

# Подписные издания

Рост потока информации вынуждает искать эффективные решения по ее поиску. Одним из таких инструментов может стать почтовая рассылка, которая обеспечит вас оперативной информацией при минимуме затрат усилий и времени.



Обзор почтовых рассылок

## Немного истории

Система электронной почты была разработана в 1971 году Рэем Томлисоном, программистом из компьютерной фирмы Bolt Beranek and Newman. Он же предложил использовать значок «@» в качестве разделителя имени и домена в почтовом адресе. Спустя двенадцать лет Том Дженнингс создал некоммерческую сеть FidoNet, участники которой общались между собой исключительно посредством электронной почты. Такие эхо-конференции, или дискуссионные листы, образовывали вокруг себя целые сообщества.

В настоящее время с появлением более интерактивных и удобных средств общения (форумы, чаты) эхо-конференции потеряли свою актуальность, и широкое распространение получили рассылки в режиме вещания, когда один автор формирует содержание своей рассылки, после чего через специальный сервис она отправляется всем получателям.

## Как это все работает

Очевидно, между читателями и авторами рассылок должен существовать некий механизм передачи информации. Эту функцию и выполняет служба рассылок, от работы которой в большой степени зависит эффективность рассылки.

Служба рассылок производит отправку писем получателям, следит за качеством, привлекает новых авторов рассылок, поддерживает каталог и архив. Она же обеспечивает авторов рекламной поддержкой и аудиторией, предоставляя возможность донести свою информацию читателям. В итоге имеем три основных составляющих: читатели, служба рассылок и авторы. Их взаимодействие и определяет сложившийся механизм работы рассылок. »

» **Читатели**

В службах рассылок подписчику представлен огромный выбор различной информации. Ознакомиться с тематикой и подписаться можно в обширном каталоге, а далее информация сама будет попадать к вам в ящик. Кроме того, рассылки пригодятся пользователям с ограниченным доступом в Интернет и особенно тем, у кого есть почтовый ящик с бесплатным трафиком.

**Авторы**

Создав рассылку, вы получите читателей, которым интересны именно ваши материалы. Информация — сила, и использовать ее можно в самых разных целях: реклама, раскрутка интернет-проектов, опрос общественного мнения.

Со службой рассылки автоматически решаются проблемы технического характера: не нужно заботиться о доставке, можно сосредоточиться лишь на содержании выпуска. Кроме того, служба занимается продвижением вашей рассылки, так как она тоже заинтересована в новых подписчиках.

Но не следует забывать, что подписка осуществляется на добровольной основе. Поэтому, чтобы обеспечить ее популярность, необходимо подобрать информацию, интересную подписчикам. Вряд ли найдется много желающих читать рекламу в рассылках, следовательно, в рекламных целях рассылки можно использовать лишь косвенно. Кроме того, бесплатными являются только некоммерческие рассылки. За возможность поставить в выпуск свой баннер вам придется платить.

Если же вы — автор информационного проекта, например портала о ежах, то это идеальный случай. Создав рассылку о ежах, вы легко сможете увеличить популярность и посещаемость сайта. Если вы — писатель, психолог, художник или дизайнер, то с помощью рассылки вы можете привлечь внимание потенциальных клиентов.

**Бесплатный сыр только в мышеловке**

Рассылка почты, поддержка каталогов, архивов и механизмов управления подпиской требуют от службы рассылок определенных финансовых затрат. Поэтому, чтобы не работать себе в убыток, они

должны на чем-то зарабатывать. Основной доход служб рассылок составляет реклама, присутствующая в каждом выпуске. Отсюда появляется потребность в новых подписчиках, для привлечения которых постоянно совершенствуется качество рассылок.

Кроме того, существуют платные услуги как для получателей (например, возможность получать рассылки без рекламы), так и для авторов (реклама рассылок, возможность вставлять собственную рекламу в рассылки).

Таким образом, службы рассылки характеризуются удобством работы и количеством рекламы в них. Дальнейший анализ имеет смысл на конкретных примерах, разбирая их особенности с позиции подписчиков и авторов.

**Какую рассылку выбрать?**

Рассмотрим наиболее крупные службы рассылок, уже заработавшие популярность многих читателей. Вопреки ожиданиям подобных служб в русском Интернете оказалось не так уж много. Старейшей и наиболее развитой является служба рассылок [Subscribe.ru](http://Subscribe.ru), проект петербургской компании Internet Projects, с которой конкурируют проекты интернет-холдинга [Mail.ru](http://Mail.ru) ([Content.Mail.ru](http://Content.Mail.ru)) и компании [Agava Software](http://Agava Software) ([Maillist.ru](http://Maillist.ru)). Следует отметить, что количество рекламы в письмах всех рассылок примерно одинаковое — около половины экрана с разрешением 1024x768 точек.

**Maillist.ru**

Статистика о количестве подписчиков и подписок недоступна.



▲ **Сервис Maillist** — проект компании **Agava Software**

**Для подписчиков**

+ Содержит минимум необходимых функций — выбор кодировки, формата (html/txt), а также возможность смены пароля и почтового адреса, редактирование списка выбранных рассылок.

- Отсутствует архив рассылок, информация о регулярности, тестовый образец рассылки. Из-за очень краткого описания трудно судить о содержании рассылки в момент подписки.

- Нет статистики по работе всей службы рассылок.

Реклама — баннер сверху, баннер снизу плюс реклама самого сервера. По высоте все вместе занимает примерно пол-экрана в разрешении 1024x768 точек. Отключение рекламы — услуга платная, стоит 100 рублей в год.

**Для авторов**

Чтобы создать рассылку, необходимо заполнить простенькую анкету с указанием электронного адреса, пароля, названия и темы. Отправка выпуска в рассылку осуществляется через веб-интерфейс: в нем вводится тема выпуска и его текст (в форматах TXT и HTML).

Можно отправлять выпуски рассылок не заходя на сайт, а выслав письмо на определенный адрес, используя специальный синтаксис. Такой вариант создания выпуска пригодится людям с ограниченным доступом в Сеть. Также есть возможность отложить отправку выпуска до определенной даты. Если вы собираетесь в отпуск — можно составить необходимые выпуски заранее и таким образом не нарушать регулярность рассылки.



▲ **Дизайн Content.Mail.ru** повторяет дизайн **Mail.ru**



▲ С электронной рассылкой стол не будет завален письмами

» Поначалу ваша рассылка не отображается в каталоге рассылок, и подписаться на нее никто не может. Но вы можете разместить форму подписки у себя на сайте, которая и будет источником подписчиков. Кроме того, создав несколько выпусков, можно подать заявку на включение рассылки в каталог, указав ее периодичность, название и описание. Также Maillist.ru предлагает оплачивать авторам через Webmoney рекламу, которая будет появляться в их выпусках.

### Content.Mail.ru

Подписчиков: 2 658 032

Количество рассылок неизвестно

Оформлено подписок на рассылки:

20 217 413

#### Для подписчиков

Имеет все основные функции, что и Maillist.ru.

- + Последние 15 разосланных писем, архив рассылки.
- + Статистика (периодичность, читаемость, количество разосланных писем, количество подписчиков).
- + К письмам не прикрепляются картинки баннеров (меньше трафика уходит на рекламу).
- Нельзя сменить адрес подписки.

Основная масса рекламы в выпусках расположена внизу письма, поэтому не так отвлекает внимание. Отключение рекламы за деньги невозможно: сервис принципиально бесплатный.

#### Для авторов

Форма отправки выпуска аналогична форме Maillist.ru. После заполнения тестового выпуска заявка посылается на утверждение администратору.



▲ Внешнее сходство с каталогом ресурсов Интернета

### Subscribe.ru

Подписчиков: 2 273 141

Рассылок: 18 022

Оформлено подписок на рассылки:

16 752 541

И, наконец, Subscribe.ru — пионер почтовых рассылок в русском Интернете. Как следствие этого — сервис имеет наиболее удобную и хорошо продуманную систему навигации и управления учетными записями как для автора, так и для подписчика, удобный интерфейс со множеством функций. Рассылки делятся на категории по уникальности информации и регулярности выпусков: простые, бронзовые, серебряные и золотые. Кроме вещательных рассылок Subscribe.ru содержит также дискуссионные листы.

#### Для подписчиков

- + Исчерпывающая статистика по работе службы и отдельных рассылок, календарь рассылок, полный архив.
- + Удобный интерфейс.
- + Все функции управления подпиской доступны через e-mail. Практичная и продуманная система, полезная для тех, у кого нет полноценного доступа к Интернету.
- + Возможность создания дайджестов (несколько выпусков рассылки в одном письме).
- + Возможность приостановки рассылки.
- + Предоставляются дополнительные платные услуги:
  - ▶ рассылки без рекламы (300 рублей в год);
  - ▶ почтовый ящик под рассылки и персональная рассылка (быстрая и более надежная доставка писем);
  - ▶ платные подписки — финансовые, политические, законодательные, биржевые

новости. Дайджесты газет, информационные дайджесты газетных изданий, информация по узким бизнес-отраслям.

#### Для авторов

- + Система бонусов, позволяющая авторам популярных рассылок получать рекламу в баннерных сетях.
- + Множество функций по управлению подписчиками и модерации рассылок.
- + Шаблоны для создания выпусков.
- + Статистика по рассылке, возможность изменения параметров (описание рассылки, списка часто задаваемых вопросов для получателей и т. п.).
- + Язык макросов SubScript для автоматизации рассылок. С его помощью возможно более гибко формировать содержимое письма и автоматизировать многие действия по ведению рассылки.
- + При переводе рассылок в новую категорию (бронзовую или серебряную) начисляются бонусы и бесплатно предоставляются дополнительные рекламные услуги.
- + Возможность создавать дискуссионные листы.

### Заключение

Основной проблемой сервисов рассылок является, к сожалению, отсутствие интересных авторов: писать интересно и регулярно на протяжении долгого времени не так-то просто. Как правило, основная масса рассылок ставит целью заработок денег. А большинство некоммерческих проектов закрываются через некоторое время либо выходят нерегулярно в силу невысокой заинтересованности авторов. Как следствие, малое количество действительно интересных рассылок.

Можно предположить такой вариант развития сервисов рассылки: создание нового мощного информационного ресурса, привлекая авторов более выгодными условиями, если при этом ориентироваться не на немедленную отдачу от рекламы, а на перспективы развития. Кроме того, рассылки могли бы быть с легкостью использованы государственными гуманитарными структурами. Тем более что они требуют незначительных финансовых и технических затрат по сравнению с печатными изданиями. ■■■ Александр Шпорт