

УДК 004.05; 004.921

МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ПОДДЕРЖКИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСЕ

Н.А. МЕДВЕДЕВ

(Представлено: канд. техн. наук, доц. И.Б. БУРАЧЕНОК)

В данной статье рассматриваются основные методы по привлечению и осуществлению поддержки пользователей в интернете. Рассмотрены основные принципы и правила по регулированию процесса посещения пользователями любого сервиса.

Введение. В связи с высокой конкуренции в просторах интернета привлечение пользователей является важной задачей, а привлечение их в места для совершения купли-продажи – одна из наиболее важных, так как численность пользователей и их активность являются главнейшими показателями популярности и узнаваемости интернет-сервиса. Помимо привлечения внимания пользователя к сервису необходима и его поддержка для формирования доверия и лояльности к сервису.

Целью работы является исследование методов привлечения и поддержки пользователей в интернет-сервисе.

Вначале опишем приёмы привлечения пользователей. Для привлечения пользователей можно выделить следующие методы, которые далее рассмотрим подробнее.

1 Ценный материал. Нахождение ценного материала привлекает больший объем траффика от поискового сервера, что само собой подразумевает увеличение количества входящих внешних ссылок и социальных сигналов, что дополнительно расширяет охват сайта с помощью социальных сетей, в которых он используется совместно. Это помогает создать имидж бренда.

2 Оптимизация сервиса. Хорошая структура веб-сайта позволяет упростить задачу для понимания пользователем работы сервиса и увеличение скорости работы сервиса в целом. Можно уделить внимание использованию настроек для установления совместимости с мобильными устройствами (требуется сделать адаптивный дизайн). Дополнительно мобильный интернет-трафик генерируют в среднем от 15% всего трафика.

3 Социальные сети. Правильное использование социальной сети позволяет заметно привлечь внимание пользователей на свой сервис, а возможность иметь страницу в какой-нибудь сети повышает её популярность из-за отсутствия необходимости напрямую заходить на сервис. Это помогает отдельным пользователям, которые могут находиться только в социальной сети.

4 Халява. Людям нравится, когда им дают что-то бесплатно. И поэтому просто раздача бесплатного продукта или услуги в сервисе уже является хорошим методом продвижения сервиса ведь весьма вероятно, что такая «бесплатная раздача» не только увеличит конверсию, но и заставит пользователей рассказать своим друзьям о вашем сайте. Возможно даже, что об этом упомянет блогер или журналист.

5 Ценовая политика. Для интернет-магазина ценовая политика является наиболее важной частью хорошей политики компании. Для удачной политики рекомендуется организовать региональную политику, которая решит большинство вопросов по ценам и доступ к товарам, ведь далеко не каждый издатель захочет выставлять свой товар не в том месте. Также можно устроить бандлы (комплект, состоящий из нескольких товаров, продаваемых как единое целое) [2]. Особенно распространены в игровой индустрии.

6 Гостевое блогерство. Гостевой блог – это техника, которую можно использовать двумя различными способами. Первое, публикация своего контента в других блогах, получается ценными входящими ссылками и установка диалога с новыми пользователями. Второе, это получение хорошего контента от авторов, которые хотят опубликовать его в сервисе, что также принесёт вам дополнительный трафик, потому что автор всегда продвигает свои гостевые тексты, используя собственные каналы. Этот тип сотрудничества является наиболее естественным между сайтами, которые уже находятся в отношениях. Это означает, что лучше начинать с партнёров или, возможно, даже клиентов.

7 Маркетинг комментариев. Маркетинговые комментарии представляют комментатора как компетентного человека, представляющего серьёзный бренд, принимая участие в деловом обсуждении. Такие комментарии, которые добавляют реальную ценность дискуссии, часто заставляют читателей сделать клик по имени автора и посетить их веб-сайт. Другая сторона маркетинга комментариев – это участие в дискуссиях под вашим собственным контентом. Очень важно реагировать на все замечания и делать это как можно быстрее. Статья, в соответствии с которой пользователи задают вопросы и никогда не получают ответа, действительно может испортить весь эффект.

8 Вести себя как эксперт. Еще один способ использовать имеющиеся у вас знания – это активное присутствие на дискуссионных форумах, на сайтах типа вопросов и ответов и в тематических группах в бизнес-социальных сетях, таких как LinkedIn. Читать, какие проблемы есть у людей, и принимать участие в дискуссиях. Оказание помощи позволяет создать высокий рейтинг интернет сервиса.

9 Продвижение веб-адреса. Показывание URL-адреса где только можно даёт заметные плюсы в узнавании, что сильно повышает популярность сервиса в просторах интернета и известность у обычных людей.

10 Партнёрский маркетинг. Хорошо подготовленная партнёрская программа может стать недорогим источником достаточно высокого трафика для сервиса. Но она не всегда будет актуальным трафиком. Все зависит от того сколько партнёров будет задействовано. Имеются ли сайты с похожей тематикой, которых может быть мало. Чтобы программа приносила ожидаемую прибыль необходимо обеспечить следующее: хорошее предложение, легко продвигаемое партнёрами; привлекательные творения которые будут привлекать внимание пользователей и убеждать их кликнуть кнопку; справедливая комиссия (20-50%); чёткие правила; быстрые платежи и активный уход.

11 Публичные отношения. Отношения с СМИ (средства массовой информации) являются важным элементов продвижения своей системы. В случае отсутствия связи с известным брендом крупной корпорации можно дать им свои новости, но они должны быть действительно новаторскими, чтобы быть опубликованными. Но чтобы эти новости действительно были опубликованы где-нибудь, то необходимо строить отношения с журналистами. Свяжитесь с ними ещё до того, как у вас появится что-то важное для публикации. Предложите свою помощь в качестве эксперта, готовность быстро высказать своё мнение в случае необходимости. Если вы разговариваете с главными редакторами или редакторами разделов, предложите какой-нибудь интересный контент для их названия. Потому что, когда вам нужно сообщить рынку о чем-либо, отправьте хорошо подготовленную информацию своим контактам в прессе вместе с вопросом, есть ли шанс включить её в новости. Они предпочли бы использовать ваш текст, а не Пресс-релиз, взятый из массовой электронной почты, отправленной человеком, которого они совершенно не знают.

12 Реклама. Для многих людей это самое очевидное, что нужно сделать. Когда реклама хорошо организована, она действительно может работать. Только рекламодатели с действительно толстыми кошельками могут извлечь выгоду из классических рекламных баннеров, взимаемых за просмотр. Веб-порталы или медиа-дома готовят для них такое предложение, что кампания, по крайней мере, окупает себя. Но они также отходят от стандартной рекламы и все чаще заставляют издателей совершать нетипичные действия, такие как запуск специальных сайтов, организация конкурсов и т. д. [1].

Теперь чтобы понять как обычно ведут себя пользователи в интернет определим на какие категории их можно разделить.

Посетитель – это пользователи, которые посещают ваш сайт, но не регистрируются и не прилагают никаких усилий для предоставления учётных данных на нём. И обычно информация, которую можно найти это IP и cookies для информации вокруг него.

Зарегистрированный пользователь – посетитель, который регистрирует свою личность на вашем веб-сайте через ваш собственный процесс регистрации. Зарегистрированные пользователи не обязательно активны и на самом деле подавляющее большинство пользователей находятся далеко не на всех сайтах. Соотношение активного пользователя к зарегистрированному – это очень хороший показатель интереса пользователя к вашему продукту. Чем ближе это соотношение к 1.0, тем больше пользователей вовлечено в работу вашего приложения, даже если их доходность растягивается на месяцы.

Активный пользователь – это зарегистрированный пользователь, который использует ваше приложение по крайней мере один раз в течение 30 дней. Использование – чем чаще активный пользователь использует ваш продукт, тем более привлекательным будет ваш сайт или приложение. Деривативы (это производные финансовые инструменты) – ставка возврата является производной от вашего активного пользовательского расчёта. Если активный пользователь возвращается в среднем каждые 10 дней, то это также ваша средняя ставка возврата.

Платный пользователь – его можно заметить в социальных играх, где они тратят огромное количество денег и обычно являются около 1% всех пользователей, хотя такие компании как Zynga (американский разработчик онлайн-игр) утверждает, что на самом деле 3% являются платными и в целом даже пойдёт увеличение в 2 раза [3].

Вывод. В результате были исследованы основные виды привлечения пользователей в интернет-систему. Изучены возможность и необходимость применения для разрабатываемого интернет-сервиса. Проведён анализ иерархии пользователей для выбора подхода для реализации поддержки пользователей. Решено использовать вышеуказанные принципы для реализации проекта. Определены основные показатели удовлетворённости пользователей, удобный регламент. Продуманы основные правила.

ЛИТЕРАТУРА

1. 12 ways to attract users to your website. [Электронный ресурс] / SITEIMPULSE Blog. – Режим доступа: <https://www.siteimpulse.com/blogen/12-ways-to-attract-users-to-your-website/> – Дата доступа: 18.09.2020.
2. Бандл. [Электронный ресурс] / Wikipedia. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Бандл>. – Дата доступа: 18.09.2020.
3. Техническая поддержка. [Электронный ресурс] / Wikipedia. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Техническая_поддержка. – Дата доступа: 19.09.2020.
4. Модерация. [Электронный ресурс] / Calltouch. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/glossary/moderatsiya-cto-eto-takoe-i-gde-primenyaetsya/>. – Дата доступа: 19.09.2020.
5. Internet User Defined: A User by Any Other Name... [Электронный ресурс] / Guidedlaunch. – Режим доступа: <http://guidedlaunch.com/blog/2012/internet-user-defined/> – Дата доступа: 20.09.2020.