



WNYC: как Google Analytics помогает повысить качество радиопередач и заинтересовать слушателей

“Google Analytics – превосходное и доступное средство для решения актуальных задач, при этом при его использовании не возникает никаких технических проблем”.

Билл Сверси
Директор по цифровому вещанию



О GOOGLE ANALYTICS

Служба веб-аналитики Google позволяет рекламодателям и издателям повышать эффективность маркетинговых кампаний и привлекательность веб-сайтов. Рекламодатели могут увеличить рентабельность инвестиций (ROI) путем оптимизации маркетинговых кампаний в Интернете, отслеживания источников переходов, улучшения веб-дизайна и содержания, а также посредством определения предпочтений посетителей. Удобный и понятный интерфейс Google Analytics позволяет без труда анализировать показатели для отдельных групп пользователей, определять самые эффективные кампании и оценивать предпочтения пользователей.

Для получения дополнительной информации посетите страницу www.google.com/analytics/ru-RU/.

Немного истории

WNYC, общественная радиостанция Нью-Йорка – самая популярная радиостанция в США. Каждую неделю WNYC слушает более 1 миллиона человек. WNYC производит множество программ: ежедневные новостные выпуски, ток-шоу и культурные программы, включая шоу Брайна Лерера, шоу Леонарда Лопейта, программу "Fishko Files", а также некоторые популярные передачи, транслируемые по всей стране, включая On the Media на канале NPR, Studio 360 с Куртом Андерсеном на PRI и Radio Lab.

В начале 2006 года Билл Сверси, директор WNYC по цифровому вещанию, начал исследовать возможности различных средств веб-аналитики по запросу своей радиостанции и других членов ассоциации Integrated Media Association. Ассоциация IMA представляет собой рабочую группу из 32 общественных радиостанций, занимающуюся вопросами использования возможностей Интернета.

Прежде всего Сверси необходимо было узнать, как посетители попадают на сайт WNYC.org и веб-сайты отдельных ток-шоу – onthemedialab.org и studio360.org. Эти сведения должны были помочь более точно подбирать материалы для размещения в Сети.

Для достижения более глобальных целей IMA – а главной задачей ассоциация ставит обеспечение активного доступа ко всем возможностям для всех участников – инструмент веб-аналитики должен был предоставлять подробную информацию в удобной для восприятия форме, а также обеспечивать возможность создания аккаунтов с различными уровнями доступа.

"Google Analytics дает потрясающие возможности. Уже к вечеру мы можем оценить реакцию аудитории на ту информацию, которая прозвучала в утренней передаче. А при работе с Arbitron результатов анализа пришлось бы ждать целых 6 месяцев".

“Нам требовалось решение, способное работать со страницами, помеченными тегами, и доступное для большинства радиостанций – членов ассоциации как по совокупным затратам на лицензирование, так и по ресурсам, необходимым для системного администрирования, – говорит Сверси. – Что-то такое, что могло бы стать стандартом для индустрии общественного радиовещания”.

Несколько месяцев компания WNYC совместно с компанией KCRW (Санта-Моника, штат Калифорния) исследовала рынок инструментов веб-аналитики, а затем начала тестовое использование Google Analytics.

Новый взгляд

Интернет-радиовещание уже давно стало серьезной альтернативой классическому радио, и потребители ожидают от веб-сайтов радиостанций определенного набора услуг. Компания WNYC осознала необходимость превратить свой веб-сайт и веб-сайты отдельных шоу из маркетинговых инструментов, обеспечивающих продвижение традиционной радиостанции, в одно из основных направлений работы WNYC.

Сотрудники радиостанции WNYC теперь понимают, что веб-сайты – уникальное средство связи с аудиторией. Они дают каждому слушателю возможность свободно оперировать с информацией, предоставляемой радиостанцией, и общаться с другими слушателями WNYC. Сайты перестали быть вспомогательным средством, ведь именно они обеспечивают связь с пользователями, которые переходят на сайт через блоги, поисковые службы и размещение ссылок.

В 2006 году были полностью изменены веб-сайты шоу “Studio 360” и “On the Media”, что позволило продюсерам легко управлять сайтом и добавлять новое содержание, привлекающее трафик на сайт, с помощью CMS-системы. Теперь посетители получили доступ к дополнительной информации о передачах WNYC, подкастам и записям передач.

Служба Google Analytics начала приносить пользу с самого момента внедрения в середине 2006 года. Теперь продюсеры веб-сайтов и шоу всегда знают, что именно привлекает внимание посетителей.

Ориентация на результат

Радиостанция WNYC всегда стремится к внедрению новых технологических решений. Эта станция одной из первых начала интернет-вещание, выпустила первый подкаст программы NPR “On The Media”, а также стала тестовой станцией для передачи цифровых радиосигналов высокого разрешения в Нью-Йорке. Всегда существует угроза увлечься “технологией ради технологий”, поэтому на радиостанции WNYC следят за тем, чтобы новые технологии в первую очередь служили выполнению текущих задач компании и способствовали увеличению аудитории.

“WNYC выпускает прекрасные программы, однако радио всегда было чем-то эфемерным. До сегодняшнего дня, – поясняет Сверси. – Революции прошедшего десятилетия – интернет-революция и революция в обработке звука – увеличили нашу аудиторию и срок жизни передач. Теперь программы “живут” и после эфира”.

Тот же подход компания WNYC использовала и в вопросе веб-аналитики и веб-инноваций.

“Чего мы действительно хотим, так это понять, используем ли мы по максимуму имеющиеся ресурсы для привлечения внимания аудитории, – комментирует Сверси. – Мы не стремимся получить максимально возможную прибыль, но стараемся достичь поставленных перед собой целей. Мы хотим быть уверенными в том, что в Интернете, как и в эфире, мы предоставляем пользователям полезную и интересную информацию”.

Сейчас WNYC отслеживает переходы по определенному содержанию и вовлеченность аудитории.

Сверси отмечает, что даже небольшие радиостанции могут привлекать значительный трафик на свои веб-сайты. “Мы можем рекламировать свой сайт в эфире каждые 10 минут. Как же наиболее эффективно воспользоваться этой возможностью? Как нам создать действительно эффективный сайт, который увеличит охват аудитории и будет полезен нашим слушателям? Чтобы найти ответы на все эти вопросы, необходимо использовать средства веб-аналитики”.

Тактическое мышление

Сверси был прав, когда хотел обеспечить возможность оперативного доступа к результатам работы средств веб-аналитики. Подтвердилось это уже через несколько дней после запуска нового сайта Studio360.org в сентябре 2006 года. Еще до обучения работе с Google Analytics сотрудники, получившие доступ к данной службе, начали предлагать новые идеи по усовершенствованию сайта.

“Джули Бурштейн (одна из основателей и продюсер Studio 360) сразу же отметила некоторые недочеты, которые могли мешать посетителям найти важную для них информацию, – говорит Сверси. – Элементы сайта, которые казались нам красивыми, например, всплывающий экран, на самом деле оказались помехами. Кроме того, наше слайд-шоу практически никто не просматривал. Конечно, было несколько неприятно узнать, что мы потратили ресурсы на то, что не нужно пользователям, но чрезвычайно важно, что мы поняли это практически сразу после запуска новой версии сайта”.

Бурштейн отмечает, что внедрение службы Google Analytics помогло качественно изменить работу с сайтом.

“Мы отметили существенное увеличение трафика после изменения стиля: например, призыв, который раньше звучал как “Посетите наш веб-сайт и прочтите полную версию этой истории”, мы переформулировали более кратко и ярко: “Посмотрите слайд-шоу о красоте Оливии”.

Бурштейн отмечает, что благодаря службе Google Analytics они увидели, что у слушателей чрезвычайно популярны видеоролики к радиопередачам, и теперь активно пользуются этим.

В декабре Studio 360 привлекла дизайнерскую компанию Pentagram для проведения “ребрендинга Рождества”. На сайте было размещено слайд-шоу, посвященное этой теме, а в эфире радиостанции была запущена рекламная компания этого слайд-шоу, что способствовало увеличению трафика на сайт. На веб-сайте посетители получали доступ к эксклюзивным веб-материалам и оригинальную рождественскую открытку от компании Pentagram.

Постоянные упоминания в эфире, а также ссылки в блогах и традиционные маркетинговые мероприятия привели к увеличению количества посетителей сайта в период “ребрендинга Рождества” на 55%. С тех пор Studio 360 регулярно проводит аналогичные акции и контролирует результаты с помощью Google Analytics.

“Google дает потрясающие возможности, – говорит Бурштейн. – Уже к вечеру мы можем оценить реакцию аудитории на ту информацию, которая прозвучала в утренней передаче. А при работе с Arbitron результатов анализа пришлось бы ждать целых 6 месяцев”.

С точки зрения Сверси, наиболее значимый результат заключается в том, что средства веб-аналитики позволяют продюсерам лучше понимать интересы аудитории и грамотно направлять свои усилия. “Теперь продюсеры не

блуждают в потемках, создавая пусть и гениальные, но предназначенные совсем для другой аудитории произведения. Теперь у нас есть точные данные, позволяющие оценить интерес посетителей веб-сайта к той или иной теме. Это воодушевляет”.

Привлечение средств и не только

Повышение интерактивности веб-сайта позволило WNYC использовать новые способы получения прибыли. Чем больше интерес посетителей, тем больше денег они готовы потратить, в том числе и на инвестиции в WNYC. Сегодня более 50% членских взносов поступает из Интернета.

Кроме того, радиостанция смогла использовать средства, полученные от интернет-проектов, для поддержки традиционного вещания. Новая модель стала популярной у слушателей, при этом она выгодна и для радиостанции. Такой подход позволяет WNYC тратить меньше ценного эфирного времени на просьбы о взносах и привлекать средства в Интернете, что гораздо приятнее и самим слушателям.

Новые источники дохода

Радиостанция WNYC смогла получить новые источники дохода за счет использования ссылок на заказ компакт-дисков, DVD-дисков и книг, связанных с темой той или иной программы, в интернет-магазине Amazon.

“Возможность направлять слушателей на сайты и предоставлять им информацию, связанную с тем, что они слышат в наших шоу, существенно улучшает их отношение к нашему содержанию и нашему бренду, – говорит Сверси. – Дополнительное преимущество работы с Amazon заключается в том, что мы получаем от этого прибыль”.

Среди других источников дохода можно упомянуть электронный магазин Amazon, размещение подкастов и рекламы на основе платы за показы. Особенно здорово, что теперь понятно, как WNYC может увеличить свою аудиторию. Сверси подчеркивает, что для решения каждой задачи требуется творческий подход, основанный на четком понимании того, что подойдет, и что не подойдет для сайта радиостанции.

“Очевидно, что служба Google Analytics будет нашим основным помощником”, – говорит Сверси.

Для других общественных радиостанций компания WNYC служит наглядным примером по интеграции средств аналитики в маркетинг радиостанции. Сегодня, когда предварительные проекты на обеих радиостанциях успешно завершены, общественные радиостанции получили готовую модель развития.

Подводя итог, Сверси говорит: “Google Analytics –превосходное и доступное средство для решения актуальных задач, при этом при его использовании не возникает никаких технических проблем”.

