

Оглавление

[00:07:00] - Алгоритм ленты публикаций.....	3
[00:11:30] - Аудитория Яндекс.Дзен (пол, география).....	9
[00:12:30] - Какие темы больше читают	11
[00:14:00] - Форматы публикаций (статьи, нарративы).....	12
[00:17:00] - Карма канала	14
[00:19:40] - Нирвана в Яндекс.Дзен.....	16
[00:25:00] - Дзен.Понедельники и Дзен.Пятницы	20
[00:32:20] - Что читателям нравится больше: статьи или нарративы?	27
[00:33:20] - Яндекс.Дзен для коммерческих компаний	27
[00:35:30] - Как быстрее монетизировать свой канал?	28
[00:38:30] - Добавление ссылки на сайт в Дзен.....	29
[00:43:30] - Уникальность контента, авторский контент	31
[00:44:10] - Как посмотреть статистику своего канала?	31
[00:51:30] - Хейтеры форматов (кому какой формат публикаций показывается)	33
[00:55:10] - Можно ли писать на медицинскую тематику в Дзене.....	34
[00:58:20] - Почему каналу дают меньше показов, чем подписчиков?	35
[01:03:00] - Что делать, если хочется писать на разные темы?.....	36
[01:11:00] - Есть ли время суток, когда лучше публиковать статью?.....	38
[01:13:00] - Контентный спам. Как избежать бана?.....	39
[01:21:30] - Можно быть автором, если ты из Беларуси?	41
[01:31:20] - Понижают ли охваты ссылки на другие сайты?	43
[01:32:10] - Правила публикации чужих фотографий.....	43

Яндекс Дзен

Всем привет. Я начну с такого вводного рассказа - что это за Дзен? Как он работает? Потом расскажу о том, что мы даём блогерам, как мы с ними стараемся взаимодействовать, и частично, надеюсь, отвечу в своём рассказе на те вопросы, которые уже прилетели про то, какие темы интересны, какие форматы есть в Дзене и так далее. Давайте начнем.

Наша миссия —
помогать интересно
проводить время:

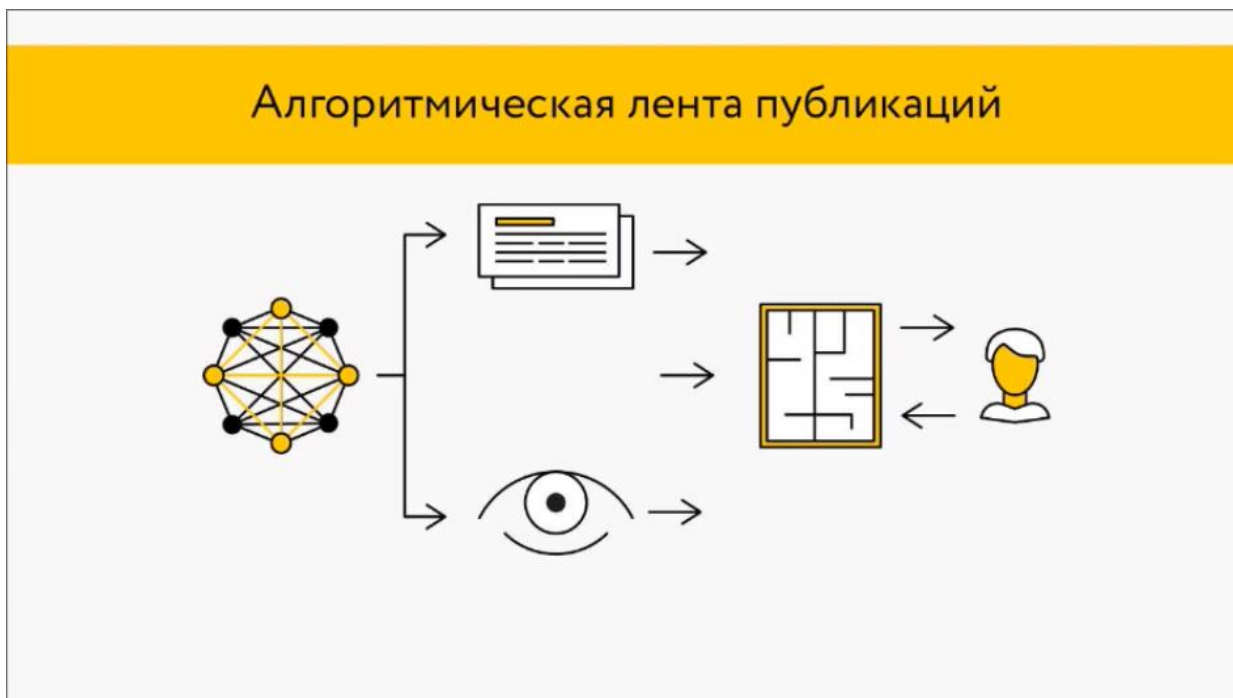
- открывать новое
- погружаться в свои интересы
- делиться впечатлениями

Начать я хочу с нашей миссии - это такой лозунг, под которым мы работаем. Мы хотим, чтобы всё, что мы делаем, проходило через эти слова. Мы стараемся сделать так, чтобы нашим читателям, читателям Дзена, было интересно проводить время. Мы хотим сделать так, чтобы та лента, которую они читают, была действительно интересная, классная, давала им возможность открыть для себя что-то новое. Ну и собственно развивать свой интерес, делиться впечатлениями, общаться. Мы очень сильно взываем сейчас социальных читателей.

Яндекс.Дзен – это персональная лента публикаций и платформа для авторов. Публикации в ленте подбираются по интересам пользователей при помощи технологий искусственного интеллекта.

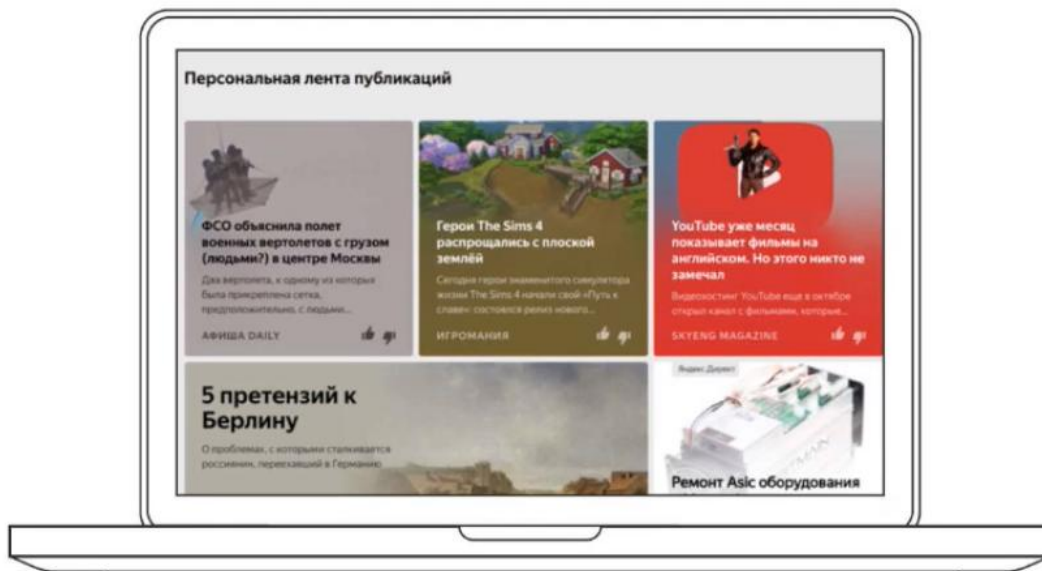
Но что такое Яндекс.Дзен? Дзен - это, прежде всего, персональная лента публикаций для читателей. Она создается алгоритмически по интересам пользователя. Наш искусственный интеллект анализирует поведение пользователей и показывает ему какой-то контент.

[00:07:00] - Алгоритм ленты публикаций



На этой схеме очень условно показано, как это работает. Есть некий алгоритм, искусственный интеллект, он берет контент в интернете с сайтов, которые есть в Дзене,

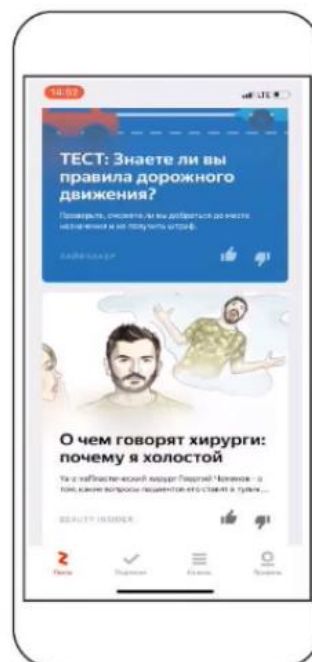
добавлены в Дзен из каналов, в которых нативно размещен контент, анализирует его, анализирует текст, заголовки, смотрит компьютерным зрением на картинки, которые там есть, из этого пытается понять, о чём статья. И на основе того, как пользователь взаимодействует с другими материалами в Дзене или просто в сервисах Яндекс. Например, если пользователь читает Дзен через браузер, что он в браузере из сайта смотрел, выбираются некие интересы, которые, возможно, этому человеку будут полезны, и таким образом, рекомендуется статья. Чем пользователь больше пользуется Дзеном, чем он больше читает, чем больше времени проводит, тем лучше алгоритм подбирает для него статьи на более узкие темы.



Выглядит лента вот так. Вы все ее, наверное, уже знаете. Если не знаете, то заходите на Яндекс. Дзен.ру, вы увидите свою ленту, она будет уникальная для вас, двух одинаковых лент не существует.

Яндекс.Дзен

- > 10 500 000 пользователей ежедневно
- > 44 000 000 пользователей ежемесячно
- > 7 000 сайтов получают трафик ежедневно
- > 18 000 активных каналов на платформе
- > 42 минут в день пользователь проводит в ленте



Немного про наши цифры. Дзен - это очень большой продукт, который сейчас очень активно развивается. У нас уже больше 10 миллионов пользователей ежедневно, 44 млн ежемесячно, у нас более 18 000 активных каналов, где авторы публикуют контент и наше главное достижение - это то, что пользователь 43 минуты (в среднем) в день проводит в Дзене. Это очень хороший показатель, сопоставимый с крупными соцсетями. Люди действительно много читают в Дзене контента, это очень круто. Вот эти 10 млн. людей, которые читают Дзен, вы, как автор, можете посоревноваться за их внимание и за то время, которое они проводят в Дзене. Потому что ваши статьи могут оказаться в их лентах.



У нас сейчас уже очень много разных брендов, медиа, сайтов, блогеров, которые уже пришли в Дзен. Есть какие-то крупные, известные на других платформах; есть, можно сказать, самородки, которые только у нас появились. Их всё больше и больше. Таким образом, это растит нашу платформу, развивает экосистему нашей платформы. И недавно мы на мероприятии говорили о том, что сейчас 58% показы, публикации в лентах пользователей - это показы и публикации, которые созданы на самой платформе. Т.е. это не анонсы статей, как было раньше. Сейчас больше половины контента в Ленте у пользователей - это контент с нашей платформы.

Отличие от остальных платформ для авторов

› На других платформах автор должен сам привлекать аудиторию

› В Дзене аудиторию для ваших публикаций находит алгоритм

Наша платформа очень сильно отличается от всех остальных платформ, которые есть в интернете, и которые можно использовать для того чтобы вести блог. Из-за того, что она работает алгоритмически, вам не нужно привлекать первую аудиторию самостоятельно, вам не нужно искать подписчиков, обмениваться подписчиками, договариваться с блогерами на рекламу какую-то взаимную. Вы создаете контент, публикуете его и сразу же после этого он начинает доставляться тем пользователям, которым он может быть интересен. Если он очень интересный, то его охваты становятся всё больше и больше. Если он менее интересный, то, конечно, там есть некоторые ограничения, но, в конечном итоге, вам не нужны никакие инвестиции, ни денежных, никаких, чтобы начать вести блог в Дзене. В отличие от Инстаграм или YouTube, где люди инвестируют в подписчиков деньги и т.д. Вам нужно только тратить время и силы, может быть, тоже средства для создания контента. Всё остальное Дзен делает за вас.

Откуда пользователи приходят в Дзен

Яндекс

Главная страница



zen.yandex.ru



Яндекс.Браузер



Приложение
Яндекс



Приложение
Дзен



Ленты
на сайтах
партнеров

Откуда пользователи приходят в Дзен? Это тоже такое отличие наше от остальных платформ. Дзен есть много где: он есть на главной странице Яндекса, есть на сайте Дзен.Яндекс.ру, есть Яндекс.Браузер, есть приложение Яндекс, есть наше собственное приложение, еще есть лента на сайтах партнеров. Если вы зайдете на какие-нибудь крупные сайты, новостные, например, внутри статей вы можете иногда увидеть такой блок Дзена, наша специальная программа, где тоже показывается контент, в том числе с нашей платформы. Т.е, условно говоря, разместив свою публикацию в Дзене, она может показаться у пользователя во всём интернете. И это очень круто, это дает возможность получить большую аудиторию.

[00:11:30] - Аудитория Яндекс.Дзен (пол, география)

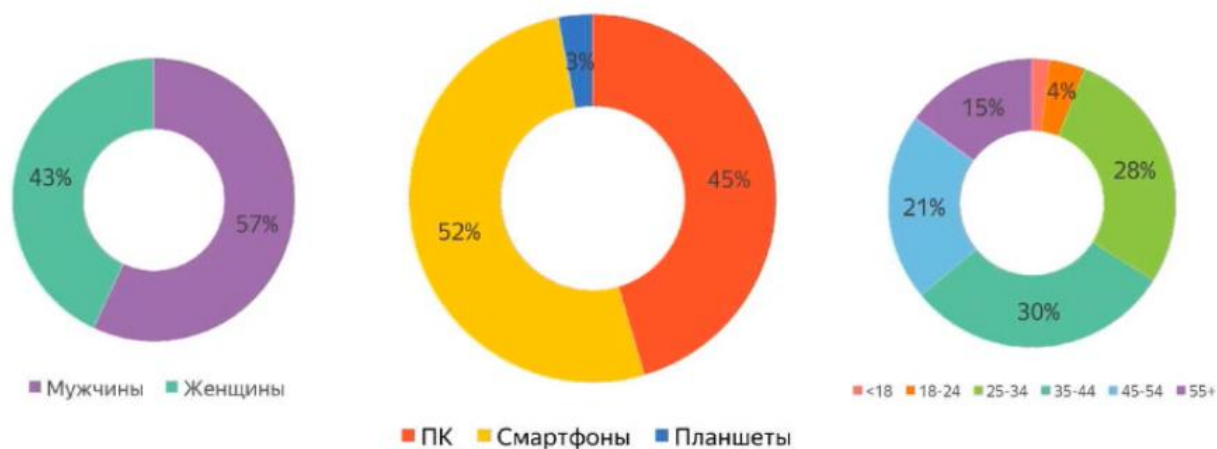


По поводу аудитории, так, как работают алгоритмы, естественно, у каждого канала своя собственная аудитория, она различается у кого-то, может быть, больше мужчин, у кого-то женщин, разные возраста. Это зависит от того, на какую тему вы пишете.



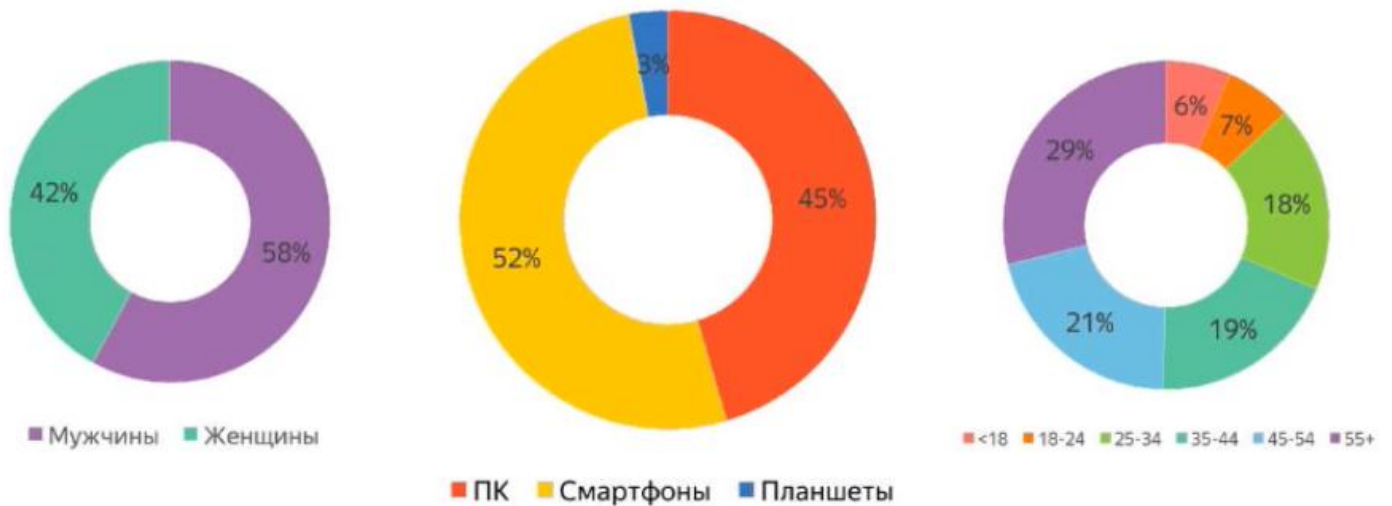
Вот это вот показатели из Яндекс.Метрики, из двух разных каналов. В одном случае, это аудитория больше женская, в другом - больше мужская, и там разные возраста. Всё зависит от того, какой контент вы создаёте, т.к Дзеном пользуются 44 млн. людей, то у нас люди есть любого возраста и пола.

Аудитория Дзена на смартфонах.



Вот, собственно, аудиторный срез - чуть больше мужчин, у нас больше смартфонов, ну и там по возрастам.

Аудитория Дзена на ПК

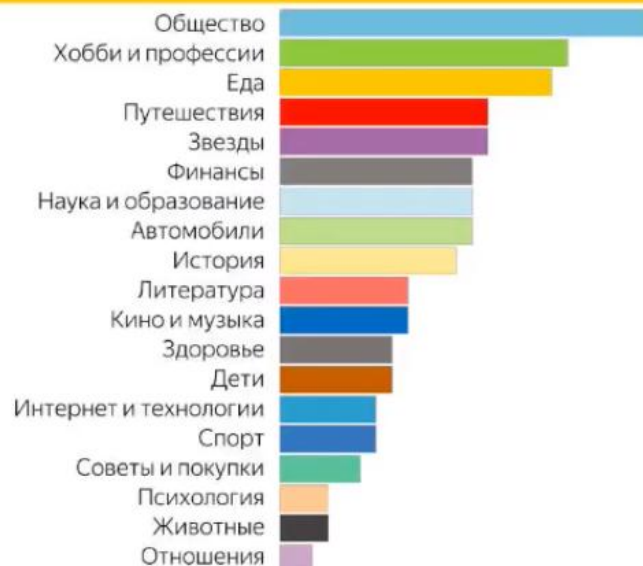


На самом деле, это примерно похоже на аудиторию Интернета, потому что она очень большая, в смысле Рунета, очень похожа.

[00:12:30] - Какие темы больше читают

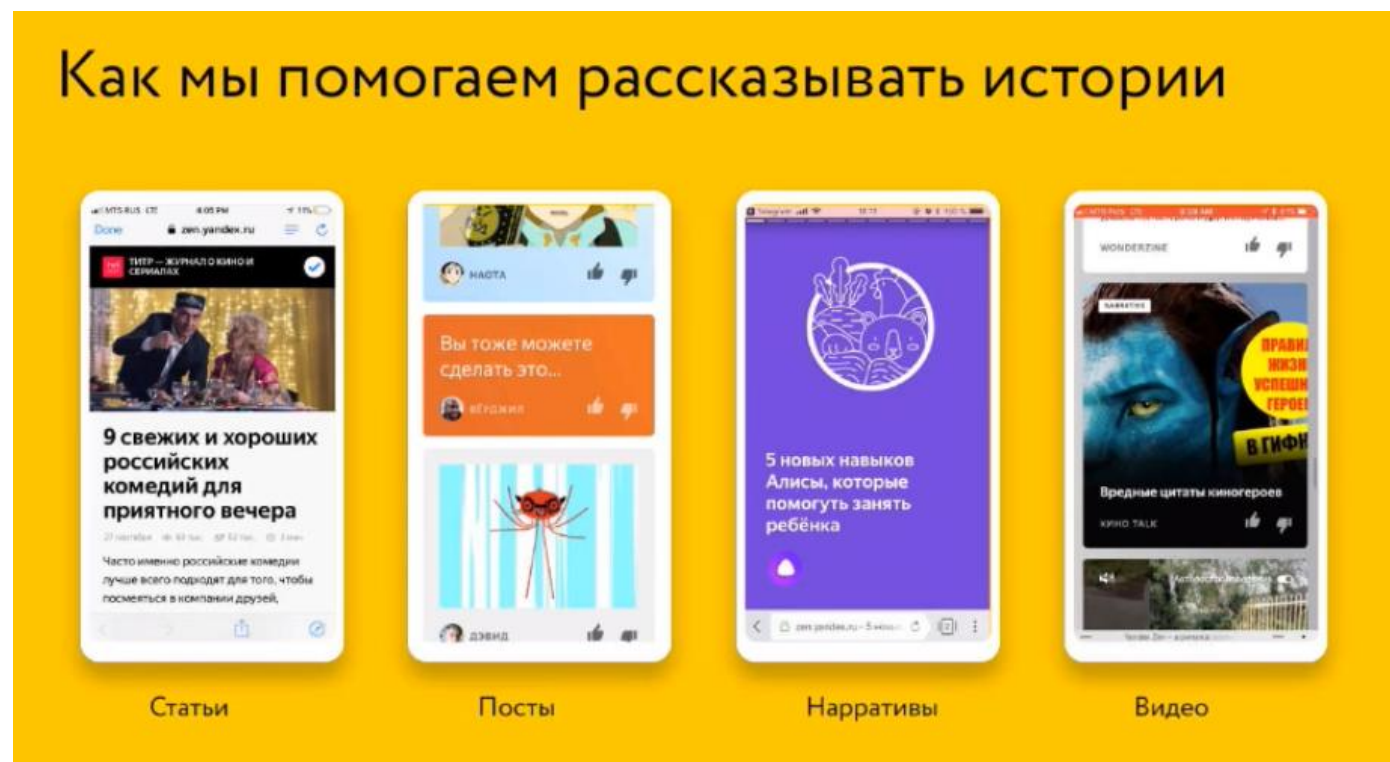
ТОП 20 тематик Дзена

Дзен подбирает пользователям контент на базе их интересов.



Вот как раз, я видел в чате, в самом начале трансляции, спрашивали, какие темы люди читают в Дзене? Здесь видно, что темы абсолютно разные и их распределение оно, на самом деле, не совсем отображает то, о чём лучше писать. В какой-то степени это показывает то, в каких темах больше контента, а в каких меньше. Потому что про общество и политику, например, много контента, и, естественно, его много потребляют. Про спорт, чего уж тут греха таить, в Дзене пишут мало, хотя потенциал в этой тематике есть. На самом деле, здесь есть такой универсальный совет, который мы всем рассказываем обычно, и другие авторы тоже это рассказывают, что нужно не подбирать тему под площадку, нужно, подбирать тему под себя, потому что если вам не интересна психология (условно), вы ничего про нее не знаете, но видите, что там небольшая конкуренция сейчас в Дзене, ну, конечно, Вы можете попытаться войти в эту тему, но вам будет сложно. Вам будет сложно создавать контент, потому что вы ничего об этом не знаете... и конкурировать с теми, кто уже в этой сфере есть... И зайдет какой-нибудь человек, который действительно в этом понимает и, скорее всего, вы проиграете, поэтому лучше всегда ориентироваться на себя. Но просто очень часто спрашивают: "Какие тематики популярны?" и поэтому я рассказываю.

[00:14:00] - Форматы публикаций (статьи, нарративы)



У нас есть много разных форматов, это тоже такое наше отличие.

- У нас есть классические статьи
- У нас есть короткие посты, которые могут состоять из одной ссылки или просто из короткой заметки/ картинки,
- У нас есть Нарративы - это такой формат типа сторис в Инстаграме, где свайпы ты переключаешь
- И есть видео, которые мы сейчас всё сильнее и сильнее будем развивать.

У автора есть возможность публиковать все виды контента. Иногда авторы делают так, что они делают статью, потом по этой статье делают нарратив, потом вокруг этой статьи выпускают еще какие-то посты, и, таким образом, охваты еще больше становятся, потому что перелинковываются материалы. Можно, например, сделать видео, потом по нему сделать статью, т.е. текстовым форматом, а потом вынести оттуда нарративы, тезисы. Это очень хорошо работает, и мы всегда рекомендуем так делать.

Вообще то мы очень часто говорили во всех своих коммуникациях, что в Дзене вы можете создать свою и медиа, потому что из этих всех приёмов у тебя выходит какая-то большая статья, ты по ней выпускаешь какой-то сопровождающий материал, подводочки делаешь - это всё-таки медийная история, так делается на сайтах крупных. И все эти приемы, конечно же, работают.

Как ещё мы помогаем

👤 Даем возможность зарабатывать на рекламных объявлениях в публикациях

👤 Продвигаем нативную рекламу брендов и авторов в лентах

👤 Подключаем рекламные сети издателей

👤 Соединяем бренды и агентства с создателями качественных историй: блогерами и издателями

Ещё важное отличие от остальных платформ - это то, что мы даем возможность зарабатывать на рекламных объявлениях в публикациях и, таким образом, автор может монетизировать свой контент. Он может публиковать материалы, в этих материалах будет размещаться баннеры рекламной сети Яндекса, по кликам на эти баннеры часть денег будет отдаваться автору, и в этом смысле мы - уникальная платформа, потому что такая монетизация текстовых форматов она уникальная. По мимо этого, у нас есть нативная реклама, которая размещается у блогеров, т.е не у нас есть, а есть агентство, которое занимается этой нативной рекламой. Они подбирают блогеров, выстраивают множественные взаимоотношения, помогают, ищут рекламодателей, и вот такая вот получается синергия.

-А вы можете привести примеры таких агентств, чтобы наши слушатели тоже их узнали? Одно-два, если помните.

- У нас есть агентство Пикчер. Ещё какие-то есть, я сейчас не буду врать, потому что я не работаю в коммерческом отделе, но вы можете нам написать, мы дадим контакты и бренды, которые делали размещения у нас - это крупные бренды: строительные фирмы, которые строят жилые комплексы; автомобильные бренды, т.е там, на самом деле, большой простор для такого взаимодействия.

[00:17:00] - Карма канала



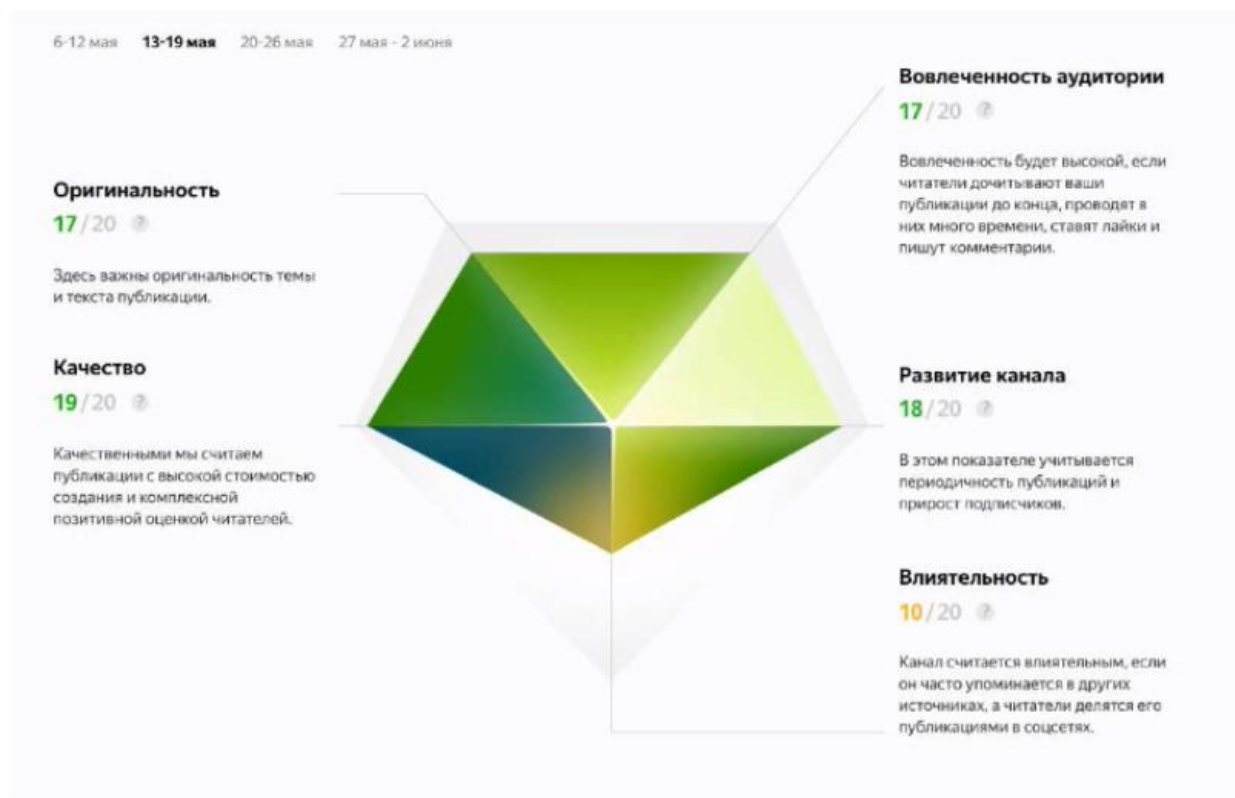
Помимо этого, у нас есть ещё такая вещь, как карма. Она вот так вот красиво выглядит. У каждого канала есть своя карма, она показывает, как ваш канал развивается, какие у него есть успехи, даёт понимание того, что было на прошлой неделе хорошо, а что - не очень. Таким образом, она позволяет автору пытаться развивать свой канал с помощью такого, инструмента, который сигнализирует о том, как идут успехи.



Если у вас хорошая карма, то вам даются дополнительные бонусные показы еженедельно за достижение кармы. И эти бонусные показы они копятся у вас в аккаунте, в редакторе, и вы их можете расходовать. Сделано это для того, чтобы если вы договорились с каким-то брендом о том, что вам нужно сделать статью-обзор на что-то, я не знаю, там обзор на тушь, и этот бренд хочет, чтобы были какие-то аудиторные показатели гарантированного действия. Для этого как раз есть дополнительные показы, которые вы можете израсходовать и таким образом набрать необходимые цифры, если по каким-то причинам не удалось сделать...

- Вот как раз вопрос просто по карме: "Где посмотреть её?" - сразу увидела.

- Если у вас есть канал, Вы можете её посмотреть, зайдя в Редактор. Там есть прям такая кнопка - "КАРМА". Если у вас нет канала и вы - просто читатель канала, то вы не увидите карму канала, ее видит только автор.



Вот так она выглядит на самом деле. Это карма такого успешного крупного канала. Тут есть разные лучи, которые показывают, как канал развивается, есть луч про оригинальность контента, про качество, про влиятельность, про то, как он развивался на прошлой неделе, про то, как аудитория вовлекается. Довольно всё подробно написано. Посмотрите еще раз скриншот, вот так это выглядит в реальной жизни. Там ещё есть знаки вопроса, на которые можно навести и будет еще больше информации про то, как это все подсчитывать.

[00:19:40] - Нирвана в Яндекс.Дзен

Нирвана

Партнерская программа
приоритетного ранжирования
«Нирвана»

Помимо всего этого, у этого у нас есть ещё партнерская программа приоритетного ранжирования качественного контента - что называется - Нирвана. Мы немного в восточную тему ударились.

С октября 2018 года Яндекс.Дзен будет приоритетно показывать

авторов

и издателей, которые создают качественные истории

P.S. Неважно, где они созданы —
на платформе или собственном сайте

Она была запущена в октябре 2018 года. Контент, тех участников программы, которые попадают в программу, приоритетно ранжируется. Это означает, что получают больше показов они в ленте пользователей и в эту программу могут вступить, как и авторы с платформы формы, так и с сайта, никаких ограничений нет. Помимо приоритетного показа в лентах, таким каналам, которые попали в программу, выделяются специальный менеджер поддержки, который ведет только его канал, появляется значок на канале, и мы там стараемся делать всякие мероприятия с участниками программы, тоже какие-то обучающие и так далее.

Что дает Нирвана

- › Приоритетный показ в лентах пользователей
- › Проактивная служба поддержки в лице персонального менеджера
- › Специальный значок участника «Нирваны» на странице канала
- › Обучающие программы от специалистов Дзена

Чтобы туда попасть нужно, чтобы канал уже, конечно, был развит и, чтобы у него были хоть какие-то подписчики - 500 подписчиков.

Про подписчиков надо, наверное, отдельно ещё сказать, что у нас подписчики на платформе - это не совсем то, что во всех остальных платформах, потому что основной охват и трафик канала, получается не за счёт подписчиков, а за счет рекомендации ленты. И если на ваш канал подписываются, то это, конечно же, помогает нашим алгоритмам лучше находить аудиторию, похожую на тех людей, которые подписались, но очень часто у канала там 10.000 подписчиков, а статьи читают там по 100.000 человек - это нормально. Поэтому здесь такой порог тоже не очень большой выбран.

-Сразу вопрос, из чата выловила: "Как посмотреть список каналов, которые уже сейчас есть в нирване?"

-Очень просто. Хороший, кстати, вопрос. Можно зайти на сайт <https://zen.yandex.ru>, там есть раздел "Каталог" и внутри этого каталога есть прям отдельный раздел "Нирвана", и там будут все каналы, которые в этой партнерской программе.

- Может быть ваш канал уже там. Проверьте!

- Ну скорее всего Вы бы знали об этом, потому что...

-Приходит какое-то уведомление?

-Тут есть два варианта, как туда можно попасть:

1 вариант: Автор сам пишет заявку, мы ее рассматриваем и, собственно, присылаем ответ, говорим, что всё классно или не классно, наоборот. Если классно, говорим: "Всё, типа, мы готовы тебя взять, дай своё согласие" - такая инициация. Он говорит своё согласие, его знакомят со своим менеджером и всё, он оказывается в партнерской программе.

2 другой вариант: Это то, что мы очень внимательно следим за экосистемой нашей платформы, и, если мы находим какие-то классные каналы, которые не подавали заявку, может даже они вообще не знают об этой партнерской программе, мы им сами пишем и говорим: "У тебя всё классно, ты подходишь, мы хотим тебя туда вот, дайте согласие". И все, если он согласен, он оказывается в этой партнерской программе.

-Так что помните, это работает даже в Яндекс.Дзене - можно подойти и спросить: "Подхожу ли я вам?"

-Ну мы вообще в этом плане очень открытые. Т.е мы на любые вопросы отвечаем, у нас очень много мероприятий проходит. Я об этом еще дальше расскажу.

Авторы в Дзене



Создают контент на разные темы в форматах: статей, нарративов, постов, видео.



Зарабатывают на любимом деле. Программа монетизации.



Следят за качеством контента и работают с кармой канала.

Некий такой итог по тому что, собственно, происходит в Дзене для авторов - автор создает контент на разные темы, ведет свой канал, размещает статьи, нарративы, может выпускать посты. Посты - это короткие статьи, у которых есть ограничения по символам - это то, чем

они отличаются от статей. Они показываются целиком прямо в Ленте, не нужно на них кликать, чтобы прочитать содержание, а на статью надо кликать, читать там больше, для больших форматов. Зарабатывают на монетизации и на интеграции брендов в ваш канал, но и можно следить за кармой канала - если вас всё классно идёт, ваш канал развивается, можете подать заявку в Нирвану, и, если всё будет хорошо, вас примут, то вас будут показывать ещё и с приоритетом в лентах.

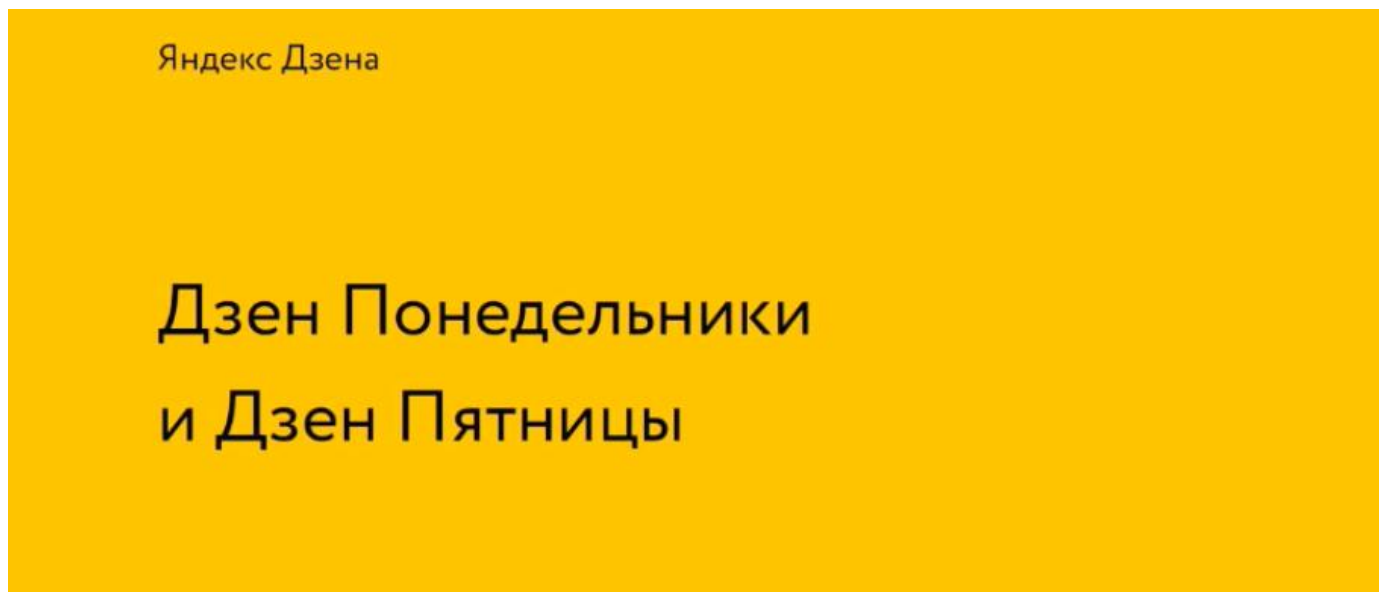
- Скажите, где увидеть вкладку "Каталог"? Вот Анна не может найти.

- Ещё раз zen.yandex.ru там наверху будет "Каталог", там прямо, даже не знаю, как ещё проще объяснить, прямо сверху, там видно кнопки, по которым можно приходить, там будет каталог, который всплывающим окном открывается, и в самом низу этого каталога есть "Нирвана".

На самом деле я переживаю, что я как-то быстро всё рассказал...

- У нас столько вопросов, что мы здесь ещё надолго.

[00:25:00] - Дзен.Понедельники и Дзен.Пятницы



Что ещё важно? И тоже наше такое отличие, наверное, от других платформ - из-за того, что мы в России, мы - русская компания, у нас есть возможность сделать много мероприятий с нашими блогерами, с нашими авторами и мероприятий для тех людей, которых мы хотим пригласить на нашу платформу или просто рассказать даже о нашей платформе. И у нас есть такое мероприятие, как Дзен.понедельники и Дзен.пятницы.

Дзен Понедельники

Дзен-понедельник – встреча авторов Дзена с командой Дзена

Трансляция на Youtube

Полезные доклады от команды Дзена

Выступление авторов Дзена

По всей России ежемесячно

Про Дзен.Понедельники - это такое ежемесячное мероприятие, которое мы делаем в разных городах России, мы делаем трансляцию на YouTube, там есть наши какие-то доклады, которые рассказывают либо о каких-то новостях нашей платформы, какие-то мастер-классы, есть выступления авторов – это то, что нам больше всего интересно - это такая площадка, где автор может на всю аудиторию наших авторов что-то рассказать про свой успех, поделиться своими какими-то мыслями, рассказать историю про то, как он делает канал. Это очень интересные, чаще всего, доклады и я уже скачал, что мы делаем по всей России.

- А в каких городах? Ну примерно?

- Ну вот последний раз это было в Санкт-Петербург, до этого был Краснодар. Мы были в прошлом году в Новосибирске, Казани, Екатеринбурге, много где.

- В миллионниках точно есть возможность попасть на это событие.

- У нас следующее, по-моему, будет в июле, и это будет Новосибирск, если я не ошибаюсь. Ещё в этом году будет Нижний Новгород, по-моему. Короче, я забыл все города, извините.

- А где эту информацию можно посмотреть?

- Подписывайтесь на наши соцсети, там всё подробно освещается. Мы в соцсетях пишем публикацию типа: "У нас будет Дзен. Понедельник. Хочешь выступить - приходи." и т.д. И мы там заранее всё это делаем, и авторы почему-то стесняются выступать. Они стесняются в том плане, что мы, когда говорим прям, что присылаете свою заявку, что вы хотите выступить, они очень редко присылают сами заявку. Мы сами всё вписываем, приглашаем и когда мы кого-то приглашаем, никто не отказывается - это самое странное, но сам никогда не изъявляет желание.

- У меня каверзный вопрос: "Есть ли у Яндекс.Дзен Яндекс.Дзен? Ну есть авторы, которые ведут Яндекс.Дзен?"

- У нас есть свой канал официальный, он называется "Журнал Яндекс.Дзена". Если написать в поисковике, то первая ссылка на него будет. Там тоже такие публикации в стиле: "Как сделать классный текст?" - берутся интервью у каких-то редакторов из крупных медиа, или, там, у людей, которые хорошо знают какие-то тонкости работы, с фотографиями или ещё с чем-то. У нас был материал про то, как пользоваться цитированием других материалов, или чужими фотографиями, там прям с юристом разбиралась вся эта тема. Короче, мы много делаем такого, образовательного контента. Подписывайтесь.

- Сколько подписчиков у журнала Яндекс. Дзен?

- Не помню, честно. Ну что-там несколько тысяч точно есть, разные материалы набирают разное количество дочитываний, но я не могу сказать, что он супер успешный - там какие-то миллионы показов, миллионы дочитываний. Но тема, т.к узкая, это реально такой контент больше для авторов. Вот сколько там у нас автором, вот столько примерно все и читают.

И кстати про понедельники - у нас очень, такая лояльная аудитория. Сама трансляция понедельников идет где-то полтора часа, и вот у нас было последнее мероприятие.



Вот так это выглядит. Последнее мероприятие было тогда в Петербурге. Вот там сейчас на этом видео уже 6 000 с лишним просмотров и это, конечно, очень круто. Т.е это реально такая площадка, где наши авторы могут выступить и, там, заявить о себе.

Дзен Пятницы

Дзен-пятница - встреча для всех, кто создаёт, придумывает и продвигает креативный контент.

Трансляция на Youtube

Полезные доклады от приглашенных экспертов

Анонсы и новости про Дзен

Выступление авторов Дзена

Ещё есть такое мероприятие, как Дзен.пятницы. Это уже более, такое, редкое ежеквартальное мероприятие, которое проходит только в Москве. Там собираются тоже наши блогеры, наши авторы, тоже есть трансляция, помимо этого там собираются авторы, блогеры с других платформ. У всех вместе есть возможность пообщаться, там, обычно делают какие-то очень крутые доклады приглашенные эксперты и звезды, те, у которых есть канал в Дзене и даже те, у кого еще пока нет. Они любят рассказывать что-то полезное, либо рассказывать тоже что-то про Дзен. Там происходят анонсы, собственно, который делает сам Дзен - выпустили какое-то обновление, которое что-то улучшило, и вот там об этом рассказывается.



Это выглядит уже вот так вот грандиозно, там всегда огромный зал, много народу. Проходит оно ежеквартально.

Спасибо за внимание!

На этом, на самом деле, у меня закончились слайды.

-Но у нас начинается самое интересное - это вопросы. Вопросов очень много, начнем от самых первых к самым последним.

Q&A

Александр Соболев

Руководитель службы поддержки пользователей и
партнеров Яндекс.Дзена



skype



instagram



twitter



bitbucket



facebook



github



website.ru



+7 000 000-00-00

-Можно ли протестировать канал?

-Протестировать канал - имеется в виду, наверное, понять всё ли у него хорошо? Нету ли на нём каких-то ограничений и так далее. Вы можете всегда написать нам в поддержку, мы

вам дадим ответ. Но, обычно, протестировать можно, выпуская разные материалы, пытаться общаться с аудиторией, не знаю, но таких специальных инструментов, типа как, проверить скорость подключения к интернету нет. Можно только написать нам, мы скажем, можем дать какие-то советы. На самом деле, мы всегда рады, если нас спрашивают советы, там типа, "Вот у меня статья вот эта не зашла, что там было не так?" Мы это анализируем, т.е мы стараемся быть эмпатичными и работать с сообществом более глубоко, а не просто делать отписки в стиле там: "Как восстановить пароль?". Поэтому любой вопрос можете задавать нам, с радостью на них ответим.

-Вот на экране был последний слайд недавно, я понимаю, что коллеги его ещё покажут. По всем соцсетям, (правильно я понимаю?), которые здесь указаны, можно писать и задавать вопросы? Или лучше писать на какую-то почту, в поддержку?

Q&A

Александр Соболев

Руководитель службы поддержки пользователей и
партнеров Яндекс.Дзена



skype



instagram



twitter



bitbucket



facebook



github



website.ru



+7 000 000-00-00

-Прямо в редактор есть большая кнопка, типа помощи, можно просто писать на почту publishers@zen.yandex.ru. Но можно писать нам и во ВКонтакте, Facebook. У нас есть соц. сети, где сидит Родион Данилов, который со всеми тоже общается. И есть Instagram, ну

короче, можно любым каналом пользоваться. Для нас более классический и понятный - это почта. Мы отвечаем всем в течение дня, т.е. нет такого, что нужно ждать сутки, иногда, в течение часа можем ответить. Поэтому не нужно думать, что ваше письмо затеряется и будет долго долго где-то лежать и никто на него не ответит.

-Так, мы идём дальше. Я хочу ответить на вопрос, который, скорее всего, был обращен ко мне: «Будет ли запись?» Да, вы всегда её сможете найти на канале Неотология.

[00:32:20] - Что читателям нравится больше: статьи или нарративы?

-Следующий вопрос – что читателям нравится больше – статьи или нарративы?

-Это сложный вопрос, всё зависит от канала и того контента, который вы размещаете. В целом в ленте, конечно, больше статей. Наверное, поэтому можно сказать, что они нравятся больше пользователям. Но на самом деле, нарративов просто в целом меньше, их мало делают, и там меньше конкуренции, поэтому там проще получить какие-то классные цифры. Но мы всегда рекомендуем комбинировать форматы. Статьи, например, позволяют лучше создавать некое сообщество вокруг канала, потому что под статьями разворачиваются грандиозные баталии в комментариях. В нарративах такого нет.

[00:33:20] - Яндекс.Дзен для коммерческих компаний

-Увидела вопрос ещё. Нам написала в самом начале SMM специалист, которая спрашивала про возможности для компаний. В связи с этим вопрос – «Компании, а не авторы, могут выходить со своим каким-то контентом в Яндекс.Дзен и там как-то успешно быть реализованы на площадке так, как, если бы у них был свой блог, например?»

Ну, у нас в начале моей презентации был большой слайд с разными логотипами каналов, там были логотипы, в том числе всяких брендов, компаний и магазинов. Они могут вести также свой канал, могут размещать внутри своих материалов ссылки на свой сайт или, там, даже на товары, если делается обзор товара. Это всё не запрещено, наоборот, мы даже поощряем. Для развития своего бренда и продвижения компании, вообще, в Дзене, по сути, есть два пути:

1. Это вот как раз вести свой канал, создавать самим контент, писать какие-то статьи и материалы, выпускать нарративы, то есть по сути, ввести свой блог. Это довольно

сложная работа для компаний, и они не все способны ее круто делать. Хотя у нас есть большие довольно крупные каналы. Есть канал компании ivi.ru, которая занимается транслированием фильмов и сериалов. Вот у них есть супер успешный канал на Дзене. Они пишут обзоры на фильмы, делают подборки какие-то, и у них все классно. У них получилось, и это прикольно.

2. Но можно пойти другим путём - можно зайти к блогерам и договориться с ними о каких-то интеграциях, заказывать у них какой-то контент, делать какое-то продвижение своего бренда через них. Это тоже работает
3. Есть ещё третий вариант, который случился совсем недавно. У нас сейчас есть такое понятие, как рекламные кампании, которые можно запускать. Я - не большой эксперт в этой части Дзена, честно признаюсь, но там можно покупать охваты, и покупать даже дочитывания на свои материалы или на материал блогера, который опубликовал что-то про ваш продукт. Но это, соответственно, за деньги уже происходит.

[00:35:30] - Как быстрее монетизировать свой канал?

-Как быстрее монетизировать свой канал?

-Для того, чтобы монетизировать свой канал, нужно достигнуть порогов монетизации. Порог монетизации сейчас очень простой и лёгкий - 7000 дочитываний за неделю. Это означает, что 7000 раз сколько угодно материалов, неважно - один это материал или у вас там вышло штук 10 материалов, дочитали 7000 раз или 7000 человек. Совет очень простой – публиковать регулярно контент, каждый день или несколько раз в день выпускать какой-то материал. Таким образом, вам будет проще набрать аудиторию. Есть каналы, которые долго идут к этому, есть каналы, которые быстрее. Всё зависит от темы. Если у вас тема более популярная, более острая, вам будет легче сделать, если вы пишете что-то нисшевое, то будет чуть сложнее, но в целом, у нас материалы в Дзене живут довольно долго, т.е, если вы выпустили статью, она показывается пользователям несколько месяцев, и соответственно, чем больше материалов вы выпустите, тем больше их и будут показывать в лентах, и тем больше будет возможность того, что вы достигнете тех самых 7000 дочитываний.

-Первый канал про путешествия, хочу завести второй канал про путешествия. Как можно это сделать?

-Сейчас никаких ограничений нет, на то, чтобы ввести не один канал, а несколько, более того, много разных авторов так и делают. У них есть какой-то основной канал, в который они вкладывают больше всего сил, и есть какие-то каналы экспериментальные, где они что-

то пробуют, экспериментируют и т.д. Здесь нет никаких ограничений, точно также можно завести аккаунт и всё, публиковаться. Ничего в этом такого нет, но опять же нужно понимать, что вести два канала в два раза сложнее, чем один, поэтому нужно понимать, зачем вы это делаете, тем более, если вы будете это делать на одну и ту же тему, По сути, вы как бы увеличиваете конкуренцию на платформе каналов про путешествия и в целом, скорее всего, вряд ли у вас получится два раза повторить успех одних и тех же публикации на канале. То есть обычно всё-таки заводят второй канал, когда хотят на какую-то другую тему говорить, где аудитория должна быть другая, не такая, как на основном канале.

[00:38:30] - Добавление ссылки на сайт в Дзен

-Написал в несколько статей в Яндекс.Дзене. У каждой из них меньше 100 просмотров. Связано ли такое малое количество просмотров с тем, что я пытался привязать сайт к каналу?

-Скорее всего, никак не связано, но тут может быть несколько причин по поводу добавления сайтов на Дзен. Немножко расскажу. У меня про это не было в презентации, но я думаю, что многим будет интересно. Вообще у сайта, и у медиа, есть тоже два пути, как он может делать контент в Дзене:

1. Он может публиковать нативный материал прямо на платформу, как делают авторы и блогеры
2. А можно подключить ленту РСС и они будут доставляться автоматически в ленты пользователям, нашим читателям. Почти все сайты делают именно так, но есть некоторые ограничения, нужно выполнить некоторые условия, чтобы была такая возможность.

1 условие. Все равно, даже, если у вас новый сайт, и вы только что сделали какой-то новый ресурс, то Вам нужно будет сначала завести канал, публиковать что-то в самом Дзене, на платформе, достигнуть порога монетизации, тех самых 7000 дочитываний, после этого появится в редакторе возможность добавить сайт. После этого вы добавляете сайт, он проходит процедуру модерации. Если он выполняет требования к контенту, если он соответствует требованиям аудиторным (мы сейчас не добавляем маленькие сайты в Дзен, у нас сейчас есть требование, что у сайта должно быть не меньше 10 тыс посетителей в день уникальных). Если он все эти требования выполняет, то он добавляется к вашему каналу и с этого момента вы уже можете добавить rss- ленту и будут показываться материалы. Если вы, допустим, сделали материалы на сайте, отправили их через рассыл Дзена, а после этого те же самые материалы опубликовали у себя на канале, то будут

показываться материалы, которые опубликованы на платформе, то есть точно такой же материал, отправленный на rss- ленту будет считаться дублем и не будет показываться.

Если вернуться к вопросу, почему на этих публикациях меньше 100 просмотров, то либо это прям совсем какой-то не очень удачный материал и можно попробовать поменять заголовок или переделать снимок публикации, сделать другую картинку. Либо это какие-то дубли, возможно, не знаю, надо смотреть подробнее.

-Да, Как говорил сегодня Александр, не стесняйтесь писать в поддержку, и там вам помогут разобраться, если что-то непонятно или непонятно, почему там одна публикация набирает просмотры, а другая не набирает. Смогут проанализировать ваши материалы. Следующий вопрос - Насколько популярны каналы о книгах и литературе?

-Довольно популярный. У нас есть много уже довольно классных каналов, в которых пишут там литературоведы, энтузиасты, которым нравятся книги. Тема эта довольно понятная и популярная, но она при этом все равно довольно нисшевая и сложная, потому что, чтобы сделать обзор книги нужно прочитать книгу, а прочитать книгу за один день не каждый сможет, а публиковаться нужно всё-таки часто, поэтому, даже если вы хотите писать про литературу, нужно разбавлять это не просто обзорами книг, а писать про авторов. Пример: 5 забытых авторов, 5 неожиданных авторов, 5 авторов-женщин средневековья. В принципе, это, конечно же, популярно, люди читают книги, это хорошо. Мы такое тоже поддерживаем.

-Можно ли в Дзен размещать статьи со своего сайта или надо писать туда специально уникальный текст?

- Можно публиковать статьи со своего сайта, из другого блога, если у вас где-то есть свой контент, который вы сами создавали, вы можете его без всяких проблем переносить на свой блог в Дзене. Например, у нас много сейчас авторов есть, которые из Live.Journal. У них сейчас очень много контента, они много лет вели свои журналы, там безумная кладезь контента, и конечно, мы не против что, чтобы они переносили этот контент к нам. Вы можете в описании канала дать ссылку на свой же блог в Instagram, ВКонтакте, в Telegram или сайт указать свой. И это будет хорошим для нас знаком того, что это ваш контент. Если же будут какие-то вопросы, не будут идти показы, то пишите нам и мы будем разбираться, потому что, конечно, автоматика может не сработать. Почему? Объясню немного тем, кто не курсе того, как у нас все это работает - у нас очень строгое требование к контенту в плане того, что он должен быть уникальным.

[00:43:30] - Уникальность контента, авторский контент

-Да, вот как раз Анна спрашивает: «Не будут ли такой материал банить за плагиат?»

-У нас очень строгие требования к тому, чтобы у нас был уникальный контент авторский, если это ваш контент, то никто ничего не будет банить и ограничивать в показах. А если, это ворованный контент, то наши алгоритмы, которые ищут copy-paste, они собственно, находят его очень хорошо, поэтому с copy-paste не получится. Если же это ваш контент и вы вот так переносите, что тоже copy-paste— это нормально. Мы такое не запрещаем и никак не ограничиваем.

[00:44:10] - Как посмотреть статистику своего канала?

-Немного про статистику. Открыта ли статистика для авторов? То есть смогу ли я, как автор, увидеть тех, кто меня читает в статистических данных? Т.е. не просто имена, а статистику по возрасту, полу.

-Очень крутой вопрос. У нас есть несколько инструментов вообще есть, как смотреть статистику. У нас есть инструмент статистики в самом редакторе, где видны все ваши статьи, нарративы, и видны их показатели. Там есть даже такая классная история, как карта дочитываний, то есть вы видите прямо физически место, где люди начинают отваливаться, когда читают ваши статьи. Там дана довольно исчерпывающая информация о том, что происходит с вашим каналом, но помимо этого мы рекомендуем всегда подключать счётчик метрике, это может казаться довольно каким-то сложным инструментом, больше профессиональным, для веб- мастеров, но на самом деле этот способ довольно простой и завести счётчик очень просто - вы просто регистрируетесь в Яндекс.метрике, вам выдают счётчик, вы заходите в редактор, вставляете номер этого счётчика и всё. У вас появляется ещё и данные метрики. В метрике видно, как раз все соц, дем. показатели, видно вашу аудиторию. Те скриншоты, которые я показывал в презентации – это были как раз скриншоты из Яндекс метрики. Помимо этого, в метрике вы будете видеть больше статей, которые сейчас находятся в ранжировании. Просто там прям видно, на какие статьи люди ходят до сих пор, спустя несколько месяцев после того, как они уже по сути не должны никому показываться, а люди их продолжают читать. Там можно увидеть, сколько к вам людей из поиска Яндекса заходят, или из Гугла. У нас поисковый трафик тоже растёт, т.е метрика- это такой хороший, полезный инструмент. Но и это ещё не всё. У нас есть такая история, как профили, которые мы недавно запустили. Если у вас разворачивается батальная сцена в комментариях, вы можете зайти в профиль этого человека, вы можете зайти в свой профиль и увидеть там его фото, лицо, если он и сам о себе что-то написал. Вы это увидите. Но самое крутое – там видны интересы этих людей, те интересы, которые, собственно, наш искусный интеллект считает, что это интерес данного человека. И можно

увидеть все комментарии этого человека и вообще всю его активность. Очень прикольно находить профили известных людей и смотреть, что они лайкают и что они читают про себя. Вот недавно у нас был такой опыт - мы обнаружили довольно известного человека в Дзене и это было очень круто, прям интересно посмотреть, что он лайкает. Он находил статьи про самого себя и, если ему нравилось, он говорил: «Спасибо, классный материал», а если не нравилось, он прям делал разбор неточностей и писал это в комментариях авторам. Авторы были в восторге, на самом деле, от того, что их посетил какой-то известный человек. Короче, заходите в комментарии, переписываетесь со своей аудиторией, заходите в профили - это интересно.

-Со своего сайта можно, но нужно 7000 дочитываний в месяц. До этого нельзя сайт закрепить, да?

-Да, нельзя привязать сайт к каналу, для этого нужны 7000 дочитываний. Но даже, если у вас не привязан сайт к каналу, вы все равно можете публиковать контент со своего сайта. Или, например, сайт не подошел по аудиторным показателям Дзен, все равно вы можете копировать материалы это не запрещено.

-Очень интересует, как связаться с рекламным отделом и договориться о монетизации?

-Напишите на publishers@zen.yandex.ru и попросите дать вам контакт кого-то из коммерческого отдела и мы передадим. У нас, кстати, бывает даже такое, что нам пишут рекламодатели, и говорят: «Вот, у вас там есть блогер какой-то классный, мне он очень нравится, но у этого блогера нет контактов в описании канала, я не могу ему никак написать. Можете дать контакты этого блогера?» Мы тогда пишем этому блогеру, спрашиваем у него, готов ли он дать свою электронную почту этому рекламодателю? То есть мы даже таким образом помогаем. Поэтому пишите, мы постараемся вам помочь и связать вас.

-Скажите, пожалуйста, подробнее про подключение метрики. Подключила, но в общей метрике остаётся желтым в статусе ожидания. Я так понимаю, что метрика заработает только после подключения сайта, правильно?

-Нет, неправильно. Ещё раз немножко про Метрику. Вы регистрируете счётчик метрики, получаете номер этого счётчика, заходите в редактор, там слева есть такое меню выпадающее, где можно добавить этот счётчик. После его добавления, если у вас какая-то активность на канале есть, то если кто-то посещает или ещё что-то, через несколько часов, насколько я знаю, в метрике должны начать отображаться данные.

[00:51:30] - Хейтеры форматов (кому какой формат публикаций показывается)

-Чем пост отличается от статьи, но формате продвижения? То есть по длине, мы поняли, а в том, как это продвигается? Отличается ли одно от другого?

-Конечно, когда подбирается контент пользователя, учитывается и формат - то есть это нарратив, это пост или видео, или статьи. У нас есть такое понятие, как хейтеры некоторых форматов. То есть пользователи, которые, например, дизлайкают все публикации в формате нарратив, которые они получают в ленте. Таких не очень много, но такие есть. Все публикации в формате нарратив он дизлайкает. Такой человек становится хейтером нарративы, и ему этот формат не показывается. Подбор аудитории к вашим материалам он устроен примерно одинаково. Он точно также анализирует содержимое этого поста, анализируются поведенческие показатели людей, которые уже увидели этот пост, и, таким образом, подбирается дальше аудитория. Так что, на самом деле, каких-то различий кардинальных нет.

-Можно ли дублировать статьи не со своего сайта, а, например, со своей группы ВКонтакте?

Как я уже сказал, да можно, если вы – автор этого контента. Более того, даже если вы писали, например, статьи какие-то, у вас на них права есть, и эти статьи публиковались на каком-то третьем сайте вообще, даже не в вашей паблике ВКонтакте, все равно можете их публиковать.

-Газеты. Есть ещё вопрос про журналиста и статьи из газет.

-Да, можете публиковать их в Дзен, только нужно будет написать, что эта статья вашего авторства, она взята оттуда-то, чтобы мы понимали, что происходит. Если же, вдруг, канал получит какие-то ограничения, статья не уйдёт в рекомендации - пишите опять же, мы такие вопросы решаем, понятное дело, что иногда мы можем перестраховаться, но в целом, все это решается. Если это ваш контент - не важно, где он был размещён, вы можете его разместить в Дзене, это не запрещается.

-Показываются ли статьи из Дзена с приоритетом в поисковике Яндекса?

-Специального приоритета в поиске Яндекса для Дзена нет. Это сделано, во-первых, потому что, поиск должен работать честным образом, он должен, я не сотрудник поиска, но я

предполагаю, что он должен, в первую очередь отвечать потребностям пользователя, который пришел в поиск. Понятное дело, что, если ваши статьи на какую-то тему, которая хорошо ищется и она соответствует каким-то запросам, то они будут лучше показываться. Но какого-то специального продвижения материалов Дзена в выдаче поиска - такого нет.

[00:55:10] - Можно ли писать на медицинскую тематику в Дзене

-Рассматриваются ли медицинские сайты, ну и вообще статьи на медицинскую тематику?

-С медицинской темой все довольно сложно, потому что мы не всегда можем определить, кто пишет эти статьи – врач или нет. И, конечно, тут очень большое поле для всякого рода фэйков. Типа, как вылечить рак осиновой корой и так далее. С подобным, мы стараемся работать аккуратно и, такие материалы вряд ли будут получать большие охваты. Но если канал ведёт эксперт, какой-то врач0 например, стоматолог (у нас такое есть, кстати), то это классно, мы такое поддерживаем и разрешаем такое делать, но нужно объяснить читателям, что вы-эксперт, или тогда не давать каких-то конкретных советов, как лечить что-то, если вы не врач, и вы в этом понимаете только, как обыватель или как человек, который этим просто интересуется. Медицинские сайты, как и медицинские каналы, у нас есть. На это ограничений каких-то нет.

-А по поводу фотографий, что-то, типа, до/после. Есть ли на них какое-то ограничение? Если они жуткие

-Жуткие фотографии у нас не показываются пользователям. На «до и после», конечно, никаких ограничений нет, но про шок-контент - у нас есть прям в правилах такое требование, что изображение болезней и увечий мы не показываем пользователям, потому что мы не хотим травмировать человека, который открыл ленту Дзена, и увидел какую-то болезнь, которая, к сожалению, выглядит ужасно.

-Можно ли сейчас оживить канал, если не писала в него несколько месяцев или нужно регистрировать новый?

- Я вам так скажу – оживлять каналы невозможно, потому что они не умирают. Вы можете, естественно, начать туда писать. И вообще, мы рекомендуем всегда вести, как можно дольше старые каналы, потому что старые каналы – это, на самом деле, ваш багаж контента, который там есть, багаж аудитории, которые уже подписались, даже если там мало подписчиков, каждый подписчик - это ценность. И, конечно, не нужно бросать старые каналы, если у вас там была какая-то перегрузка на работе или вы уехали в отпуск, то нет смысла заводить сразу новый канал, нужно развивать старый и выстраивать там какую-то

долгосрочную стратегию поведения этого канала по привлечению подписчиков. И вообще надо стараться рассчитывать в конечном итоге не наши алгоритмы и искусственный интеллект, а именно на подписчиков, потому что конкуренция растёт на платформе, и подписчики - это те люди, которые гарантированно получают ваш контент, поэтому нужно развивать старый канал, даже, если вы там не писали неделю, месяц, год. Не надо бояться, надо развивать дальше.

[00:58:20] - Почему каналу дают меньше показов, чем подписчиков?

-Почему каналу дают меньше показов, чем подписчиков? Т.е даже не всем подписчикам показывается мой контент.

-Это связано со следующим. Во-первых, человек может подписаться на канал, и после этого, например, никогда не кликнуть ни в одну публикацию с этого канала. Этот читатель, который на вас подписался почему-то утратил интерес к вашей теме, и сейчас читает что-то другое. Естественно, мы стараемся подобрать такому читателю тот контент, который ему сейчас интересен. Сейчас во всех соц сетях нигде нет такого, что весь контент, который выпускает канал, доставляется всем подписчикам, всегда есть какая-то разница. Это вызвано тем, что часть подписчиков может уже не пользоваться сервисом, части подписчиков это может быть уже неинтересно и т.д. Особенно это хорошо заметно у крупных блогеров, которые есть, например, в Инстаграме. Там у него миллион подписчиков, а каждая публикация набирает, например, 10% от количества подписчиков, поэтому это всегда условный показатель. Но при этом, мы все равно стараемся показывать контент с канала, на который подписан читатель, но не все читатели могут возвращаться, часть подписчиков уже могут быть не пользователями Дзена и т.д. Мы сравнивали показатели того, сколько приносят подписчики в Дзене кликов против остальных платформ. В целом, у нас ситуация очень похожа на среднюю постоянную. Т.е у нас какой-то особой истории с подписчиками нет.

-С чего лучше начать - нарративы, статьи или посты?

-Ну что начать с того, что проще пойдёт, потому что это - самая важная история - получать удовольствие от процесса создания контента. И, если вам интересно писать статьи, и вы не можете сидеть в этом редакторе нарративов, подбирать картинки, придумывать оформление каждого экранчика, но при этом у вас классно заходят статьи и вы их лучше делаете, вы знаете, о чем вы хотите рассказать, то лучше делать статьи. Это все индивидуально. Если вам нравятся нарративы и у вас классно это выходит, вам легко их делать - делайте нарративы. Здесь каких-то советов нет. Для развития канала тоже разницы

никакой нет. Но у нас больше создаётся статей, поэтому, может быть, лучше начать со статей.

-Какие планируется запустить новые алгоритмы после Альфа-Центавра?

-Альфа-Центавра - это название нового алгоритма, который мы запустили, по-моему, в марте. Мы сказали в пресс-релизе, что все последующие алгоритмы, если мы будем делать большие изменения в ранжировании, то мы будем также называть какими-то звездами или созвездиями. Но я не знаю, какое там будет следующее созвездие, но какое-то явно будет. А вообще, процесс изменения - он постоянен и не нужно бояться этих изменений в ранжировании. На самом деле, мы все время что-то меняем, все время что-то внедряем, разработчики ходят каждый день на работу, все время идет множество различных тестов, как улучшить жизнь читателя. По сути, на это направлены все эти изменения - чтобы читатели больше времени проводили в Дзене, больше кликали, больше читали т.д. И по этому не нужно как-то специально к этому привязываться, это больше PR - событие, где мы взяли какие-то уже случившиеся события, сложили их в пакет и красиво преподнесли нашей аудитории.

[01:03:00] - Что делать, если хочется писать на разные темы?

-Мне интересны многие темы, но ведь канал нужно вести по какой-то одной тематике. Как тогда быть - делать несколько каналов, для каждой темы - отдельный канал или публиковать статьи на разные темы на одном канале?

-Зависит от того, что вы хотите писать. У нас нет никакого запрета на то, что канал нужно вести только на какую-то одну тему, это просто такое пожелание, и понятная традиция, которая есть на всех платформах. Если блогер делает контент с рецептами, он делает рецепты и делает про кулинарию что-то. Если он снимает какие-то обзоры на автомобили на YouTube, то он и продолжает снимать. Это происходит по той причине, что те подписчики, которых вы набираете, та ваша аудитория, которая все время с вами, она уже привыкла к тому контенту, который вы создаёте. И если вы вдруг на любой платформе снимали видео, до этого статьи писали или выкладывали фото красивых машин, а потом внезапно начали писать что-то про рецепты, то, конечно, ваша аудитория не поймёт этого. Но при этом, если у вас изначально формат канала был такой, что здесь обо всем, то тоже с этим не будет проблем. Это надо больше думать об аудитории, которую вы хотите получить. Так что, я не могу тут никаких советов давать, что нужно другой канал заводить. Если вам легко рассказывать про несколько тем внутри канала, нужно просто придумать, как это все объединить. Потому что даже можно в блоге про путешествия, можно писать, в том числе, и рецепты каких-то разных стран, например. Т.е это все очень индивидуально. И

про машины можно писать - в этом путешествие удобно на одной машине, а в этом путешествии - на другой. Вроде бы ты про машины пишешь, а на самом деле - про путешествия. И тут очень важен тот нарратив, который вы рассказываете через все публикации. И что является на самом деле контентом на вашем канале. Потому что можно писать именно о машинах, а можно писать своё мнение о машинах, можно о своём опыте. Вообще, как бы личные описания своего опыта, того, что с вами происходило, всегда лучше работает, чем просто набор фактов. Т.е, если человек что-то рассказывает от себя, это аудитории лучше заходит, чем просто какая-то статья беспонятного автора, беспонятного человека, который это рассказывает.

-Будет ли когда-нибудь реализована карусель с фотографиями в статье?

-Мы знаем про то, что очень все хотят мы эту штуку сделали. И мы обязательно сделаем. У нас есть большой план по развитию редактора статьи, как базового формата Дзена - это первый формат, который был и в этих планах есть карусель фотоматериала.

-У нас есть немножко недовольных авторов, которые с болью пришли. У меня вопрос по поводу введения ограничения на показы при наличии постов, нарушающих правила. Почему ограничения вводятся без всяких предупреждений и автор даже не знает, что его канал в теневом бане? Почему вводится ограничение на весь канал, а не на отдельный, нарушивший правила, пост?

-Мы много про это рассказываем. На самом деле, тут важно то, что на канал целиком ограничения накладываются только в том случае, если в этом канале очень много нарушений. Никогда не бывает такого, что ограничения на весь канал накладываются за какую-то одну публикацию. Такого не бывает. Чаще всего, если какая-то публикация нарушает правила, то ограничение накладывается на нее. Но, если же у вас много материалов, которые по каким-то причинам нарушили правила, то вы ограничиваетесь в показах в рекомендационной ленте и вы показываете контент подписчикам, которые на вас подписались. Здесь всегда можно написать нам и спросить, что у вас с каналом? Нет ли проблем с какими-то конкретными статьями? Можно выпустить статью и сразу написать нам, спросить: «Вот она ок или не ок?» Все это можно делать и нужно делать, если вы так переживаете. В любом случае, если вы собираетесь работать вдолгую, а не просто повыпускать статей с кричащими, страшными заголовками и каким-то острыми заголовками, статьи на спорные темы или вы пытаетесь подобрать грань дозволенного по нашим правилам проходит это или не проходит? То, в конечном итоге, вы проиграете, потому что вы нащупываете ту грань, на которую уже нельзя было наступать, но в этот момент уже будет поздно, поэтому лучше так не делать. Лучше думать о развитии канала,

развитии подписчиков, о каком-то долгосрочном выстраивании работы и с нами, и со своей аудиторией.

-Можно ли дополнить редакторскую панель в нарративах? А то редакторских возможностей мало.

-Мы, конечно же, думаем, что можно сделать в нарративах классного и нового. Очень много анализируем фитбэк, который дают авторы и мы на самом деле часть нововведений, которые в редакторе появились и появляются, они сделаны за счёт этого фитбека. Например, в нарративах есть прекрасный инструмент по копированию нарратива, что позволяет не создавать каждый раз с 0 оформление, а просто его копировать и вставлять, и таким образом делать какой-то многосерийный формат. Это вот как раз было сделано по просьбам авторов.

-Сколько статей в день можно публиковать на канале?

-Ограничений никаких нет, но здесь опять же здравый смысл. Вряд ли вы сможете сделать много материала за день, там, я не знаю, десятки материалов, если вы работаете в одиночку. Если у вас редакция работает большая, то можно сделать и 30, и 50 материалов, но надо понимать, что, чем больше вы материала отправляете, тем они в какой-то момент начнут конкурировать друг с другом, если вы совсем много отправили. И здесь наш совет - обычный, такой же, как на всех платформах, где контент создавать довольно легко - выпускать по одному, два материала в день. Ну три, если вам очень сильно хочется, но лучше делать это регулярно, ежедневно, чем 20 материалов в день.

-Можно ли отключать рекламу в Директ?

-Сейчас боюсь соврать, у нас сейчас есть некоторые изменения в этих правилах. Есть стандартная монетизация рекламной сети Яндекс и можно было туда вставлять свой код. Но сейчас мы меняем эти правила, насколько я помню, очень стыдно, что я забыл - поменяли это или нет. Поэтому лучше напишите на publishers@zen.yandex.ru, там вам точнее ответят, чем я сейчас.

[01:11:00] - Есть ли время суток, когда лучше публиковать статью?

-Есть ли статистика - в какое время суток идёт основной поток просмотров.

-Конечно, есть такая статистика. Но здесь, опять же здравый смысл. Так как аудитория большая и нас читают по всей России, даже с учётом этого, у нас есть некий пик и плавное

снижение. Но если говорить в целом, есть несколько пиков в день - это утро, когда все едут на работу, обед и послеобеденное время, когда все на работе хотят отдохнуть и вечер перед сном, когда все тоже хотят как-то развлечься и читают ленту - это основные пики и это очень похоже на то, как люди потребляют интернет. Можно пытаться под это подстроиться, есть инструмент отложенного постинга в редакторе, вы можете выбирать время и дату, когда статья выйдет в ленту пользователей. Кто-то это использует, кто-то нет. Пробуйте. Но алгоритм так устроен, что он найдёт аудиторию, а т.к статья рекомендуется довольно долго, то все эти пики не так важны.

[01:13:00] - Контентный спам. Как избежать бана?

-Ещё один вопрос про контентный спам. Канал забанили за нарушение, хотя статья была 100% авторская.

-Да, контентный спам - это грустная история, которую зачем-то продолжают пытаться использовать авторы некоторые. Контентный спам, в нашем понимании - это когда многократно повторяется история переписки одного и того же материала. Вся история одинаковая, меняются только детали. Здесь речь идёт не в уникальности текста, а именно в том, что конвасия одна и та же повторяется. Если на канале такие публикации много, тогда этот канал признаётся спамерским и он ограничивается в показах.

-Чтобы завести новый канал, нужно регистрировать новый аккаунт и через него заходить? Можно ли с одного аккаунта создавать второй канал?

-Нужно создавать новый аккаунт. Сейчас многоканальной истории нет. У вас привязывается канал к аккаунту Яндекса, поэтому нужно будет создавать новый.

-Как поменять название?

-Это очень смешной вопрос, потому что даже я не знал, как поменять название у каналов. У меня был тестовый канал, я хотел поменять на нем название и не смог. Мне казалось, что там сейчас не очень понятный интерфейс. Зайдите в редактор, слева есть кнопка, по которой выезжает меню, там логотип вашего канала и будет название. Вот, чтобы поменять название, нужно кликнуть на само название.

-Существуют ли видеоуроки, как с нуля начинать на Дзене? Как продвигаться на Дзене? Например, человек ничего об этом не знает, но хочет начать.

-Во-первых, не нужно бояться начинать. Если нужны какие-то базовые вопросы, то можно посмотреть трансляции наших мероприятий - Дзен. Понедельников, они лежат в нашем канале на YouTube. Вы можете прямо написать «Дзен. Понедельник» и там будет много материалов. Там будут и сами эти трансляции полуторачасовые, и нарезанные доклады из этих трансляций. Я бы посоветовал начать изучение с рассказов авторов, чтобы понять, как они это делают. А потом посмотреть наши доклады, потому что там очень много рассказывается таких базовых вещей, как правильно оформлять канал, как делать нативную рекламу, как находить рекламодателя. Т.е. такие базовые вопросы, они освещаются на этих мероприятиях. Вы можете начать с этого. Есть курсы, которые продаются разными людьми, мы не рекомендуем ими пользоваться, потому что мы не верифицируем контент, который они рассказывают, и частенько они рассказывают то, что не соответствует действительности. У нас есть один курс, который был нами верифицирован, его делала Анна Денисова, вы сможете ее найти, если вам интересно, но, в любом случае, если вы хотите просто начать и понять, что это такое, то просто посмотрите наши трансляции мероприятий, они довольно прикольные.

-Как проверяется уникальность статьи? Рекомендуется ли проверять % уникальности статьи перед размещением статьи?

-Мы не рекомендуем проверять эту уникальность, потому что здесь есть несколько подводных камней. Во-первых, хочется понять, зачем вам вообще это делать, если вы статью сами написали? Если же вы пытались переработать чужой материал, то ни один сервис, который вы найдёте, не используется нами и мы не знаем, как он работает. Поэтому, если какой-то из этих ресурсов, покажет вам 100% уникальность какого-то текста, но для наших алгоритмов это может оказаться не 100% уникальность. И это не по тому, что они неправильно работают, а по тому, что они по-другому устроены и у нас очень классно работают роботы, которые ищут сору-paste в интернете, очень классно работает весь механизм определения уникальности текста, поэтому проверка на сторонних ресурсах вам ничего не даст.

-Какие заголовки любит Дзен? И где грань между кликбейтом и ярким, притягивающим внимание, заголовком?

-Дзен любит всякие заголовки. Подробнее про кликбейт можно почитать у нас в разделе «Помощь», там огромная статья с примерами заголовков, которые вот так - кликбейт, а вот так - то нет. Там прямо табличка есть. Поэтому заходите в помощь Дзена, там есть статья про требования к публикации и одно из требований - что там не должна быть кликбейтов и внутри этого написан прекрасный материал про кликбейты. Более того, в нашем журнале Дзена тоже выходило несколько материалов про кликбейт - что это такое? Есть прекрасные

рассказы моей коллеги Оли Себастьяновой в наших Дзен.Понедельниках тоже про кликбейт там рассказывали подробно, с примерами. Все это можно и нужно изучить, если вам это интересно. Коротко могу сказать, что любое утаивание информации, любое чересчур эмоциональное преподнесение какой-то информации в заголовке - это потенциальный кликбейт. Почему мы его не показываем пользователям? Потому что это обман пользователей, кликбейт - это та история, где читателя обманывают и поэтому он кликает, т.е. не по тому, что там интересно, а по тому, что там создали ощущение того, что там интересно, он туда зашёл, прочитал и расстроился. У нас много работает классификаторов, роботов и веристический анализ текста, того, как пользователь читает, как он быстро отказался его читать. Т.е мы очень хорошо это определяем, но несмотря на все это, действительно это большая серая зона, где точно сказать - кликбейт это или нет - нельзя. Но какое-то общее представление о том, что у нас считается кликбейтом, можно изучив материал, о котором я рассказал.

-Можно ли сделать у канала ЧПУ? Чтобы url был на латинице, а не набором букв и цифр?

-После того, как вы достигаете порогов монетизации, у вас в редакторе появляется инструмент, с помощью которого можно сделать короткий, красивый url.

-Есть ли IP для интеграции с сайтами?

-IP никакого нет. Интеграции с сайтами, пока тоже никакой нет. Единственный способ доставлять контент и интегрировать его в Дзен - это либо размещать его руками, либо через rss. Других пока возможностей нет.

[01:21:30] - Можно быть автором, если ты из Беларуси?

-Можно ли стать автором Дзен, если живешь в Белоруссии? Как будет с налогами и т.д

-Сейчас платформа открыта только в России, и она показывается только пользователям из России. И соответственно, если вы в Белоруссии или в других странах СНГ, то у нас сейчас нет возможности дать вам пользоваться платформой, как автор. Поэтому нельзя.

-Можно ли публиковать на канале свою книгу, если она размещена на отдельном сайте?

-У нас есть авторы, которые выпустили книги и сейчас их перерабатывают и публикуют какие-то куски этой книги в своих каналах. В этом нет ничего такого, если это ваша книга.

-Про бан ещё интересно. Почему нельзя предупредить, если статьи с нарушениями ? А уже потом, если автор не исправляет нарушения, банить канал полностью?

-Если вы вступите в авторскую программу «Нирвана», то вам будут давать предупреждения. Для обычных авторов сейчас построен мотивационный процесс немножко по-другому, и мы не можем заранее сказать, какая публикация нарушает. Если она уже нарушила, то нарушила. Но мы работаем над тем, чтобы была возможность предварительно открывать информацию.

-Наконец-то вопрос про педофилов. Статьи про происшествия можно писать или они практически они все считаются шок-контентом?

-Статьи про происшествия, конечно, можно писать, но опять же, если вы публикуете фотографии изуверств, раненных, фотографии людей, которых сбива машина или видеоролики, как людей сбивают машины и они разлетаются, как кегли, в разные стороны, то такие публикации широких охватов получать не будут, потому что мы не отправляем в рекомендации пользователям шок-контент, это будет доступно только подписчикам. По поводу педофилов, специального ограничения нет, но пропаганда педофилии и этого всего, конечно же, запрещена законом даже, поэтому будьте осторожнее с этим.

-Влияет ли нахождение материала в топе на охват?

-Имеется, наверное, в виду каталог товаров. К сожалению, напрямую не влияет, это скорее как следствие того, что канал успешный, у него много показов, много кликов, много аудитории и если он при этом ещё и растёт, то тогда вы точно окажетесь и тогда да, это какое-то следствие ваших успехов. Но это не обратное действие. Для того, что получить много показов, не нужно попасть в каталог, это происходит наоборот.

-Что касается стран СНГ. Получается, они вообще не видят ленту Яндекс.Дзен?

-Ленту Яндекс.Дзен они видят, платформу они не видят

- Какие размеры статей пользуются наибольшей популярностью и дочитываются до конца? Если можете, сориентируйте нас прямо по количеству знаков

-По количеству знаков я не смогу сориентировать, потому что я не знаю по количеству знаков. В целом, конечно же, какая бы статья интересная не была, длинные материалы люди читают плохо. Даже, если она супер интересная, её все равно хуже дочитают, чем маленькую статью. У нас среднее время того, сколько времени люди читают статью – это 3–

4 минуты. Нельзя сказать, что это очень маленькие материалы, но при этом это не какие-то лонгиды на 15 – 20 минут. Поэтому я думаю, что такая вот длина текста она сама оптимальная. Мы рекомендуем, выпустить лучше несколько материалов и внутри их перелинковать, чем сделать один огромный текст. Потому что пользователям удобнее читать это серийно, чем один раз зайти, увидеть текст на 20 минут и уйти. Так вы получите больше аудитории, если выпустите несколько материалов вместо одного большого.

-Ну и я, думаю, последний вопрос, потому что мы его мало касались - про видео контент. Видео контент напрямую на Яндекс.Дзен должен вестись или это можно делать ссылками на YouTube?

-Вы можете делать статью и туда вставлять ссылку на YouTube, так многие делают. А можете нативно заливать видео. Что лучше - не скажу, но разница только в том, что в случае с нативной заливкой видео - оно показывается в ленте сразу и оно с автоплейем, т.е, когда пользователь его найдет, оно сразу начнет играть. А если оно внутри статьи, то там получается двойная конверсия - т.е. пользователь должен кликнуть на саму статью, зайти в статью, долистать до этого видео, нажать на видео Play и только после этого смотреть. Это индивидуально - кому как больше нравится.

[01:31:20] - Понижают ли охваты ссылки на другие сайты?

-Ссылки на сторонние ресурсы понижают охват?

-Нет, у нас нет такого. Это такой известный миф, который родился из наследия Facebook, где ходят легенды, что если ты напишешь там публикацию с ссылкой стороннего сайта, то эта публикация будет показана в 10 раз меньшему кол-ву вашим подписчикам. Я не знаю, как это работает в фейсбуке, возможно, это так, но у нас такого нет. Ссылка ни на что не влияет. Она может повлиять только, если это спамерская ссылка на фишинговый сайт и т.д. Мы заботимся о безопасности пользователей, поэтому такое мы не будем показывать. Но, если это просто ссылка на какой-то ваш сайт, или на какую-то статью по теме, то она ни на что не повлияет.

[01:32:10] - Правила публикации чужих фотографий.

-Расскажите про правила публикации не своих, а чужих фотографий.

-Это такой сложный вопрос, на который можно очень долго отвечать. Понятное дело, что в Интернете много фотографий, которые используются не теми, кто эти фотографии создавал. Мы рекомендуем публиковать свои фотографии или фотографии, которые

очищены от прав и лежат в фотобанках. Если же этого не получается сделать и вам нужно разместить какую-то фотографию, то лучше связаться с автором этой фотографии и получить разрешение на это. Это не так страшно и не так опасно, и не всегда у вас за это будут просить деньги, но это правило хорошего тона. Если вы это сделаете без разрешения, и укажете ссылку на то, где вы взяли эту фотографию, в принципе это тоже нормально, но, если придет автор этой фотографии, у которого есть на нее права, у нас есть особая процедура жалоб DMSA, по ней, если автор напишет жалобу, то нам придется заблокировать статью и удалить ее вообще, поэтому лучше использовать свои фотографии, либо фотографии, очищенные от прав.

-Спасибо большое. Вопросы еще идут, но нам нужно заканчивать, потому что мы сейчас уже убьем Александра объемом вопросов. Пишите на почту publishers@zen.yandex.ru по всем вопросам, на которые мы не ответили. Но, на самом деле, вопросы дублировались. По таймингу вы сможете найти ответы на вопросы. А мы будем заканчивать. Большое спасибо, Александр, мне кажется, это было невероятно подробно.

-Спасибо, что позвали.

-Большое спасибо всем, кто нас сегодня смотрел, задавал вопросы. До новых встреч на открытых занятиях Неотологии