ЧТО ГАЗЕТЫ ДЕЛАЮТ В ИНТЕРНЕТЕ? ЧТО ДОЛЖНЫ И ЧТО МОГУТ ДЕЛАТЬ?

Ключевая проблема медиа-аскетизма решена, традиционные СМИ перешли от стадии отрицания Интернета к использованию его возможностей. Пока еще не на всю катушку, происходит это с разной степенью качества и эффективности, но факт остается фактом: сайты 43 изданий, отобранных мною для детального анализа *(шорт-лист участников конкурса. — Ред.)*, ежемесячно собирают суммарную аудиторию уникальных пользователей размером около 8,5 миллиона человек. Наилучшими количественными показателями из представленных на конкурс изданий могут похвастаться газеты «МОЁ!» (Воронеж), «Свободный курс» (Барнаул) и тульская «Слобода».

ДМИТРИЙ ФЕДЕЧКИН, ЭКСПЕРТ КОНКУРСА

Однако не одной «палочной системой» измеримо интернет-пространство газет. Пришлось потрудиться немногим больше обычного и провести сравнительный анализ между «униками» и численностью населения, проживающего на территории распространения изданий.

И эта процедура выявила других лидеров: «Курьер.Среда.Бердск», «Омутнинские вести+» (Омутинск, Кировская область) и «Качканарский четверг» (Качканар, Свердловская область). Абсолютно очевидно, что сайты упомянутых газет играют серьезную роль в информационном пространстве своих городов. Особенно приятно за «Курьер» и «Вести+», которые «собирают» на своем сайте численность своих городов по три раза в месяц.

Очень важный момент, который нередко забывают редакции печатных изданий, работая в Интернете, — это стремительность, с которой пользователь переключается от одного источника информации к другому. В среднем на сайтах газет, представленных на конкурс и отобранных для анализа, пользователь проводит всего лишь 132 секунды. Все мы проходили в школе через процедуру измерения скорости чтения и имеем примерное представление о том, сколько символов реально можно за это время прочитать.

Эта информация должна послужить спусковым крючком для двух целей, достижение которых даст синергетический эффект. Первая — оптимизация текстов не в ущерб смысловой нагрузке. Вторая — расстановка «крючков», «зацепочек», чтобы увлечь пользователей, задержать их на сайте как можно дольше. Наибольших успехов в этом направлении добились газеты «Свободный курс» (более семи минут!), «Омутнинские вести+» и «МОЁ!».

Из менее крупных муниципалитетов следует обратить внимание на качество работы таких изданий, как «Эхо недели» (Железногорск, Курская область), «К вашим услугам» (Шахты, Ростовская область), «Аспект» (Барабинск и Куйбышев, Новосибирская область), «Глобус» (Серов) и «Вечерний Краснотурьинск» (Краснотурьинск, обе — Свердловская область).

Одним из самых эффективных способов увеличения времени, проводимого на сайте СМИ, является использование видео. Просмотр видеоконтента в настоящий момент наиболее динамично растет, и связано это с

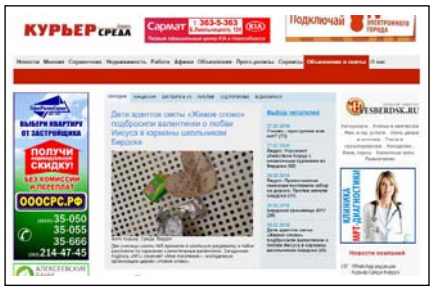
продвижением широкополосного доступа (ШПД) и внедрением мобильными операторами связи технологии 4G. Наиболее просто решить эту задачу могут конвергентные СМИ. Однако и в этом случае не следует забывать, что форматы потребления видеоконтента в телевизоре и Сети существенно отличаются.

Известный факт: каждый второй посетитель сайта покидает его, просмотрев всего одну-единственную страницу. В этом нет ничего категорически ужасного, такова природа Интернета. Однако если показатель отказов начинает зашкаливать за 70%, есть повод серьезно задуматься. Лучше всего с этой проблемой из представленных на конкурс газет научились справляться «Эхо недели», «Искра» (Лысьва, Пермский край) и «Змеиногорский вестник» (Змеиногорск, Алтайский край).

Интересуясь вопросом обеспечения глубины просмотра, можно рекомендовать также изучить сайты изданий из Ростовской области: «Шахтинские известия» (Шахты) и «Перекресток» (Белая Калитва).

Лояльность потребителей важна в любом бизнесе, и сетевой медиабизнес не является исключением. Лояльна та аудитория, которая заходит на сайт напрямую, набирая имя домена в адресной строке (а значит, помнит его наизусть) или в специальной закладке. Лучшие показатели по доле прямых заходов продемонстрировали «Глобус» из Серова, «Аспект» и «Час Пик в Верхней Пышме».

Газета «МОЁ!» из Воронежа, несмотря на свою перенасыщенную и сложную архитектуру, собирает в месяц порядка 1,7 миллиона уникальных пользователей — наилучший показатель среди всех представленных на конкурс изданий.



Газета «Курьер.Среда.Бердск» обладает ежемесячной аудиторией уникальных пользователей, в 3,7 раза превышающей количество жителей города.

Газета «Эхо недели» из Железногорска демонстрирует, что дизайн — это еще не все. Несмотря на налет «олдскульности», издание лучше других умеет удерживать и вовлекать аудиторию на своем сайте

Однако иногда высокий уровень прямых заходов может демонстрировать слабое развитие других способов привлечения аудитории на сайт (поисковое продвижение, использование социальных сетей). Корреляция процента прямых заходов с охватом аудитории выявляет других лидеров: «Курьер.Среда.Бердск», «Омутнинские вести+», «Вечерний Краснотурьинск», «Городские вести» (Ревда, Свердловская область), «Качканарский четверг» (Качканар).

К сожалению, приходится констатировать, что в ходе анализа были выявлены сайты газет, которые занимаются «серыми» и «черными» технологиями накручивания посещений. Не тыкая ни в кого пальцем, хочется отметить, что «закупать трафик» сегодня — это уже дурной тон, а вычислить «накрутчиков» при наличии желания и технологических средств не представляется очень сложной задачей.

Конечно, реферальный трафик имеет право на существование, но не в зашкаливающих же объемах?

Иные издания очень хорошо научились «затачивать» свои публикации под ключевые поисковые запросы. В идеале, как я уже неоднократно писал, при наборе в поисковых системах Yandex и Google наименования территории распространения, сайт газеты должен, как минимум, попадать на первую страницу, как максимум — в топ-3. Лучше всего из представленных на конкурс газет научились пользоваться SEO-технологиями иркутская «Восточно-Сибирская правда», «РВС» (Динская, Краснодарский край» и «Канские ведомости» (Красноярский край).

Приятно осознавать, что не только федеральные издания научились эффективно работать с социальными сетями. Например, каждый второй переход на сайт газеты из соцсетей фиксируют такие газеты, как «БАМ» (Тында, Амурская область), «Стальная искра» (Аша) и «Саткинский рабочий» (Сатка, обе — Челябинская область).

Безусловной популярностью у газет пользуются социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники». На их долю приходится более 80% переходов из социальных сетей на сайты изданий. Если доля, которую набирает «Facebook» (более 11%), еще может подрасти и этой возможностью издателям следует пользоваться, то едва перешагнувший за 1% «Twitter» констатирует, по сути, охлаждение к этому каналу онлайн-дистрибуции.

Другая потенциальная «газель» на рынке социальных сетей — «Youtube», доля которой может возрасти, если издания все-таки возьмутся за видео.

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-САЙТА ГАЗЕТЫ

Адаптивный дизайн, обеспечивающий одинаково комфортный просмотр сайта как на стационарном дисплее персонального компьютера, так и с помощью мобильных устройств (планшетов и смартфонов) под операционными системами iOS, Android и WindowsPhone.

Новостной стиль подачи информационных сообщений, исключение примитивного дублирования газетных материалов на сайте.

Оперативность. Регулярное, ежедневное обновление контента.

Количество уникальных посетителей на сайте (в месяц) — 1,62 х количество жителей на территории распространения.

Среднее время, проводимое пользователем на сайте, — не менее 2 минут 58 секунд.

Глубина просмотра — от 3,08.

Процент отказов — не более 52,74%.

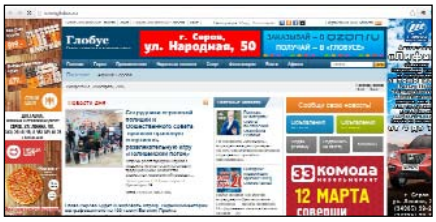
Количество прямых заходов — от 39,63%.

Реферальный трафик — не более 9,71%.

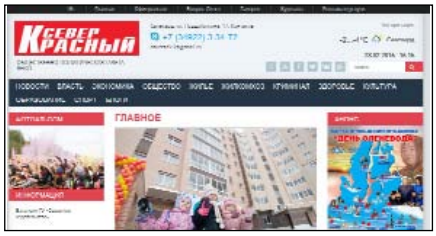
Переходы на сайт из поисковых систем — от 38,34%.

Переходы на сайт из социальных сетей — от 21,25%.

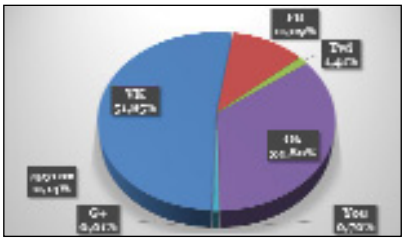
Доля переходов на сайт из социальных сетей «ВКонтакте» и «Одноклассники» от общего количества перехода из социальных сетей — не менее 80%.



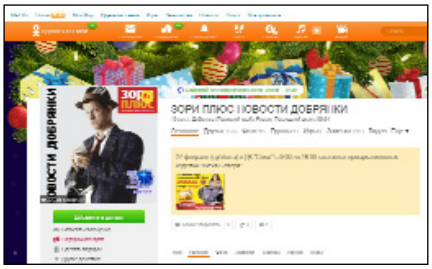
На сайт серовской газеты «Глобус» напрямую заходит более 52% пользователей. Это — демонстрация высокой лояльности аудитории к изданию



Газета «Красный Север» из Салехарда — одна из тех, кто научилась эффективно пользоваться инструментами SEO



На долю «ВКонтакте» приходится более половины переходов из социальных сетей на сайты изданий



У газеты «Зори Плюс» из Добрянки Пермского края — более 3,5 тыс. друзей в «Одноклассниках» и один из лучших результатов по работе в этой социальной сети

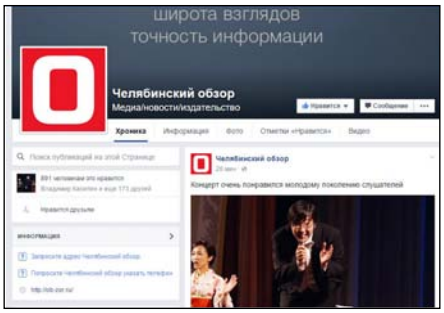
РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЙ ТОП

На сайты каких газет по совокупности достигнутых результатов мне хотелось бы обратить внимание.

Города-миллионики: «МОЁ!», «Воронежский курьер» (РИА «Воронеж»), «Челябинский обзор».

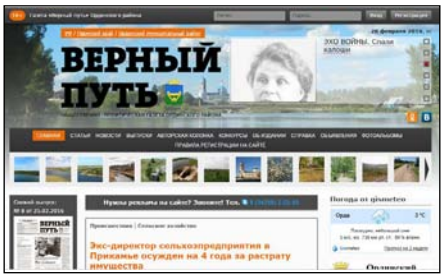
Города от 200 тысяч до 999 тысяч жителей: «Слобода», «Шахтинские известия», «Pro Город» (Киров).

Города от 100 тысяч до 199 тысяч жителей: «Глобус», «Курьер.



Челябинский «Обзор» — лидер среди заявившихся на конкурс изданий по привлечению аудитории из социальной сети «Facebook»

Сайт одного из представленных на конкурс изданий обновлялся в последний раз в августе...



В Ординском районе Пермского края проживает чуть более 15 тысяч человек, однако это не мешает местному изданию делать более или менее добротный сайт

Среда.Бердск», «Коломенский вестник» (Коломна, Московская область).

Населенные пункты от 50 тысяч до 99 тысяч жителей: «Вечерний Краснотурьинск», «Эхо недели», «Аспект».

Населенные пункты от 25 до 49 тысяч жителей: «Зори Плюс», «Перекресток», «РВС», «Саткинский рабочий».

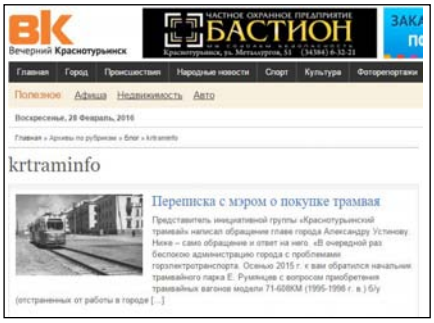
Населенные пункты численностью до 25 тысяч жителей: «Омутнинские вести+», «К вашим услугам», «Верный путь» (Орда, Пермский край)

О ЧЕМ ПИШУТ

С помощью современных инструментов можно довольно легко выявить читательские предпочтения. Или то, какими новостями эти будущие читательские предпочтения формируются. Тут, увы, давно уже невозможно установить истину, «кто первый начал».

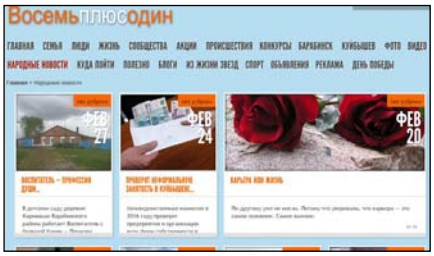
К сожалению, как показывает практика, наибольший отклик у читателей вызывают криминал и скандалы. Социально значимых новостей действительно в «расшариваниях» категорически мало. Перед СМИ сегодня действительно стоит дилемма: гнаться за аудиторными предпочтениями, за трафиком и следующими за ними рекламными ручейками или все-таки держать марку серьезного СМИ — в ущерб размеру «уникальных пользователей».

ИНТЕРЕСНЫЕ РЕШЕНИЯ



На сайте «Вечернего Краснотурьинска» блог ведет... трамвай

«Омутнинские вести+» идут в тренде и иногда специализируются на тестах



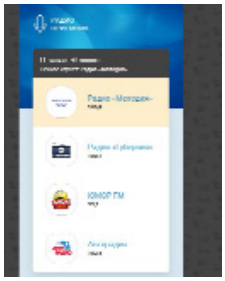
За самые лучшие народные новости у «Аспекта» из Новосибирской области положена денежная премия

«Алтапресс» использует онлайн-видеокамеры

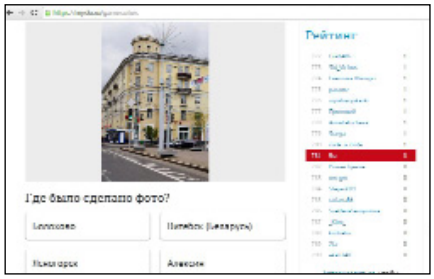
ИНТЕРЕСНЫЕ РЕШЕНИЯ

«К вашим услугам» специализируется на проектах

«Городские вести» из Ревды продают свою газету в AppStore и Google Play. И продвигают эту услугу на своем сайте. А «Курьер. Среда.Бердск» поставили себе на службу мессенджер WhatsApp



«МОЁ!» гоняет у себя на сайте онлайн-радио



«Слобода» играет с аудиторией в онлайн-игры и ведет рейтинг пользователей

ТОП-15 новостей издания «Pro Город» (Киров) (по данным сервиса Mediametrics, *цифры демонстрируют количество «расшаривания» новости в социальных сетях)*

5448 Конкурсы Кирова
2093 Подозреваемые хотели взорвать три дома в Чепецке и Кирове
1389 Парень покончил жизнь самоубийством на рабочем месте в Котельниче
1220 Кировчанка рассказала, что Светлана Разина вышла на сцену пьяная
1193 В Кирове на Герцена № 44 несколько лет подряд трагично погибают люди
1183 За рулем автомобиля скончался мужчина в Кирове
1165 Форум Киров
1161 Умер мужчина на остановке в Кирове 4 февраля 2016 года
1129 Экстрасенс рассказала, почему умирают люди в доме № 44а на Герцена в Кирове
1030 Девятилетние девочки отравили свою одноклассницу йодом в Кировской области
1020 «Лада Калина» упала с эвакуатора на припаркованный Jaguar на улице Ленина
1018 Женщину расчленила пенсионерка в Вятских Полянах в 2016 году
974 Двухмесячный ребенок умер в Чепецке 4 февраля 2016 года
946 Житель Чепецка выложил объявление на «Авито» и лишился миллиона

ТОП-15 новостей издания «Слобода» (Тула) (по данным сервиса Mediametrics, *цифры демонстрируют количество «расшаривания» новости в социальных сетях)*

3402 С 12 февраля тульские маршрутки будут ходить по-новому
2448 Избитый букетом жених: фейк или правда?
1863 Отец мальчика, погибшего в ДТП с троллейбусом, рассказал о трагедии
1775 В Интернете опубликовали фальшивую телефонограмму о закрытии тульских школ на карантин
1672 В Туле похищен директор ООО «СПАР» Антон Белобрагин
1408 Смертельное ДТП на Пузакова: водитель троллейбуса говорит, что пешеходы шли на красный
1353 Родиона Пронина нет среди неопознанных тел
1277 Владимир Груздев ушел в отставку
1256 Туляков напугали снежные блохи
1134 Туляк написал петицию с требованием уволить сотрудницу клуба «Пряник»
1120 Владельца «СПАРа» Антона Белобрагина «заказали»
1096 Свадьба по-тульски: жених, избитый букетом
1076 Регистратор заснял, как троллейбус не пропустил пешеходов на ул. Пузакова
1070 В КБП работает следственная группа

ТОП-15 новостей издания «МОЁ!» (Воронеж) (по данным сервиса Mediametrics, *цифры демонстрируют количество «расшаривания» новости в социальных сетях)*

2335 В Воронеже в лесопосадке прохожие нашли отрезанные человеческие ноги
1821 В учебных заведениях Воронежа продлен карантин по гриппу
1740 В Воронеже мужчина с перерезанными венами устроил дебош в супермаркете
1419 Останки расчлененного тела принадлежат пропавшему воронежцу
1331 Воронежцы обнаружили в колбасе крысу
1301 Где можно остаться без колес: самые опасные ямы на воронежских дорогах
1290 33-летний воронежец, заболев гриппом, «сгорел» всего за неделю
1254 Как правильно вызвать скорую помощь, чтобы она приехала как можно быстрее?
1246 В Воронеже в учебных заведениях продлили карантин по гриппу
1238 Минздрав предупредил о второй волне гриппа
1185 Жительница Воронежа рассказала, как ее муж умирал от свиного гриппа
1122 Грипп и ОРВИ в Воронеже начали отступать
1063 «До сих пор уснуть не могу, все время в глазах эта летящая на нас белая машина»
1038 12-летняя школьница, которую прятал педофил, оказалась в психбольнице

&