

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 004.732:334.7

Яловик Я.Л., Сергеева И.И.

Web-сайт как способ организации современного бизнеса

Яловик Ярослав Леонидович, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: yroslav57@yandex.ru

Сергеева Инна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: inchiksergeeva@yandex.ru

Интернет-ресурсы можно оценивать на основе ряда показателей, таких как посещаемость, юзабилити, конверсия сайта. Продвижение сайта – неотъемлемая часть успешной работы предприятия. Значимость качественного выполнения данного этапа очень высока, поскольку он в значительной степени определяет количество посетителей и их качество – соответствие посетителей целевой аудитории. В статье рассматриваются некоторые из наиболее распространённых методов продвижения web-сайтов.

Ключевые слова: виды сайтов, интернет-ресурсы, задачи сайтов, цели создания, эффективность.

Степень используемости и ценности для бизнес-процессов предприятия любого ресурса оценивается с помощью системы показателей его эффективности. Для каждого ресурса эта система весьма специфична. Интернет-ресурсы можно оценивать на основе нескольких показателей. Остановимся на таких показателях, как посещаемость, юзабилити, конверсия сайта.

Посещаемость – это показатель, который определяет количество посетителей сайта за определенный промежуток времени. Чем выше показатель посещаемости, тем эффективнее использование сайта для предприятия, выше степень информированности о предприятии и предоставляемых услугах и товарах. Чтобы достичь высоких показателей, необходимо создавать сайт с учетом интересов будущих посетителей. Увеличение посещаемости сайта возможно с помощью как внешних, так и внутренних факторов. Как правило, на достаточно хорошем проекте большинство визитов осуществляется из поисковых систем, поэтому акцент необходимо делать на продвижение именно в поисковых системах. Во-первых, это позволит повысить посещаемость, а во-вторых, сделать ее качественней. Дело в том, что переходы из поиска осуществляются по продвигаемым фразам (т.е. визиты целевых посетителей). Необходимо определить, что же влияет на продвижение сайта в поисковой выдаче и как можно добиться лидирующих позиций в ней за счет внутренних факторов. Необходимо придерживаться основных правил и рекомендаций:

- 1) ориентация на публикацию уникального и интересного текста;
- 2) оптимизация материала под продвигаемый запрос. Происходит это в случае работы над плотностью ключевых слов и формирования текста, при этом не стоит забывать о правильной расстановке тегов. Выжав по максимуму из материала страниц для наилучшего ранжирования, можно приступить к перелинковке сайта, данная операция может быть сформулирована в отдельном пункте;
- 3) перелинковка – связывание страниц нескольких либо одного сайта при помощи ссылок. Подобная операция увеличивает посещаемость сайта за счет продвижения низкоча-

стотных запросов, иногда и среднечастотных продвигаемых фраз. Не стоит стараться перелинковать все страницы без всякого правила между собой, так как это не принесет особого эффекта. Необходимо выбрать наиболее релевантные страницы и увеличить их вес за счет грамотной перелинковки, это повысит страницы в поисковых системах, даст приток посетителей.

Также необходимо сделать удобную навигацию по сайту и не забыть про модуль «поиск». Таким образом можно выжать максимум из внутренней оптимизации перейти к внешней поддержке проекта для увеличения посещаемости и продвижения в поисковых системах.

Внешняя оптимизация – преследует цель продвижения по высокочастотным и низкочастотным запросам. В этом случае необходимо разнообразить ссылочную массу, при этом соблюдая баланс между анкорными, безанкорными и контекстными ссылками, не стоит забывать о разбавлении ссылочной массы постами.

Конечно, вышепредставленные приемы нельзя отнести к легким методам, но данное направление развития сайтов и увеличение их посещаемости за счет поисковых систем является одним из наиболее оптимальных и стабильно приносящих хороший результат.

Другим важным показателем эффективности является юзабилити. Международный стандарт ISO 9241-11 дает следующее определение юзабилити: «степень, с которой продукт может быть использован определенными пользователями при определенном контексте использования для достижения определенных целей с должной эффективностью, продуктивностью и удовлетворенностью»^{*}.

Так, при разработке пользовательских интерфейсов словом юзабилити обозначают общую концепцию их удобства при использовании программного обеспечения, логичность и простоту в расположении элементов управления. Однако при этом нередко происходит подмена утилитарных понятий эстетическими. Когда четко не определена в целях и не обоснована в деталях полезность конкретного решения, юзабилити считается само собой разумеющимся, вытекающим из оригинальности внешнего вида. Юзабилити является необходимым условием выживания. Главным фактором потери целевой аудитории выступает несвоевременный уход посетителей с сайта из-за неудовлетворенности. В Интернете юзабилити напрямую влияет на производительность работы сотрудников компании; время, которое тратят сотрудники на работу с неудобным сайтом, – это реальные денежные потери. По оценкам экспертов, около 10% бюджета должно быть использовано для формирования грамотного юзабилити. Наличие эффективного, дружелюбного и понятного юзабилити поможет увеличить качества сайта в среднем более чем в 2 раза.

Ещё одна важная составляющая эффективности – конверсия сайта. В формуле конверсий указано количество достигнутых целей. Они могут различаться и, как правило, выбираются владельцем сайта. Посчитать конверсию можно по уникальным посещениям или не уникальным посещениям. При подсчете посещаемости по вышепредставленным критериям получится, что первое число больше второго, в свою очередь, полученный результат показывает, насколько хорошо работает сайт. Однако если посетитель покинул сайт, не задержавшись на нем, это не будет означать, что сайт плох или некомфортен, возможно, пользователь добавил его в закладки и вернется в будущем для совершения сделки.

Для расчета конверсии необходимо выбрать период, например, неделю или месяц. Уникальные посетители рассматриваются в рамках выбранного периода. Статистика изменения конверсий сайта ежемесячно дает возможность видеть тренды, оценивать эффективность проведения рекламных кампаний.

Конверсия рассчитывается как для всего сайта в целом, так и для определения эффективности проведения, например, рекламной кампании. Однако при этом необходимо измерять конверсию не для каждой страницы, а в ракурсе всего сайта.

^{*} ГОСТ Р ИСО 9241-11-2010 Эргономические требования к проведению офисных работ с использованием видеодисплейных терминалов (VDT). Часть 11. Руководство по обеспечению пригодности использования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gostinform.ru/gosty/gost-r-iso-9241-11-2010.shtml>

Увеличить конверсию сайта – значит увеличить объём продаж, вследствие этого появляется необходимость учитывать пять шагов, выполняя их как можно более эффективно.

Некоторые компании используют схему SEO (презентация товара – завершение сделки). В этой схеме не учитывается второй и третий шаг. Это приводит к снижению общего коэффициента конверсии.

1. Необходимость привлечения посетителей из различных источников и осуществления анализа эффективности тех или иных источников трафика, эффективность той или иной проведенной кампании. Существуют и такие виды бизнеса, для которых лучшим будет использование схемы SEO, или контекстных реклам, или социального взаимодействия в сетях на форумах. Некоторым компаниям может потребоваться ведение корпоративного блога. Проанализировав источники посетителей и выявив наиболее эффективные, необходимо делать упор именно на них, при этом отказаться от наименее эффективных методов привлечения клиентов.

2. Требуется сделать все необходимое, чтобы, зайдя на сайт, посетители чувствовали себя комфортно. Если на сайте используются всплывающие окна или нечитабельный текст, то это приведет лишь к уменьшению конверсий сайта, при этом увеличится показатель отказов.

Так, есть несколько способов во избежание подобной ситуации:

- подготовить версию для печати (большое количество пользователей предпочитает читать версию с листа);
- организовать удобную структуру и навигацию сайта;
- разместить понятную информацию о сайте и о товарах;
- добавить карту проезда к компании, контакты, форму обратной связи.

3. Необходимо выяснить, что в первую очередь предоставить посетителям сайта, какую информацию, что они искали при посещении сайта? Вход на сайт может осуществляться по различным запросам, для каждой группы запросов стоит сделать целевую страницу, которая будет отвечать на большинство возможных вопросов потенциального клиента. Если правильно понять посетителя, то в дальнейшем можно презентовать именно нужный ему товар или услугу, а также предоставить его правильно.

4. Посетитель должен легко понимать информацию о каком-либо товаре или услуге. Для этого необходимо использовать понятное описание (возможно использование картинок, графиков, сравнительных характеристик, а также публикация отзывов о товаре или услуге). В большинстве случаев такие приемы становятся основополагающими для того, чтобы посетитель остался на данном сайте и сделал выбор в пользу того или иного товара, услуги.

5. Следует завершать презентацию вовремя, а также предоставить все для удобства завершения сделки, если клиент к этому готов. Не перегружать посетителя информацией, дать возможность увидеть и нажать при надобности кнопку «купить» или «подписаться». Не мешать посетителю в этот момент отвлекающими материалами.

Таким образом, проанализировав представленную информацию, можно сказать, что при соблюдении каждого из шагов любая корпорация имеет большую возможность добиться высоких результатов. Важно помнить, что к каждому виду бизнеса необходим индивидуальный подход в использовании правил для увеличения конверсий сайта.

Продвижение сайта – неотъемлемая часть успешной работы предприятия. Значимость качественного выполнения данного этапа очень высока, поскольку он в значительной степени определяет количество посетителей и их качество – соответствие посетителей целевой аудитории.

На сегодняшний день существует достаточное количество распространённых методов продвижения. Одними из наиболее популярных и актуальных на данный момент является метод продвижения сайта с помощью сети Интернет.

Регистрация сервера в поисковых системах – это наиболее традиционный метод продвижения интернет-ресурсов. Поисковые системы с помощью поисковых машин производят

автоматический поиск новых ресурсов и их автоматическую индексацию. Процедура индексации состоит в занесении в базу данных поисковой системы информации о страницах сервера и ключевых словах, которые соответствуют этим страницам. Для наиболее быстрого поиска сайта поисковой машиной есть такая возможность, как регистрация. То есть это указание поисковой машине координат сайта, тем самым поиск будет осуществляться намного быстрее.

Размещение ссылок в web-каталогах часто используется как способ продвижения сетевого ресурса. Так же, как и сайты, каталоги используются посетителями Интернета для поиска информации. Они представляют собой иерархические базы данных, которые имеют организацию по предметным областям. Но, в отличие от поисковых систем, для попадания в каталог необходимо зарегистрироваться. Это связано с тем, что каталоги не имеют собственных средств сбора информации, все сведения о наличии той или иной сферы берутся только из регистрационной формы. Чтобы упростить данную операцию, можно воспользоваться серверами-посредниками, за небольшую плату они обеспечат автоматическую регистрацию в каталогах. Размещение ссылок в «желтых страницах» (Yellow Pages) – это аналог телефонных справочников, которые широко распространены на западе.

Регистрация на тематических web-серверах подразумевает размещение ссылки на тематических сайтах. Дело в том, что для любой области знаний в сети Интернет можно найти серверы, которые содержат большое количество гипертекстовых ссылок на информационные ресурсы по данной теме. Эти серверы наиболее популярны, а также являются отправными точками поиска информации по определенным тематическим сферам.

Часто на практике используется размещение ссылок на других серверах. Осуществление этого метода возможно по нескольким направлениям: размещение происходит на серверах партнеров по бизнесу; обмен ссылками, для этого необязательно наличие каких-либо партнерских отношений – одинаковых показателей посещаемости будет достаточно, размещение ссылок в обмен на что-либо другое. Размещение платной рекламы на серверах с целевой аудиторией характерно для бизнеса, имеющего для этой цели свободные финансовые ресурсы. Многие серверы за счет своей посещаемости (или охвата большого количества целевой аудитории продвигаемого сайта) оказывают услуги по предоставлению возможности платного размещения рекламы на своих страницах. Сейчас даже для этой цели используются социальные сети.

Не стоит забывать о том, что можно воспользоваться не только услугами сети Интернет, но и услугами рекламной сети. Участие в телеконференциях, аудитория которых представляет потенциальных потребителей продукции фирмы, указание координат во всех видах рекламной продукции компании и реклама в списках сети также может выступать как способ продвижения ресурса. Кроме вышеупомянутых методов, можно воспользоваться другими методами, такими как реклама по электронной почте; размещение рекламы на баннерах; создание и продвижение партнерских программ. Таким образом, на сегодняшний день существует огромное количество методов по продвижению самых разнообразных сайтов. Продвижение сайтов – это необходимая составляющая качественной, продуктивной и успешной работы каждого предприятия. Не стоит забывать о том, что методами продвижения можно воспользоваться как комплексно, так и выбрав один из нескольких. Это выбор будет зависеть от направленности и ориентации организации. Активная поддержка и постоянное совершенствование сайта даст отличные результаты любому бизнесу.

Список литературы:

1. Интернет-ресурс «Максимальный эффект» Назначение сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.maxeff.org/site-purpose>.
2. Интернет-технологии.ру. Виды сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.internet-technologies.ru/articles/article_1486.html.
3. Байтмастер.ру. Типы, разновидности сайтов, классификация сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bytemaster.ru/?p=1413>.