

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ЖУРНАЛА

Разводовский А. С.

Научный руководитель – доцент Лаптева М. А.

Сибирский федеральный университет

В последнее время одним из шагов в развитии средств коммуникаций стало формирование глобальных информационных систем, позволяющих не только обмениваться информацией, но и объединять знания, накопленные во всем мире, обеспечивать легкий доступ к ним большого количества людей. Глобальные информационные системы стали частью жизни людей, получивших свободный доступ к знаниям. Основой свободного доступа к накопленным знаниям и формирования глобальных информационных систем стала технология World Wide Web (WWW), благодаря которой человечество открыло для себя новую коммуникационную среду Internet.

WWW - это динамично развивающаяся технология, которая позволяет свободно обмениваться информацией и делать данные широкодоступными, что в свою очередь позволяет рассматривать эту технологию в качестве одного из важнейших способов распространения научных знаний.

Одним из самых удобных видов подобного распространения является *электронный журнал*. Этот способ представления информации позволяет неограниченному кругу читателей ознакомиться с новейшей оперативной информацией, свободно вести дискуссии по опубликованным темам с авторами статей и другими заинтересованными лицами.

Но нельзя останавливаться только на создании электронного журнала, ведь без грамотного продвижения даже самый интересный, насыщенный актуальной информацией ресурс не станет известным, а значит и посещаемым.

Продвинуть электронный журнал - значит привлечь внимание целевой аудитории потенциальных читателей. Соответственно, чем выше расположен ресурс в результатах поисковых систем, тем больше его посещаемость и успешнее развитие.

В данной статье предпринята попытка представить несколько основных методов, использование которых наиболее эффективно в продвижении как электронного журнала, так и любого иного Интернет-ресурса.

1. Контекстная реклама

Контекстной рекламой называют вид динамического размещения интернет-рекламы, когда рекламное объявление близко к контексту сайта, на котором оно размещается, или запросам посетителя. Это могут быть и текстовые сообщения, и баннеры. Наиболее широкую известность получила поисковая реклама – показы рекламных сообщений на страницах результатов поиска.

Эффективность контекстной рекламы зависит от многих факторов: выбор мест и форм размещения объявления, грамотность рекламного текста. Очень важно, на какую именно страницу сайта попадет посетитель, кликнувший на рекламное объявление.

2. Оптимизация под поисковые системы

Большинство пользователей ищут информацию с помощью поисковых систем. Оттуда на интернет-ресурсы приходит множество целевых посетителей. В зависимости от того, на каком месте по наиболее важным запросам находится сайт электронного журнала, их число может сильно меняться (многие пользователи просматривают лишь первую страницу результатов поискового запроса).

3. Копирайтинг и SEO-копирайтинг

Рекламные тексты должны быть легко читаемыми и запоминающимися. Безусловно, они должны акцентировать внимание представителей целевой группы на преимуществах журнала.

Применительно к продвижению интернет-ресурсов можно выделить следующие основные направления копирайтинга: создание слоганов для сайтов и баннерной рекламы (или иных рекламных носителей), подготовка рекламных статей.

Размещенные на сайте слоганы могут сделать его более запоминающимся, объяснить посетителю, куда он попал.

4. Прописывание в тематических каталогах

Размещение информации в каталогах определенной направленности (строительство, туризм, автомобили и т. д.) в целом аналогично размещению информации в каталогах общего характера. Главное отличие в том, что во многих тематических каталогах размещение информации платное (оно может носить единоразовый характер или же предполагать регулярные платежи).

Эффект подобной рекламы строго индивидуален в зависимости от ресурса и точности поданной информации.

5. Взаимодействие с тематически близкими ресурсами

Организация взаимодействия с тематически близкими ресурсами может носить различный характер. Как правило, оно обоюдовыгодно, например, можно обменяться с другим сайтом баннерами, ссылками или информерами. Организация такого взаимодействия не отнимает много времени и денег (с большим количеством сайтов можно договориться о бартере) и дает хороший результат – значительное увеличение целевой посещаемости.

6. Обмен статьями

Один из распространенных способов взаимодействия с тематически близкими ресурсами – обмен обзорными или рекламными тематическими статьями. Разместив на своем сайте чужие материалы, вы можете взамен получить размещение собственных материалов со ссылкой на других интернет-ресурсах.

В первую очередь такой обмен решает задачи поисковой оптимизации, увеличивая ссылочную цитируемость продвигаемых ресурсов. Размещение статей на популярных ресурсах даст ощутимую прибавку к посещаемости продвигаемого сайта.

7. Трансляция новостей и информеры

Трансляция анонсов или заголовков эксклюзивных новостей на высокопосещаемые интернет-ресурсы – один из самых эффективных методов продвижения сетевых изданий.

Еще один весьма эффективный способ продвижения – размещение собственных информеров на дружественных сайтах. Информеры – это автоматически обновляющиеся графические элементы, которые устанавливаются на сайты и используются для предоставления различной повседневной информации. Такой информацией, к примеру, могут быть курсы валют, прогнозы погоды, заголовки или анонсы новостей СМИ и мн. др.

Информеры – относительно новый вид интернет-рекламы. В большинстве случаев в Рунете их размещают бесплатно, так как администрации многих сайтов заинтересованы, чтобы посетители имели доступ к полезной для них информации.

8. Реклама в отправляемых с web-интерфейса письмах

Подобная реклама представляет собой небольшие текстовые блоки (два-три предложения), которые размещаются после «тела» письма. Данный вид рекламы, например, используется в письмах, получаемых от пользователей почты Яндекса или Mail.ru.

9. Реклама в рассылках отраслевых ресурсов

Главное преимущество рекламы в новостных рассылках крупных отраслевых ресурсов в том, что она гарантированно воздействует на целевую аудиторию. В отличие от спама, ее получают заинтересованные посетители отраслевых ресурсов, добровольно подписавшиеся на рассылки. Эффект от подобной рекламы аналогичен эффекту от размещения информации на специализированных высокопосещаемых ресурсах.

10. Размещение сообщений на форумах, в гостевых книгах и на досках объявлений

Реклама будет действовать, если интересна посетителям форумов и гостевых книг. Идеален вариант, когда размещаемые сообщения являются ответами на интересующие посетителей форума вопросы. Гиперссылки ведут на страницы вашего сайта, где эта проблема освещается более широко.

Размещение рекламных сообщений на форумах, в гостевых книгах и на досках объявлений при выполнении ряда условий может положительно повлиять на позиции сайта в поисковых системах.

11. Нестандартные рекламные носители

Обычно под нестандартными рекламными носителями в Интернете подразумевают мультимедийные flash-анимированные мультфильмы или компьютерные игры. В последнее время к ним добавились еще и скринсейверы (заставки для мониторов).

Пожалуй, широкое распространение в Рунете они получили благодаря «Игрушкам» поисковой системы Яндекс. По мнению специалистов Яндекса, «интерактивные он-лайн игры становятся популярным развлечением. Как следствие, появилась и уже хорошо себя зарекомендовала интегрированная в игры реклама: заставки с рекламным роликом, использование в сюжете продуктов и услуг компании, атрибуты бренда на игровом поле и другие виды. Причины высокой эффективности такой рекламы вполне очевидны».

Нестандартные рекламные носители – это эффективное средство имиджевой рекламы, привлекающее внимание пользователей.

12. Размещение пресс-релизов

Пресс-релизы представляют собой короткие (одна-две страницы) официальные информационные сообщения для прессы, рассказывающие о различных мероприятиях, событиях в жизни компании, новых услугах, товарах и т. д. (подробнее узнать о том, что такое пресс-релиз, можно практически во всех учебных пособиях по PR).

В Рунете существует много специализированных ресурсов, где можно бесплатно размещать пресс-релизы (www.press-release.ru, www.pressroom.ru, www.inthepress.ru, www.pr.b2bsbn.ru, www.news-desk.ru и др.).

Размещение пресс-релизов дает многосторонний эффект. Во-первых, их могут прочитать посетители тех ресурсов, где их размещают. Во-вторых, сайтами, где есть пресс-релизы, пользуются многие журналисты. Пресс-релиз может стать основой для публикаций в сетевых и печатных изданиях. В-третьих, разместив в пресс-релизах гиперссылки на свои ресурсы, можно повысить их цитируемость.

13. Оффлайновые методы раскрутки интернет-ресурсов

В последнее время все чаще для продвижения интернет-ресурсов в нашей стране используют оффлайновые методы, то есть те методы, которыми в основном пользуются вне Интернета.

В первую очередь к оффлайновым методам относятся разнообразная реклама (теле- и радиореклама; в печатных изданиях; наружная) и PR (проведение совместных акций с печатными изданиями; промо-акций, концертов и др.).

14. Информационное спонсорство

Информационное спонсорство – эффективный способ продвижения интернет-ресурсов. Основная его идея в следующем. Размещая у себя рекламу и статьи о тех или

иных мероприятиях (выставка, концерт, спортивный праздник и т. д.), вы, в свою очередь, можете получить бесплатную рекламу своего сайта.

15. Специальные акции

Регулярные оффлайновые акции для имеющихся и потенциальных посетителей вашего сайта могут существенно увеличить его посещаемость. Вот далеко не полный список таких мероприятий: конкурсы, конференции, семинары, встречи посетителей сайта, вечеринки, концерты, празднования дня рождения сайта.

Интернет-продвижение – важная составляющая современных рекламных и PR-кампаний. Крупные сетевые издания в Интернете ежедневно читают сотни тысяч пользователей (их число намного превышает тиражи большинства российских газет). Новые интернет-издания появляются в Сети практически ежедневно, но лишь единицы достигают высот, разобравшись в специфике интернет-рекламы и PR, привлечении на сайт постоянных читателей. В результате рейтинги такого издания становятся на порядок выше.