

ӘЛЕМДІК БАҚ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДІ ПАЙДАЛАНУЫ



tel: 8 (7172) 646-666
email: info@mdq.kz



Әлемдік БАҚ өзінің аудиториясын жоғалтып алмау үшін және оның көлемін ұлғайту үшін әлеуметтік желілерді кеңінен пайдаланады.

ӘЛЕМДІК БАҚ	FACEBOOK ЖЕЛІСІНДЕГІ ОҚЫРМАҢДАР САНЫ	INSTAGRAM ЖЕЛІСІНДЕГІ ОҚЫРМАҢДАР САНЫ	YOUTUBE ЖЕЛІСІНДЕГІ ОҚЫРМАҢДАР САНЫ
BBC NEWS	51 МЛН.	12.5 МЛН.	7.3 МЛН.
CNN	32 МЛН.	11 МЛН.	9.4 МЛН.
NYTIMES	17 МЛН.	8.6 МЛН.	2.7 МЛН.
THE GUARDIAN	8.6 МЛН.	3 МЛН.	1 МЛН.
FINANCIAL TIMES	3.9 МЛН	1.9 МЛН.	434 МЫҢ

Ал біздің отандық БАҚ өкілдерінің кейбірі өздерінің әлеуметтік желілердегі парақшаларын белсенді түрде жүргізіп келеді.

ОТАНДЫҚ БАҚ	FACEBOOK ЖЕЛІСІНДЕГІ ОҚЫРМАҢДАР САНЫ	INSTAGRAM ЖЕЛІСІНДЕГІ ОҚЫРМАҢДАР САНЫ	YOUTUBE ЖЕЛІСІНДЕГІ ОҚЫРМАҢДАР САНЫ
NUR.KZ	307 МЫҢ	765 МЫҢ	22.6 МЫҢ
TENGRINEWS	86 МЫҢ	1.5 МЫҢ	450 МЫҢ
ZAKON.KZ	72 МЫҢ	335 МЫҢ	-
ЖЕТІНШІ КАНАЛ	14 МЫҢ	306 МЫҢ	1.8 МЛН.
QAZAQSTAN	80 МЫҢ	459 МЫҢ	1.5 МЛН
INFORMBURO.KZ	55 МЫҢ	123 МЫҢ	1.23 МЛН
КТК	47 МЫҢ	332 МЫҢ	434 МЫҢ
ХАБАР 24	20 МЫҢ	233 МЫҢ	676 МЫҢ
KAZAKH TV	8 МЫҢ	11 МЫҢ	110 МЫҢ



Әлемдік БАҚ өкілдерінің көп бөлігі әлеуметтік желілерді өз танымалдығын арттыру үшін ғана падаланбайды. Сонымен қатар, монетизация үшін де, мысалы оқырман мақаланың толық нұсқасын сұраған жағдайда жазылым үшін толық төлем жасауды сұрайды.

ӘЛЕМДІК БАҚ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДЕ АҚПАРАТ ӨНІМДЕРІН НАСИХАТТАУДЫҢ НЕГІЗГІ ӘДІСТЕРІ

- Әлеуметтік желілердің ерекшелігіне қарай контентті бейімдеу
- Сауалнама жүргізу және аудиториямен кері байланыс
- Мультимедиялық өнімдерге баса назар аудару
- Контентке оқырмандардың географиясы, жас ерекшелігі мен қызығушылықтары бойынша таргеттеу жүргізу
- Жаңалықтар лентасында шығарылымдарды бекіту және олардың іздеу функциясын оңтайландыру



ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДІҢ ЕРЕКШЕЛІГІНЕ ҚАРАЙ КОНТЕНТТІ БЕЙІМДЕУ

Әлемдік БАҚ әлеуметтік желілерді негізінен «шұғыл және маңызды жаңалықтарды» тарату үшін пайдаланады. Дәлел ретінде, «шұғыл және маңызды» белгісі бар жаңалықтардың оқылымы 57% көрсеткішін көрсетсе, бұл басқа жаңалықтар категориясымен салыстырғанда жоғары көрсеткіш¹.

Сонымен қатар, әлеуметтік желілердің бір ерекшелігі жаңалықтарды жариялаған кезде оның одан әрі даму тарихын қосу функциясының бар болуы. Facebook мәліметтеріне сәйкес жаңалықтар редакциялары аз уақыт аралығында бірнеше жаңалықтар тізбегін жариялауы мүмкін. Бұл уақытта аудиторияның белсенділігі 10 пайызға ұлғаяды. Сондай-ақ, әлеуметтік желілерде БАҚ ресми ресурстарында жарыққа шықпайтын «эксклюзивті» контент жарияланады.

1 - https://books.google.kz/books?id=H-R5DAAAQBAJ&pg=PA184&lpg=PA184&dq=breaking+news+post+on+facebook+get+57%25+more+engagement&source=bl&ots=4X0pvDG39O&sig=ACfU3U2f-mTTWkRp1GiWXudIVkahICNX2Q&hl=en&sa=X&ved=2ahUKewj3IY__nIjpAhVFs4sKHUrsDFIQ6AEwCnoECAgQAQ#v=onepage&q&f=false



САУАЛНАМА ЖҮРГІЗУ ЖӘНЕ АУДИТОРИЯМЕН КЕРІ БАЙЛАНЫС

БАҚ өз аудиториясымен кері байланысты орнату және сауалнама жүргізу үшін әлеуметтік желілерді кеңінен пайдаланады. Мысалы, орын алған жағдайлар туралы пікірлер мен жарияланып жүрген мақалалардың сапасы туралы ақпаратты білу үшін сауалнамалар жүргізіледі.

Сонымен қатар, оқырмандарда тікелей немесе пікірлер қалдыру арқылы БАҚ редакциясына сұрақ қою мүмкіндігі бар. Facebook ұсынған мәліметтерге сүйенетін болсақ, БАҚ парақшаларында оқырмандар сұрақтарына жауаптар көрсетілген посттар басқа посттарға қарағанда 14% көп пікір мен кері байланыс жинайды.



МУЛЬТИМЕДИЯЛЫҚ ӨНІМДЕРГЕ БАСА НАЗАР АУДАРУ

Бағдарламалық қамтамасыз ету қызметтерімен айналысатын америкалық HubSpot компаниясының мәліметтеріне сәйкес фотосуреттері бар посттар фотосуреттер пайдаланбаған посттарға қарағанда +50% «ұнайды» белгісін алады. Әлемдік бұқаралық медиа стандартты кескіндемелермен қатар, графиканы, карикатураны және аудитория назарын аударту үшін анонстық қысқа видеоларды да пайдаланады.

Ескере кететін жайт, видеолар мобильді телефонмен көру үшін бейімделген. Мысалы, «сторис» үшін фотолар мен видеолар толықэкранды вертикалды форматқа түрлендіріледі.



tel: 8 (7172) 646-666
email: info@mdq.kz

КОНТЕНТКЕ ОҚЫРМАНДАРДЫҢ ГЕОГРАФИЯСЫ, ЖАС ЕРЕКШЕЛІГІ МЕН ҚЫЗЫҒУШЫЛЫҚТАРЫ БОЙЫНША ТАРГЕТТЕУ ЖҮРГІЗУ

БАҚ мақалаларды жариялаудың тиімділігі жарияланған мақалаға қызығушылық танытқан оқырмандар санымен тікелей байланысты. Сол себепті БАҚ жарияланған мақалаға парақшаның оқырмандары болып саналмайтын пайдаланушылардың елі/қаласы, жас ерекшелігі мен кәсіби/жеке қызығушылықтарына қарай таргеттеу жүргізеді.

Жаңалықтар лентасына қызығушылық танытатын аудитория үшін арнайы жарнамалық посттар қолданылады. Мысалы, БАҚ әлеуметтік желісіндегі парақшаларына жазылмаған Нью-Йорк қаласының жас тұрғындарының әлеуметтік парақшаларына жарнама ретінде белгілі бір посттар келуі әбден мүмкін.

Жазылған пікірлер сараптамасы негізінде («ұнайды» белгілеулері, пікір алмасудың көлемі) жазылған мақаланың мазмұны бейімделіп, оқырмандардың пікірлерімен аз мөлшерде қамтылған мақалалар жаңалықтар лентасынан алынып тасталады.

ЖАҢАЛЫҚТАР ЛЕНТАСЫНДА ШЫҒАРЫЛЫМДАРДЫ БЕКІТУ ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ ІЗДЕУ ФУНКЦИЯСЫН ОҢТАЙЛАНДЫРУ

Әлеуметтік желідегі парақшаның танымалдылығын арттырудың ең тиімді тәсілі – іздеу функциясын оңтайландыру. Сол себепті, профильде БАҚ парақшасына сипаттама және бұл сипаттама оқырмандардың ең жиі сұрау салуларымен сәйкестігі өте маңызды.

Көптеген БАҚ маңызды мақалаларды жаңалықтар лентасында бекіту мүмкіндігін жиі қолданады. Бұл оқырмандар тарапынан парақшаға деген қызығушылықты ұлғайтады.

НӘТИЖЕ

БАҚ аудиториясын сақтап қалу және ұлғайту үшін әлеуметтік желілерді пайдалану ең тиімді тәсіл болып саналады.

Контенттің әлеуметтік желілер талаптарына сәйкес ыңғайлануы, мультимедиялық контенттің ұлғаюы, аудиториямен кері байланыстың орнауы Интернетте ақпараттық өнімдердің сұранысқа ие болуына алып келеді. Бұл дегеніміз БАҚ танымалдылығының артуы.

Оқырмандардың мүдделері бойынша материалдарға нүктелік таргеттеу жасау және іздеу функциясын оңтайландыру мақсатты аудиторияға қажетті ақпаратты жеткізуге және БАҚ бейімділігін жоғарлатуға мүмкіндік береді.

