

Тема лекции:

**«КОРПОРАТИВНЫЙ ВЕБ-САЙТ:
ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ
СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ В
ИНТЕРНЕТ»**

<http://egipko.narod.ru>

Основные инструменты создания веб-сайтов

- **HTML-редакторы** (*UniRed, Bred, HtmlPad FisherMan, CoffeCup HTML Editor, Kate*).
- **Визуальные веб-редакторы**, использующие принцип WYSIWYG (*Dreamweaver, Web Studio, Golive CS, MS FrontPage*).
- **Интегрированные среды разработки веб-сайтов** (Netbeans – кросс-платформенный профессиональный продукт).
- **Веб-конструкторы** (визуальные online редакторы) в условиях бесплатного хостинга на известных сайтах (*www.narod.ru, www.sitecity.ru, www.boom.ru, www.tripod.com*).

Способы создания веб-сайтов:

1. Использование непрофессионалами шаблонных онлайн-редакторов (конструкторов) в условиях бесплатного хостинга.
(Для создания страниц-«хомяков».)
2. Разработка силами профессионалов в штате самой фирмы с последующим решением проблем хостинга.
3. Посредством обращения в соответствующие специализированные фирмы (веб-студии), предлагающие дополнительно услуги по регистрации доменного имени, хостингу, сопровождению, развитию и продвижению («раскрутке») сайта.

Этапы создания и сопровождения веб-сайта:

1. Составление проекта макета сайта.
2. Выбор дизайна сайта в целом и его отдельных страниц.
3. Проработка системы внутренней навигации
4. Вёрстка отдельных страниц сайта.
5. Программирование различных сервисов.
6. Выбор варианта хостинга и фирмы-хостера.
7. Подбор доменного имени сайта и его регистрация.
8. Размещение сайта на сервере хостера и тестирование сайта.
9. Продвижение-«раскрутка» сайта и другие приёмы привлечения его потенциальных посетителей.
10. Сопровождение и развитие сайта.

К выбору дизайна веб-сайта

Дизайн главной страницы сайта - результат выбора одной из двух возможных альтернатив:

- **Традиционный** дизайн, который привычен и функционально удобен для рядового посетителя сайта («шапка» с логотипом фирмы, слева или сверху навигационная панель, основной текст и графика, «подвал» с выходными и контактными данными, датами создания и последнего обновления сайта, счетчик посещений).
- **Оригинальный** дизайн, который может сделать сайт более привлекательным.

Примеры главных страниц сайтов, созданных веб-студиями



Базовые требования,
предъявляемые к контенту веб-сайта
(принцип «УКВ»):

- I. **У**никальность содержания.
- II. **К**ачество публикуемой информации.
- III. **В**остребованность информации.

Дополнительные требования, предъявляемые к контенту веб-сайта

1. Доступный стиль изложения по принципу *KISS (Keep It Simple, Stupid* – будь проще, глупышка).
2. Тщательная выверка текста с целью исключения грамматических ошибок и опечаток.
3. Недопустимость наличия устаревшего или просроченного материала в процессе сопровождения сайта.
4. Объём области текста на странице – не менее 50%.
5. Вёрстка текста в 2-3 колонки.
6. Структуризация текста с помощью таблиц, списков, заголовков ...
7. Использование рубленых шрифтов (вместо серифных).

Искусство подготовки рекламных текстов

Советы американского психолога и публициста **Дейла Карнеги**:

1. Прежде всего текст должен быть подготовлен **с точки зрения интересов клиента**, а не интересов фирмы. Следует реже использовать местоимения «мы», «нас», «наше» и чаще «**Вы**», «**Вас**», «**Ваше**», «**Вам**». Каждый человек в душе – индивидуалист и немного эгоист. Поэтому непосредственная апелляция к персоне клиента находит соответствующий резонанс в его самолюбии и создает **положительный эмоциональный эффект**.
2. О компании лучше говорить **в третьем лице**. Такое «отстраненное» описание вызывает у людей подсознательное **ощущение объективности** излагаемой информации. Достоинства фирмы подчёркиваются, как бы, независимым автором, предлагающим «**взгляд со стороны**».

Примеры рекламного текста

Некорректный вариант:

Компания «Домострой» была основана в 1995 году и на сегодняшний день является одним из ведущих агентств недвижимости города. Главной целью нашей компании стало создание единого центра, осуществляющего весь спектр операций с недвижимостью. Специалисты нашего агентства обладают самой высокой квалификацией и имеют богатый опыт решения даже самых сложных проблем...

Вариант «по Карнеги»:

Здравствуйте! Компания «Домострой» от всей души благодарит Вас за то, что Вы нашли время посетить наш сайт. Мы искренне рады Вашему визиту. В течение пяти лет непрерывной работы на рынке недвижимости агентством «Домострой» был накоплен большой объём деловой и аналитической информации, которой мы хотели бы поделиться с Вами...

К созданию интерактивного веб-сайта

Для придания веб-страницам свойства интерактивности, например, для реализации диалога с посетителем сайта, используют **скрипты-сценарии**, написанные на специальных языках программирования. Такие скрипты могут выполняться как на стороне **клиента** браузером пользователя, так и на стороне **сервера**.

В Internet преобладает **серверная** технология с возвращением в процессе диалога пользователю со стороны сервера сгенерированного HTML-файла с применением, например, *PHP*- или *CGI*-скриптов.

В **клиентской** технологии скрипт включается в *HTML*-код веб-страницы, в тег *<head>*, между тегами *<script>* и *</script>*. Данная технология используется для создания, например, анимированных меню, всплывающих подсказок и всего того, что нельзя или нецелесообразно сделать с помощью **серверной** технологии.

К выбору доменного имени веб-сайта (начало)

Имя сайта должно быть коротким, легко запоминаемым, однозначным в написании и произношении. Оно должно быть логически связано с наименованием выпускаемой продукции, спектром предоставляемых услуг или видом предлагаемых товаров.

Лучший вариант – совпадение с названием предприятия или его аббревиатурой. К тому же, доменное имя должно быть уникальным в рамках того старшего домена (чаще это “**ru**”), в котором планируется его регистрация.

Имя веб-сайта, как правило, формируется из букв латинского алфавита и единственно допустимого разделителя «дефиса». При этом используют англоязычные слова или их аббревиатуры, например, **ice.ru**. Чаще используют всё же транслитерацию букв русского алфавита, например, **www.spbtei.ru**. В последнем случае следует отказаться от использования таких букв, как **й, ы, ю, я**, которые преобразуются в латынь неоднозначно.

К выбору доменного имени веб-сайта (окончание)

Другой оригинальный способ выбора имени – с использованием единых для русского и английского алфавитов изображений символов: **е, у, о, р, а, к, х, с, т, н, и**. Подобные примеры: **строка.ru, река.ru, пресса.ru, пират.ru**.

Особый случай: сочетание латинских символов **b** и **l** обеспечивает изображение русской буквы **ы** (**bl**).

Встречаются и другие оригинальные решения, например, для сайта семейной тематики – **7ya.ru**.

Не лучший вариант – использование номера телефона – **3208080.ru**.

В последнее время стало возможным использование для имён доменов всех уровней букв русского алфавита, например, **пресса.рф**.

Обязанности представителя предприятия-заказчика веб-сайта (принцип «первого руководителя»):

- грамотно формулировать требования к создаваемому сайту;
- определять целевую аудиторию потенциальных посетителей сайта;
- анализировать веб-разработки конкурентов и сайты схожей тематики;
- подготавливать соответствующий контент (содержание) с привлечением специалистов создания рекламных текстов (копирайтеров);
- оценивать трудоемкость и стоимость работ фирмы-исполнителя в зависимости от применяемой технологии веб-разработки;
- согласовывать дизайн сайта;
- составлять развернутое техническое задание на веб-разработку;
- контролировать выполнение всех этапов работ по созданию веб-сайта;
- участвовать в продвижении и сопровождении сайта ...

К продвижению-«раскрутке» веб-сайта

Раскрутка корпоративного веб-сайта теоретически может быть обеспечена дополнительной платной услугой, предоставляемой той же фирмой-исполнителем веб-проекта. Такая услуга называется «поисковой оптимизацией» под ведущие поисковые системы такие, как Яндекс (Yandex), Рамблер (Rambler), Гугл (Google), Mail.ru и др.

Эффективность данного способа раскрутки сайта представляется сомнительной при значительных денежных затратах на данную услугу. Ведь вероятность появления ссылки на продвигаемый сайт в «топовой» части результатов поиска все же представляется незначительной.

При этом следует учитывать, что результаты поиска по ключевым словам просматриваются не более чем в *первых тридцати* позициях, а чаще всего в *первых пяти-семи* позициях. А суммарное количество найденных ссылок может достигать сотен тысяч и более.

Принципы обработки запросов в поисковых системах (для поисковой оптимизации сайта)

- использование **ключевых слов**;
- **индекс цитируемости** – количество внешних ссылок на сайт с учётом их весов...;
- **статистические методы** – отслеживание профилей пользователей, использующих одни и те же ключевые слова... («рэнкинг»);
- лингвистические методы обработки **естественного языка** (для перспективной «Семантической Паутины») – методы искусственного интеллекта.

Статистика ключевых слов для поисковой системы «Яндекс»



статистика запросов

[Помощь](#) [Статистика посещений](#)

[по словам](#) [по регионам](#) [по месяцам](#)

Ключевые слова
и словосочетания

высшее экономическое образование

Регионы:
[выбрать...](#)

Все

Подобрать

Обновлено: 17/03/2009

Что искали со словом «**высшее ...**» —
558 показов в месяц.

Слова	Показов в месяц
высшее экономическое образование	558
второе высшее экономическое образование	353
второе высшее экономическое образование заочное	11

Что еще искали люди, искавшие
«**высшее ...**»:

Слова	Показов в месяц
экономические вузы	5644
экономическое образование	2986
*второе высшее экономическое образование	353
оформление загранпаспорта ювао	33
второе высшее экономическое	471

Использование Internet-статистик для продвижения сайта

Internet-статистики используются для подбора ключевых слов и описания сайта на этапах:

1. «Ручной» регистрации в поисковых системах при заполнении соответствующих форм для последующей автоматической индексации.
2. «Ручной» регистрации в интерактивных каталогах при заполнении соответствующих форм с учётом их последующего анализа модераторами каталогов.
3. При обращении к сайтам автоматической регистрации сразу в десятках поисковиков и каталогов (это мало эффективно).
4. Вставки ключевых слов и описания сайта в соответствующие **метатеги** главной страницы сайта, а также формирования тега **title** и пр. (для подготовки к посещению поисковых роботов после регистрации в поисковиках). См. следующий слайд.

Пример использования метатегов

<meta name="description" content="Санкт-Петербургский торгово-экономический институт, бесплатное высшее образование, очная и заочная форма образования ">

<meta name="keywords" content="высшее экономическое образование, бухгалтерский учет и аудит, экономика и управление, экспертиза потребительских товаров, общественное питание, аудит, маркетинг, менеджмент, повышение квалификации, бесплатное очное образование, бесплатное заочное образование">