Оглавление

1. Введение
2. Глава 1. RSS как формат
3. Глава 2. RSS агригаторы
4. Глава 3. RSS в маркетинге
5. Заключение
6. Список литературы

Введение

На данном этапе развития человечества все актуальнее и острее становится проблема качественного отбора информации. Информационное поле велико, существуют различные носители информации, но с каждым годом все больше набирает популярность интернет, пользование которым уже давно стало нормой. Интернет сосредоточил в себе огромное количество информации, и чтобы отобрать необходимые сведения порой приходится затратить большое количество времени. В наше время информация имеет цену, а тот, кто владеет необходимыми данными обладает приемуществом перед конкурентами. Немало важным в этой отрасли является качество и актуальность сведений, новостей. Информированность клиентов, партенеров, конкурентов – важная состовляющая в успехе современного бизнеса, особенно если этот бизнес напрямую связан с работой с информационным полем. Одна из основных задач специалиста по связям с общественностью и рекламе – информирование партнеров и клиентов. Существует множество способов донесения информации. RSS технологии позволяют быстро, качественно, и не назойливо доносить необходимые сведения до аудитории, одним из главных приемущест RSS является как возможность выборочного отбора аудитории, так и выборочного отбора информации, которую в последствии можно применить на благо бизнеса и предприятия. Цель данной работы показать принципы работы с RSS технологиями, а так же описать возможности их применения в сфере рекламы, маркетинга и связей с общественностью.

Глава 1. RSS как формат

RSS – это формат передачи веб-контента, позволяющий сообщать (публиковать и транслировать) о регулярно обновляемом содержимом, которое публикуется каким-либо веб-узлом. Первоначально технология RSS предназначалась для публикации новостей на сайтах. Ныне используется, как правило, для уведомления пользователей (посетителей) веб-ресурсов о появлении обновлений содержимого этих ресурсов. Большая часть форматов веб-каналов (в том числе RSS и Atom) основана на XML – компьютерном языке текстовой разметки, который используется для описания и распространения структурированных данных и документов.RSS расшифровывается как Really Simple Syndication, что в дословном переводе с английского означает «действительно простое синдицирование» (синдицирование - это от слова «синдикат»). Оно было разработано почти десять лет назад, но широко использоваться стало относительно недавно. RSS, как правило, используют для отслеживания изменений на часто обновляемых сайтах. Фактически это альтернатива почтовым рассылкам, поскольку позволяет пользователям получать информацию о публикации новых материалов, не заходя на сайт, в любое удобное время. Данные в формате RSS описывают информационное содержимое сайта, не затрагивая дизайн или структуру сайта. Результатом такой организации является прямой доступ пользователя к представленной информации. Обычно с помощью RSS 2.0 даётся краткое описание новой информации, появившейся на сайте, и ссылка на её полную версию. Интернет-ресурс в формате RSS называется RSS-каналом, RSS-лентой или RSS-фидом. Многие современные браузеры, почтовые клиенты и интернет-пейджеры умеют работать с RSS-лентами, среди них Safari, Maxthon, Miranda, Mozilla Firefox, Mozilla Thunderbird, Opera, Opera mini, Windows Internet Explorer (начиная с 7-й версии), Google Chrome. Кроме того, существуют специализированные приложения (RSS-агрегаторы), собирающие и обрабатывающие информацию RSS-каналов. Также очень популярны веб-агрегаторы, представляющие собой сайты по сбору и отображению RSS-каналов, такие как Яндекс. Лента, Google Reader, Новотека и Bloglines.

Глава 2. RSS-агрегаторы

Программы для работы с RSS называют агрегаторами (от англ. aggregate - собирать, составлять из частей). Программа-агрегатор собирает новости, релизы и публикации, после чего пользователь получает возможность следить за появлением новых материалов на большом количестве сайтов и читать краткое содержание этих материалов, причем, не посещая сайты непосредственно. Агрегаторы работают не со всеми новостями, а только в соответствии с настройками, задающими новостные каналы. Обычно при установке агрегатора происходит автоматическая подписка на наиболее известные RSS-каналы. После того, как пользователь осваивает работу с программой, часть каналов он удаляет, добавляет какие-то новые, интересующие пользователя в большей мере. Узнать адреса новостных каналов очень просто - достаточно заглянуть в специальный каталог RSS-каналов или же найти на интересующем сайте специальную ссылку с именем вроде «RSS». Агрегаторы RSS-каналов - очень удобная вещь. Плюсы использования таких программ очевидны: экономится и время (не нужно обшаривать десятки сайтов в поисках новостей), и трафик (загружается практически «голая» информация без всяких меню, рекламы, лишнего форматирования и т.п.). При этом степень экономии тем выше, чем больше сайтов вам необходимо проверить. Агрегатор выполняет всю рутинную работу по загрузке информации, избавляя пользователя от возможных ошибок. Агрегаторы позволяют работать по расписанию, проверяя наличие свежих новостей, скажем, каждые два часа или же каждые 15 минут.

Многие агрегаторы ведут архив новостей, так что пользователь всегда сможет охватить всю историю развития интересующих его событий.

Агрегатор сортирует новости по группам, обеспечивая легкую навигацию по полученной информации и улучшая ее восприятие. Достать агрегатор легко. В Интернете есть масса подобных программ, как платных (ActiveRefresh, GetNews или FeedDemon), так и бесплатных (Abilon, RssReader или RssBandit). Все они отличаются по дизайну интерфейса и по функциональным возможностям - выбрать есть из чего, так что выбор за вами.

Глава 3. RSS технологий как средство маркетинга

Лента RSS может быть использована для доставки информации аудитории, с которой предприятие или компания взаимодействует через сеть Интернет. На данный момент интернет распространён повсеместно, поэтому целевая аудитория для RSS рассылки может быть самая разная: потенциальные клиенты, существующие клиенты, партнеры, поставщики, инвесторы, служащие, представители прессы, правительственные службы, конкуренты и т.д. Информирование конечного пользователя предоставляет множество возможностей: оповещение целевой аудитории (в том числе и прямая реклама), цель которого налаживание более интенсивного диалога с клиентами, увеличение объёма продаж, предложение дополнительных услуг (например, информирование постоянных клиентов об индивидуальных скидках на размещение рекламы и т.д.), предоставление информации (например, актуальные для клиента новости из сферы его бизнеса, в этом случае предоставление информации является «продуктом»), доставка информации, обеспечивающей функционирование всяческих бизнес-процессов, примером такой доставки является рассылка счетов-фактур бухгалтерскому персоналу и т.д. Все вышеперечисленные категории – это работа в области маркетинга, которую можно улучшить, если использовать RSS-технологию в качестве способа передачи информации. Синдикация - информация RSS-ленты размещается на других веб-сайтах и позволяет привлекать дополнительных посетителей с этих сайтов на веб-ресурс предприятия, фирмы, компании. Ко всему вышеперечисленному также можно добавить, что RSS-ленты успешно используются для подъема рейтинга веб-сайтов в поисковых системах. Информационная синдикация подразумевает под собой размещение информации в сторонних информационных источниках в интернет. Это даёт возможность перепубликации на других Интернет-порталах, таких как: новостные порталы, порталы партнеров по бизнесу, корпоративные порталы, имеющие итерес в предоставление подобной информации своим посетителям, информационные веб-порталы, занимающиеся сбором информации из различных источников, и т.д. Каждая публикуемая RSS-лента применима для размещения анонсов, ссылок или краткого содержания новостей, что поможет повысить трафик и рейтинг сайта предприятия как источника, предоставляющего оперативные и качественные новости в определенной сфере.Синдикация подходит для продвижения и раскрутки сайтов: конечные пользователи: RSS-ленты возвращают пользователей на Ваш сайт. Существует возможность размещать информацию с других веб-сайтов (с использованием RSS-лент) на собственном сайте, чтобы повысить ценность той информации, которую вы предлагаете своим посетителям. Это особенно важно в таких случаях как: недостаток собственной информации или недостаток ресурсов для ее подготовки, желание размещать родственную (образовательную или новостную) информацию из респектабельных источников на корпоративном веб-сайте, способ разнообразить информацию, веб-ресурса, в целях улучшить позицию своего сайта в рейтинге поисковых систем, способ предоставления своим посетителям важной информации, которая может быть не связана с основным направлением деятельности (например, о последних обновлениях антивирусных баз). В любом случае размещение информации с других веб-сайтов позволит привлечь большее количество посетителей и будет стимулировать их снова посещать сайт, а также повысит его рейтинг, если будете размещать информацию из авторитетных м актуальных источников. Многие издатели RSS-лент предоставляют услуги по размещению рекламы в своих лентах. Предоставление общих, сегментированых и индивидуальных обновлений для массовой аудитории является одним из самых распространенных способов использования RSS с целью передачи информации посредством Интернет. RSS-ленты предназначены для массовой аудитории и каждый, заинтересованный в данной информации, может ее получить. Участники рынка не ограничивают доступ к RSS-лентам. Для определения свойств информации, которая будет предоставлена посредством RSS, используя общие, сегментированые и индивидуальные обновления для массовой аудитории, необходимо выделить значения терминов «общее», «сегментированое» и «индивидуальное» обновление. Раздел «Новости» на MarketingVOX предоставляет полный спектр новостей по различным категориям посредством одной-единственной RSS-ленты. Таким образом, обеспечивается общее обновление информации для массовой аудитории. New York Times предлагает индивидуальные обновление Интернет-информации (новостей) по своим информационным категориям через RSS. Обновление по каждой категории передается при помощи отдельной RSS-ленты, что позволяет пользователям NYTimes.com постоянно отслеживать текущие изменения в ленте новостей. Такое обновление информации для массовой аудитории называется сегментированым. Бизнес-ежедневник «Финансы» предлагает своим пользователям возможность модифицировать свои RSS-ленты, так что пользователь будет получать обновления только для выбранной им категории. Таким образом, обеспечивается выборочное (индивидуальное) обновление информации для массовой аудитории. Для качественного предоставления информации необходимо выделить информационный спектр, необходимый для той или иной целевой аудитории. Одним из типов информации, которую можно предоставить посредствам RSS является обновление информации веб-сайта предприятия или компании. Этот способ информирования актуален, если сайт постоянно обновляется и обладает динамичностью, оповещение посетителей, клиентов, партнеров и других пользователей позволит привлечь интерес и удержать их. Если не предоставляеть посетителям сведений о том, что новая информация доступна на веб-сайте, можно потерять своих посетителей, так как в Интернете много источников получения информации и конкуренция в этой области очень жесткая. Особенно это относится к корпоративным веб-сайтам. По этой причине и был придуман такой способ распространения информации, как e-mail-рассылка. Теперь пользователи могут подписываться на корпоративные электронные журналы и получать уведомления по e-mail о том, что на сайте доступна новая информация. Однако здесь есть две больших проблемы: Первая объединяет в себе все проблемы, с которыми мы сталкиваемся при работе с e-mail, начиная со спама и заканчивая переполнением электронных ящиков, из-за чего пользователь может вообще не получать уведомления, которые ему отправляют. Пользователь не хочет получать сообщение на e-mail о каждом обновлении информации на веб-сайте. Немногие из пользователей хотят ежедневно получать корпоративные новости на свой e-mail и то исключительно в том случае, если они крайне заинтересованы в этой информации. Использование RSS для рассылки информации об обновлениях на веб-сайте решает сразу обе проблемы. Информация об обновлениях на веб-сайте не доставляется на e-mail-ящик и не смешивается с личной и деловой перепиской. Если для этого используется RSS-агрегатор, пользователь может получать обновления в любое удобное время. Индивидуальная информация С другой стороны, нет необходимости использовать RSS для передачи обновлений информации с сайта. Используя RSS, можно доставлять информацию, которая фактически недоступна на вашем веб-сайте. Например, RSS-лента может нести в себе смешанную информацию из других информационных источников с размещением ссылок на другие сайты. Предоставление дополнительной информации пользователям может стать одной из причин, оправдывающих включение ссылок на другие сайты, не размещая при этом саму информацию на сайте. Это хорошо работает в случае, когда, необходимо постоянно предоставлять информацию из различных источников работникам, такую как, например, последние обновления по продажам из различных Интернет-источников, используя для этого «внутреннюю» RSS-ленту. Новости , как правило – один из самых часто обновляемых разделов любого веб-сайта, что делает эту категорию идеально подходящей для использования RSS-технологий. Можно использовать RSS-ленты для доставки разнообразных новостей различным категориям пользователей в зависимости от их интересов и предпочтений. Корпоративные новости очень важны для сотрудников компании и, возможно, для ряда клиентов и прессы. Для корпоративных новостей можно использовать отдельную RSS-ленту, и открыть доступ к подписке на нее только заинтересованному кругу людей. Таким образом, незаинтересованные пользователи будут ограждены от ненужной информации, и в то же время позволите заинтересованным пользователям получать то, что им необходимо. Специальные объявления могут позволить информировать аудиторию о специальных скидках, открытие новых магазинов, организации активные компании по продвижению товаров/услуг или другие мероприятий, которые посетители хотели бы увидеть и поучаствовать в них. Корпоративные новости могу нести очень разнообразную информацию, начиная от новых назначений, специальных объявлений и заканчивая годовыми финансовыми отчетами и пр. Однако в основном корпоративные новости адресуются сотрудникам компании. Специальные объявления, в отличие от корпоративных новостей, фокусируются на целевой аудитории и на том, что планируете делать для нее. Такие новости должны размещаться в отдельных разделах e-mail-рассылки вашего электронного журнала. Многие компании сами выпускают некоторые подобия редакционных новостей в рамках своей отрасли, пытаясь тем самым увеличить объем публикуемой информации. Естественно, такие новости должны выделяться в собственный раздел и не смешиваться с общим содержимым корпоративных веб-сайтов. Как и в случае с корпоративными новостями, здесь напрашивается применение RSS. Новости из других источников актуальны при недостатке ресурсов и возможностей, для публикации собственных новостей. Однако такие компании могут переиздавать новости с других сайтов. Такой способ публикации новостей позволит разнообразить предоставляемую информацию, и очень прост в обращении. В этом случае при использовании качественных ресурсов и грамотном выборе информации, возможно обеспечить аудитории высококачественной информацией. В целях экономии времени можно автоматизировать процесс поиска новостей, используя уже готовые разделы информации, объединенные по определенным темам. В любом случае, RSS можно назвать самым оптимальным способом передачи такого вида информации, как новости. Свежие статьи как правило, новостные элементы представляют собой краткий обзор основной информации и их очень легко использовать в работе. Статьи предоставляют более полную информацию и шире освещают отдельные темы. Все большее количество компаний использует публикацию собственных статей как способ донести информацию о себе до широких масс, рассказать о своей деятельности, услугах и достижениях. Основная цель размещения такой информации – максимизировать эффективность бизнеса при помощи: позиционирования компании как лидера в своей области; подготовки потенциальных клиентов к работе с компанией; обоснования причин, почему клиенту будет лучше и выгоднее работать с компанией, чем с другими; рассказа о результатах успешной работы с существующими клиентами; повышения степени лояльности к компании. Такие статьи становятся хорошей информационной базой для целевой аудитории компании. При добавлении новой статьи на сайт, несомненно, появится необходимость, чтобы потенциальные читатели узнали о ее размещение и прочли ее. В таком случае проще всего воспользоваться RSS-лентой, в которой будут перечислены все новые статьи на веб-сайте. Недавно добавленные статьи будут появляться в ленте в виде новых элементов, что позволит посетителям узнать об обновлении статей без посещения веб-сайта. При размещении новых файлов (например PDF или програмного обеспечения) RSS-технологии послужат простым способом информирования пользователей обо всех обновлениях файлов. Еще одним из очень интересных способов применения RSS-технологии можно назвать получение графических изображений (а также видео- и текстовых файлов) или обмен фотографиями между мобильными телефонами посредством RSS-лент. Ряд сайтов (к примеру, textamerica.com и flickr.com) предлагает услуги такого рода.

Заключение

RSS дают возможность качественно работать с информацией, выборочно получать необходимые и актуальные данные, и информировать целевую аудиторию, продвигать сайты, продукты и услуги в интернете, в отличие от e-mail-рассылок поток информации в RSS более компактный и позволяет пользователей фильтровать данные по актуальности. Немало важно так же что работа с RSS не требует финансовых затрат и специальной подготовки и легко доступна широкому спектру людей, благодаря чему с помощью RSS можно добиваться внимания качественно разных аудитории. В данной работе были представлены различные способы применения RSS технологий и принципы их работы, на мой взгляд, все вышесказанное будет полезно в дальнейшей работе специалиста по связям с общественностью и рекламе, ведь активное использование RSS принесет пользу, как компании так и ее клиентам, клиенты будут своевременно информированы об акциях компании, услугах, а сама компания сможет эффективно распоряжаться информационными ресурсами сети интернет, повышать рейтинг веб-сайта, привлекать новых клиентов.

Источники и литература

1. http://rss.net.ua/
2. http://stfw.ru/
3. http://ru.wikipedia.org/
4. http://shkolazhizni.ru/
5. http://netler.ru/