

Як павялічыць колькасць наведвальнікаў сайта бібліятэкі?

Адзін з сакрэтаў поспеху – працуем з тэкстамі



Інтэрнэт-супольнасць Беларусі. Кароткі агляд

- ▶ Па даследванні Gemius за мінулы год, якое было апублікавана ў студзені 2017 года, колькасць рэальных карыстальнікаў інтэрнэту ва ўзросце ад 15 гадоў склала **больш за 5 млн чалавек** (5 083 212). Пранікненне інтэрнэту ў рэспубліцы складае 70 %. Гэта азначае, што 70 % людзей, якія жывуць у нашай краіне, рэгулярна карыстаюцца Сецівам.
- ▶ У апошні час у нашым грамадстве назіраецца рост колькасці людзей (ва ўзросце пасля 35 гадоў), якія валодаюць камп'ютарнай граматай і пастаянна карыстаюцца інтэрнэтам.
- ▶ Міністэрства сувязі Рэспублікі Беларусь адзначае, што колькасць абанентаў мабільнай сувязі складае 11 439 866, колькасць мабільных інтэрнэт-карыстальнікаў – **5 115 781** і колькасць абанентаў, якія маюць шырокапалосны стацыянарны доступ у інтэрнэт у рэспубліцы, – **3 060 000**.
- ▶ Беларусы часцей бавяць час у сацыяльных сетках ці шукаюць інфармацыю ў Сеціве. І калі юных інтэрнэт-карыстальнікаў прывабліваюць часцей online-гульні і адукацыйныя рэсурсы, то старэйшае пакаленне больш цікавіцца пошукам разнастайнай інфармацыі.

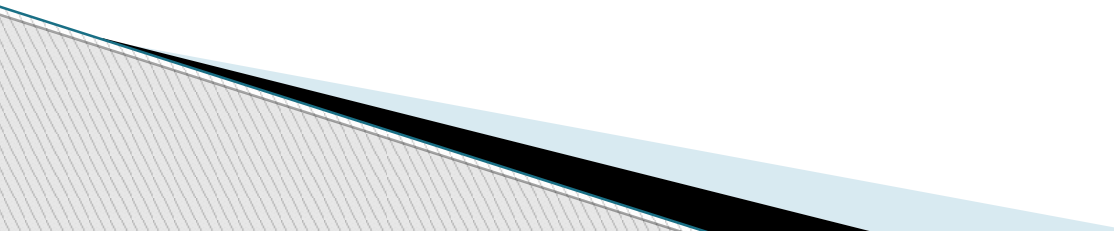
Сайт бібліятэкі – прадстаўніцтва ўстановы ў Сеціве

- ▶ Сайт – крыніца **дакладнай, карыснай і ўнікальнай інфармацыі ў інтэрнэце**. Па сутнасці, сайт бібліятэкі выконвае ролю як міні-СМІ, так і прадстаўніцтва ўстановы ў Сеціве. Сайт мае пэўную структуру, сістэму навігацыі, дызайн, на ім размяшчаецца інфармацыя, якая асвятляе дзейнасць установы.
- ▶ Асноўныя мэты – **інфармаваць** інтэрнэт-наведвальнікаў пра работу бібліятэкі, **заахвочваць** да актыўнага ўдзелу ў працы ўстановы, **прывіваць** культуру чытання, **папулярызаваць** сярод чытачоў з дапамогай тэлекамунікацыйных сродкаў звыклых напрамкі бібліятэчнай дзейнасці.

Крыніцы трафіка (наведванняў):

- ▶ **Прамые заходы і пераходы з захаваных старонак (пастаянныя карыстальнікі);**
- ▶ **Пошукавыя сістэмы (новыя карыстальнікі);**
- ▶ **Сацыяльныя сеткі (як старыя, так і новыя карыстальнікі).**

**Афлайн- і анлайн-каналы
распаўсюджвання
інфармацыі,
ці Як інтэрнэт-карыстальнікі
даведваюцца пра сайты
бібліятэк**



Прапарцыянальныя суадносіны
выкарыстання афлайн-каналаў і
праца над павелічэннем колькасці
наведвальнікаў у анлайн-прасторы
– **40/60.**

Афлайн-прастора

Праца з афлайн-каналамі не менш значная, чым з анлайн

- ▶ На ўсіх крыніцах інфармацыі, якія расказваюць пра бібліятэку, павінен быць адрас сайта: чытацкі білет, афішы мерапрыемстваў, рэжым працы, узгадванні ў прэсе, сувеніры, розныя рэкламныя матэрыялы, якія распрацоўваюцца для мерапрыемстваў.
- ▶ Супрацоўнікі бібліятэк самі павінны ўспрымаць анлайн-рэсурс установы не як нязручны дадатак, а **паўнаўартасны інструмент працы**, з дапамогай якога чытачы з афлайн могуць стаць інтэрнэт-карыстальнікамі бібліятэкі (працаваць з пошукам, рознымі базамі даных зручней і хутчэй), а таксама ўдзячнымі наведвальнікамі сайта і стваральнікамі цікавага і ўнікальнага кантэнту для яго.

Больш намаганняў у online-асяроддзі

- ▶ SEO
- ▶ Кантэнт-маркетынг
- ▶ SMM



Фактары, якія ўплываюць на колькасць наведвальнікаў:

- ▶ **Сезоннасць** (лета – час адпачынкаў, школьных вакацыяў).
- ▶ **Падзейнасць** (Дзень бібліятэк, Бібліяноч, славуця выстаўкі і ўвогуле значныя падзеі і мерапрыемствы). *Напрыклад, пошукавы запыт “500 лет беларускому книгопечатанию” ў жніўні ўвайшоў у топ-10 тэм, якія больш за ўсё выраслі ў пошуку Яндэкса.*
- ▶ **Тэхнічныя асаблівасці**. Пастаянная даступнасць (бачнасць) сайта, дасканалая праца, водгук старонак (хуткая загрузка – не больш за 15 секунд). Зручнасць сайта для карыстальнікаў (зразумелая навігацыя (“хлебныя крошкі” – навігацыйны элемент)); мабільная версія (ці адаптаваная).
- ▶ **Кантэнтны складальнік**. Унікальныя тэксты, якія з’яўляюцца своеасаблівым базісам рэсурсу. Яны лагічна структурызаваныя, цікавыя па зместу для мэтавай аудыторыі, аздоблены ілюстрацыямі, тэматычна звязаны паміж сабой спасылкамі.

Content is king!/Кантэнт – кароль!

Кантэнт (з англ. мовы – змест, напайненне) сёння з'яўляецца адным з галоўных элементаў любога сайта. Пад кантэнтам трэба разумець і тэксты, і візуалізацыю (фотаздымкі, інфаграфіка, відэасюжэты). Уменне працаваць з гэтымі матэрыяламі, рабіць іх цікавымі для наведвальнікаў з'яўляецца вельмі важным досведам падчас працы з інфармацыйным рэсурсам.

Кантэнт адпрацуе на 100 %, калі ён будзе патрэбны мэтавай аўдыторыі (МА) сайта.

Візуальныя матэрыялы + тэксты

Паводле назіранняў, на інфармацыйным рэсурсе ў суткі ў сярэднім 1 артыкул з розным аздабленнем праглядаюць так:

- ▶ Тэкст (52 прагляды);
- ▶ Тэкст+фота (59);
- ▶ Тэкст+відэа (71);
- ▶ Тэкст+фота+відэа (105);
- ▶ Тэкст+фота+відэа+інфаграфіка (185).

Які ж ён – карысны і цікавы кантэнт?

КО-КО-КО-КОНТЕНТ-ПЛАН:
КО-КО-КО-ПИПАСТА!
КО-КО-КОРМ ДЛЯ ХОМЯКОВ!
КО-КО-КОТИКИ!



Унікальны. Гэта самы важны параметр. “Капіпаст” (перадрукаваны тэкст з іншага інфармацыйнага рэсурсу) нельга выкарыстоўваць, ці калі няма іншага выйсця, то патрэбна абмежаваць яго колькасць на сайце.

“Ачалавечаны”. Тэкст павінен быць цікавым, даступным, напісаным лёгкай, зразумелай аўдыторыі сайта, граматынай мовай.

Дастатковы. На кожным кроку карыстальнік павінен атрымоўваць патрэбную яму колькасць інфармацыі. Пры гэтым лепш менш – няхай у яго будзе магчымасць націснуць на кропку “Чытаць далей”. Сучасны інтэрнэт-карыстальнік не мае часу і жадання, каб чытаць вялікія тэксты, шукаючы патрэбную інфармацыю.

Эстэтычны. Тэкст – элемент дызайну сайта. Карыстальнікі – своеасаблівыя гастранамічныя гурманы. Няма чаго чытаць, няма патрэбнай ежы для розуму – ідуць шукаць на іншыя рэсурсы. Часцей тэксты праглядаюцца па дыяганалі, таму такую значную ролю іграе падача матэрыялаў.

P.S. Галоўнае – тэксты на сайце павінны падабацца наведвальнікам

Простыя правілы афармлення тэкстаў

- ▶ **Загалавак** у стужцы навін павінен быць “**кнікабельны**”, па ім мы пераходзім на навіну. Ключавое слова (ці выраз) павінны заўсёды быць на першай пазіцыі ў загалоўку (па ім шукаюць і знаходзяць патрэбную інфармацыю людзі, а пошукавыя сістэмы лічаць сайты з “ключамі” ў загалоўках больш кампетэнтнымі). Загалавак для вэб-публікацыі павінен быць каля 70 знакаў, але не карацей за 50. Аптымальны варыянт – каля 60.
- ▶ Тэкст **не павінен быць “прасціной”** – абавязковая разбіўка на абзацы. Калі тэкст вялікі, то лепш разбіць яго на сэнсавыя часткі з падзагалоўкамі. А калі патрэбна зрабіць на нечым акцэнт, то выкарыстоўваем для гэтага блокі-ўрэзкі.
- ▶ Тэкст **не павінен стракацець** рознымі колерамі. Для таго, каб выдзеліць тое ці іншае слова ці спалучэнне слоў (імя і прозвішча дзеяча, які ўзгадваецца ў артыкуле, назву мерапрыемства) карыстаемся паўтлустым шрыфтам. У вэбе не прынята друкаваць загалоўкі і самі тэксты вялікімі літарамі (Caps Lock – гэта “крык” у інтэрнэце).
- ▶ Для артыкулаў важна выкарыстоўваць як **фота** для афішы, так і фотаздымкі ў якасці ілюстрацый. Фотаздымкі патрэбна выкарыстоўваць якасныя (для вэба памеры іх могуць ісці ад 600x400 пікселяў, але лепш, калі раздзяляльнасць іх будзе 300 кропак на дзюйм). Важна таксама падпісваць фотаздымкі.
- ▶ **Спасылкі**. Выкарыстоўвайце пералінкоўку (абмен спасылкамі) у тэкстах. Стварайце тэматычныя блокі са спасылак на ранейшыя публікацыі і далучайце іх да новых тэкстаў.

і яшчэ...

- ▶ **Вывучайце сваю аўдыторыю карыстальнікаў**, заўжды працуйце на апырэджанне ў плане стварэння новых сэрвісаў, выкарыстання новых формаў. Напрыклад, я лічу, што карысным быў бы такі сэрвіс, як “Віртуальны бібліятэкар”, з дапамогай якога чытач атрымае падтрымку як па навігацыі сайту, пры пошуку патрэбнай інфармацыі, так і здолее атрымаць адказы на іншыя пытанні, якія яго цікавяць.
- ▶ **Выходзьце за межы звыклых прэс-рэлізаў**. На сайце бібліятэкі можа быць і фотарэпартаж, і інтэрв’ю (не толькі з міністрам культуры, але і са звычайнымі чытачамі), і апытанні, на аснове якіх будуць рыхтавацца цікавыя для чытачоў матэрыялы.
- ▶ **Стварайце цікавыя інтэрактыўныя праекты** – на матэрыялах выставак, мерапрыемстваў, запрашайце чытачоў весці блогі.
- ▶ **Працуйце ў сённашняй рэчаіснасці**: сайт+сацыяльныя сеткі.
- ▶ **Наладжвайце камунікацыі** з іншымі інфармацыйнымі інтэрнэт-рэсурсамі дзеля абмена інфармацыяй (афіша мерапрыемстваў, напрыклад).
- ▶ Памятайце, што **сайт павінен працаваць 24/7**.

Раю пачытаць:

- ▶ Майкл Стелзнер «Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета», «Манн, Иванов и Фербер», Москва, 2012 г.
- ▶ Н.В. Евдокимов «Основы контентной оптимизации. Эффективная интернет-коммерция и продвижение сайтов в интернет», «Вильямс», Москва. Санкт-Петербург. Киев, 2007 г.
- ▶ Д. Каплунов «Контент, маркетинг и рок-н-ролл», «Манн, Иванов и Фербер», Москва, 2014 г.
- ▶ Блог студии Дениса Каплунова: <https://kaplunoff.com/blog>
- ▶ Блог агентства TextTerra: <https://texterra.ru/blog/>

Дзякую за ўвагу!