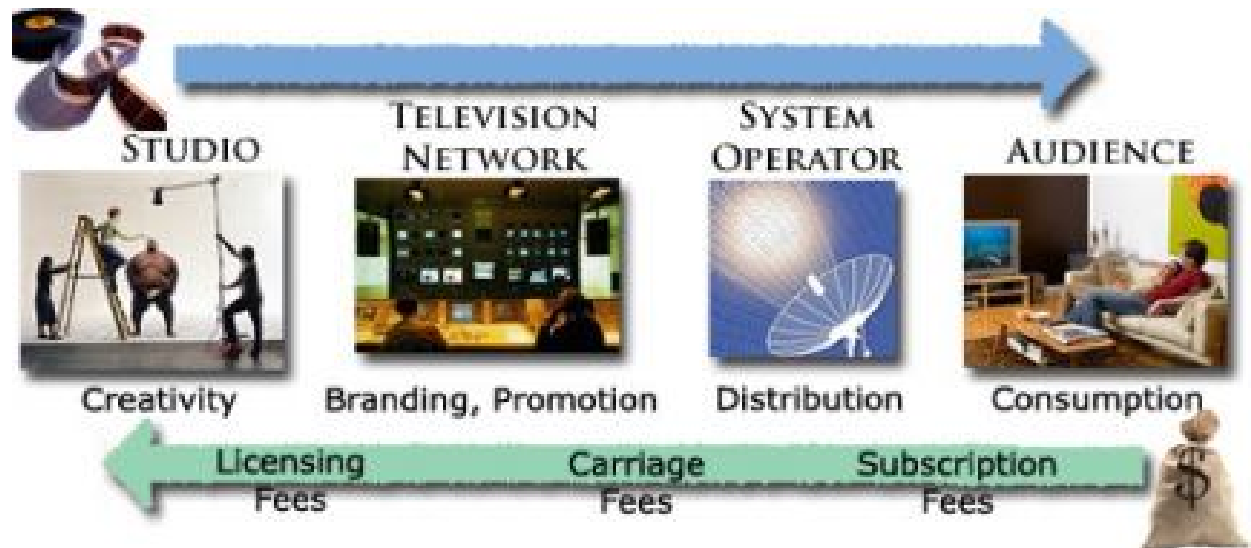
- Сопственост на квалитетна содржина е клучниот фактор за успех
- Содржината треба да се користи на различни платформи
- Содржина може да се произведува или да се купува, но мора да биде конкурента

# 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

- Креирање на бренд
- Бренд присутен на повеќе платформи
- Учесниците имаат и заедничка и посебна програма



# Смрежување

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



## Локален или регионален медиум

- Концентриран на локално информирање и содржини од локален интерес
- Мора да најде најевтин начин на пренос, по можност повеќе од еден
- Треба и да најде начин како да ги продава своите содржини и на други субјекти или индивидуи (онлајн)

# Опции за во иднина

1. Да остане локален или регионален медиум:
  1. Јасно дефинирање на целната публика
  2. Вложување во сопствени или заеднички содржини или содржини креирани од публиката
  3. Користење на мулти-платформски пристап за пренос
  4. Наоѓање на различни извори на приходи

# Опции за иднината

2. Да влезе во мрежа или друг начин на вкрупнување:

- Треба да опфаќа што поголема публика
- Треба да вложува и во сопствена продукција и во купена програма што ќе им бидат конкурентни на националните и странските медиуми
- Треба да има мулти-платформски пристап
- Наоѓање на различни извори на приходи