Другое лицо аналитики. Как мы собираем информационно-аналитическую ленту EMCR News

Павел ПИКУЛЕВ,
соосновательЕMCR

Аналитика — это типичный рынок «лимонов», где массовый потребитель (особенно розничный инвестор) не способен отличить качественный продукт от некачественного

Изменения на рынке финансовой аналитики назревали уже давно. Уход глобальных дата-провайдеров из России в 2022 году стал кульминацией и финальной точкой пересечения множества трендов, которые полностью трансформировали аналитический ландшафт в стране за последние 10 лет. Этот ландшафт полон новых рисков, вызовов и возможностей, к которым всем нам надо адаптироваться.

Вот эти тренды:

• снижение роли финансовых посредников в финансовых услугах, в том числе в аналитике;

• приток частных инвесторов на рынок и рост влияния тех, кто умеет общаться с розничным инвестором на одном языке через соцсети (влияния в том числе на цены);

• изоляция российского сегмента финансового рынка и снижение числа контрагентов из числа профучастников, чьи интересы привыкли обслуживать аналитические команды;

• рост конкуренции за внимание розничного инвестора со стороны независимой, зачастую некачественной аналитики в Telegram и соцсетях;

• блокировка на территории РФ западных соцсетей, потеря дата-провайдеров и вынужденный уход профессиональной дискуссии в Telegram.

В результате этих тенденций аналитики лишились самой профессиональной части своей аудитории, а также привычных каналов коммуникаций. Они были вынуждены уйти в Telegram, где, с одной стороны, им пришлось заново выстраивать коммуникацию друг с другом и с профессиональным сообществом, а с другой — начать конкурировать за внимание розничных инвесторов с мастодонтами SMM, которые уже к тому моменту выстроили себе многотысячные, а то и миллионные аудитории.

ЧТО НЕ ТАК С АНАЛИТИКОЙ В TELEGRAM-КАНАЛАХ?

Надо отметить, что аналитика — это типичный рынок «лимонов», где массовый

потребитель (особенно розничный инвестор) не способен отличить качественный продукт от некачественного. В такой ситуации борьба за аудиторию сводится к борьбе SMM, а качество контента отходит на второй план. Как следствие, профессиональные аналитики со своим «тяжелым» продуктом оказались в заведомо неконкурентной позиции по отношению к «зажигательным» лидерам мнений из соцсетей.

Адаптация профессионального продукта под розничного инвестора корпоративными пиарщиками работает плохо по двум причинам. Во-первых, корпоративные проекты зажаты в тисках корпоративных политик, что делает их в среднем менее интересными по сравнению с авторскими проектами. Во-вторых, автор, делающий продукт сразу под «своего» клиента, в большинстве случаев выигрывает у компаний, поскольку посредник внутри компании (пиарщик) зачастую создает продукт на базе другого, ориентированного на иную целевую аудиторию и автор исходного продукта не заинтересован в работе с розничным инвестором.

Профессиональные потребители аналитики тоже пострадали. Они столкнулись с проблемой пустых экранов с уходом Bloomberg и Reuters и тоже вынуждены были уйти в Telegram. Однако Telegram неудобен для профессиональных пользователей аналитики. Во-первых, там царит хаос из чатов и каналов. Во-вторых, там смешаны продукты для профессиональной и непрофессиональной аудитории, а также качественные и некачественные проекты в неупорядоченном виде. В-третьих, много где Telegram заблокирован корпоративными политиками безопасности.

В результате возникли следующие задачи:

- помочь профессиональным аналитикам выделиться на фоне массы непрофессионального контента;
- упорядочить профессиональные аналитические коммуникации на базе Telegram и переупаковать контент в удобную для профессионалов форму;
- заполнить опустевшие скрины трейдеров.

Именно с этой целью и был создан проект EMCR News.

КАК СОБРАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ ИЗ КОНТЕНТА TELEGRAM? ЦЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ ВМЕСТО КОНТРОЛЯ

Когда стоит задача отфильтровать контент, первое решение, которое напрашивается, — поставить редактора, вооруженного четким набором критериев, и отдать ему на оценку поток контента, из которого он отберет лучшее. Впрочем, сразу же становятся очевидны слабости такого подхода: невозможно силами одного-двух-десяти редакторов отфильтровать океан контента, который есть в интернете и соцсетях. Но, что хуже этого, любые правила и алгоритмы, которые мы дадим им в помощь, как минимум будут негибки в случае изменений, как максимум — начнут создавать «пузыри мнений», когда алгоритмы оптимизируются под какой-то один тип контента и начинают его «разгонять», усиливая существующий консенсус и отсекая все остальное. В аналитике, где важен плюрализм и разносторонний взгляд на вещи, такое просто недопустимо.

Поэтому мы избрали другой подход — подход на основе ценностей и принципов. Мы создали набор ценностей и начали фильтровать не контент, а авторов, добавляя в ленту только тех, кто их разделяет.

Когда мы только запускали EMCR News, то постоянно слышали два вопроса: «Кто все эти люди, которые для вас пишут?» и «Чем они отличаются от остальных авторов в Telegram?». Именно от ответов на эти два главных вопроса мы отталкивались, формулируя наши ценности:

- прозрачность;
- профессионализм;
- этика;
- репутация.

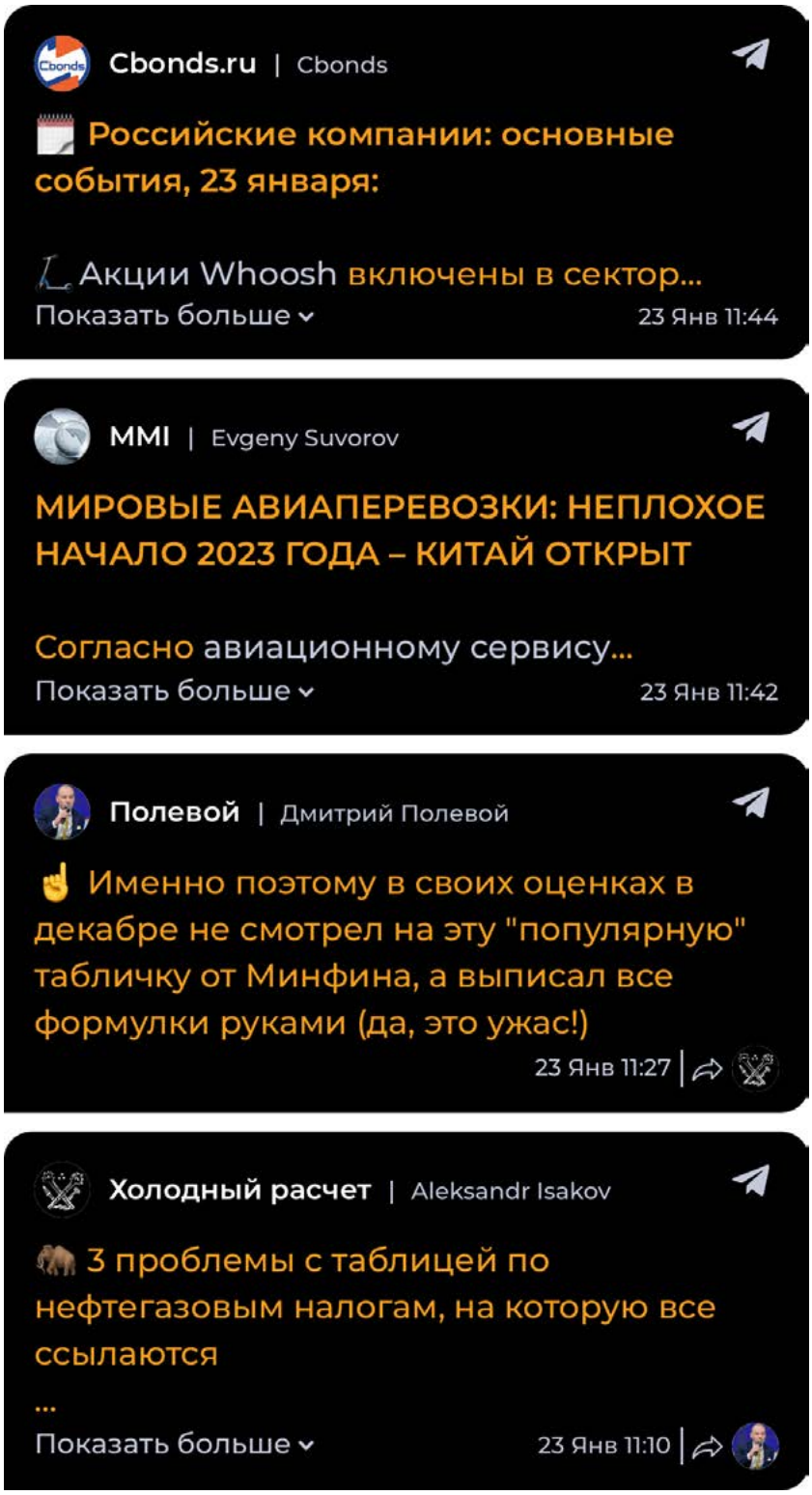
4 ЦЕННОСТИ EMCR

Прозрачность — это ценность № 1. Без прозрачности нельзя понять, насколько автор привержен другим трем ценностям. Ответ на вопрос «Кто все эти люди?» должен быть всегда под рукой, чтобы читатель в любой момент мог взглянуть на профиль автора и понять, кто он такой, каковы его профессиональный бэкграунд и репутация. Именно поэтому каждый канал, добавленный в ленту EMCR News, всегда имеет четкого владельца (физическое или юридическое лицо), профиль которого можно посмотреть на платформе EMCR.

Профессионализм — продолжение ответа на вопрос «Кто все эти люди?». «А они вообще аналитики или лайфкоучи и специалисты по отправке запросов во вселенную?» Именно поэтому в нашу ленту мы пускаем только тех, чей профессиональный бэкграунд позволяет им, с точки зрения коллег, высказываться на те темы, на которые они пишут.

Важно! Миллионная аудитория и горячая любовь читателей не делают человека профессионалом. Мы придерживаемся

Мы хотим обеспечить широкий разброс мнений и форматов, чтобы дискуссия была наиболее полной и чтобы происходила постоянная подстройка формата продукта под меняющиеся запросы аудитории



принципа, что человек является профессионалом только тогда, когда его таковым считают коллеги. Именно поэтому все авторы, которых мы пускаем в ленту, верифицированы коллегами. Размер аудитории канала при принятии решения роли не играет. У нас есть каналы с аудиторией как в сотни тысяч, так и просто с сотней читателей. Нам все равно. Есть один нюанс. Мы пускаем в ленту не только аналитиков, но и интересных трейдеров и качественных журналистов. Однако в каждом случае читатель может взглянуть на профиль автора, понять, с кем он имеет дело, и отнестись к контенту соответственно.

Человек является профессионалом только тогда, когда его таковым считают коллеги

Этика — это особо болезненная тема на финансовых рынках. Регуляторы столетиями борются с недобросовестными рыночными практиками, и мы полностью разделяем точку зрения, что манипуляциям, мисселингу и прочим недобросовестным практикам не место на рынке. В борьбе за этические стандарты нам снова помогает прозрачность. Когда все авторы открыты, то проблемы с репутацией тоже не скрыть, и у авторов есть все стимулы вести себя этично.

Репутация — это главный мотиватор для авторов производить качественный и добросовестный контент. Будучи полностью прозрачными для читателей и коллег, авторы имеют стимулы работать как можно лучше, а не просто нагонять читателей и продавать рекламу. Кроме того, поместив ленту на скрины трейдеров и коллег по цеху (аудиторией с гораздо более высоким уровнем требований), мы задали более высокую планку поддержания профессиональной репутации.

Тем не менее ценности ничего не значат, если нет людей, которые их разделяют.

ТАК КТО ЖЕ ВСЕ ЭТИ ЛЮДИ? (О ВАЖНОСТИ СООБЩЕСТВА)

Это ваши коллеги, которых вы хорошо знаете! Нам повезло быть частью сообщества долгового рынка и частью аналитического сообщества уже более 20 лет, и нашлось значительное число коллег и друзей с рынка, которые понимают стоящие перед нами вызовы и разделяют наши ценности. Вместе с ними и при поддержке регулятора мы начали работу по объединению коллег вокруг этих ценностей. В первую очередь, был создан Кодекс этики финансового аналитика НФА, была запущена Ассоциация финансовых аналитиков (АФА). Совместно с Банком России, НАУФОР и НФА ведется работа по определению критериев качественной/некачественной аналитики, которые основываются, прежде

всего, на наших ценностях и философии, стоящей за ними. Вокруг этих «больших активностей» формируется множество меньших профессиональных сообществ, построенных вокруг более узких профессиональных тем, например Клуб главных экономистов. Мы активно расширяем коммуникации внутри сообщества уже без использования привычных чатиков Bloomberg. Мы объединяем людей вокруг общих ценностей и общих интересов. Наша общая миссия — нести высокие стандарты работы за пределы нашего узкого круга рыночных профессионалов, в том числе тем людям, которые уже сейчас общаются с миллионной аудиторией розничных инвесторов, но являются аутсайдерами с точки зрения сообщества профессионалов рынка.

Без этих понимающих и активных людей из числа наших коллег появление ленты EMCR News не было бы возможным. Спасибо им!

КАК РАБОТАЕТ ЛЕНТА? (КОНТЕНТ)

Как я уже отмечал, мы не фильтруем контент. Мы хотим обеспечить широкий разброс мнений и форматов, чтобы дискуссия была наиболее полной и чтобы происходила постоянная подстройка формата продукта под меняющиеся запросы аудитории. В то же самое время нельзя сказать, что здесь нет определенной фильтрации на уровне авторов. Очевидно, что консенсус и наиболее заметные альтернативные точки зрения должны быть представлены, но как быть с более маргинальными идеями и где проходит раздел между иным взглядом на вещи и конспирологией?

Допустим, мы понимаем, что призывы снизить ставку ЦБ до нуля и включить печатный станок — это маргинальная идея и ей не место в профессиональной ленте. Но как быть с ММТ, которая тоже не признается полностью научной теорией? Здесь мы следуем принципу «если сомневаешься, то да!» — при условии, что по всем другим признакам автор нам подходит. Поэтому да, контент про ММТ в ленте есть. Разумное разнообразие держит консенсус в тонусе и способствует росту качества дискуссии.

Помимо этого мы помним, что нынешняя версия ленты EMCR News — профессиональная. Поэтому мы пока не пускаем сюда качественный контент, рассчитанный на розничную аудиторию. Также важен баланс тем, чтобы ленты была сбалансирована по содержанию и тематически. Кроме того, одно и то же событие комментирует множество людей, нам важен баланс между присутствием разнообразия мнений и раздражающими повторами. На данный момент нам удается справляться с задачей управления контентом ленты, но на будущее очевидно, что в профессиональную ленту будет попасть все сложнее, вырастут требования к качеству контента, к его форме и к его специализации. При этом уже сейчас напрашиваются отдельная лента для непрофессиональной аудитории и тематическая специализация лент. И да, очень не хватает канала про рыночные тусовки. «Верните Finparty!» — один из наиболее частых запросов пользователей.

КАК РАБОТАЕТ ЛЕНТА? (МЕХАНИКА)

Механика ленты — это отдельная увлекательная задача. Начав создавать ленту, мы увидели огромное количество разношерстного, часто повторяющегося контента, в разнобойном формате, перемежающегося немаркированной рекламой, ссылающегося друг на друга и т. п.

Мы поставили задачу сделать единую унифицированную ленту, которую было бы удобно сканировать взглядом и где почти не было бы рекламы, многократных повторов, но была бы возможность фильтровать контент по темам, авторам и т. п. То, как нам удалось реализовать задачу, вы можете увидеть сами.

Сейчас мы видим, что сама лента начала влиять на пользовательское поведение. Коллеги активно репостят, ссылаются и комментируют друг друга, иногда разворачиваются нешуточные дискуссии. Это классно! Это то, что мы и хотим видеть, когда лента и сообщество стимулируют конкуренцию идей и помогают аналитике стать лучше и профессиональнее. Но «перепаковка» интеллектуальных телеграм-баталий во всю ту же единую унифицированную, удобную для беглого просмотра ленту — еще одна нетривиальная задача.

НЕ ПРОСТО ИНТЕГРАТОР

Так что такое лента EMCR News? Хочется сказать, что это интегратор телеграм-каналов, но такая формулировка — всё равно что назвать многоразовую ракету Falcon Heavy транспортным средством. EMCR News — это сочетание наших ценностей и принципов, нашего видения, нашего нетворка и работы с сообществом, наших технологий и усилий. Мы это делаем, чтобы на одном из ваших опустевших после ухода Bloomberg и Reuters мониторов появилась профессиональная информационно-аналитическая лента от людей, которым вы доверяете.

На данный момент нам удается справляться с задачей управления контентом ленты, но на будущее очевидно, что в профессиональную ленту будет попасть все сложнее, вырастут требования к качеству контента