**Конкурсы как маркетинговый ход**

Аманда Формеро, издатель и учредитель сайта TheFamilyCorner.com

Устраиваете ли вы конкурсы на своем сайте? Если нет, то вы теряете прекрасную возможность привлечь новых посетителей, увеличить долю своего присутствия в Сети, а, следовательно, и прибыли. Каждый день тысячи людей подключаются к Интернету, чтобы найти какой-нибудь конкурс и попытаться выиграть. Почему бы вам не начать привлекать этих людей к себе на сайт?

**Почему конкурс?**

Можно возразить, что такие люди приходят на ваш сайт с одной только целью - выиграть в конкурсе. Они приходят, регистрируются и уходят. Да, это так, но при периодическом проведении конкурсов они занесут ваш сайт в закладки, и тогда уже он может заинтересовать не только самого игрока, но и его домочадцев, если они имеют доступ к тому же компьютеру. Кроме того, и игроки имеют какие-то свои интересы. Блестящим примером этого является пришедшее ко мне недавно письмо: ".Должен заметить, что изначально я посетил ваш сайт только для того, чтобы поучаствовать в конкурсе, однако сейчас я возвращаюсь на него регулярно и подписан на вашу рассылку. Спасибо". Таким образом, выгода от конкурса не ограничивается простым увеличением числа просмотров страниц.

**Типы конкурсов**

Теперь, когда вы увидели выгоды от проведения конкурсов, перед вами встает задача: какой тип конкурса выбрать? Существует несколько различных разновидностей конкурсов от простой лотереи по списку введенных e-mail адресов до серьезных викторин, рассчитанных на серьезную работу самого играющего. Безусловно самые простые конкурсы наиболее популярны, так как они требуют минимум усилий от участника. Чаще всего, для участия в таком конкурсе требуется ввести в специальную форму свое имя и адрес электронной почты, и этого достаточно для выигрыша. Что касается других типов, то вы можете проводить опросы (проводя розыгрыш призов среди ответивших вне зависимости от правильности ответа), викторины, где для выигрыша нужно правильно ответить на ряд вопросов, загадывать загадки, устраивать активные игры (тир, ловлю мышей и пр.). То, какой вид конкурса вы выберете определит количество времени, которое придется провести пользователю на вашей странице конкурсов.

**Спонсоры и призы**

Вы решили, что проведение конкурса выгодно для вас, но где вы возьмете призы для вашей акции, насколько они должны быть ценными? Скорее всего вам придется самому оплачивать первые два или три конкурса. Чтобы не разрушить свой бюджет, используйте недорогие, но существенные призы, например, сертификаты онлайновых магазинов (те же деньги, но с правом покупки только в определенном магазине - прим. пер.), оплаченные сервисы, бесплатные подписки на журналы или просто чек на 25 долларов. Если же вы сами содержите онлайновый магазинчик, то, возможно, оптимальной для вас будет раздача товаров (или сертификатов) непосредственно из собственного магазина. Причем, не важно, что собой представляет сам приз, - люди любят выигрывать и получать подарки, а размер и природа подарка отступает на второй план.

Проведя несколько успешных конкурсов, вы можете попытаться найти спонсора для последующих розыгрышей. Определите минимальную стоимость спонсорского участия. Она может зависеть как от самого конкурса, так и от того типа рекламы (и аудитории), которую вы можете предложить спонсору.

На моем сайте TheFamilyCorner.com спонсор получает ссылку на первой странице, ссылку на странице конкурса, а также упоминание в периодической рассылке. Минимальная стоимость участия - 30-50 долларов - зависит от трафика, который получит рекламодатель (естественно, каждый конкурс имеет не одного спонсора). Обратите внимание, что это гораздо выгоднее, чем покупать обыкновенную рекламу, поскольку за тридцать долларов вы вряд ли сможете разместить рекламное объявление в рассылке с более чем 8 тысячами подписчиков.

Как видите, такое сотрудничество может быть очень выгодно для рекламодателя, поэтому убедитесь, что вы включили информацию об этой возможности на страницу розыгрышей и информацию для рекламодателей на сайте.

**Рекламирование конкурса**

Когда ваш конкурс заработает, разошлите информацию о нем в информационные агентства, заинтересованные в такого рода информации, а также специализированные сайты. Например, Moms Network содержит описания и ссылки на целый ряд конкурсов, и именно туда направляются люди, проводящие большую часть своего времени в поиске конкурсов и попытках в них выиграть.

Не забудьте упомянуть об акции в своей собственной рассылке, напомните о себе подписчикам открытого листы, который вы регулярно читаете (если это не противоречит правилам листа) и не забудьте поставить заметную ссылку на титульной странице своего сайта. Вы также можете включить информацию о конкурсе в свою сигнатуру для увеличения объема привлеченной аудитории.

Если у вас уже есть спонсор, то составьте небольшое объявление для помещения в его рассылке, поскольку для спонсора выгодно рекламировать ваш конкурс, то ваша информация скорее всего будет размещена в соответствующей рассылке. Спонсирование конкурса - это не только реклама, но и один из элементов брендинга, поэтому рекламодателю целесообразно направлять вам своих посетителей, даже в ущерб собственным сиюминутным выгодам.

**Привлечение новых подписчиков**

Конкурс - это замечательный способ привлечения новых посетителей на сайт и новых подписчиков в рассылку. Вы можете включить в форму конкурса опцию подписки на приложение. Также вы можете направлять участников конкурса на страницу подписки непосредственно после заполнения формы. Кстати, стоит завести самостоятельную рассылку для конкурсантов, хотя бы для того, чтобы информировать их о новых призах и конкурсах и призерах. Такая рассылка будет иметь успех среди участников, как основной источник информации о розыгрышах.

**Выбор победителя**

Выбирайте победителя из числа правильно ответивших случайным образом и отсылайте ему/ей стандартное письмо с описанием того, что, когда, где и от какого сайта он/она выиграли. Я обычно ставлю условие обязательного ответа в течение семи дней после отправки мною уведомления о выигрыше. В ответном письме требуется указать полное имя, точный почтовый адрес и некоторые сведения о себе. Если в установленный срок ответ не приходит, то я выбираю другого победителя, такое уже случалось и, к сожалению, не раз. Старайтесь, чтобы победители не повторялись.

**Держите дистанцию**

Вместе с конкурсами приходят и жалобы от проигравших. Не вступайте с ними в длительную переписку, напишите вежливый ответ: "Спасибо за участие в нашем конкурсе. Не забудьте заглянуть к нам завтра, чтобы сделать еще одну попытку". Помните, что вы не можете сделать счастливыми всех и всегда.

Поскольку существую люди, которые проводят все свое время в Интернете за поиском и участием в подобных викторинах и конкурсах, то готовьтесь к "просеиванию" кандидатов. Иногда, выбрав победителя и послав ему письмо, я вместо благодарности получаю сухое торопливое письмо заядлого игрока. В этом случае ставьте блокировку на почтовый адрес и, если это возможно, выберите другого победителя. Вы можете сделать множество людей счастливыми и довольными обладателями приза, так зачем вам тратить свое время и деньги на профессиональных игроков?

**Продолжить или закончить?**

Хорошим выбором будет закончить конкурс в конце месяца и выждать несколько дней до начала нового. За это время можно подготовиться, навести порядок в базе адресов, расставить блокировки и пр. На своем сайте, например, я провожу конкурсы с 1 по 25 число каждого месяца. Таким образом, у меня есть 5 дней на уборку и отдых. Сам конкурс (его структура) не изменяется, но призы и спонсоры каждый месяц новые, поэтому у меня мало хлопот с самим конкурсом. Кстати, в промежутках между конкурсами посещаемость падает незначительно, ввиду того, что перерывы небольшие, а на сайте есть и другая интересная информация.

**Правила и инструкции**

Не забывайте, что вам необходим некий комплекс официальных правил, запретов и ограничений (возраст, страна проживания и пр.). Это позволит вам избежать многих неприятных ситуаций с недовольными участниками. Убедитесь, что правила или ясная ссылка на них есть на входной странице к конкурсу. Возможно, не лишним будет обратиться к опытному адвокату, особенно, если вы разыгрываете крупные денежные суммы или ценные призы.

За шесть месяцев количество подписчиков на сайте TheFamilyCorner.com увеличилось в 13 раз с 300 до 4000 человек. Количество посетителей за тот же период выросло в пять раз и продолжает увеличиваться. Все это - результат целенаправленной маркетинговой политики, в основе которой лежит регулярное проведение конкурсов и розыгрыш призов.