

Манбаъҳо

Манбаъҳои трафик мафҳуми муҳимтарини менечмети аудитория мебошад. Дар пушти мафҳуми технократии «трафик» корбари хело ҳам мураккабсохт ва зинда истодааст. Рӯз то рӯз ӯро «чамъу гир» кардан дар дохили аудиторияе мушкилтар мешавад, ӯ беш аз пеш шеваи инфиродӣ ва сохтани муносибатҳои хусусиро бо брендҳо, сомонаҳо, гузинаҳои мобилӣ, бо лентаи нашр дар Facebook ё гуруҳ дар ВКонтакте талаб менамояд.

Кори харрӯза ва ҳар соати ҳар як редаксия аз дуруст интишор додан, тақсим намудан ва фиристодани иттилоот ба каналҳои мухталиф, аз ҷумла мачолоти бегона, ба кори босамар фаро гирифтани, ҷалб намудан ва мачзуб сохтани аудиторияи худ иборат аст.

Вазифаи муҳимтарини ин раванд ташаккул додани ядро ва зерядроҳои босуботи аудитория- онҳоест, ки ба таҷрибаи собиқашон, ба муносибатҳои бошуӯрона ё эҳсосоташон ба брендҳо таъя мекунанд ва дар оянда ба сомона мустақиман ворид мешаванд ё ӯро аз рӯйхат интиҳоб мекунанд.

Воридшавии мустақим

Дар ҳоли воридшавии мустақим (воридшавӣ тавассути «закладкаҳо») корбар ба саҳифаи асосии сомона ё баҳши он аз «закладкаҳо» истифода намуда, онро нуктаи маншаъ ё оғоз қарор медиҳад ё ҷизеро ки аз ҷиҳати фанӣ наметавон вуруди мустақим гуфт, вале аз назари ҳадафгузори метавон тафсир кард (ба мисли ҷидани сӯроғи сомона дар сатри ҷустуҷӯи сӯроғи электронӣ)

Дар лаҳзаҳои breaking news гузариш ба саҳифаи асосии ин сомонаҳо ба шиддат гуё аз ҷои «номаълум» афзоиш меёбад ва аз нишондиҳандаҳои ҳисоби миёнаи шабонарӯзӣ ба маротиб бештар мешавад. Ин аз он шаҳодат медиҳад, ки гуруҳи калони корбароне ҳастанд, ки аз тарзи рафтор, лаҳн, услуб ва шеваи кори ин сомонаҳо хуб оғаҳанд ва таҷрибаи боэътимоди гирифтани ахбор дар ҳолати breaking news доранд ва бо брендҳои ин манъбаҳо ошноӣ доранд. Дар давраҳои инкирозу бухронҳои иқтисодӣ ва молиявӣ афзоиши воридшавии мустақим насиби саҳифаҳои сомонаҳои расонаҳои иқтисодии бообуру (rbc.ru, finam.ru, interfax.ru) мешавад.

Яке аз равандҳо, бештар ба инкилоб монанд аст, динамикаи манфии ҷӣ вурудҳои мустақим ба сомона ва ҷӣ гузаришҳои дохилӣ ба саҳифаи асосии сомона аст. Тамоюли гузариш ба саҳифаи дохили манбаъ, на ба рубрикаву сюжет, на ба мачмуи тегҳо (барчаспҳо) ё дигар саҳифаҳои индексии (шоҳисии) роҳнамо, балки мустақиман ба мақола- тамоюли баръало возеҳ ва афзоишёбанда мешавад.

Ҷустуҷӯ.

Трафики ҷустуҷӯ тавассути гузаришҳои дархостшаванда аз агрегатҳои асосӣ шакл мегирад ва имрӯз яке аз манбаъҳои асосии трафик аст. Солҳои охир дархости ҷустуҷӯ барои дарёфти иттилоот дигар танҳо иҷрокунандаи ҳамин вазифа нест, балки яке аз воситаҳои раҳнамоӣ шуд. Дар бисёр ҳолатҳо корбарон сатри ҷустуҷӯро на барои ёфтани иттилоот тариқи калимаҳои калидӣ, балки барои расидан ба манбаи мушаххаси дилхоҳ истифода мебаранд.

Иттилоот аз сомонаҳои мушахас барои роботҳои чустучукунандаи нағз мутобикшуда ва дорои дизайну саҳифабандии ба хубӣ муназзамшуда, метавонанд трафики комилан мувофиқ ва ҳадафмандро бигиранд

Агрегаторҳо.

Агрегаторҳои хабарӣ барои расонаҳои рақамии рӯз ҳамзамон ҳам комёбӣ ва ҳам нокомианд. Гузаришҳо аз Яндекс.Новостей, Google News, Рамблер, Mail. Ru дар Русия, маъмулан, дар миёни се-панҷ манбаи дасти аввал меистанд. Ҳар кадоме аз ин манбаъҳо бо сомонаҳои хабарӣ ба таври худ муомила мекунанд: инҳо ба сатҳи гуногуни автомати интихоби сарлавҳо ва лид «дар равзанаи аввал» раванди хабарӣ, ҳаҷми матни иқтибосшуда (аз сарлавҳо то матни пурра) ва имконияти ҷойгир намудани мавод дар бахшҳои пулакӣ ва ғайра.. фарқ мекунанд.

Дар ҳамин ҳол шумораи зиёди корбарон, бахшҳои хабарии Яндекс, Google Mail.Ru-ро ба сифати як расонаи хабарӣ қабул доранд. Гузашта аз ин, омузиши фокус-гурӯҳҳо барои расонаҳо падидаи ногувореро нишон медиханд: қисми бештари корбарон, ки тавассути линкҳо дар манбаъҳои босифат ва инфиродии гуногун мақолаҳоро мекушоянд, таҷрибаи худро чунин шарҳ медиханд: масалан, “хабарро дар Яндекс хондам” ё “дар ин бора дар Мэйл навиша буданд, ки...”.

Гузашта аз ин самаранокии рафтори корбароне, ки ба сомонаҳои хабарӣ тавассути агрегаторҳои хабарӣ омадаанд, аз ҳад зиёд паст аст: умқи боздид 1-1,7 саҳифа, давомнокии нишаст камтар аз як дақиқа. Ба таври ғайримустақим метавон ҳамчунин дар бораи сатҳи пасти тақдирҳои корбарон ба ядрои манбаъ гуфт.

Шабакаҳои иҷтимоӣ.

«Тавассути твиттер хабар доданд», «дар фејсбук хонадам»-ин баёни одӣ ва рӯзмарра гӯёи он аст, ки шабакаҳои иҷтимоӣ аз ҷониби аксар корбарон - аудитория, чун «худ аз худ расонаи мустақил» қабул шудаанд. Ин як амали муназзам ва табиист, ки онро таваккуф додан мушкӣ ва ғайриимкон аст. Расонаҳои касбӣ ва ниҳодонидашуда дар лентаи дӯстони корбарон «об шуда» рафтанд.

Ин дар ҳолест, ки дар бисёре аз кишварҳо трафик аз аудитория дар миёни сарчашмаҳои асосии аудиторияи сомонаҳои бузурги хабарӣ ва гузинаҳои мобилии онҳо ба ҷойи аввал баромад. Дар Россия дар охири соли 2015 трафик аз шабакаҳои иҷтимоӣ ба сегонаи асосии манбаъҳои асосии корбарон дар расонаҳои пешсаф дохил шуд.

Шабакаҳои иҷтимоӣ ҳануз ҳам муҳити тағйирёбанда ва ташаккулёбанда боқӣ мемонанд. Бо боварии комил касе марҳилаҳои таҳаввули онро пешгӯӣ кардан наметавонад. Аз ин ру қоидаҳои дар санг ҳақшуда, пешгуиҳои муътамад дар бораи он, ки умуман чӣ муддатҳо боқӣ мемонанд ва чӣ онҳоро иваз менамояд вучуд надоранд, вале он фаҳмиш вучуд дорад, ки нашрияҳо ва продюсерон бояд ба ин дигаргуниҳо, раванду тамоюлҳо ниҳоят ҳассос бошанд. Онҳо шабакаҳои иҷтимоиро на чун муҳити паҳши якҷонибаи барномаҳо ва ҷамъоварии гузариш ба сомонаҳо, балки чун қолаби комилан нави журналистика-журналистикаи гуфтугӯҳо ва ҳамкориҳо бояд қабул намоянд. Барои ҳамин ҳам меъёри самаранокии ин ҳамкорӣ аз тасаввуроти анъанавӣ ба таври назарраст фарқ хоҳад кард.

Мессенчерҳо

Мессенчерҳо барои аудитория таъсиргузор мешаванд ва барои пешсафи тавлиди трафик шудан талош мекунанд. Таъсири онҳо ба сохтори трафики воридшаванда, махсусан, дар минтақаҳо назаррас аст. Дар бисёре аз ҷумҳуриҳои Русия гуруҳҳои маҳаллӣ ва дорони мавзӯҳои маҳдуд трафикро барои манбаҳои иттилотии маҳаллӣ тавлид мекунанд, ки нисбат ба гузаришҳо аз агрегаторҳои хабарсоз, шабакаҳои иҷтимоӣ ва ҷустуҷуй афзалият доранд. Трафик метавонад ҳам аз гуруҳи корбарон бошад ва ҳам аз каналҳои махсусе, ки нашрияҳо ташкил кардаанд.

Трафик аз мессенчерҳо сифатан зарфияти хуб дорад, зеро одатан, аз гуруҳҳои мавзӯӣ ворид мешавад, ки эҳтимоли зиёде барои «уфтодан» дар муҳити хоҳишҳои корбарон ва ҳамчунин муҳити боварӣ ва тавсияҳо доранд. Метавон боэътимодона рушди минбаъдаи ин навъи хидматрасонӣ ва барномаҳоро бо чанд сабаб интизор шуд: трафик аз мессенчерҳо, вақте сухан дар бораи реклама меравад, осонак ба харид ё дархости хидматрасонҳо табдил меёбад; болотар будани сатҳи ҷалби корбар барои табодули иттилоот тавассути мессенчерҳо, дар муқоиса бо почтаи электронӣ, бештар умедворкунанда аст ва бахусус хангоми даёфти ахбор дар киёс бо мулҳақоти хабарӣ ва сомонаҳо.

Илова бари ин мессенчерҳо қобилият қазби табодули SMS -хоро доранд. Ин ҳам дар ҳолат, ки кушиши ширкатҳо—соҳибони мессенчерҳо барои берун нарафтани трафик ва боқӣ мондани аудитория, аз ҷумла иттилоот, дар дохили каналҳо ва «мақолаҳо» интизор меравад.

Рекламаи матнӣ

Истифодаи механизмҳои гуногуни тарғиботи матнӣ дар пешбурди маводи алоҳида саҳт машқук аст, вале он метавонад дар пешбурди маҳсулоти нав, бахшҳо ва лоиҳаҳои махсус пурсамар ва муфид бошад. Ин мутлақо дар ҳолатест, ки хоҳиши корбарон ба мавзӯ аз пешниҳоди иттилотӣ пешгомтар аст. Рақобат дар чунин вазъи баланд нест. Тарғиботи матнӣ нархи гарон надорад ва барои редакция бошад ин имкони дарёфти корбари нав бо зарфияти табдилёбии саривақтии ӯ ба корбари содӣ аст.

Масалан, эълони лоиҳаҳои махсус бахшида ба олимпиада ё чемпионати ҷаҳон оид ба футбол чанд моҳ қабл аз баргузориашон. Дар марҳилае, ки аудитория ҳам хоҳиш, ҳам суол ва ҳам кунҷқовӣ дорад, вале ахбор хеле кам аст.

Расонаҳое, ки то ин фурсати муносиб дар лоиҳаҳои махсус маълумоти умимӣ, бозихо, викторинаҳо, эълонҳо ва рӯйхати хидматрасониҳои мувофиқ (хариди билет, фармоиши либосҳои варзишӣ ва ғайра)-ро ҷамъоварӣ кардаанд, метавонанд, минҷумла тариқи рекламаи матнӣ, аудиторияи рақибонро ба тарафи худ кашанд.

Нархи баланди гузариш ва одатан матнҳои ғайриахбории блокҳое, ки дар онҳо рекламаи матнӣ гузошта мешавад, ҷанбаи манфии рекламаи матнӣ барои пешбурди маҳсулоти хабарӣ аст. Ҷанбаи мусбати он ба таври мустақим ба корбар расидани он аст. Табиист ки ин дар ҳолати баёни дуруст ва возеҳи матн аст, ки муҳтаво ва қимати маводро ифода кунад.

Оффлайн

Самаранокии пешбурди кори оффлайнии расонаҳои рақамӣ бахсбарангез аст.

Агар аз назари имичи реклама ё пешбурди бренд ва маҳсулоти нав дар бораи натоиҷ чӣ гуфташ мумкин бошад, пас кушиши корбаронро мустақиман аз оффлайн ба онлайн овардан на дар Русия ва дигар кишварҳо натиҷа надодааст. Алҳол таҷрибаҳои табдил додани тамосҳои оффлайн ба онлайн ба иллати носозгории алгоритмҳо: кушодани барномаҳо, дарёфи рамз дар манзара ва ғайра самарани оммавӣ надодааст. Аммо, ба ҳар сурат, ҳақиқат ин идея ояндадор ба назар мерасад. Дар ҳақиқат, ки вақтҳои наздик чунин табдилёбӣ шояд, бо истифода аз дигар технологияҳо ва алгоритмҳои барои корбар мувофиқ, татбиқ шаванд.