Наталля Ціплакова

Вядучы бібліятэкар
Нацыянальнай
бібліятэкі Беларусі

ЯК ПАВЯЛІЧЫЦЬ КОЛЬКАСЦЬ НАВЕДВАЛЬНІКАЎ САЙТА БІБЛІЯТЭКІ?

Інтэрнэт-супольнасць Беларусі. Кароткі агляд.

Згодна даследавання Gemius за мінулы год, якое было апублікавана ў студзені 2017 г., колькасць рэальных карыстальнікаў інтэрнэту ва ўзросце ад 15 гадоў склала больш за 5 млн чалавек. 70% людзей, якія жывуць у нашай краіне, рэгулярна карыстаюцца рознымі вэб-сэрвісамі. У апошні час назіраецца рост колькасці людзей ва ўзросце пасля 35 гадоў, якія валодаюць камп'ютарнай граматай і карыстаюцца інтэрнэтам.

Беларусы найчасцей бавяць час у сацыяльных сетках ці шукаюць інфармацыю ў сусветнай павуціне. І калі юных інтэрнэт-карыстальнікаў больш цікавяць online-гульні і адукацыйныя рэсурсы, то старэйшае пакаленне значна цікавіцца пошукам рознай інфармацыі. Міністэрства сувязі адзначае, што колькасць абанентаў мабільнай сувязі складае 11,4 млн, з іх колькасць мабільных інтэрнэт-карыстальнікаў – 5,1 млн. Колькасць абанентаў, якія маюць шырокапалосны стацыянарны доступ у інтэрнэт, крыху больш за 3 млн.

Паўнавартаснае прадстаўніцтва ўстановы ў інтэрнэце

Сайт – крыніца дакладнай, карыснай і ўнікальнай інфармацыі ў інтэрнэце, якая выконвае ролю як міні-СМІ, так і прадстаўніцтва ўстановы ў сусветнай сетцы. Ён мае пэўную структуру, сістэму навігацыі, дызайн, на ім размяшчаюцца звесткі, якія асвятляюць дзейнасць бібліятэкі. Асноўныя мэты – інфармаваць інтэрнэт-наведвальнікаў пра работу бібліятэкі, заахвочваць да актыўнага ўдзелу ў ёй, прывіваць культуру чытання, папулярызаваць з дапамогай тэлекамунікацыйных сродкаў звыклыя напрамкі бібліятэчнай дзейнасці.

Супрацоўнікі бібліятэкі павінны ўспрымаць яе сайт не як нязручны дадатак, а паўнавартасны інструмент, з дапамогай якога чытачы з offline-асяроддзя могуць стаць яе інтэрнэт-карыстальнікамі, а таксама ўдзячнымі наведвальнікамі сайта. Большая частка намаганняў, скіраваных на тое, каб прывабіць людзей на яго, павінна быць прыкладзена ў online-асяроддзі. Для гэтага выкарыстоўваюць розныя інструменты, сярод якіх вылучаюць у першую чаргу SEO, кантэнт-маркетынг і SMM.

Работа з offline-каналамі не менш значная, чым дзейнасць у online-прасторы. На ўсіх крыніцах інфармацыі пра бібліятэку павінен быць адрас сайта: на чытацкім білеце, афішах мерапрыемстваў, раскладзе працы, пры ўзгадванні ў прэсе, на розных рэкламных матэрыялах.

Сёння існуе тры асноўныя крыніцы трафіка: 1) прамыя заходы і пераходы з захаваных старонак (пастаянныя наведвальнікі); 2) пошукавыя сістэмы (новыя наведвальнікі); 3) сацыяльныя сеткі (як былыя, так і новыя наведвальнікі). Фактары, якія ўплываюць на колькасць наведвальнікаў:

- Сезоннасць (лета – час адпачынкаў, школьных канікулаў).
- Падзейнасць (Дзень бібліятэк, славутыя выстаўкі і г.д.).
- Тэхнічныя асаблівасці. Пастаянная даступнасць («бачнасць») сайта, яго дасканалая праца, водклік старонак (хуткая загрузка – не больш за 15 секунд), зразумелая навігацыя («хлебныя крошкі»), наяўнасць мабільнай або адаптаванай версіі.
- Кантэнт. Унікальныя тэксты, якія з'яўляюцца своеасаблівым базісам рэсурсу. Яны павінны быць лагічна структурызаванымі, цікавымі для мэтавай аўдыторыі, тэматычна звязанымі паміж сабой спасылкамі, мець ілюстрацыі. Для ацэнкі зацікаўленасці інтэрнэт-карыстальнікаў дакладнымі тэмамі і падбору ключавых слоў для рэкламавання можна карыстацца сэрвісам Яндэкса «Падбор слоў» (https://wordstat.yandex.by).

Кантэнт – кароль!

Кантэнт (з англ. мовы – змест, напаўненне) з'яўляецца адным з галоўных элементаў любога сайта. Пад ім трэба разумець і тэксты, і графіку (фотаздымкі, інфаграфіка, відэасюжэты). Уменне працаваць з гэтымі матэрыяламі, рабіць іх цікавымі для наведвальнікаў – вельмі важны досвед падчас працы з інфармацыйным рэсурсам. Наведвальнікаў сайта прываблівае кантэнт, які спалучае і візуальныя матэрыялы, і тэксты. Прычым найбольш эфектыўным з'яўляецца размяшчэнне па формуле «тэкст + фота + відэа + інфаграфіка».

Параметры карыснага і паспяховага кантэнту:

1. Унікальнасць. Гэта самы важны параметр. «Капіпаст» (перадрук артыкулаў з іншых крыніцаў) нельга выкарыстоўваць. Калі няма іншага выйсця, неабходна абмежаваць яго колькасць на сайце. І, вядома, заўсёды патрэбна пазначаць крыніцу.

2. «Ачалавечанасць». Тэксты павінны быць цікавымі, даступнымі, напісанымі лёгкай, зразумелай для аўдыторыі, граматнай мовай.

3. Дастатковасць. На кожным кроку наведвальнік павінен атрымоўваць патрэбную яму колькасць звестак, пры гэтым чым менш, тым лепш. Сучасны інтэрнэт-карыстальнік не мае часу і жадання, каб чытаць вялікія тэксты, шукаючы патрэбную інфармацыю.

4. Элемент дызайна сайта. Часцей тэксты праглядаюцца па дыяганалі, таму такую значную ролю іграе падача матэрыялаў.

Простыя правілы

Тэкст павінен абавязкова разбівацца на абзацы, не стракацець рознымі колерамі. Акцэнты вылучаюцца блокамі-урэзкамі, тлустым шрыфтам. У вэбе не прынята друкаваць загалоўкі і тэксты вялікімі літарамі (Caps Lock – гэта «крык» у інтэрнэце).

Для артыкулаў у якасці ілюстрацый важна выкарыстоўваць як фота для афішы, так і фотаздымкі. Фотаздымкі павінны быць якасныя (ад 600х400 пікселяў, але лепш, калі раздзяляльнасць іх будзе 300 dpi).

У тэкстах павінна быць пералінкоўка (абмен спасылкамі). Пажадана ствараць тэматычныя блокі са спасылак на ранейшыя публікацыі і далучаць іх да новых тэкстаў. Загаловак у стужцы навін павінен быць таксама «клікабельным» (утрымоўваць спасылку на навіну).

Некалькі парад наўздагон

Вывучэнне сваёй online-аўдыторыі дазваляе ствараць патрэбныя ёй сэрвісы, цікавыя інтэрактыўныя праекты, выкарыстоўваць новыя формы, што ў сваю чаргу будуць прываблiваць новых наведвальнікаў. Напрыклад, я лічу, што карысным быў бы такі сэрвіс, як «Віртуальны бібліятэкар», з дапамогай якога чытач можа атрымаць падтрымку як па навігацыі сайта, пры пошуку патрэбнай інфармацыі, так і адказ на пытанні, якія яго цікавяць.

Пажадана выходзіць 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.

Павялічэнню колькасці наведвальнікаў спрыяе аператыўнае абнаўленне сайта (рэкамендавана ў рэжыме 24/7), а таксама адначасовая праца сайт+сацыяльныя сеткі, наладжванне камунікацыі з іншымі інфармацыйнымі інтэрнэт-рэсурсамі дзеля абмена звесткамі (афішамі мерапрыемстваў, напрыклад).

ЛІТАРАТУРА

1. **Блог** Texterra // Texterra: интернет-агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://texterra.ru/blog/.

2. **Евдокимов, Н.В.** Основы контентной оптимизации: эффективная интернет-коммерция и продвижение сайтов в Интернет / Н.В. Евдокимов. – Москва ; Санкт-Петербург ; Киев : Вильямс, 2007.

3. **Каплунов, Д.** Контент, маркетинг и рок-н-ролл / Д. Каплунов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014.

4. **Стелзнер, М.** Контент-маркетинг: новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012.

5. **Студия** Дениса Каплунова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://kaplunoff.com/blog.

Summary

Some recommendations for increasing the number of library's site visitors.