

ӘОЖ 316.773.3

NEWSJACKING ФОРМУЛАСЫ

Тлешова Мадина Габитовна,

madina_98.04@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, Журналистика және саясаттану

факультетінің 3-курс студенті,

Ғылыми жетекшісі – Г.С.Алғалиева

Newsjacking маркетинг стратегиясында трендтерді, жаңалықтарды және ағымдағы оқиғаларды және ақпараттық желілерді пайдалану болып табылады, оның басты мақсаты, әрине, сіздің ұйымыңыз туралы ақпараттандыруды арттыру және Интернет пайдаланушыларын веб-сайтыңызға немесе әлеуметтік желіңіздегі парақшаларға тарту. Әлемде көптеген оқиғалар болып жатыр. Әр секунд сайын әр түрлі салалар мен тақырыптардан жүздеген жаңалықтар шығады, өйткені әлем соншалықты реттелген - әрдайым бір нәрсе болып тұрады, оның жаман, жақсы немесе тіпті қызықты болмағаны маңызды емес.

Болашақта Newsjacking- ті көптеген компаниялар тиімді пайдалануды үйренеді. Тіпті, компаниялар арасында бәсекелестік пайда болады. Бұл стратегия күрделі болып көрінеді. Тәжірибе жасай отырып, сіз өзіңіздің жаңалықтармен жұмыс істеу дағдыларыңызды автоматизмге апарасыз және сіз вирустық жаңалықтар блогын оңай жасай аласыз. Есіңізде болсын, сай келетін жаңалықты кез-келген жерден және әрқашан таба аласыз.

Соңғы жылдары «Newsjacking» терминін жиі қолданылып келеді. Дэвид Мирман Скотт Newsjacking-тің негізін қалаған адам.

«Newsjacking - сіз және сіздің идеяларыңыз байқалуы үшін идеяларды жаңа жаңалықтарға қалай енгізудің өнері мен ғылымы».

Дегенмен, бұл танымал нәрсені қолданып, өзіңізге немесе бизнесіңізге көбірек назар аудару болып табылады. Бұл қазіргі заманғы оқиғалар мен бұқаралық ақпарат құралдарын кез-келген адам пайдалана алатын өте күшті және мәңгілік әдіс.

Newsjacking жаңалықтарды ұрлау болып табылады: маркетингтік мақсаттар үшін ағымдағы жаңалық трендтерін пайдалану. Маркетолог Дэвид Мирман Скотттың айтуынша, компания бұқаралық ақпарат құралдарына дереу кіре алады. Пиар маманының жұмысы ақпарат бетін уақытында салып, оны қалай жіберуге болатынын және бұқаралық ақпарат құралдарын хабардар ету керек.

Newsjacking - те ең маңызды нәрсе - жылдамдық.

Жаңалықтар пайда болғанда бірінші SMM-шиктердің кенет жариялауы құпия емес. Newsjacking-пен де дәл солай. Бұл суретте «трендті көтеру» сәті жақсы суреттеледі:



1-сурет Жаңалық трендтерінің өмірлік циклі

Өзінің қысқаша, тиімді көшбасшылығында, әлемге әйгілі маркетингтік стратегиясымен, саясаткерлерді және басқа да көрнекті қоғам қайраткерлерін мысалға келтіріп, оларды өздерінің брендтері туралы қалай хабардар еткенін түсіндірді.

Заманауи мағынадағы жаңалықтарды Дэвид Мирман Скотт кеңінен қолданды. Өзінің кітабында автор жаңалықтардың бұзылу технологиясын сипаттайды, технологияны қолданудың негізгі принциптерін тұжырымдайды, оны пайдаланудың табысты және сәтсіз мысалдарын қарастырады. Дэвид Мирман партиялық маркетингтің бұл түрін жаңа медианың дамуы мен Интернетті танымал етуімен байланыстырады. Newsjacking: Сіздің идеяларыңызды жаңалықтарға қосу.

Newsjacking - бұқаралық ақпарат құралдарының назарын аудару және брендтің әсерін жоғарылату мақсатында брендті ағымдағы оқиғамен үйлестіру тәжірибесі. Компаниялар кеңірек аудиторияға бірден қол жеткізу үшін тиісті блог мазмұны мен әлеуметтік хабарламаларды жасайды.

Енді, Newsjacking - ке мысал келтіретін болсақ:

Сочи олимпиадасы: Ашылусалтанатында айналма ақаулар

2014 жылы Сочиде қысқы Олимпиада ойындарының ашылуында бір сақина ашылмаған сәт есіңізде ме? Сонда қатты дау болды. Ресейлік өндіріс ұжымына өте қатты соққы болды.

2014 жылы Сочиде өткен қысқы Олимпиада ойындарының салтанатты ашылу рәсімінде техникалық тұрғыда олимпиадалық символды құрайтын бес сақинаның соңғысы ашылмай қалды.

Бес ірі қар бүршіктері стадионға түсіп, содан кейін сақина жасап ашылуы керек еді. 4 сақина ашылып, біреуі ашылмай қалды. Іс-шара барысында бес қар бүршіктер бес ауыспалы сақинаға айналуы керек еді, бірақ бесінші сақина (қызыл) соқтығысып қалды, бұл жалпыға ортақ Жапония мен Қытай деп есептелетін елдер үшін күтпеген сәл болып табылады. Ал, олимпиадалық сақиналар әлемдік бірлікті білдіреді.



3 сурет. Олимпиада ойындарының символы

Олимпиада мұражайының мәліметтері бойынша:

Бес сақина бес құрлықты білдіреді. Олар Олимпиадалық ойындардың әмбебаптығын және Олимпиада ойындарында әлем спортшыларының кездесулерін көрсете алады. Олимпиада туында сақиналар ақ фонда пайда болады. Осылайша, жалаудың алты түстері (көк, сары, қара, жасыл, қызыл және ақ) барлық халықтарды бейнелейді.

Француз ақсүйегі Барон де Кубертен Бельгияның Антверпендегі 1920 жылғы ойындарында пайда болған олимпиадалық сақиналарды әзірледі. Бастапқыда ол Халықаралық Олимпиада комитетінің 20 жылдығына арналған логотип ретінде салған болатын, бірақ ол бәріне ұнады. Аңыз бойынша, сақиналар Грециядағы ежелгі суретке негізделген дейді, бірақ бұл миф.

Олимпиаданың суреттері жақында әлеуметтік желі мен медида таратылды. Ашылу салтанаты екі апта бойы жалғасатын қысқы спорт түрлеріне бастау алды. Бұны сәтті пайдаланған мекемелерге тоқталдым. Бұл жерде ньюджейкинг деген ұғым бірден басыма келді.

Краснодар ассорти суши-барлар желісі осы фишканы бүкіл Олимпиада уақыты барысында пайдаланды және олардың жарнамасы тіпті вирустық болды, тіпті бұқаралық ақпарат құралдары бұл туралы жазған.



4,5 суреттер: Newsjacking- екі жақты қарастыру көрсеткіші

Новосибирск пиццерия тізбегі «Sinizza» тіпті артықтау кетті, ньюджейкингті қолданып өз брендині ілгерілету үшін ғана емес, сонымен қатар сату көлемін ұлғайту үшін «Отандастарымызды қолдаймыз» акциясын қолданды.



Тамақты жеткізумен айналысатын 2 қарапайым компаниялар бұл сәтті жақсы пайдаланып және өздерің таныту үшін мақсат қойып қол жеткізді. Яғни, Newsjacking- ті екі жақтан қарастыруға болады. Бір жағынан, әсерлі болуы мүмкін. Сіз шынымен өзіңіздің компанияңызға көбірек назар аударып, күлдіре аласыз. Бұл сіздің контентіңізді шынымен тартымды етеді. Екінші жағынан, ол сәтсіз болуы мүмкін. Бұл бренд имиджін бұзып, адамдар өздерін ыңғайсыз сезінуі мүмкін. Егер сіз жағымды жаңалықтарды қолданып, адамдарды күлкіге бөлейтін болсаңыз, онда Newsjacking сіздің бизнесіңізге шынымен көмектеседі. Newsjacking барлығына қолайлы: онлайн-дүкендер, сервистік компаниялар, ақпараттық бизнес және тағы да басқа. Newsjacking-ті қысқаша қалай қолдану керек деген сұраққа жауап берейін.

1. Жаңалықтар тез келетін ақпараттық ресурстар тізімін жинаңыз.
2. Жылдам жұмыс жасау - жаңалық шықты, сіз сол жаңалықты қолданып, Newsjacking жасасаңыз керемет.
3. Жаңалықтың шығу-тегін тексеріңіз.
4. Жаңалықпен барлық қол жетімді арналарда бөлісіңіз.

Әдебиеттер тізімі:

1. <https://www.impactbnd.com/blog/newsjacking-how-to-use-life-of-a-news-story-in-content-marketing>(25.03.2020ж.)
2. <https://www.bustle.com/articles/14918-sochis-olympic-rings-malfunction-during-opening-ceremony-and-yes-thats-a-terrible-omen>(21.03.2020ж.)
3. <https://in-scale.ru/blog/nyusdzheking-rukovodstvo-s-primerami> (25.03.2020ж.)