

КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ «ИДЕАЛЬНЫЙ САЙТ» И С ЧЕГО НАЧАТЬ?

Волчков А.Е.

*Волчков Андрей Евгеньевич – студент магистратуры,
направление: бизнес-информатика,
профиль: управление электронным бизнесом и интернет-проектами,
факультет математической экономики, статистики и информатики,
Российский экономический университет Г.В. Плеханова, г. Москва*

***Аннотация:** в статье рассматриваются основные этапы, которые помогут начинающему или действующему предпринимателю разобраться, из чего должен состоять сайт. Этапы несут рекомендательный характер.*

***Ключевые слова:** сайт, дизайн, структура сайта, концепция сайта.*

На сегодняшний день иметь сайт у своей компании не то чтобы нужно, это просто необходимо. Ведь ни для кого не секрет, что мы живем в эпоху развивающихся интернет-технологий. И число разработанных, новых сайтов совершенно разных тематик в глобальной сети появляется с каждым днем все больше (если говорить о цифрах, то примерно 1 млн 750 тыс. в день). И каждый сайт строится на основе определенной структуры, с использованием конкретной базы и с необходимыми элементами, и сейчас Мы разберемся, как же должен выглядеть «Идеальный сайт».

На этапах развития собственного (или не очень) бизнеса, каждый предприниматель сталкивается с нуждой создать информационную страницу о своей компании и ее деятельности на рынке предоставления всевозможных услуг, так сказать, чтобы привлечь больше клиентов и не выглядеть глупо и не современно среди своих конкурентов. Для начала, давайте поймем, что же мы подразумеваем под словом «Идеальный».

«Идеальный сайт» - это сайт, на котором грамотно и красиво расположена нужная и полезная информация о виде деятельности компании и ее продуктах. Это сайт, на котором пользователю захочется остаться и прочитать все, что там есть и, возможно, заказать что-либо. Вам нужно понять, что такой сайт, это совокупность хорошо подобранных компонентов, и потеря, хотя бы одного из них грозит полным провалом.

Так что же это такое?

Во-первых, это отличное содержание, над которым трудился коллектив профессиональных копирайтеров, не писателей и журналистов, а именно копирайтеров, которые умеют и могут четко и ясно, с минимальным количеством слов, донести до пользователя главную идею сайта. Тоже самое касается и контент-менеджеров. Стоит отметить, что неуникальный контент (украденный с других сайтов) не даст высоких позиций в поиске, а, вероятнее, напротив создаст проблемы. Более того, это будет выглядеть подозрительным, если потенциальный клиент, перейдя на сайт Вашей компании, увидит точно такие же картинки, как и у Вашего конкурента и еще 10-ти таких же представителей каких-нибудь услуг. Необходимо помнить о том, что глядя на Ваш интернет-ресурс, потенциальные клиенты будут судить о вашем стиле работы и ведения дел, а халтура вряд ли вызовет доверие [1, с. 51].

Во-вторых, сайт обязан быть красивым, в котором расставлены все необходимые аспекты:

- качественный, яркий и запоминающийся логотип или товарный знак, по которому можно определить вид деятельности компании;
- цвет, соответствующий образу, тематическому направлению и динамике сайта;
- шрифт, подчеркивающий стиль компании. Очень важно не забывать о том, что если сайт красивый, но на нем невозможно прочитать информацию, то на нем никто не задержится и просто сменит его, например, на сайт конкурентов.

Дизайн – это очень важная часть построения сайта, он должен помогать, а не мешать воспринимать информацию. Но, тем не менее, дизайн должен рассказать или намекнуть своей красотой на то, о чем этот сайт. Главное тут не переборщить.

В-третьих, должна быть разработана структура сайта, понятная на интуитивном уровне, которая просто и не принужденно разложит всю информацию «по полочкам». Важно ценить время Вашего посетителя, чтобы он не заблудился в поисках нужной ему страницы. Ведь, в конечном итоге, именно от него зависит процветание Вашей компании.

В-четвертых, отличное использование технических аспектов, и только тех, которые логически обоснованы и необходимы для удобства пользователей. Перебор различного вида технических «наворотов», которые повлекут за собой долгую загрузку страницы не приведут ни к чему хорошему как со стороны пользователя, так и со стороны интернет-роботов (поисковых роботов); скорее всего не дождавшись своего, потенциальный клиент закроет вкладку с Вашим сайтом.

В-пятых, и, пожалуй, самое главное, это «Концепция сайта» или его основная «Идея». До тех пор, пока у вас не будет четкого представления о том, что будет представлять Ваш сайт, все остальные факторы не будут иметь ни какого значения. Потому что, все технические и дизайнерские моменты необходимы только для поддержания и визуализации вашей идеи, если вам конечно не нужен сайт ради сайта. Без четкой идеи, нельзя будет говорить об успешности сайта вашей компании.

Не стоит пугаться, чтобы Ваша идея приобрела конкретные очертания, которые можно передать разработчикам Вашего сайта, ответьте для себя на несколько основных вопросов:

1. С какой целью создается сайт Вашей компании?
2. Какую целевую аудиторию он охватывает?
3. Какую проблему он решает для Вашей компании и для пользователей в целом?
4. Кто Ваши конкуренты и что они могут дать Вашим потенциальным пользователям?
5. Какое уникальное предложение предлагает Ваша компания?

И только после того, как Вы ответите на эти пять вопросов, Вы сможете уже довольно четко представлять себе, что именно Вам нужно.

Список литературы

1. *Севостьянов И., Кудрявцев С.* SEO для клиента. СПб.: Питер, 2016. 272 с.