

NSTL网站的营销策划

□ 吴育良 / 浙江省社会科学院图书馆 杭州 310025

摘要: NSTL作为我国国家科技文献平台的核心,通过其中心网站、镜像站点及服务站点,面向全国提供馆藏文献的查询、检索、全文提供和各项电子信息服务。虽然NSTL网站资源丰富,服务项目众多,但使用率不高。为了让尽可能多的潜在用户了解并访问NSTL网站,有必要对NSTL网站进行全方位宣传推广。文章就NSTL网站的宣传推广提出搜索引擎推广、资源合作推广、电子邮件推广、学术会议推广、设奖学金及科研项目推广等全方位的营销策划方案。

关键词: 国家科技图书文献中心, 网站营销, 搜索引擎

DOI: 10.3772/j.issn.1673-2286.2010.12.013

国家科技图书文献中心(National Science and Technology Library,简称NSTL)是一个虚拟式的科技信息资源机构,通过其中心网站、镜像站点及服务站点,面向全国提供馆藏文献的查询、检索、全文提供和各项电子信息服务,是中国目前为各界用户提供科技文献信息服务的一个新颖便捷的大型网络服务系统。笔者通过文献调查和访问NSTL网站发现,NSTL网站资源丰富,服务项目众多,但使用率不高,与其中心网站的组织与营销不无关系。为了让尽可能多的潜在用户了解并访问NSTL网站,有必要对NSTL网站进行全方位宣传推广。

NSTL网站的宣传推广分为在线宣传推广和离线宣传推广两种方法^[1]。在线宣传推广是借助于因特网的宣传推广方法,离线宣传推广是一种不借助于因特网的宣传推广方法。不同宣传推广方法所需的人力、物力、资金和所需时间差别很大,宣传效果也不一样。在线宣传

推广主要包括搜索引擎推广、资源合作推广、电子邮件推广等,其好处是投资少、见效快、效果好。离线宣传推广主要包括学术会议推广、设奖学金推广及科研项目推广等,其好处是针对性强。

1 搜索引擎推广

搜索引擎推广是指利用搜索引擎、分类目录等具有在线检索信息功能的网络工具进行网站推广的方法。由于搜索引擎的基本形式可以分为网络蜘蛛型搜索引擎(简称搜索引擎)和基于人工分类目录的搜索引擎(简称分类目录),因此搜索引擎推广的形式也相应地有基于搜索引擎的方法和基于分类目录的方法。考虑到NSTL作为国家级公益性项目,去除竞价排名等推广方式,NSTL网站基于搜索引擎的推广方法主要包括搜索引擎优化和关键词广告两种方式,基于分类目录的推广方法主要是在分类目录合适的类别中进行网站登录。

1.1 搜索引擎优化

搜索引擎优化的主要工作是通过了解各类搜索引擎如何抓取互联网页面,如何进行索引以及如何确定其对某一特定关键词的搜索结果排名等技术,来对网页内容进行相关的优化,使其符合用户浏览习惯,在不损害用户体验的情况下提高搜索引擎排名,从而提高网站访问量,最终提升网站宣传能力的技术。一般的网页设计都由网页设计师完成,设计师设计网站往往仅从美观、创意和易用的角度考虑,这对于NSTL这样一个期望获得搜索引擎排名优秀的网站来说,已经远远不够了,因此,NSTL网站策划人员与设计师应该在设计与制作的各个环节体现搜索引擎优化因素。如,现行的NSTL整个网站以框架形式体现,但由于搜索引擎无法识别框架,因而需对框架进行优化,即在代码中使用“Noframes”标签进行优化,把“Noframes”标签看作是一个普通文本内容的主

页。同样,搜索引擎无法识别图像、FLASH中的信息,对这些内容都有必要在源文件中用Alt属性进行优化。

1.2 关键词广告

根据潜在客户或目标用户在搜索引擎中查找所需网站时输入的语言,产生了关键词的概念,关键词成为搜索引擎优化工作围绕的核心。NSTL作为我国国家级的科技信息资源平台,当用户搜索科技文献资源时,可能会在搜索引擎中输入“科技文献”、“科技文献查询”等词,因而可以将“科技文献”、“科技文献查询”等词定义为核心关键词。NSTL网站核心关键词的设定,不能完全依赖于单一词汇,而是在单一词汇基础上进行扩展,如:文献—科技文献—科技文献查询。NSTL网站核心关键词还需进行多重排列组合,改变短语中的词序以创建不同的词语组合,如“文献查询—科技文献查询”。当然首页和内页的关键词应有所区别,正如我们可以将NSTL网站首页关键词定义为“文献—科技文献—科技文献查询”,而再根据具体内页内容定义关键词。“全文文献”栏目内页,关键词定义为“科技文献—科技文献原文—科技文献原文提供”。

现行NSTL所有页面源文件内容仅包含“<title>国家科技图书文献中心欢迎您</title>” title标签,没有META标签,有必要增加,可将首页META标签定义为“<meta name=‘Keywords’ content=‘文献—科技文献—科技文献查询’>、<meta name=‘description’ content=‘国家科技文献图书中

心,提供中外文期刊、图书、会议文献、科技报告、学位论文、专利、标准等科技文献检索、原文提供等服务。’>”。

1.3 分类目录登录

网站分类目录是把互联网上网址网站信息整理在一起,按照不同的分类、主题,放在相应的目录中。网站被分类目录收录不在于访问者是否通过目录链接到网站,而在于能提高搜索引擎中网站权重,提高网站排名,获得更多网站的推广机会。目前,对于中文网站来说,最重要的分类目录有以下几个:开放式目录ODP、Yahoo!、门户搜索引擎目录(包括搜狐、网易、新浪等)。上述目录登录方式可以分为免费登录和付费登录。NSTL作为国家公益性项目,可考虑提交至免费分类目录。

最重要的登录是全球最大的开放式目录库Open Directory Project^[2]。ODP的宗旨是:建立网上最全面最权威的目录,以及一个被公众认为高质量的资源库。Google等重要搜索引擎都采用ODP的数据库,因而登录ODP目录可以在搜索引擎上获得好的排名,还会导致上百个链接指向登录的站点。登录ODP目录是免费的,但要接受较为严格的人工审核和较长时间的等待。要确保登录成功,必须完全遵守DMOZ登录条款。

笔者从DMOZ中文目录主页^[3]查询得知NSTL网站并未被收录,反而是一些国内的公共图书馆、高校图书馆已被收录。因而有必要将NSTL网站登录DMOZ分类目录,提交时须注意:

其一,选择合适的分类目录

及子目录。从DMOZ分类体系可知,“参考”一级目录下设有“图书馆”子目录,应将NSTL网站向“图书馆”这一子目提交。

其二,描述网站的字数最好少于规定的最高字数,不要刚好达到字数极限,以免冗长的文字描述使得网站审核人员删除一些句段。我们可以这样描述NSTL网站:“成立于2000年6月12日,面向全国开展科技文献信息服务,包括文献检索和原文提供、联机公共目录查询、期刊目次浏览、专家咨询等服务。”

其三,提交后记下提交的日期及编辑员信息,且不要多次重复提交网站。

此外还可以选择其他的重要免费目录包括Yahoo!、搜狐等进行登录。Yahoo!是最早开始做分类目录的网站,直到今天登录Yahoo!目录也是网站推广的重要环节。门户搜索引擎中仅搜狐对非商业型网站,如政府机构、慈善机构、学校等,提供免费登录服务。

2 资源合作推广

资源合作推广,主要通过网站交换链接、交换广告、内容合作、用户资源合作等方式,在具有类似目标的网站之间实现互相推广。

交换链接是网站之间资源合作推广最常见的一种方法,又称“友情链接”、“互换链接”等,指的是资源优势互补的网站之间分别在自己的网站上放置对方网站的LOGO或名称,并设置超级链接。根据对国内知名的127所大学图书馆网站(包括12所香港、澳门、台湾图书馆网站)、17所国外知名图书馆网站、13个国内公共图书馆网

站及12个国外公共图书馆网站调查发现,仅少数图书馆网站与NSTL建立链接。NSTL应进一步重视交换链接的重要性,与各知名图书馆或图书馆学教育与学术机构网站取得联系,并与国内外知名图书馆或图书馆学教育与学术机构的网站建立链接。除了与国内外知名图书馆网站交换链接外,NSTL还可考虑与数字资源提供商、知名出版商等资源提供者交换链接。

网络广告是一种很有潜力的广告载体,与传统广告相比,网络广告制作更为方便,见效快,交互性好,而且成本也相对较低。NSTL除在其网站推出介绍其资源与服务的录像或课件外,还可与国内外知名图书馆、数字资源提供商等进行不定期广告交换,从而也可达到NSTL网站的宣传推广。

随着搜索引擎使用的普及,与知名搜索引擎进行内容合作,也是NSTL推广的好方法。国内数字资源提供商的具体实践给了NSTL很好的启示。如,国内数字资源提供商北京万方数据股份有限公司和重庆维普资讯有限公司与百度搜索引擎合作,将其二次文献提供给百度搜索引擎,百度搜索引擎将其集成在搜索引擎中,当用户提交题名、作者等信息查询时,搜索引擎结果出现指向万方数据库或维普数据库的二次文献信息页面。NSTL可以借鉴万方、维普的做法,将其拥有的二次文献信息与知名搜索引擎合作,当用户在搜索引擎界面提交相关查询,出现指向NSTL网站的结果页面。

3 电子邮件推广

E-mail推广是在用户事先许可的前提下,通过电子邮件的方式向目标用户传递有价值信息的一种网络营销手段。“基于用户许可”、“通过电子邮件传递信息”、“信息对用户是“有价值的”是E-mail营销推广的三个基本因素。E-mail营销推广的优势在于:一是范围广,只要拥有足够多的E-mail地址,就可以在很短的时间内向数千万目标用户发布广告信息。二是操作简单效率高,使用专业邮件群发软件可实现每天数百万封的发信速度,且不需要专业计算机知识。三是成本低,所有的费用支出仅是上网费,成本比传统广告形式要低得多。四是针对性强,反馈率高,电子邮件本身具有定向性,可以针对某一特定的人群发送特定的广告邮件,可以根据需要按行业或地域等进行分类,这样可使行销目标明确,效果非常好。

Hotmail.com是E-mail营销的经典范例,其通过提供开放免费的电子邮件地址和服务,并在每个发送的免费消息底部附带上一个简单的标签:“Get your private, free email at <http://www.hotmail.com>”,使Hotmail已经成为一大热门网站。

NSTL网站可根据用户注册时或参考咨询不能实时回答时用户所留的电子邮件等形成邮件地址列表,并根据用户层次作进一步细分,适时向不同层面用户发送不同邮件。如针对已经是NSTL网站的用户,根据其感兴趣的主体发送电子邮件推荐新到文献;针对潜在用户,发送体验性的电子邮件,让其体验NSTL网站的资源与服务。此种营销方式不仅满足用户的个性化需

求,也达到网站宣传推广的目的。

4 学术会议推广

我国每年举行大大小小的图书馆学术会议数量众多,由于图书馆的学术会议参加者多是专业学者,与会目的和针对性较强,NSTL可考虑在这些学术会议上进行推广。但考虑到NSTL作为我国科技文献核心保障平台,其推广应选择层次较高的全国性学术会议,如中国图书馆学会举办的中国图书馆年会及中国图书馆学会下属委员会举办的“青年学术论坛”和“百县馆长论坛”等。推广方式可以是会前以短片形式介绍NSTL的资源与服务,也可以由NSTL资深主讲人以PPT的方式介绍,还可以是会场外设置小型广告或在会议资料中夹NSTL广告等方式来实现推广。

5 高校奖学金及科研项目推广

NSTL可选择在高校长期设立“NSTL奖学金”,用于资助贫困生或奖励优秀学生。可先在武汉大学、北京大学、南京大学等国内设有图书情报学教育机构的高校设立该奖学金,然后逐渐推广至其他高校。这样不仅可以资助贫困生,鼓励优秀学生,而且也达到宣传推广NSTL的目的,让广大未来的科研人员从学生时代便记住NSTL。

NSTL还可以根据当年学术热点,结合NSTL发展需要设立科研项目,让广大科研工作者参与科研,间接达到NSTL的宣传推广目的。

参考文献

- [1] 陈竞亚. 档案网站的特点和宣传推广策略[J]. 广东档案, 2006(5):24-26.
- [2] ODP - Open Directory Project[EB/OL]. [2010-06-30]. <http://www.dmoz.org>.
- [3] Open Directory - World: Chinese Simplified[EB/OL]. [2010-06-30]. http://www.dmoz.org/World/Chinese_Simplified.
- [4] 李巍. Email营销策略运用浅析[J]. 平原大学学报, 2005, 22(6):28-30.
- [5] 张泉馨. E-MAIL营销及其策略研究[D]. 山东大学, 2005.
- [6] 刘明辉, 周萍. 基于WEB挖掘的网站优化系统的研究[J]. 长春大学学报, 2009, 19(6):35-36.
- [7] 潘大胜. 基于WEB使用挖掘的资源网站优化[J]. 百色学院学报, 2009, 22(3):84-88.

作者简介

吴育良 (1978-), 男, 硕士研究生, 浙江省社会科学院图书馆, 研究方向: 信息检索与咨询, 已发表相关论文数篇。

NSTL Website Marketing Planning

Wu Yuliang / Zhejiang Academy of Social Sciences, Hangzhou, 310025

Abstract: NSTL, the core of the platform of our national scientific and technical literature, through its center web site, mirror sites and service sites, provides users with document retrieval, the original transmission, and network information services. Although NSTL website is rich in resources, service projects, the rate is not high enough. In order to make as many potential customers to understand and visit NSTL site, it is necessary to carry on the omni-directional NSTL website promotion. The paper proposed comprehensive marketing plans for optimizing the NSTL website, including search engine promotion, resources cooperation promotion, E-mail promotion, conference promotion, college scholarships and research projects promotion.

Keywords: NSTL, Web marketing, Search engine

(收稿日期: 2010-07-05)