

Студ. В.М. Манейко
Науч. рук. ст. преп. В.А. Усевич
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

НЬЮСДЖЕКИНГ

Ньюсджекинг – это один из видов партизанского маркетинга, в котором для продвижения товаров или услуг используются внутренний или внешний инфоповод, а также модные тенденции и актуальные тренды.

Метод заключается в том, чтобы увидеть зарождение тренда раньше всех или быстро отреагировать на популярную новость и благодаря этому спланировать рекламную кампанию, которая позволит прорекламирровать свой продукт. При этом товар выступает как будто в тени той ситуации, которая привлекла всеобщее внимание.

Некоторые называют ньюсджекинг настоящим паразитизмом в сфере маркетинга. С его помощью можно значительно увеличить продажи на фоне другого события.

Зачем использовать ньюсджекинг.

Специалисты, которые работают в сфере контент-маркетинга, постоянно ведут борьбу за релевантность и актуальность своих обзоров и статей. И именно с помощью ньюсджекинга можно без особых затрат выиграть в этой непростой схватке. Взяв на абордаж горячие новости и основные события, которые на данный момент находятся у всех на слуху, маркетологи используют их для продвижения бренда, продукта или услуги.

Главные преимущества ньюсджекинга:

– Способствует росту активности в сообществах. Согласно исследованиям, посты, обыгрывающие новостную повестку, получают на 590 % больше реакций, чем обычные публикации.

– Привлекает новую аудиторию, которой изначально не был интересен ваш продукт.

– Позволяет выделиться среди конкурентов, которые не подсуетились и не использовали инфоповод.

– Увеличивает лояльность пользователей по отношению к бренду, если реакция компании соответствует взглядам клиента.

– Позволяет интегрироваться в новостной фон, не вкладывая деньги в продвижение.

– Если повезет, дает значительный рост трафика из поисковых систем и новостных агрегаторов.

– Способствует появлению внешних ссылок на ваш ресурс и увеличивает медийный вес компании.

Как интегрировать рекламу бизнеса в новостной фон.

Чтобы правильно связать свой бренд с последними новостями, необходимо тщательно продумать идею. Вот несколько советов, которые помогут запустить рекламную кампанию и правильно использовать ньюсджекинг:

- всегда изучайте текущие события и будьте в курсе последних новостей;

- прочувствуйте вашу аудиторию;

- действуйте максимально быстро;

- сочетание вашего бренда и новости должно быть органичным;

- в любом сообщении посетители должны найти позитив;

- не забывайте про ключевые слова.

Следить за новостями очень важно, ведь ньюсджекинг будет эффективно работать только в том случае, если вы сможете связать свой продукт с действительно актуальной новостью, которая у всех на слуху. Именно поэтому вам необходимо каждый день просматривать интернет-ресурсы, где публикуют информацию о сфере деятельности вашей компании. Также не забывайте про сайты, которые популярны среди вашей целевой аудитории.

Выбирая для ньюсджекинга событие или новость, постарайтесь быть проницательными. Не стоит спекулировать на военном перевороте, смерти известного человека или природной катастрофе.

Стоит помнить, что для эффективной рекламы новостные поводы необходимо использовать максимально быстро. Ведь вы не единственные, кто следит за текущими событиями, чтобы использовать их в своих целях.

Также не следует «подгонять» новость к вашей сфере бизнеса. Если сообщение не вызовет интерес у пользователей, то лучше от него отказаться. Используя новости для ньюсджекинга, помните, что они должны иметь определенное отношение к вашему товару или услуге. Чтобы повысить видимость своего сообщения, используйте ключевые слова и фразы.

Правильный ньюсджекинг должен иметь положительный взгляд на события. Особенно, если используется в своих целях негативную или грустную новость.