

Чй муҳимтар аст: шумора ё сифат? Баҳси пайдоиши тухм ва мурғ. Бе шумора аз ғалбер гузаронидани аудитория, ки дар натиҷа гуруҳи содики корбарон ташаккул меёбанд, руҳ намедихад

«Талкин»-и ноандешидашудаи аудитория, дар навбати худ, сомона ва дигар платформахоро ба «сабати беҳбурида» табдил медиҳад, ки дар он ҷамъовариҳои чормағз номумкин аст, яъне метавонад боиси корбарони бефоидае гардад, ки на ба манфиати манбаъ ҳастанд ва на ба манфиати рекламадихандагон.. Аз ҷониби дигар сомонаҳои бузург, вале бо ядрои хоболуд, бо вучуди доштани нишондохои сифатӣ, бе воридшавии маҷрои тозаи аудитория рушд намекунанд.

Дурустиҳои андозагириҳо

Дар бораи нишондихандаҳои шуморавай ва сифатӣ сухан ронда, бояд теъдоди иштибоҳоти зиёдеро ҳам дар назар дошт. Қисми бештари абзорҳо, аз ҷумла Liveinternet, Google Analytics ва Яндекс.Метрика, қудрати шинохтани ҳар корбарро ба ҳайси корбари инфиродӣ, бо назардошти тамоми таҷҳизоте, ки истифода мекунад, надоранд.

Ҳамон як корбаре, ки ба сайт аз телефон дар метро ё аз ноутбуки корӣ аз корхона ворид мешавад, корбари мухталиф ҳисоб карда мешавад. Ва баръакс-аъзои оилае, ки аз як компютери хона истифода мекунанд ва аз як IP- адрес дохил мешаванд, аз ҷониби ин абзорҳо, сарфи назар аз таваҷҷуҳи мухталиф ва модели рафторашон, чун як корбари инфиродӣ шинохта мешаванд.

Агар корбар дар сомона ба қайд гирифта шудааст ва ё аз дигар роҳҳо мо хуввияташро ташхис намудаем, имконияти бештар барои беҳтар донинистан он: мавзӯҳои писандидааш, алоқамандӣ ва робита байни мавод ва навъи таҷҳизоте, ки истифода мебарад, хангоми истифодаи маъмулӣ ё гузинаи мобилии он роҳҳои характернок дар дохили сомона, тафовут дар истифодаи шому сахар, дар рӯзҳои корӣ ё истироҳат ва дигар афзалиятҳо ва рафторҳои фароҳам меояд, ки имкони бештар маънидор намудани пешниҳодотро доранд.

Ширкатҳои интернетии бузурги ҷаҳон имрӯзҳо барои сохтани абзорҳои хушманд ва шинохти корбарон, танзим ва паҳн намудани мавод вобаста ба рағбат ва шавқи корбарон масрафҳои хангуфте доранд. Шахсикунонидани мавод ба яке аз тамоюлҳои ҷудогона ва мулоҳизашаванда дар рушди соҳаи расонаҳо табдил ёфтааст. Фармоишгар ва муҳаррики асосии ин таҳқиқотҳо, албатта соҳаи тарғиботи молу ашё, хидматрасониҳо дар интернет ва муҳити таҷҳизоти мобилист.

Фардикунонии иттилоот

Омузиши рафтори корбар, маҷмуи омор оид ба рафтор, майлу рағбат, тарзи истифода вобаста ба вақт, макон ва платформа ва миқдори таҷҷамуъи иттилоот оид ба корбар барои сохтани модели «фардикунонии иттилоот» ва шахсан маводи инфиродиро ба корбар расондан имкон медиҳанд.

Маҳз дар ҷунин маҷро порталҳои асоии ҷустуҷуйӣ ва агрегаторҳои хабарӣ ва шабакаҳои иҷтимоӣ кор мекунанд ва онро инкишоф медиҳанд. Тирамоҳи соли 2015 дар бораи фардикунонии сарлавҳаи хабарҳо дар баҳши навигарии Яндекс изҳор намуд ва шарҳ дод, ки корбарон ғолибан ва дар навбати аввал сарлавҳаи он нашрияҳоеро мебинанд, ки ба онҳо вақтҳои бештар сар задаанд.

Бештар намудани фардикунонии иттилоот бо ғояи харчӣ зиёдар дар мачрои хохишу интизорихои корбар будан, дар атрофи корбар мухити иттилооти боз ҳам мувофиқтар сохтан, инкишофи самаранокии реклама ва таъсиррасонӣ ба сифати рафтори мухотабонро афзудан, рабт дорад.

Қобили зикр аст, ки фардикунонии фазои иттилоотӣ дар ниҳояти кор таваккули/хатари сохтани «нақб» ва «гетто» ва «манзараи олам»- субъективӣ - муттипликатсиониро тавлид мекунад.

Тамоюл ба фардикунонии иттилоот дар навбати аввал аз чониби соҳаи реклам ва хадомоти онлайнӣ ташаккул ва таҳрик меёбад.

Ҳадаф аз таҳқиқот ва тасмимҳо дар баҳши фардикунонии иттилоот ва истифодаи донишҳо дар бораи корбарон- ба корбар ба шакли дақиқ расонидани пешниҳодоти тарғиботи махсусан ба ӯ мувоҷеҳшуда ва ё хабарҳо дар лентаи у ва дӯстони мачозиаш, иборат аст.

Чӣ тавр воқеъиятҳои субъективӣ дар ин ҳолат бо воқеъиятҳои объективӣ бархурд мекунад, яке аз масоили технологӣ, ташкилӣ ва фалсафии солҳои наздик аст.

Чалби мухотабон(аудитория)

Продюсерҳо метавонистанд ягон корбари чалбшудаи намунавиро чунин тасвир кунанд:

- Он як бемори муътоди иттилоот аст, ки рӯзе чанд бор ба хама платформаҳо, ки нашрия барнома пахш мекунад, аз ҷумла каналҳои шабакаҳои иҷтимоӣ ва иттилоотӣ, аз хама гуна дастгоҳҳо (ноутбук, смартфон, планшет, соатҳо ва ғайра) сар мезанад. Дар сомона ба кайд гирифта шудааст, дар тамоми чорабиниҳо ва пурсишҳо иштирок мекунад, аз хидматҳои пулакӣ истифода мебарад, ба реклама аксуламал нишон медиҳад, мавдро фаълоне шарҳ медиҳад, ба маводи сомона ва гузинаҳои мобилии он лайк мегузорад, табодули назар мекунад. Ҳамчунин дар гуруҳҳои нашрия дар шабакаҳои иҷтимоӣ ба месенчеру дигар нашрияҳо линк мефиристад, дар бозиро ва викторинаҳо сахм мегирад, сурат ва видео мефиристад ва дар чорабиниҳои офлайнӣ ширкат меварзад, муаллифон ва рубрикаҳои асосиро мешиносад, қаблан аз лоиҳаҳои иҷтимоӣ ва маҳсулоти нав оғоз шудааст ва фаълоне дар бораи онҳо дар саҳифаи худаш дар шабакаҳо ва сари дастархон бо дӯстонаш хикоя мекунад.

Асалан, чунин корбар вучуд дорад, як нафар аз миллион. Аммо вазифаи редакция чалб намудани садҳо нафарест, ки дорои чунин сифатҳои пурраи корбари намунавии чалбшуда бошанд.

Корбари чалбшуда аз корбари самаранок (фаъл) фарқ мекунад. Корбари фаъл метавонад ба саҳифаи охири сомона ворид шавад, як муддат онҳо бимонад, аз линк ба дигараш гузарад, дар ниҳояти кор ба реклама клик кунад ва ҳатто тавачҷуҳи худро ба рекламаи хариди маҳсулот ва хидматрасониҳо иброз намояд. Аммо корбари чалбшуда таърихи муносибатҳои шахсии худро бо нашрия, муаллифон, барномаву лоиҳаҳо дорад. Ва дар ин муносибатҳо аксаран корбар пешбар аст ва мутаносибан аз чониби редакция дастгиришаванда аст. Хусни тавачҷуҳ ба корбар метавонад дар он ифода ёбад, ки муаллиф андешаи хонандаро зикр мекунад ё барои ҳар сурат ё видеои фиристодааш корбар холҳо

мегирад ва метавонад рейтингӣ корбариаширо баланд бардорад ё ба марафони тирамоҳии хонандагон даъват шавад.

Муҳимаш он аст, ки сенария чалбшавӣ дар пояи дурусти андешидашудаи абзорҳо (обуна, овоздеҳӣ, тугмаи шабакаҳои иҷтимоӣ, чунон ҷойгир шудаанд, ки табодули мавод барои корбар роҳат бошад) бо имконияти сабт ва узвият ва афзалиятҳо барои «узви доимии клуб» сохта шудааст.

Саҳифабандии матн, коргардонии сужаҳои ҷандрасонии тулонӣ, ки ба корбар имкони дар ҳадди аксар аз мақола «мурур» кардан ба зерсарлавҳаҳо, видео, иқтибосҳои овозӣ, намоиши суратҳо ва панелҳо бо тугмаи шабакаҳои иҷтимоӣ «фуру» рафтани медиҳанд, бисёр муҳиманд.

Хулосаи калом, фароҳам овардани шароит барои ҷалби корбар-қори ҳамарӯзаи технологӣ, эҷодӣ ва ташкилии на танҳо продюсерон, балки қисми бештари редаксия аст.

Барои тасаввур намудани сенарияи ҷалби корбар ва муносибаташ бо ахбор ва расонаҳо фаҳмидан ва тасаввур намудани он зарур аст, ки ҷӣ тавр дар асл даври истеъмоли ахбор аз тарафи корбари замонавӣ сурат мегирад.

Расона, болгер, ширкат ва хабарсоз

Дар давоми 15—20 сол мо тағйироти сифатӣ дар мафҳуми истеъмоли иттилоот ва публицистикаро ба даст овардем. Дигаргуниҳои асосиро метавон ба шакли зер хулоса намуд:

- истеъмоли иттилоот ба шакли қанданашаванда сурат мегирад. То пайдоиши интернет барои ин вақт ва макони муайян лозим буд. Масалан, нашри пагоҳирузии ахбор дар радио, рӯзномаи саҳрғоҳӣ дар метро, табодул ва муҳокимаи он дар ҷойи қор, рӯзномаи шом ё маҷалла дар роҳ сӯйи хона, ахбори шаб тавассути ТВ, маҷаллаҳои ҳафтавор дар бустонсаро ва ғайра. Имрӯз мо метвонем мутлақо дар бораи даври бифофосила суҳан гуем;
- истеъмоли байниплатформавии иттилоот ба вучуд меояд. Равандҳои технологӣ ба чунин тарзи муносибат мебаранд, ки ба «гузариши» мутлақо қанданашавандаи истеъмоли аз аз як таҷҳизот ба таҷҳизоти дигар шароит фораҳам меоранд. Яъне корбар метавонад ба тамошои видео ҳангоми тановули субҳона шуруъ намуда, аз ҳамон ҷои таваққуф қардаш дар планшет онро дар метро идома диҳад. Гузашта аз ин бисёр қолабҳо таҷҳизоти махсусро талаб надоранд ва маводро ба роҳат ва номаълум барои корбар мувофиқ мегардонад;
- истеъмоли иттилоот интерактив шуд: барои корбар муҳим дар ҳамкорӣ/ иртибот мондан бо манбаъ, фавран ақсул амал нишон додан ва муносибат ба мавод муҳим аст;
- корбар қисми муҳим ва ҳатмии интишори хабар шуд: амалан расонаҳо бар души аудиторія қисми масъулияташонро оид ба паҳн намудани ахбор гузоштанд;
- ҳангоми истеъмоли иттилоот корбар маҳз барои ахбор вақт ва макони махсус ҷудо мекунад; ахбори омода намуда ва интишорнамудаи расонаҳо дар маҷрои инфиродии иттилоот миёни хабарҳои ғайрикасбӣ ё маҳдуд ҳастанд (хабарҳои дӯстон, хабарҳои қорӣ, иттилооти бонкӣ, хабарҳои обу ҳаво, нақлиёт, басташавии роҳҳо, натиҷаи бозихҳои

тими дӯстдошта, эълони намоишномаҳо ва ғайра). Корбар инхисори расонахоро бар иттилоот ва шарҳи ахборро зери суол мебарад;

- бо кумаки технологияи рушдбанда ҳар чӣ бештар тақдими маводи инфиродишудӯро, яъне маҷрои иттилотро, ки ба манфиатхояш дар ҳадди аксар мувофиқ аст, барои худ мутобиқ мегардонад, аммо воридшавӣ ва интишори маводеро маҳдуд месозад, ки фарзан барои корбари мушаххас мароқовар набошад.

(Иттилоотро имрӯз хабарсозон худашон ба корбарон мерасонанд. Масалан, дар расми боло, ки чӣ тавр сомонӣ соҳавӣ бо хирфавиён рақобат мекунад)

Паҳши байниплатформавии мавод

Таҷқиқот дар аксар малакатҳои рушдбанда нишон медиҳад, ки кори нахустине, ки насли ҷавони то синни 25 сола, сарфи назар аз ҷинс, маҳалли зист ва навӣ кор, пагоҳӣ анҷом медиҳад, даст сӯйи телефони хушманд ё планшет дароз кардан аст. Инҳо маҳз он ашёанд, ки насли нави аудитория бо онҳо бедор мешавад ва ҳоб меравад.

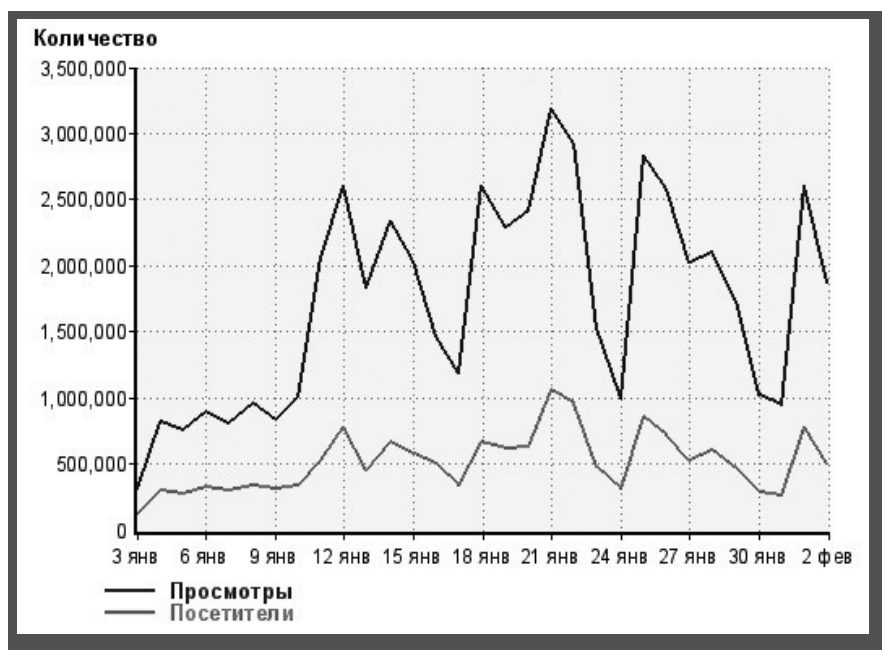
Mobile first —шиори асосии стратегияи рушди расонахоро набояд тахтуллафзӣ (дар робита бо телефонҳои хушманд), балки аниқтараш чун як сатҳи фиристанда ва инъикоскунадаи дар дастрасии наздиктарин ба корбар бояд фаҳмид. Имрӯз он телефон, смартфон, телевизор ва соат аст, фардо амалан ҳамагуна сатҳи ҳамвор: миз, девор, дари микровалновка, оинаи ҳаммом, дари ҷевони ошхона. Муҳити технологияи моро фарогиранда чунон бо суръат тағйир меёбад ва «насли ҷадид» чунон ба он зуд одат мекунад, ки ноширонро ба ҷуз аз пушти аудитория давидан дигар чорае нест.

Таъмин намудани истеъмоли бефосилаи иттилоот кори мураккаб ва мароқовар аст, дар ҳоле ки як воҳиди иттилотӣ дар давоми як нишастӣ корбар бояд аз таҷҳизоте ба таҷҳизоте ҳичрат кунад, хусусият ва қолаби инъикоси воҳиди иттилоотиро иваз намояд, вале муҳтаворро ниғаҳ дорад. Сохтани чунин қолабҳо ва мутобиқгардонияшон ба ҳама таҷҳизоти корбарон талаботи асосӣ барои чанд соли оянда аст.

Ба муҳаррирон ва продюсерон лозим меояд, ки корбари иттилоотро на дар шакли густа, балки яклухт бубинанд, вале дар ҳамин ҳол дарк кунанд, ки бо ҳар таҷҳизоти нав ва дар ҳар ҳолати нав шеваи рафтори корбар иваз мешавад

Самти асосӣ ва ҷудогона - паҳшест, ки бо ниғаҳдорандагони мобилии иттилоот созгор карда шудааст. Аудитория алҳол ба қолабҳои зерин ниёз дорад:

- гузинаи шабакавии сомона барои ниғаҳдорандаҳои мобилӣ (Смартфону и планшетҳо);
- дизайни мутобиқшуда (маҷмуи саҳифабандиҳои сомона вобаста ба ҳаҷми дастгоҳи мобилӣ);
- барномаҳои таъминоти мобилӣ барои телефонҳои хушманд ва планшетҳо;



glance - версия, ки махсус барои соатҳо сохта шудааст.

Омор барои ба таври возеҳ фаҳмидани он мусоидат мекунад, ки чӣ тавр интихоби афзалиятҳои ҳамон як корбар, як аудиторияи нашрия, вобаста ба ҳолатҳо: дар дохил ё хориҷ аз кишвар, дар хона ё кор, рӯзҳои истироҳат, дар роҳбандони бегоҳ ё шаҳрҳои бузург, дигаргун мешаванд.