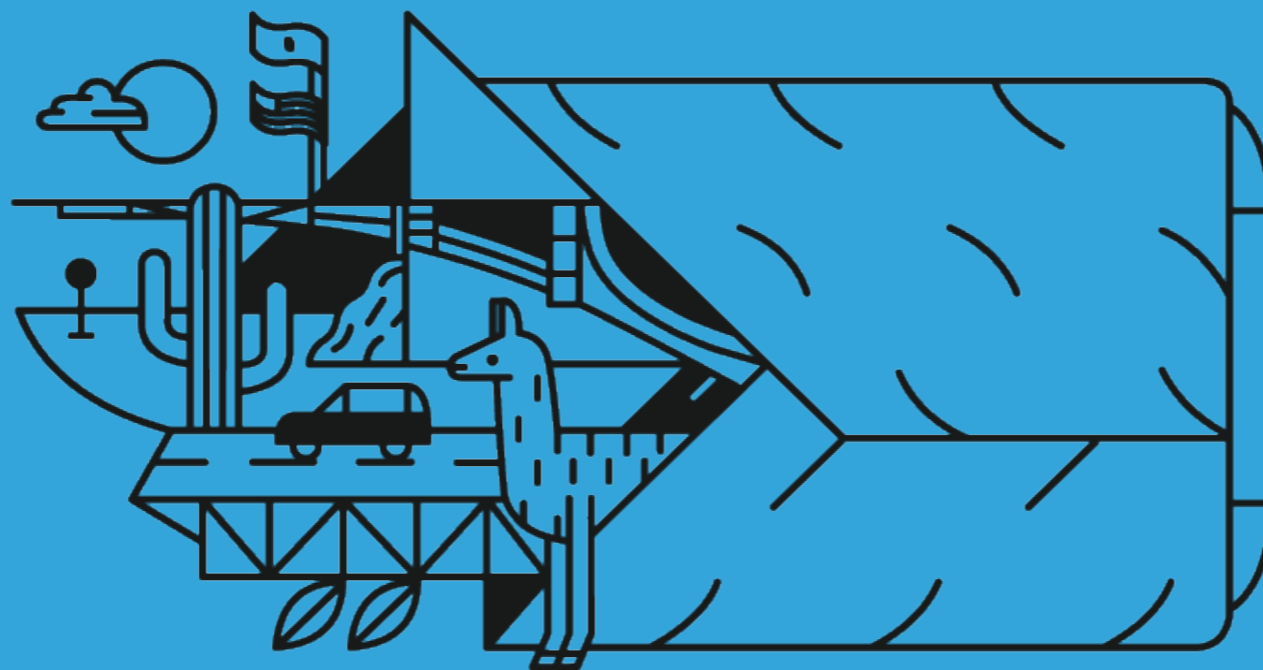




«КАК РАССКАЗЫВАТЬ О ПУТЕШЕСТВИЯХ? ОПЫТ PERITO BURRITO»

ЕЛЕНА ФИЛИППОВА И САША ВОРОБЬЕВ, ОСНОВАТЕЛИ PERITO BURRITO





КАК РАССКАЗЫВАТЬ О ПУТЕШЕСТВИЯХ

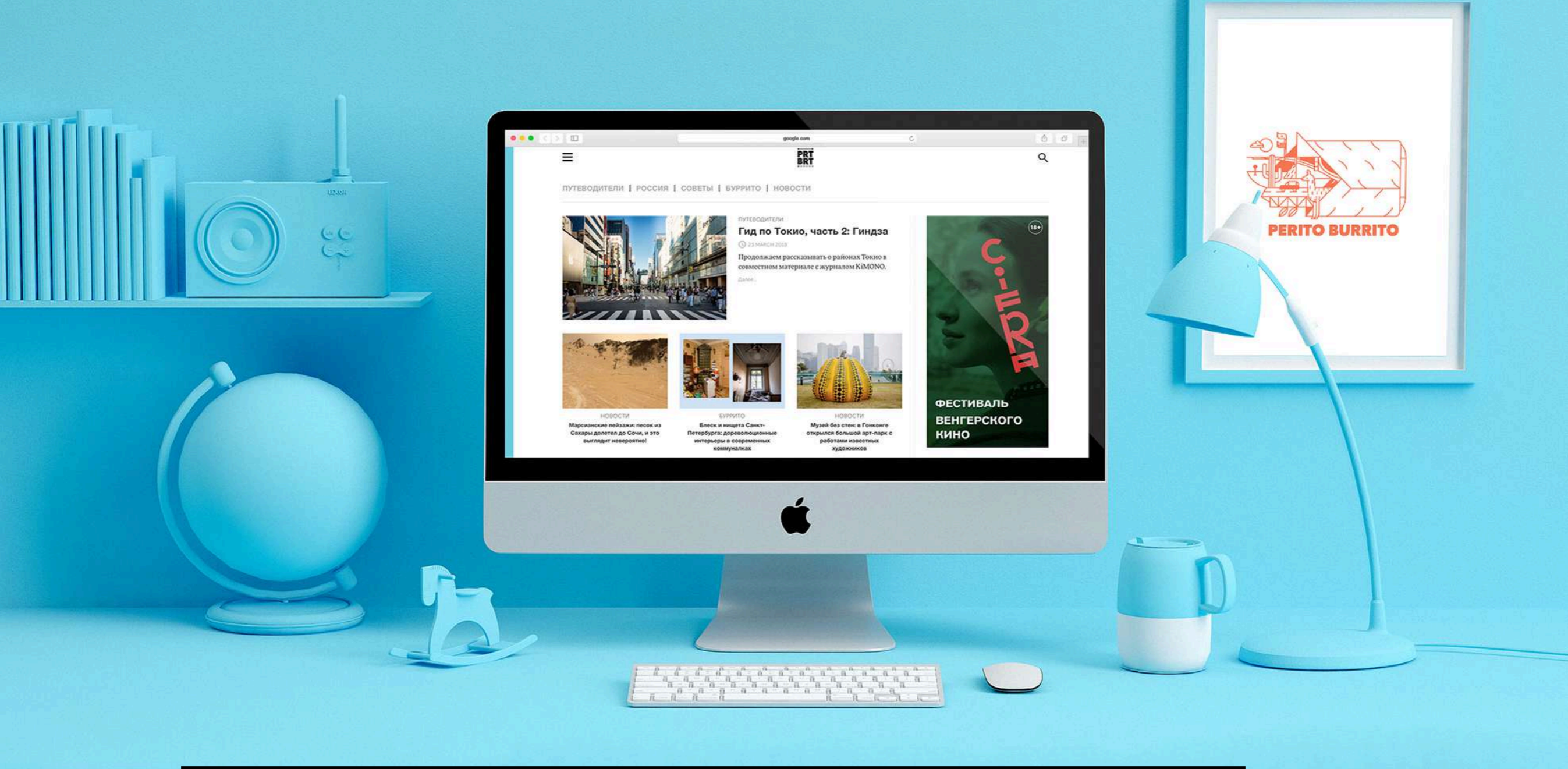
МИР ПУТЕШЕСТВИЙ ИЗМЕНИЛСЯ ЗА ПОСЛЕДНИЕ 10 ЛЕТ

- ▶ ПУТЕШЕСТВИЯ СТАЛИ ДОСТУПНЕЕ И ПРОЩЕ
- ▶ ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПРИЛОЖЕНИЙ «ПОМОГАЮЩИХ» ПУТЕШЕСТВЕННИКУ
- ▶ ИНТЕРНЕТ СТАНОВИТСЯ ДОСТУПНЕЕ
- ▶ ПУТЕШЕСТВИЯМИ ДВИЖУТ НАШИ ИНТЕРЕСЫ
- ▶ МЫ ПОСТОЯННО РАСТЕМ И УЗНАЕМ НОВОЕ

**ПУТЕШЕСТВИЯ – ЭТО ШИРЕ, ЧЕМ «КАК
ДОБРАТЬСЯ», «ГДЕ ПЕРЕКУСИТЬ И
ОСТАНОВИТЬСЯ» И «ЧТО КУПИТЬ».**

**СЕЙЧАС ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ В СФЕРЕ
ПУТЕШЕСТВИЙ: ПОЧЕМУ И ЗАЧЕМ?**





**«О ПУТЕШЕСТВИЯХ БЕЗ
ПРЕДРАССУДКОВ И УСТАРЕВШИХ
ЛАЙФХАКОВ»**

НА 2018 ГОД У НАС:

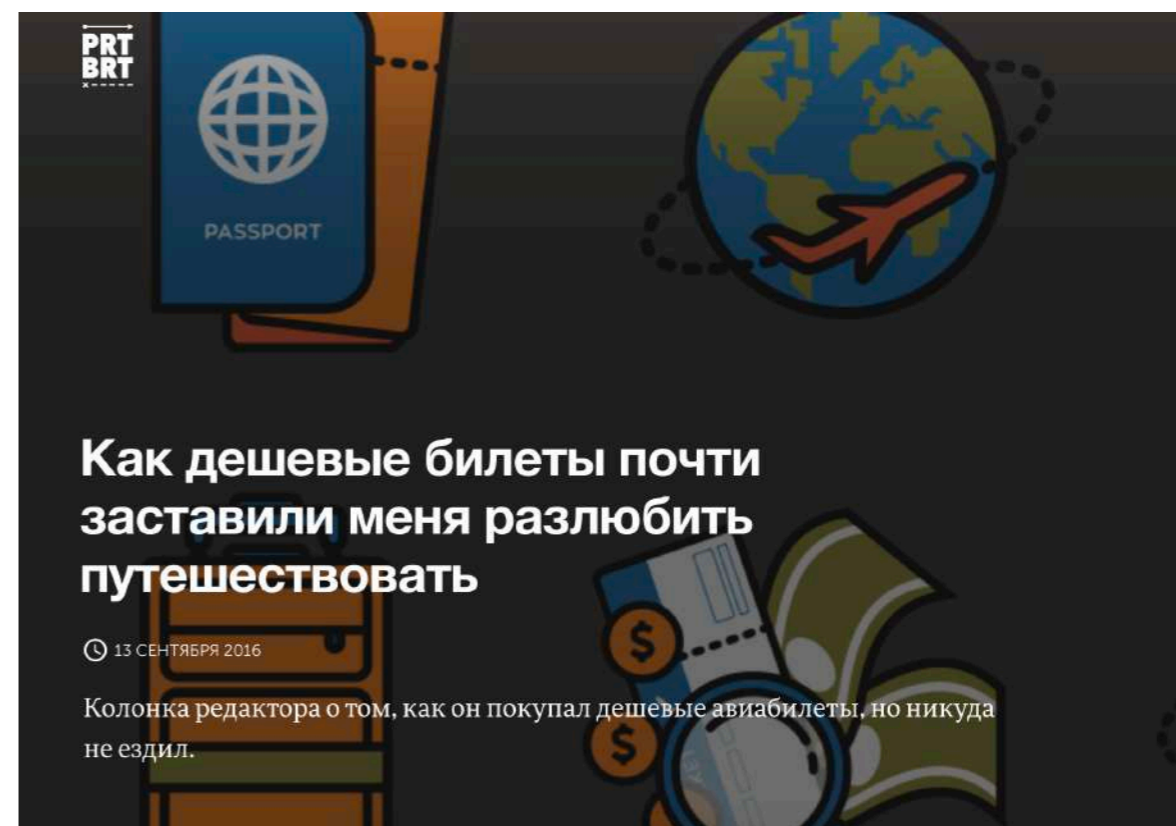
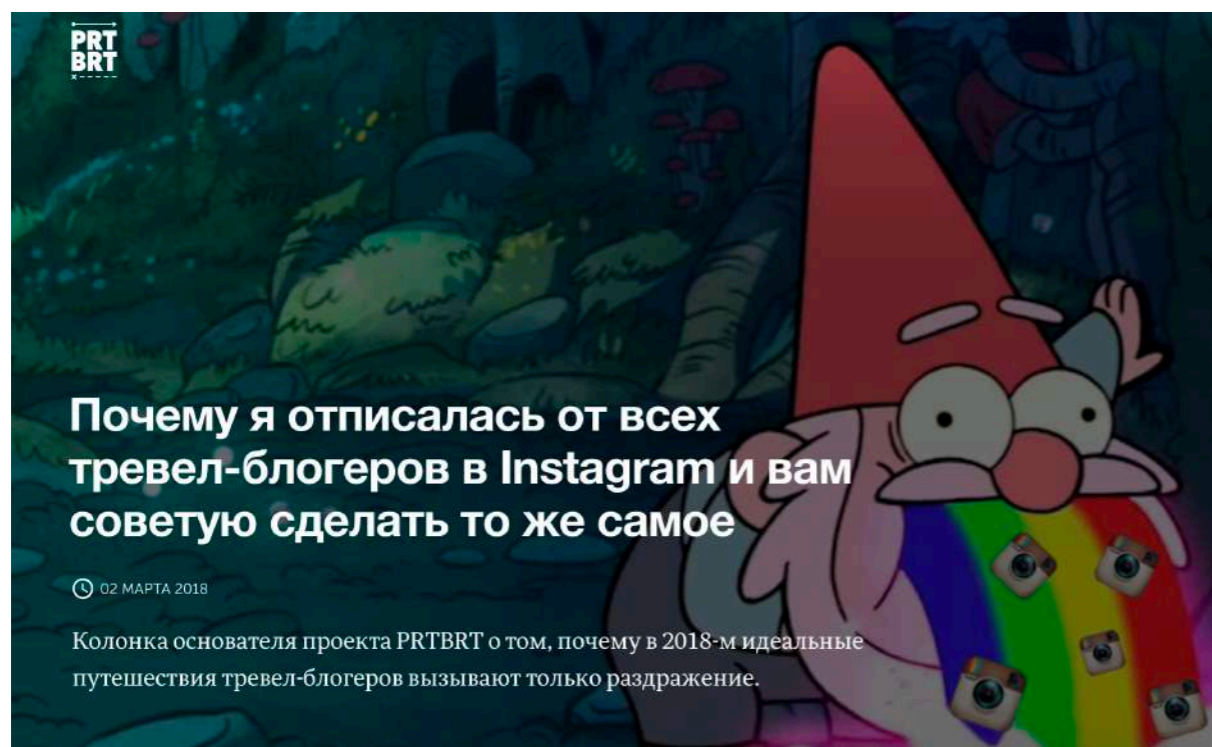
- ▶ Более 30 тысяч подписчиков в соцсетях (Facebook, «ВКонтакте», Instagram), присутствие на самых актуальных платформах 2018 года (Telegram и «Яндекс.Дзен»). Мы агрегируемся в качественных новостных порталах: Flipboard, Surfingbird, Anews. С большинством выстроены партнерские отношения.
- ▶ В месяц наши материалы смотрят более 200 000 раз
- ▶ Вокруг нас образовалась комьюнити близких нам по духу путешественников и профессионалов тревел-индустрии
- ▶ Мы поднимаем темы, которые до нас в тревеле были незаметны, табуировано или попросту игнорировались.

ЧТО МЫ УЗНАЛИ ЗА ПОЧТИ 3 ГОДА РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ

- ▶ Гиды в привычном формате уже не работают
- ▶ На первый план выходит искренность и рефлексия: не достаточно просто съездить
- ▶ В интернете огромное количество информации, но нет ее осмысления
- ▶ Наши хобби, увлечения и интересы – лучший мотиватор для путешествий

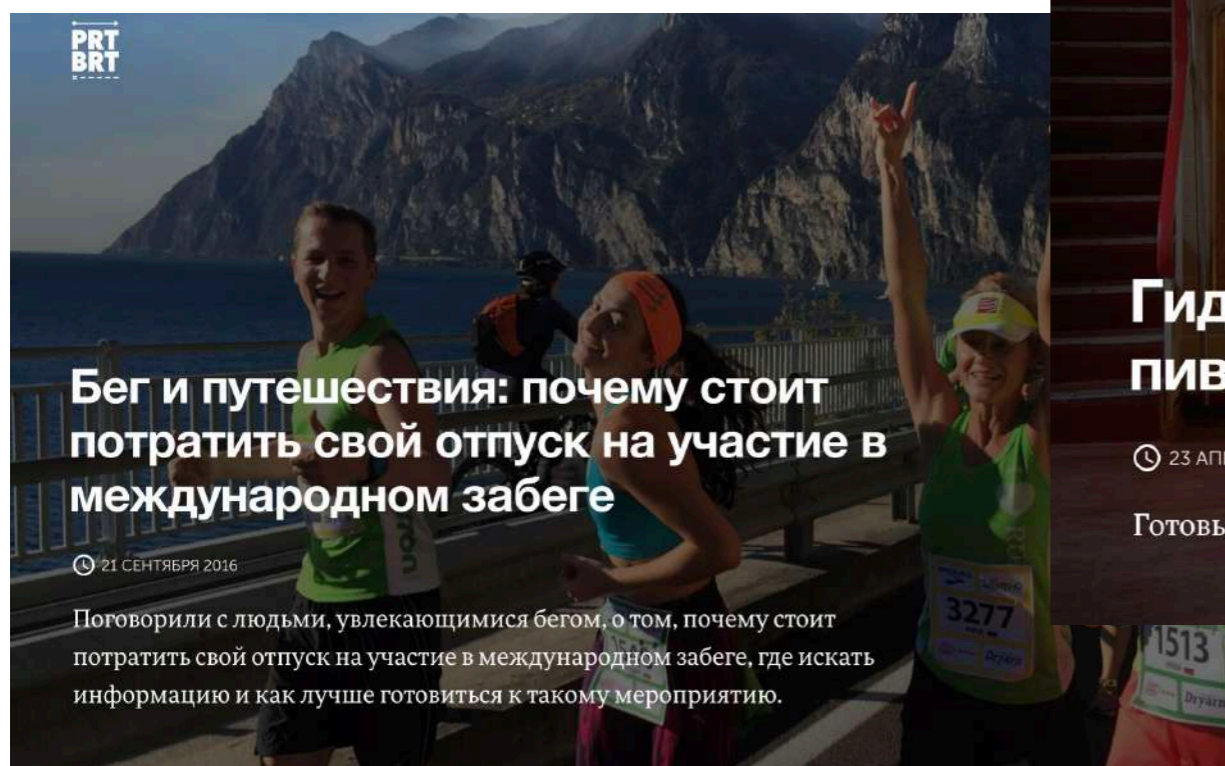
КАКИЕ ТЕКСТЫ И ФОРМАТЫ ВЫЗЫВАЮТ ИНТЕРЕС И РЕАКЦИЮ

- ▶ Личные колонки и размышления на тему путешествий



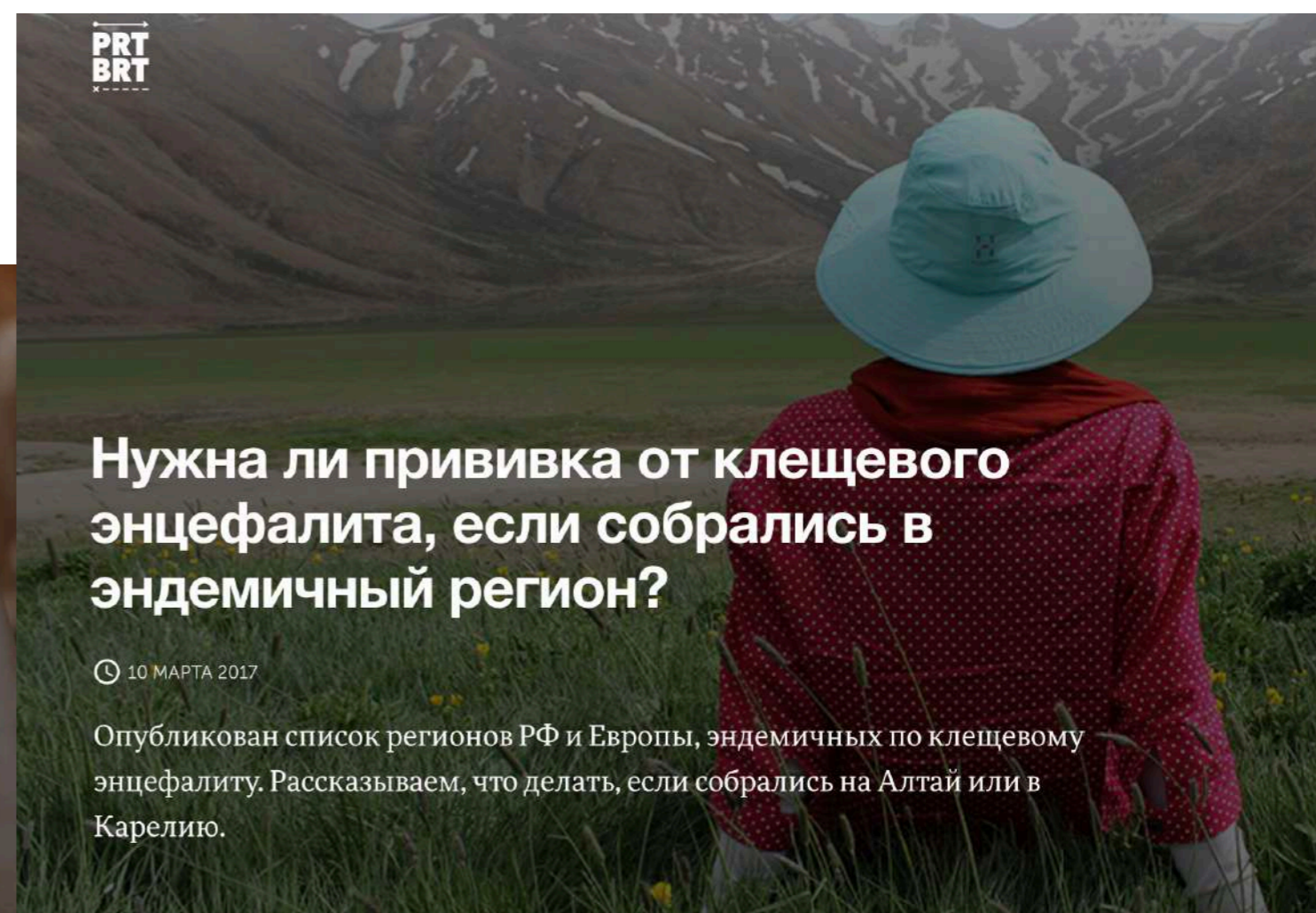
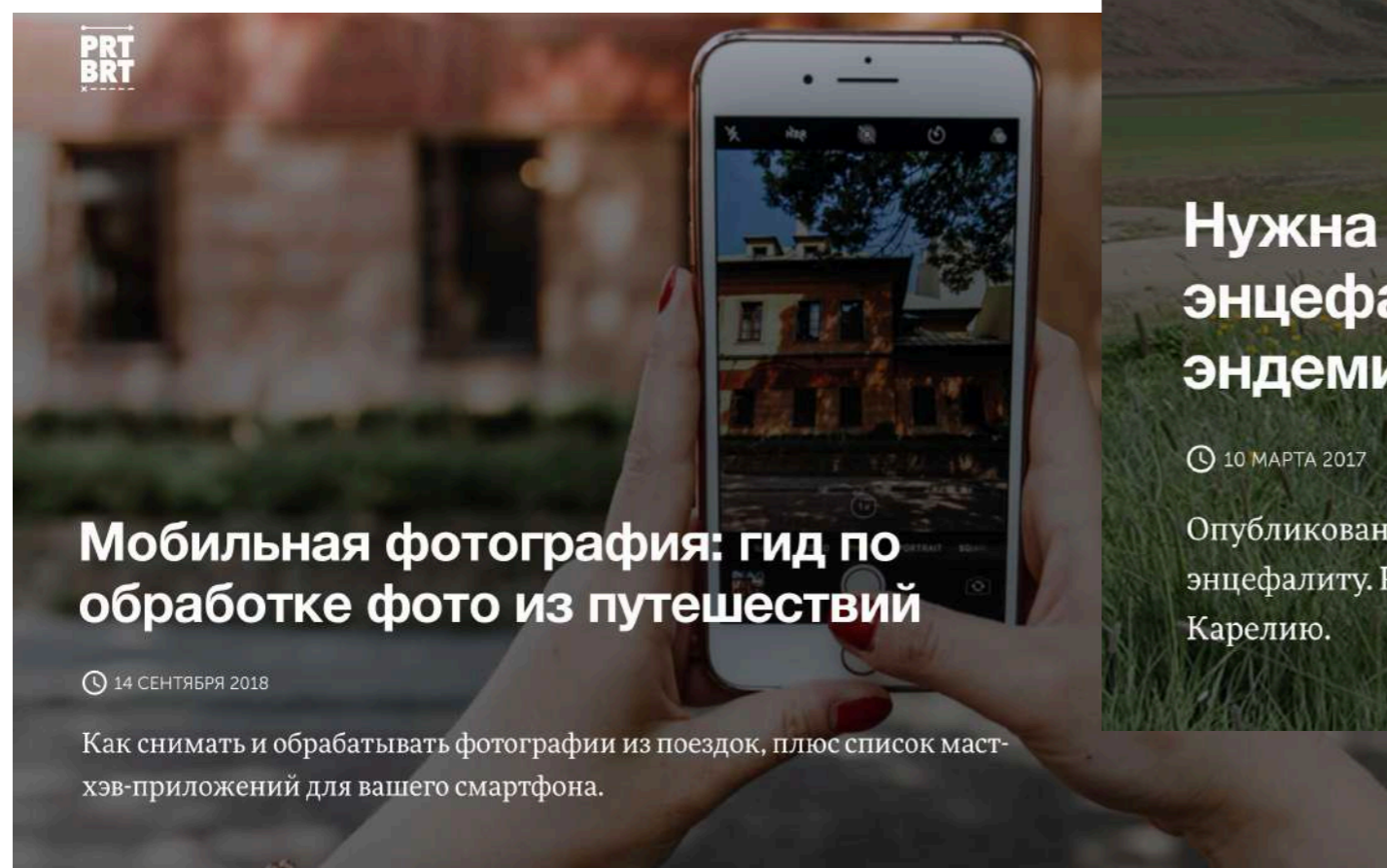
КАКИЕ ТЕКСТЫ И ФОРМАТЫ БОЛЬШЕ ВСЕГО ВЫЗЫВАЮТ ИНТЕРЕС ЛЮДЕЙ

- ▶ Гиды основанные, на интересах современных 30-летних



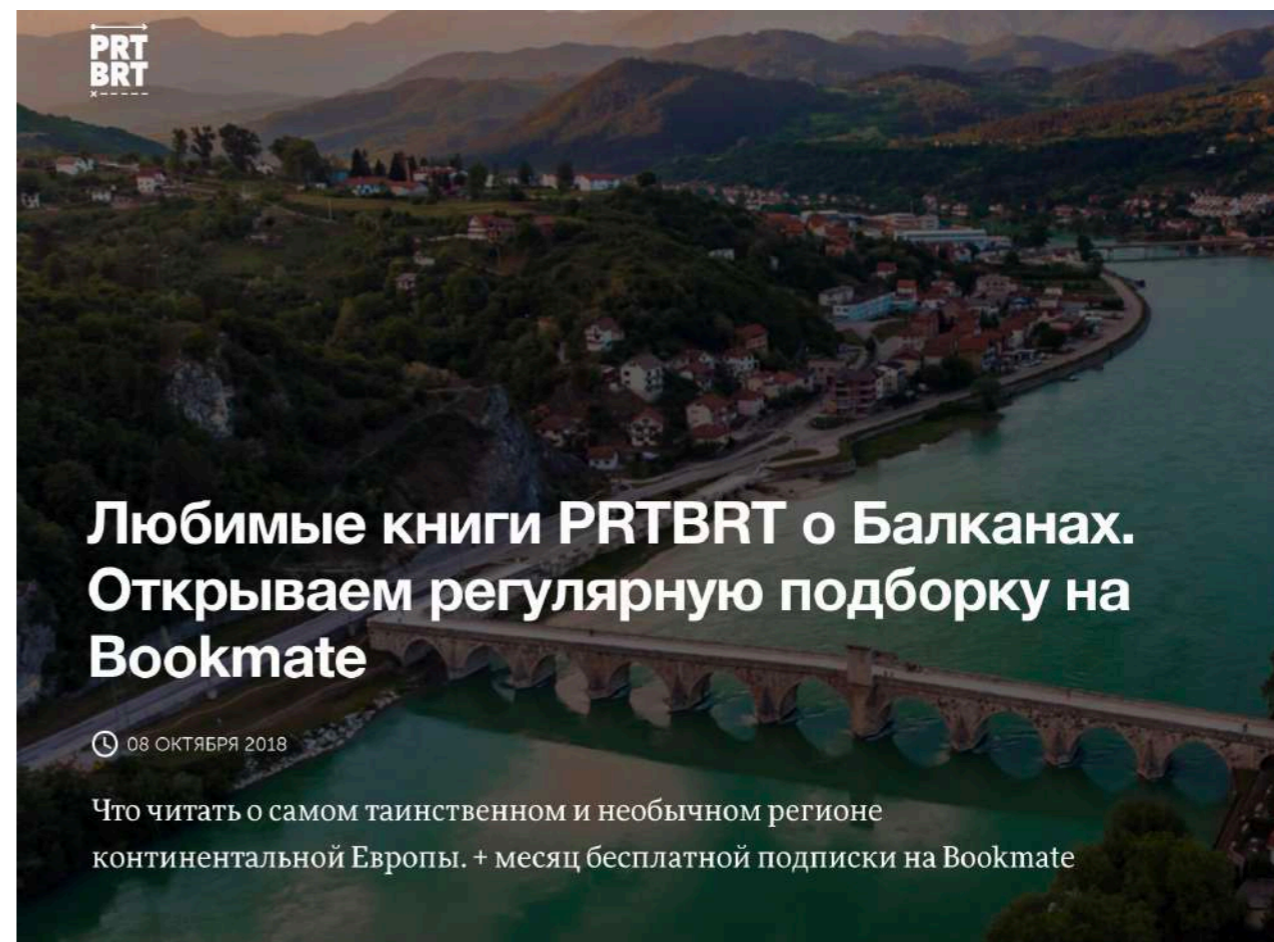
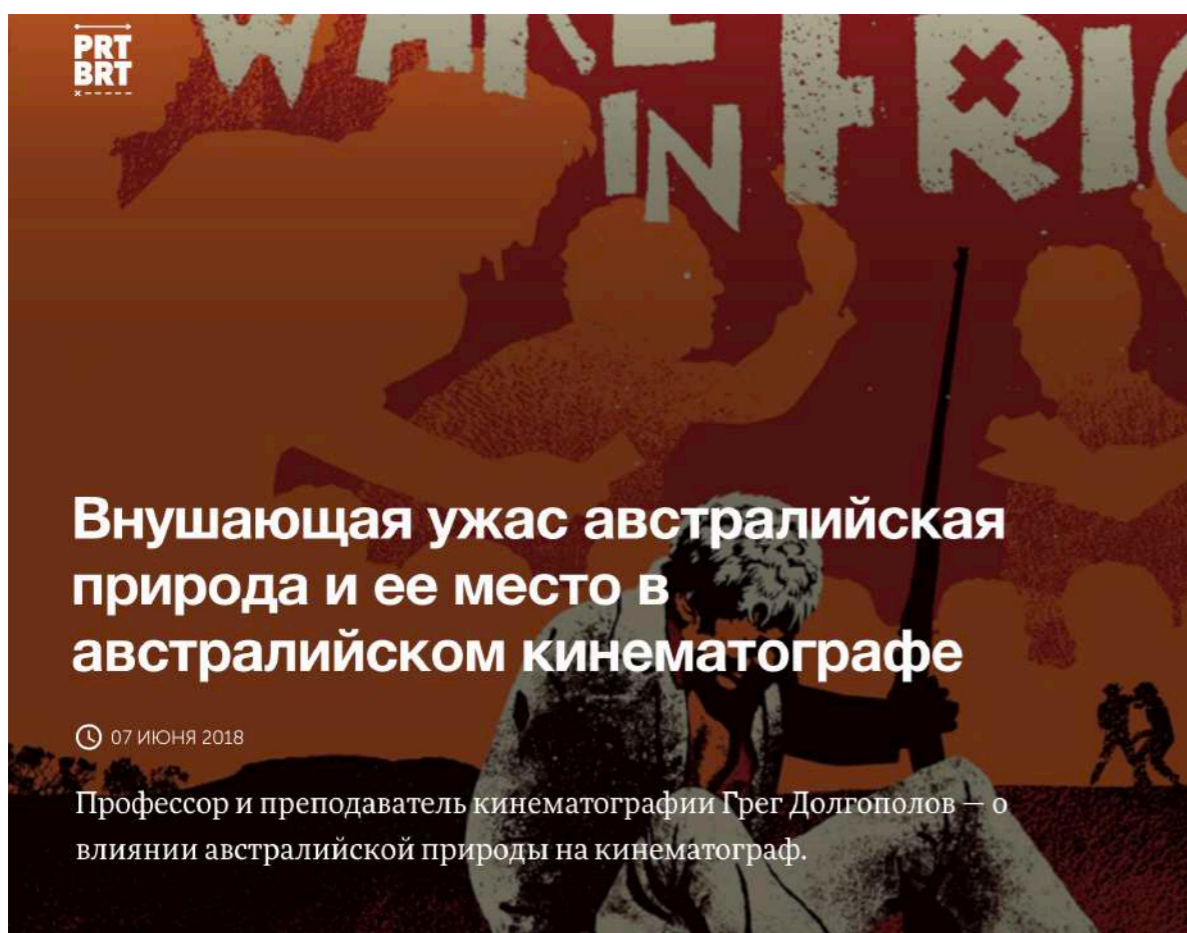
КАКИЕ ТЕКСТЫ И ФОРМАТЫ БОЛЬШЕ ВСЕГО ВЫЗЫВАЮТ ИНТЕРЕС ЛЮДЕЙ

- ▶ Сложные и полезные разборы от профессионалов



КАКИЕ ТЕКСТЫ И ФОРМАТЫ БОЛЬШЕ ВСЕГО ВЫЗЫВАЮТ ИНТЕРЕС ЛЮДЕЙ

- ▶ Материалы, которые выходят за рамки тревела



ТЕМЫ, КОТОРЫЕ МЫ СЧИТАЕМ МАЛОАКТУАЛЬНЫМИ (НО У НАС ТОЖЕ ЕСТЬ ТАКИЕ ТЕКСТЫ, СОПРИ)

- ▶ 5 кофеен Парижа. Упс, это же Foursquare
- ▶ Просто фотографии из путешествий без текста. Упс, это же Instagram
- ▶ Гиды основанные на трехдневном путешествии. Упс, это же *подставь любой российский проект про путешествия*
- ▶ 10 самых красивых пляжей мира. Упс, это же *подставь любой российский проект про путешествия*
- ▶ Материалы про очень отдаленные регионы. Упс, туда же никто не поедет

ТРЕНДЫ БЛИЖАЙШИХ ЛЕТ

- ▶ Микропутешествия. На выходные в Торопец, а не в Италию
- ▶ Путешествия по своей стране/городу/району. В ТОРОПЕЦ, А НЕ В ИТАЛИЮ
- ▶ Страны бывшего СССР. Если что, в СССР входила не только Грузия
- ▶ Эко-туризм. Смотреть животных, но не трогать
- ▶ Не путешествие, а исследование. Придумать концепцию и поехать исходя из нее (привет, ребята из Bad Planet и Леня Пашковский)

ЯЗЫК ТРЕВЕЛ-ТЕКСТОВ

ЧТО ВЫ ПИШЕТЕ?

- ▶ Советы от себя из будущего: конкретика и полезность
- ▶ Если тревелог, то с концепцией и необычным способом перемещения
- ▶ Нести новое знание даже о популярных местах
- ▶ Если развлечение, то с иронией и субъективностью

ЯЗЫК ТРЕВЕЛ-ТЕКСТОВ

КАК ВЫ ПИШЕТЕ?

- ▶ Структура – все: ставим вопрос, разъясняем с плюсами и минусами, критикуем (даже себя), подводим итог
- ▶ Концепция – еще больше все. Без проблемы или идеи нет смысла начинать
- ▶ Без языка даже структура и концепция пропадут. Надо уметь писать, но это несложно. Одно предложение – одна новая мысль, перечитывать вслух, избегать прилагательных в наивысшей степени
- ▶ Субъективность и самоирония на фоне багажа знаний. Правила можно нарушать, когда ты в совершенстве их знаешь
- ▶ ДНК проекта, блога, текста, автора. И репутация

ВЕЛИКАЯ ЦИТАТА

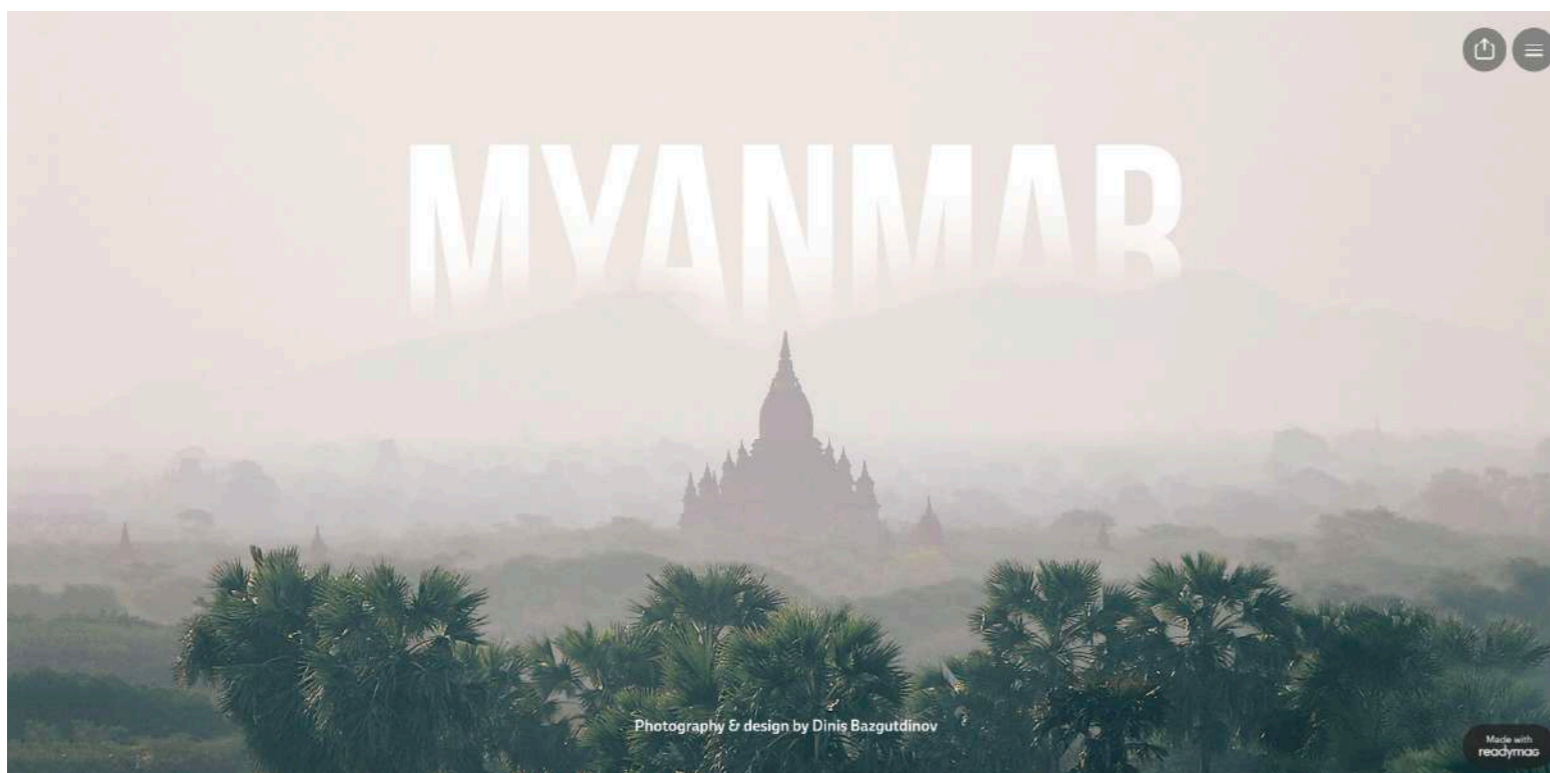
«Пристегните ремни в прямом смысле, ведь после выхода с Centrale Sorrento мы пересаживаемся в автобус (билет, кстати, уже входит в ArteCard), который довезет нас до одного из **самых** красочных, **самых** изящных и, пожалуй, **самого** очаровывающего города Амальфитанского побережья - Позитано. Одно только название этого города ласкает уши, **но прежде чем испытать этот амальфитанский оргазм нужно эрегировать своё сознание маршрутом Сорренто - Позитано.»**

НЕ ЗАДУМЫВАЙТЕ ТЕКСТ, МЫСЛИТЕ МЕДИЙНЫМ ПРОДУКТОМ

- ▶ В 2018 году одного текста недостаточно. В идеале автор еще сам делает фотографии (хайлайты путешествия или же наоборот атмосфера), владеет основами верстки и дизайна
- ▶ Четкое понимание концепции материала и его визуального языка
- ▶ Важно все: расположение фотографий, заголовков, подводка в социальных сетях и репост текста к себе.

READYMAG <3

- ▶ Попробуйте собрать самостоятельный медийный проект.

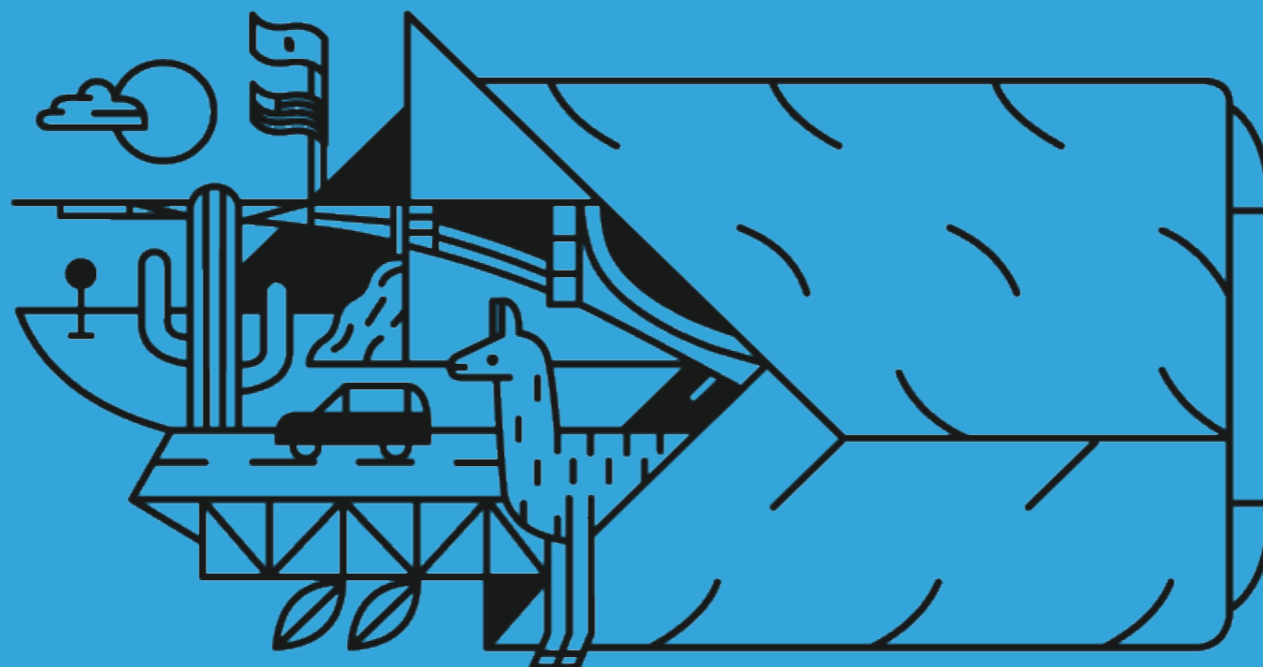


ИЩИТЕ ПАРТНЕРОВ

- ▶ В мире много проектов, партнеров и рекламодателей с которыми можно сделать крутой и интересный проект
- ▶ Не ждите, что к вам придут - предлагайте сами
- ▶ В мире не существует бесплатных вещей. Если вам что-то досталось бесплатно - за это все равно кто-то заплатил. Уважайте это. Уважайте отказ
- ▶ Не бойтесь сделать что-то бесплатно. Иногда кейс или хорошие отношения с брендом важнее денег
- ▶ Будьте честны с аудиторией и последовательны в работе с рекламодателями

ЭТО ЕЩЕ НЕ КОНЕЦ

- ▶ Постоянное движение, концентрация на ДНК проекта
- ▶ Движение медиа (удачное): подъем – плато – подъем – плато...
- ▶ У хорошей идеи будут сторонники, читатели. Но хорошую идею рождает опыт. Желательно в разных сферах и интересах
- ▶ Не копируйте. Это скучно
- ▶ Ориентируйтесь, цитируйте и спорьте. Даже с авторитетами



СПАСИБО!