

33. Создание интернет-ресурсов. Организация обратной связи. Определение целей интернет-ресурса. Основные этапы создания сайта. Команда разработчиков интернет-ресурса. Средства обратной связи. Особенности их использования. Примеры создания интернет-ресурсов на примере корпоративного портала, сайта документооборота или социальной сети.

Основные задачи:

- Помочь компании в поддержке старых, а также установлению новых связей на рынке. Интернет упрощает процесс делового общения. Создание сайта позволяет избежать стандартных процедур ознакомления с деятельностью компании на ее территории.
- Стать инструментом распространения информации о компании, о ее деятельности. Полноценный Интернет-сайт компании предоставляет всем пользователям материалы (документы, аудио-, фото-, видеоматериалы), необходимые для формирования правильного представления о возможностях компании.
- Осуществлять удаленную демонстрацию товара для его продвижения. Что влечет за собой увеличения продаж. На Интернет-сайте компании можно разместить развернутую информацию о товарах и услугах. Помимо общего описания в рамках ресурса возможна публикация рейтингов и аналитических отчетов, организация консультаций клиентов, партнеров и дилеров.
- Увеличить объем продаж, найти новых клиентов вашей компании. Благодаря тому, что в Сети расстояние не имеет принципиального значения, Компания, при помощи Интернет-сайта, может привлечь большее количество потенциальных клиентов и партнеров.
- Осуществлять информационную и сервисную поддержку клиентов и партнеров. При помощи Интернет-сайта можно не только оперативно отвечать на вопросы, возникающие у пользователей Ваших услуг, но и формировать базу часто задаваемых вопросов. Таким образом, можно избежать многократных разъяснений по решению одних и тех же задач.
- Обеспечить круглосуточное предоставление услуг клиентам или партнерам. Интернет-сайт может функционировать круглосуточно. Поэтому, даже если клиенту потребуются Ваши услуги или информация о Вашей компании или он находится в другом часовом поясе, Вы его не потеряете.
- Стать средством обмена информацией между представительствами и торговыми точками компании. Для компании, которая имеет региональные представительства или более одной торговой точки в одном городе, Интернет может являться альтернативным, более скоростным, чем традиционные, каналом для передачи различного рода информации (документальной, аудио-, видеоинформации).
- Стать помощником в обучении, повышении квалификации сотрудников компании, ее партнеров. Благодаря Сети Интернет, методики дистанционного обучения смогли получить новый толчок к развитию. Это обусловлено не только тем, что Сеть позволяет оперативно передавать информацию, но также тем, что она может организовывать живое общение между удаленными собеседниками.
- Реализовать оперативную обратную связь с клиентами в любой точке мира. Создание сайта позволит Вашей компании проводить маркетинговые исследования. Анализ статистики посещений, результатов опросов, интерактивного общения помогут скорректировать работу Вашего сайта и максимально приблизить его информационное наполнение к запросам целевых аудиторий.
- Взаимодействовать со средствами массовой информации. СМИ проявляют повышенный интерес к Интернету как источнику первичной информации, поэтому сайт можно и нужно использовать как канал воздействия на журналистов.

Цели создания сайта

- снижение издержек на связь с клиентами
- Уменьшение общего времени работы специалистов с клиентами в течение всего процесса коммуникации, делается это за счет того, что клиент начинает взаимодействовать с сотрудниками как можно позже (когда он максимально близок к

покупке). Задача: отодвинуть момент перехода пользователя от работы с сайтом к работе непосредственно представителем компании как можно дольше к концу лестницы коммуникации. Пример – интернет магазин: инструменты на сайте - пробный каталог товаров, советы по выбору товара, корзина, система заказов, калькулятор стоимости, отзывы о продукте, система расчета кредита.

- вывод на личный контакт потенциального клиента с представителем компании

Для некоторых типов бизнеса целью является как можно более ранний контакт с представителем компании. Задача этого типа: цель – заставить потенциального клиента сделать переход из онлайн в оффлайн в самом начале лестницы. Клиент может вступить в первичный контакт с самыми разными сотрудниками компании. Инструменты на сайте - каталог непонятный, заметные и разнообразные контакты, призывы позвонить, отзывы о компании, форум для вопросов пользователей, информация о сотрудниках, которые взаимодействуют с клиентами.

- увеличение лояльности клиентов компании с целью совершения повторной продажи

Группы пользователей: бизнес, широко известные компании, магазины, рекламные площадки. Инструменты на сайте - максимум информации о товарах и продукции (даже больше чем при продаже), дополнительные инструменты, драйвера, инструкции, брошюры, прошивки, советы по использованию, онлайн уроки, дополнительные сервисы, мощные инструменты поиска отбора, классификация информации, регистрация и личный кабинет, регулярная рассылка новостей

- использование Интернета для получения маркетинговой информации с целью принятия управленческих решений

Интернет – это очень удобная среда для работы, все действия пользователей документированы. Информация также документируется и архивируется. Кроме того пользователи интернета ближе к исследованиям, а значит меньше затрат на их проведение и анализ.

Существуют ситуации, когда компаниям необходимо создавать несколько сайтов - Несовместимость аудитории или различные целевые аудитории, промо-сайты (отд. товары и модели), захват рынка – мнимая конкуренция.

Средства обратной связи служат для работы с посетителями сайта, а также анализа их действий на ресурсе. На многих сайтах размещают форумы и чаты, средства подписки на новости сайта, онлайн – консультанты, сбор статистики, виджеты социальных сетей.

Основные принципы проектирования сайта:

- Проектирование для пользователей
- Ориентация на широкий круг пользователей
- Поддержка пользователей
- Применение проверенных временем методов
- Коллективная работа
- Отсутствие излишеств

Основные этапы создания сайта:

- Предварительный этап – сбор информации и выявление требований.
- Анализ его содержания и будущей структуры (необходимо выбрать формы и форматы представления иллюстрация, а также инструменты для оформления информации в электронном виде)
- Проектирование
- Разработка
- Наполнение контентом
- Отладка и тестирование
- Публикация
- Поддержка и усовершенствование

Рабочая группа:

- Дизайнер
 - разработка эскизов типовых страниц и элементов сайта;
 - создание графических форм и элементов навигации;

- актуализация элементов дизайна.
- Веб-разработчик
 - проектирование баз данных;
 - написание кода;
 - разработка, установка и настройка интерактивных сервисов;
 - разработка интерфейса и механизмов системы администрирования сайта.
- Верстальщик
 - верстка и адаптация текстового наполнения;
 - оптимизация HTML-кода;
 - размещение иллюстраций и графических элементов.
- Редактор-копирайтер
 - редактирование и корректура текстов;
 - написание дополнительных текстовых блоков и анонсов;
 - контент-менеджмент

Портал – сетевой телекоммуникационный узел, обладающий быстродействующим доступом, развитым пользовательским интерфейсом и широким спектром разнообразного содержимого, услуг и ссылок

Вертикальный портал – портал узкой тематической направленности, предоставляющий пользователям различные сервисы по определенным интересам и ориентированный на полный охват конкретной тематики или сферы деятельности человека.

Горизонтальный портал – портал общего характера, представляет собой портал, охватывающий различные темы и предлагающий пользователю широкий набор сервисов, обслуживающих, по возможности, все охваченные им темы, портал, ориентированный как на максимально широкую аудиторию, так и на максимальный охват интересов этой аудитории.

Кластерного портала – портал, объединяющий в себе управление официальной информацией на всех внутренних ресурсах, имеющий центральный управляющий терминал, позволяющий работать с БД всех внутренних ресурсов, а также позволяющий управлять контентом на всех внутренних ресурсах.

Основные этапы развития от сайта к portalу

- Начальная фаза - сайт, содержащий информацию, ссылки, поиск
- Интеграция контента
- Интеграция рабочих мест, совместная работа пользователей
- Интеграция с внешним миром

Основные характеристики портала

- Персонализация для конечного пользователя
- Организация клиентского места
- Распределение ресурсов
- Отслеживание выполнения работ
- Активный доступ и отображение информации из хранилища
- Локализация (обнаружение нужных людей и информации)

Литература:

- лекции Куркина
- Бурсов М.В., Домненко В.М. Создание образовательных Интернет - ресурсов. – СПб.: СПбГИТМО(ТУ), - 2002.
- http://www.dbest.ru/creation_site/