

METHODS OF MONETIZING WEB NEWS RESOURCES

Kamoliddin Tursunpulatovich Beknazarov

University of Journalism and Mass Communications of the Republic of Uzbekistan,
Research Assistant,

Chorieva Sitora Umar Kizi

Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad al-Khorazmi, Student

Karshieva Muborak Bektosh Kizi

Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad al-Khorazmi, Student

Abstract

Owners of blogs and news media sites are divided into two types: the first want to make money with the help of an online publication, the second want to share their experience, tell about their impressions or provide useful / interesting information.

Владельцы блогов и новостных сайтов СМИ делятся на два типа: первые хотят с помощью интернет-издания заработать деньги, вторые хотят поделиться своим опытом, рассказать о своих впечатлениях или предоставить полезную/интересную информацию.

Для полноценной работы блога или новостного интернет-издания нужны ресурсы: нужно регулярно продлевать хостинг и доменное имя. (сюда же входят затраты на копирайтеров, дизайнеров, разработчиков и т.д.).

По проведенным исследованиям, выделяются следующие способы и методы монетизации новостного портала электронного СМИ или блога:

1. Объявления Google AdSense и РСЯ: оплата за клик (PPC)

Одна из основных статей доходов таких компаний, как Яндекс и Google, является реклама PPC, через систему Google AdWords или Яндекс.Директ. Pay Per Click (PPC) - самая простая и понятная форма монетизации для новостного портала или блога, при которой пользователи рекламной площадки создают объявления и платят каждый раз, когда кто-то кликает на их объявление. Медиа компания веб-сайта, который публикует объявления рекламодателей, получает деньги каждый раз, когда посетители его сайта кликают на объявление.

Опишем подробнее механизм работы такой системы: рекламодатели дают рекламу на свои продукты и услуги, например, через AdWords от Google. Через рекламную сеть Google объявление рекламодателей демонстрируется на разных платформах и сайтах. Рекламодатели оплачивают показ объявления только при клике на рекламу и переходе на сайт рекламодателя; новостные порталы и блоги, которые размещают рекламные объявления на своем сайте, получают деньги каждый раз, когда посетители их сайта кликают на объявление.

PPC - простой способ заработать деньги на новостнике или тематическом блоге. В этом методе новостной портал электронного СМИ или блог может показывать рекламные объявления из рекламной сети Google или Яндекса на своем сайте и получать деньги за тот контент, который предоставляет своей аудитории. Чтобы размещать объявления рекламодателей на своем сайте, нужно подключить свой сайт к Google AdSense или РСЯ. Перед тем, как подать заявку, стоит быть уверенным в том, что на новостном портале или блоге достаточно уникального и вовлекающего контента. После подключения к рекламной сети необходимо будет разместить рекламный код на своем сайте.

Положительной стороной данного метода является простой способ организовать пассивный доход. После того, как разместить рекламные коды на своем новостном портале

или блоге, больше не нужно будет ничего делать. Объявления будут автоматически показываться посетителям вашего сайта.

Минусами данного метода является то, что если никто не кликнет по объявлениям, то медиа компания не получит деньги. Нельзя заработать много только с помощью пререкламы.

Многие популярные новостные издания неплохо зарабатывают, транслируя пререкламу, однако чтобы получить достойную сумму, ваш сайт должен иметь значительное количество посетителей. К тому же, не стоит забывать про AdBlock. Согласно статистике, около четверти пользователей в Интернете пользуются блокировщиками рекламы, поэтому вы как владелец издания прибыль получается на четверть меньше, чем могли бы быть. Здесь на помощь приходят другие способы монетизировать интернет-издание или блог.

2. Google AdSense для поиска: реклама в результатах поиска

Новостной сайт или блог необходимо заполнить большим количеством полезного контента. Рекомендуется замена своей обычной панели поиска на панель поиска от Google AdSense (что даст ряд преимуществ).

Зачем это нужно? Допустим, пользователь хочет найти конкретный материал вашего интернет-издания или блога. Он набирает запрос в поиске по сайту, поиск Google AdSense транслирует пользователю результаты, а также показывает рекламные объявления из AdSense. Таким образом, пользователь получает ответ на свой вопрос, а также релевантные его запросу предложения из рекламной сети Google. Чтобы отображать рекламные объявления на странице результатов поиска, необходимо подключить форму поиска к своей учетной записи AdSense.

Как подключить поиск от AdSense на свой новостной портал или блог:

- Войте в учетную запись Google
- Ввести URL-адрес своего блога / веб-сайта
- Выбрать язык поиска и дайте название поисковой системе
- Нажать “Создать”.
- Нажать “Получить код”.
- Скопировать код и вставить его на свой сайт.
- Из меню в рекламном кабинете выбираем поисковую систему, которую хотим монетизировать.

- Активируем монетизацию поисковой системы.

Положительной стороной данного метода является то, что если пользователи часто пользуются поиском на вашем сайте, вы получите больше возможностей заработать, транслируя рекламу из рекламных сетей Google.

Отрицательной стороной является то, что если ваш конкурент рекламируется в AdWords, его объявления могут отображаться в результатах поиска на вашем сайте, потому что в результатах транслируется релевантная запросу реклама. Так можно потерять потенциального клиента. Поэтому если у медиа компании есть интернет-магазин, не рекомендуем пользоваться этим методом для монетизации своего веб-проекта.

3. Нативная реклама

Один из лучших способов заработать на продаже рекламы с точки зрения пользователей. Все, что нужно делать - заниматься подготовкой материалов с партнерами, актуальных и интересных вашей аудитории, в которых вы будете рассказывать о продуктах и услугах компании-партнера, а после получать за это денежное вознаграждение.

Если у вас еще молодое интернет-издание, то вам нужно составить медиа-кит, где вы предоставите компаниям-партнерам предложения по размещению на новостном сайте или блоге. Это могут быть баннеры на новостном сайте, пакет партнерских материалов или премиум-размещение. Некоторые компании могут попросить о размещении определенного количества статей в месяц, или попросить разместить объявление компании на новостном сайте.

Преимуществом такого типа монетизации является то, что медиа компания можете установить свою цену за свои услуги. А также если медиа компания предложит размещение на 3, 6, 12 месяцев, то она сможет составить бизнес-план и знать, сколько сможет заработать за год.

Кроме того, можно заработать, если вы разместите контакты партнера в email-рассылке или в социальных сетях. Однако не стоит пренебрегать доверием читателей новостного сайта или блога: лучше всего писать достоверные отзывы и материалы о продуктах и услугах, потому что есть риск потерять пользователей. Просто потому что компания-партнер покупает размещение на вашем сайте, еще не значит, что нужно хвалить их продукты и услуги.

Положительной стороной данного метода является то, что есть возможность установить свои условия работы и цены на услуги. Такая реклама дойдет до целевой аудитории

Отрицательной стороной является то, что найти партнера будет непросто. Особенно, если вы молодое интернет-издание. Кроме того, есть риск, что вы будете предвзято относиться к вашим партнерам и чересчур их хвалить.

4. Партнерские программы и реферальные ссылки

Аффилированный маркетинг - процесс, в котором вы рекламируете продукты и услуги партнера через ваш новостной портал или блог, и получаете комиссию, если посетители, которые перешли по вашей ссылке, купили что-то у партнера.

Медиа компании, новостные электронные ОАВ сами выбирают товары и услуги, которые они хотят продвигать. Необходимо только разместить партнерские ссылки на продукты в ваших статьях и материалах. И медиа компания будете получать комиссию, если кто-то из читателей новостного сайта купит продукт через ваш новостной сайт.

На рынке присутствует много компаний, которые предлагают партнерские программы. Однако, как правило, у таких компаний существует четкий список требований, соответствие которым позволяет рассчитывать на участие в партнерской программе. К тому же рекомендуется сообщать пользователям, что материал является партнерским и на сайте могут использоваться реферальные ссылки.

Положительной стороной данного метода является то, что здесь имеется самый высокий пассивный доход. Такой способ монетизации может дать больше денег, чем ррс-реклама, если клиенты покупают товары и услуги, переходя по вашим реферальным ссылкам.

Отрицательной стороной является то, что медиа компания не получит комиссию за размещение ссылок на вашем сайте, если пользователи не покупают товары. Даже если кто-то из читателей новостного сайта перешел по ссылке, познакомился с продуктом, но ничего не купил, то медиа компания новостного сайта не получит комиссию. К тому же, чтобы стать партнером, необходимо соответствовать требованиям компании-партнера.

5. Необходимо продавать свои собственные продукты

Конечно же, есть возможность зарабатывать с помощью своего новостного портала или блога, если будете продавать продукты собственного бренда. Однако, для начала стоит стать экспертом в своей области.

Можно разработать какой-либо продукт или услугу и продавать его на своем сайте. Например, можно создать фотосток с партнерской программой от depositphotos или shutterstock, или предлагать услуги фотографа в блоге. Или же можно создать интернет-магазин, чтобы пользователи могли познакомиться с товарами и услугами от медиа компании.

В этом случае, медиа компания будет использовать свой новостной портал или блог в качестве рекламного инструмента или площадки, чтобы продавать свои продукты и услуги. Если правильно составить бизнес-план и распределить бюджет на рекламу, то можно заработать значительную сумму.

Положительной стороной данного метода является то, что медиа компания сама устанавливает цены на товары и услуги, занимаясь разработкой продукта.

Отрицательной стороной является то, что такой способ требует значительных временных затрат. Необходимо сделать бренду имя и репутацию, прежде чем медиа компания найдет первых клиентов. К тому же, развитием и продвижением бизнеса нужно заниматься постоянно.

Резюмируя выше изложенное можно сделать следующий вывод, какой же метод в большей степени выгоден для медиа компании. Для начала необходимо определиться с тем, сколько времени медиа компания готова уделять электронному СМИ, интернет новостному изданию или блогу. Планирует ли медиа компания сделать свой новостник способом подработать? Или же ее цель сделать интернет новостной портал своим основным местом работы?

Если медиа компания ищет способы организовать пассивный доход и готова тратить ограниченное количество времени, то ей подойдет rps-реклама или реклама в результатах поиска.

С помощью аффилированного маркетинга, 2 часов ежедневной работы и активного поиска продуктов и обзоров, можно получить больше денег, чем с помощью предыдущих методов.

Если медиа компания планирует сделать интернет-издание или новостной портал своей основной работой, то лучше всего сосредоточиться на создании своего бренда и продаже собственных продуктов.

Все методы монетизации новостного портала, работают только при условии достаточного объема трафика на новостном сайте, наличии качественного контента и понятного пользовательского интерфейса. Остается только заниматься продвижением интернет-издания и писать уникальный контент.

Список использованной литературы:

1. Горохов В.М. Гринберг Т.Э. Интерактивная журналистика: путь в будущее//От книги до интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия//21 век информация и общество//МГУ, 2000.
2. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. М., Аспектпресс, 2004.
3. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., Аспектпресс, 2002.
4. Adams, M. Mac. Inventing An On-line Newspaper / M. Adams // Interpersonal Computing & Technology. Volume 3, №3. 1995.
5. Wolf, M. Abstracting reality: art, communication, and cognition in the digital age Lanham / M. Wolf // Md. : University Press of America. 2004.