



# Интернет-бизнес


часть 2

Юдаков Р.А. Иэ. 05. 14



# Маркетинговые принципы построения виртуальных страниц Internet

- Для изложения маркетинговых принципов построения Web-страниц важно рассмотреть следующие этапы их создания:
  1. Определение целей создания Web-страницы.
  2. Определение целевого сегмента потребителей.
  3. Разработка содержания Web-страницы.
  4. Разработка дизайна Web-страницы.
  5. Оценка эффективности Web-страницы.Но работа не ограничивается этими этапами.

- 
- Также необходимо выбрать место размещения Web-страницы, подобрать ей подходящее имя. После размещения требуется постоянно обновлять и дополнять информацию, представленную на Web-странице. Важное значение имеет реклама и пропаганда Web-страницы не только средствами Internet, но и другими способами. Рассмотрим более подробно перечисленные этапы создания Web-страниц.




# Определение целей создания Web-страницы

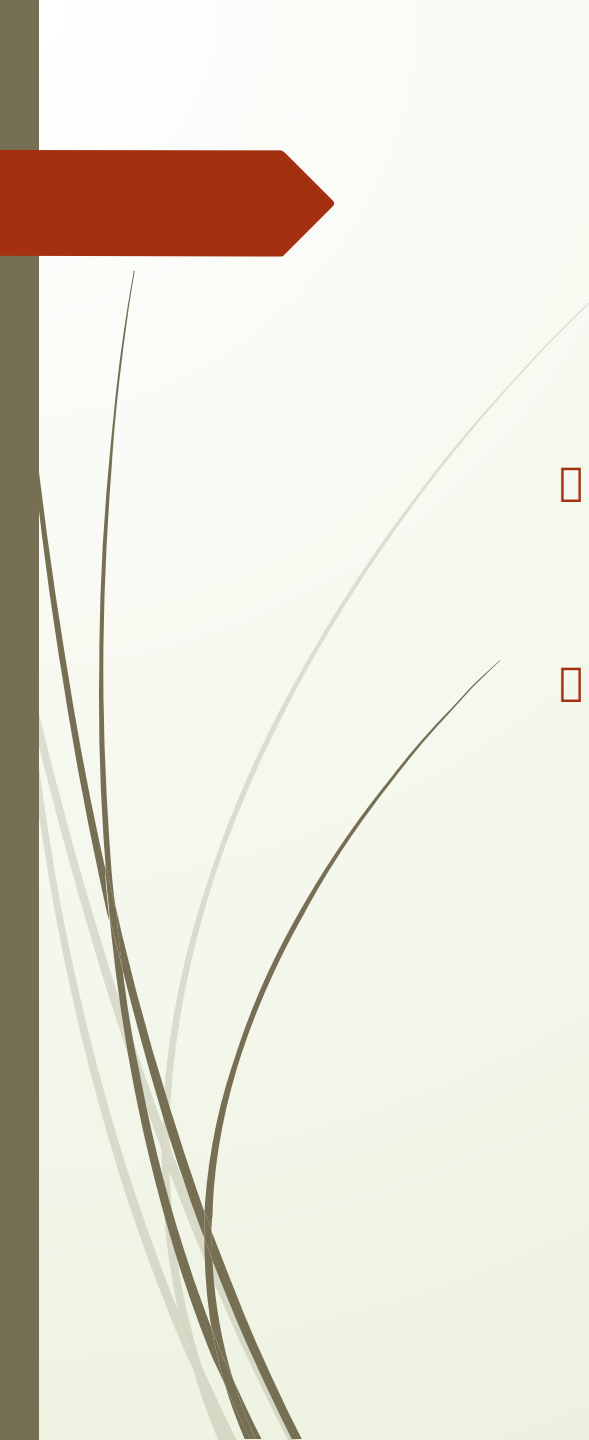
- Прежде, чем приступать к созданию Web-страницы, необходимо определить цель, ради которой она разрабатывается. Ими могут быть, например:
  - распространение информации о фирме, ее продукции и услугах;
  - продажа товаров и услуг;
  - формирование благоприятного имиджа фирмы или продукции;
  - получение от потребителей оперативной информации о продукции фирмы, ее услугах, качестве обслуживания и др.



# Определение целевого сегмента потребителей

- Аудитория сети Internet огромна. Однако определенную Web-страницу увидят далеко не все пользователи сети. Но этого и не требуется. Необходимо, чтобы Web-страницу посещали те пользователи, которые могут быть потенциальными покупателями. Прежде всего нужно провести сегментирование потенциальных потребителей в сети Internet и выделить целевой сегмент. Возможно, что он не будет совпадать с целевым сегментом, на который фирма ориентируется при продаже своих товаров обычным путем, поскольку сеть Internet предоставляет гораздо более широкие возможности, например, в плане географического охвата.

- 
- Далее нужно составить характеристики, которые описывают этот сегмент. Причем помимо традиционных переменных (демографических, поведенческих, психологических пр.) необходимо учитывать характеристики, связанные с особенностями компьютерного обеспечения потребителей в Internet (быстродействие компьютера, объем памяти, вид модема, скорость и качество передачи данных по линии связи, качество монитора и т.д.).



□ Знание характеристик потенциальных потребителей позволит привлекать на Web-страницу посетителей, автоматически отбирая только тех, которые могут заинтересоваться продукцией фирмы.


□ Таким образом, на любом этапе создания Web-страницы, будь то разработка содержания или дизайна, необходимо принимать во внимание характеристики целевого сегмента потребителей.




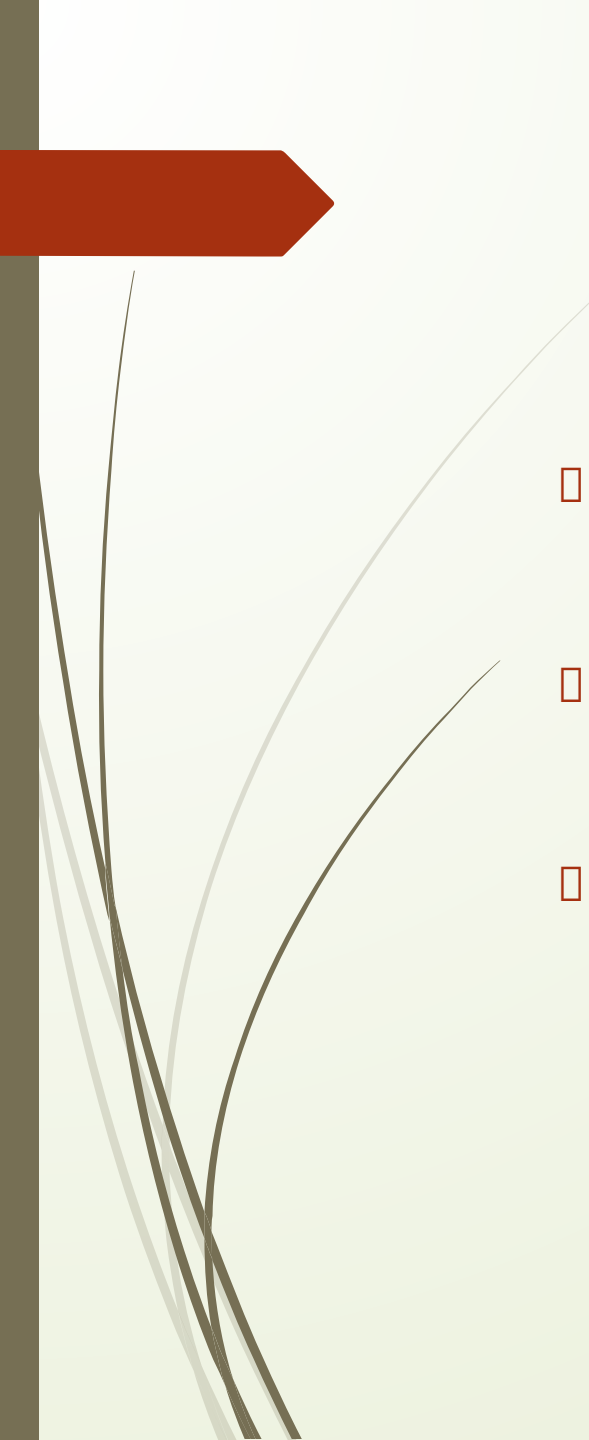
# Разработка содержания Web-страницы

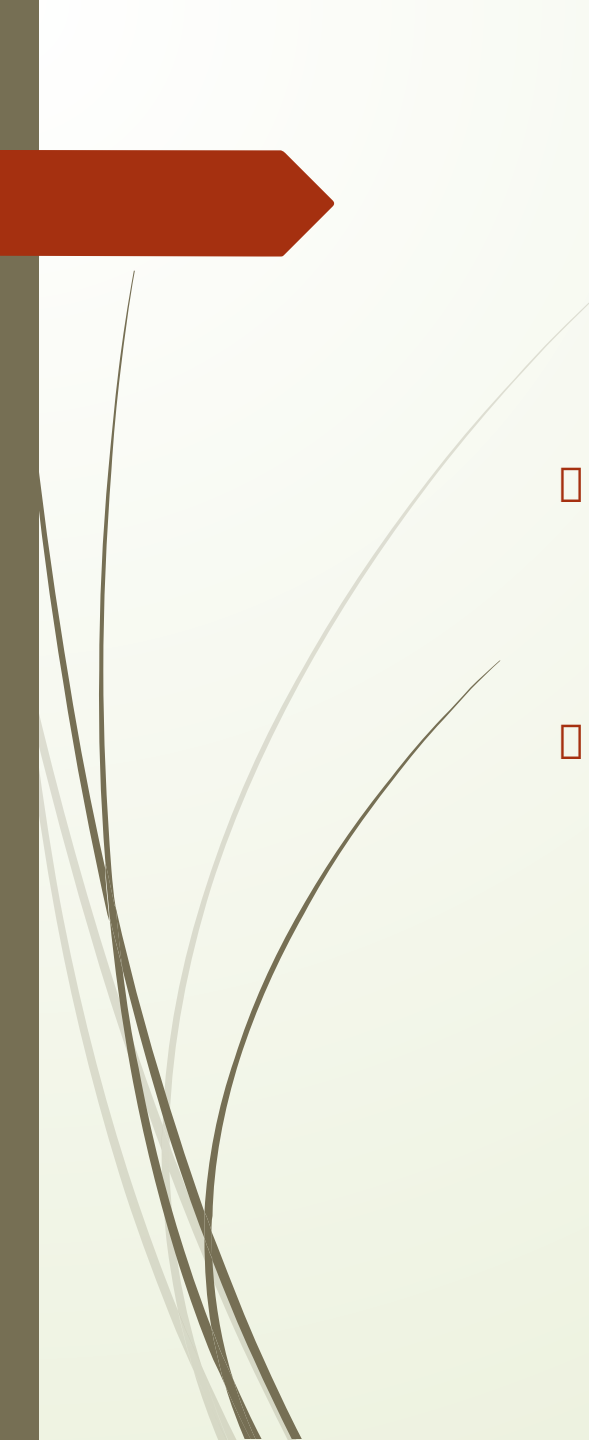
- Пользователи сети Internet больше всего ценят информацию. Поэтому содержание Web-страницы является одним из основных преимуществ, которые может получить фирма, если разместит на ней нужную пользователям информацию. Информация, представленная на Web-странице, должна удовлетворять следующим критериям:
  - должна соответствовать целям создания Web-страницы;
  - должна учитывать особенности целевого сегмента потребителей;
  - должна быть в определенной степени уникальной, чтобы привлечь внимание посетителей. Тем более, что в сети Internet существует множество похожих Web-страниц, и конкуренция между ними достаточно сильная;
  - должна быть оперативной.





- 
- Для поддержания интереса к Web-странице ее необходимо постоянно обновлять и модернизировать. Можно установить, как часто будут обновляться данные. Web-страницы, информация на которых обновляется раз в месяц, могут рассчитывать на повторные посещения пользователей только через несколько месяцев. Если же новые сведения появляются каждый день, то повторные визиты будут происходить раз в несколько дней. Для того, чтобы показать пользователям, что Web-страница обновляется, можно указать на ней дату ее создания и последнего обновления.
    - должна быть объективной и достоверной. Посетители, которые обнаружат ошибочную или неточную информацию, вряд ли захотят повторно обратиться к этой странице.
    - не должна носить излишне рекламный, навязчивый характер.

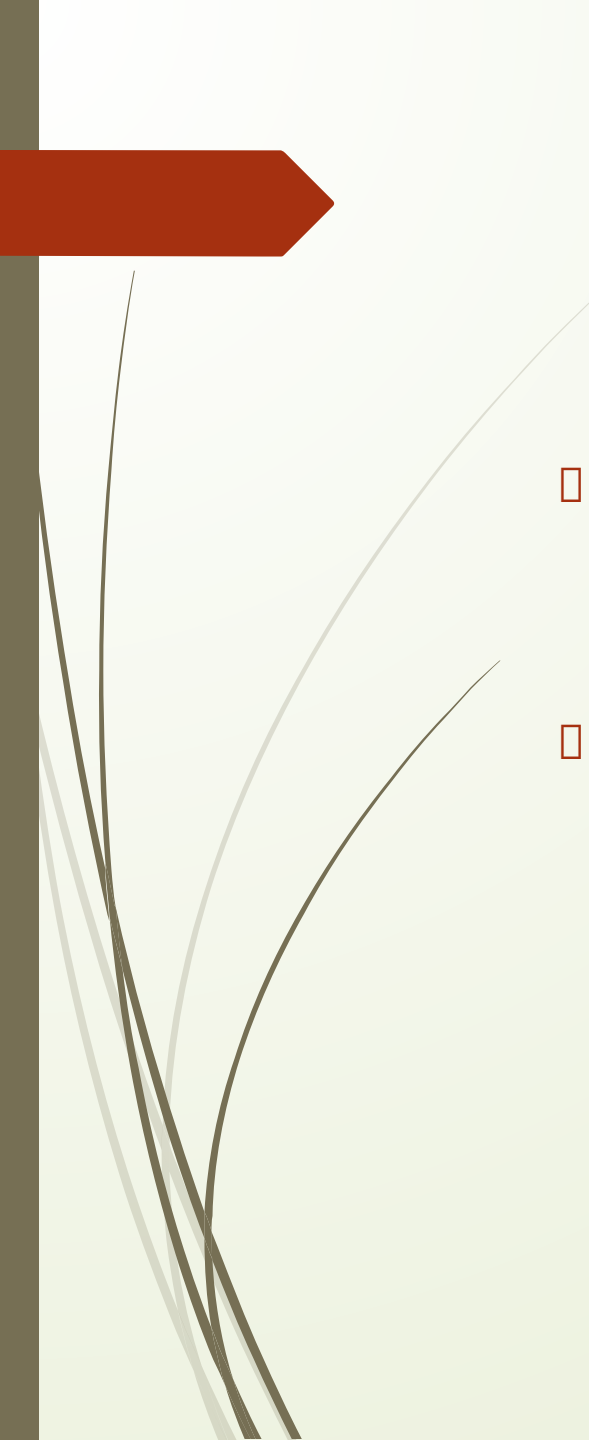
- 
- На Web-странице можно представить разнообразные материалы: информацию о фирме и ее продукции, каталог продуктов и услуг, списки дилеров, адреса торговых представителей, справочные сведения, новости, сетевой магазин, раздел обратной связи, вакансии и т.д. Следует размещать только ту информацию, которая является наиболее интересной и полезной.  
Одна из основных задач, которую следует ставить перед собой при составлении текстов для Web-страниц - это
  - использование технической и развлекательной информации для выделения особенностей фирмы. Низкая стоимость системы WWW приводит к тому, что у любой Web-страницы существует множество конкурентов. Поэтому тексты на Web-странице должны четко отвечать на вопросы: Чем отличается компания от всех остальных? Как можно обосновать и подчеркнуть эти отличия?
  - Многие компании начинают свои страницу с графического логотипа. Не следует делать его слишком большим. Не помешают также несколько строк, описывающих фирму.

- 
- Не следует злоупотреблять ссылками, превращая в них едва ли не каждое слово. Следует создавать ссылки только там, где они действительно необходимы. Можно предложить посетителям ссылки на другие Web-страницы со сходной ориентацией.
  - Не следует создавать на сервере <тупики>, то есть ссылки на страницы, содержащие пометку <Ведутся работы>. Это вызывает раздражение у пользователей.
  - Каждая ссылка должна сопровождаться описанием. Если ссылкой является слово из текста, то окружающий текст должен описывать объект, на который она указывает. Если ссылка указывает на файл, который может быть получен пользователем, то нужно указать возле нее размер этого файла.

- 
- Это относится как к графическим изображениям, так и к текстам и другим объектам. Если пользователь не знает размера файла, то он может начать его получение, примерно оценить размер файла и отказать от него. На эти бесполезные действия будет расходоваться не только время пользователя, но и ресурсы сервера.
  - Web-сервер содержит много страниц. Пользователь может подключиться к любой из них, однако главным входом является <домашняя страница>. <Домашняя страница> задает тон всему сайту. От нее будет зависеть первое впечатление, получаемое посетителями.

- 
- Текст на <домашней странице> должен знакомить посетителя не с продукцией фирмы, а с ее сайтом. Страницы с описаниями продукции должны открываться несколько позже. На <домашней странице> следует разместить краткое содержание сайта, чтобы пользователям не приходилось переключаться для доступа к нему на другую страницу.
  - Посетители хотят также знать, что нового появилось на сервере за последнее время. Нужно разместить на первой странице список обновлений, указав соответствующие даты. Пользователи, подключающиеся к серверу не в первый раз, скорее всего просмотрят только первую страницу, и если на ней не будет ничего нового, то они просто отправятся дальше. На <домашней странице> необходимо описать способы получения необходимой информации, указать контактные адреса и телефоны.


- 
- К разработке содержимого сервера WWW следует подходить точно так же, как к написанию статьи для газеты - по мере увеличения детализации. Необходимо начинать с общих сведений, потом переходить к более конкретным, и только потом - к еще более конкретным. Чем глубже находится страница, тем меньше пользователей ее прочитают.
  - Графические и мультимедийные материалы играют важную роль в формировании содержания Web-страниц. Они повышают эффективность восприятия сообщений. Однако вопрос о количестве и качестве графики на Web-страницах еще активно обсуждается. Следует ли размещать на своей странице красивые фотографии и рисунки, которые долго загружаются в программу просмотра, или же стоит ограничиться небольшими низкокачественными изображениями, увеличив скорость загрузки? Выбор подходящего варианта должен определяться аудиторией, на которую ориентируется фирма.



□ При этом важно учитывать следующее. Исследования показывают, что около 40-45% пользователей сети просматривают содержимое Web-страниц в режиме без загрузки графики, или останавливают загрузку графических файлов большого объема при помощи кнопки .

□ Примерно 40% посетителей WWW лишены возможности просмотра графических изображений, поэтому каждой картинке со ссылкой должна соответствовать аналогичная текстовая ссылка. Можно также создать <текстовый> вариант всей Web-страницы.

Ниже приведены некоторые полезные рекомендации. Они достаточно кратки и не требуют дополнительных комментариев.

- 
- Для успеха Web-страницы необходимо, чтобы на ней содержались не только коммерческие сведения, но и новости, развлекательная информация, интересная для целевой группы.

Желательно создать раздел обратной связи для получения откликов посетителей и поощрять активность посетителей.

В современных условиях важным моментом становится обеспечение связи Web-страниц с корпоративными базами данных и базами документов. Это позволит мгновенно реагировать на любые запросы посетителей.

При большом объеме информации целесообразно создать поисковую систему.

Если Web-страница предназначена для посетителей, говорящих на разных языках, то необходимо создать несколько версий страниц, каждую на отдельном языке, с возможностью переключения с одного языка на другой.