

## **ОСОБЕННОСТИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ВЕБ-САЙТА «СОВБЕТКОН»**

*Халитов Р. И.*

*Научный руководитель Кондратёнок Е. В.*

Создание сайтов для организаций, действующих на строительном рынке предполагает ориентацию на широкий круг потребителей, предоставление широкого ассортимента услуг, материалов и технологий, а также политики ценообразования, удовлетворяющей всех участников рынка. Такой подход требует обеспечения постоянной коммуникационной связи с потребителем. Поэтому актуальным является рассмотрение проблемы конструирования и информационной насыщенности сайта строительной организации [1].

Среди сайтов строительных компаний выделяют следующие типы: лендинг, сайт-визитка, интернет-магазин, корпоративный сайт.

Лендинг представляет собой одностраничный сайт. Данный ресурс направлен на продажу товара или услуги. Обычно на лендинге размещается небольшой выбор продукции, как правило, один-два. Такой ресурс предоставляет информацию о коммерческом предложении в более сжатом виде с призывом к совершению действия. В данном случае клиент не видит в тексте прямого зазыва к покупке, но хочет более детально ознакомиться с предложением.

Сайт-визитка представляет собой виртуальную визитную карточку, содержащую основную информацию о деятельности компании. Подходит для представителей малого и среднего бизнеса. Ресурс такого типа обладает следующими преимуществами:

- быстрое обновление информации в случае необходимости;
- простота подачи информации;

- предоставление потенциальным клиентам информации 24 часа в сутки;
- отсутствие необходимости постоянного обслуживания контента;
- возможность модернизации и расширения платформы в будущем.

Среди интернет-магазинов выделяют два вида: собственно интернет-магазин и интернет-каталог. Интернет-магазин содержит основные страницы: каталог товаров, фильтр товаров, карточки товаров, корзина, форма оплаты и доставки, заказ в один клик, форма обратной связи (звонка). У Интернет-каталога имеются следующие страницы и данные: каталог товаров, фильтр товаров, карточки товаров, заказ в один клик и форму обратной связи (звонка) [3].

Чаще всего встречаются строительные корпоративные сайты. Создание корпоративного сайта рекомендуется для субъектов среднего и крупного бизнеса. Основной задачей такого Интернет-ресурса является подробное описание деятельности и услуг/товаров компании, а также основных преимуществ, способствующих развитию бизнеса.

Выделяют следующие цели Интернет-ресурса компании:

- привлечение целевой аудитории;
- налаживание новых деловых отношений;
- поиск новых сотрудников;
- коммуникация с клиентами;
- обратная связь;
- снижение уровня нагрузки сотрудников компании;
- формирование престижного имиджа;
- удобное ведение бизнеса.

Проанализировав структуру и содержание сайтов ЗАО «Белзарубежстрой» (<https://www.bzs.by/>), «Бетонгомель» <https://beton.gomel.by/>), ООО «Современные бетонные конструкции» (<https://sbk.by/>), мы определили, что структура строительного Интернет-ресурса является одним из важнейших моментов при конструировании веб-сайта. На сайте строительной компании должны присутствовать такие важные разделы:

- меню сайта;

- о компании;
- услуги, работы;
- прайс-лист услуг;
- вакансии;
- сертификаты, лицензии и другие документы;
- контактные данные;
- новостной блог;
- фотогалерея выполненных проектов;
- формы обратной связи и звонка.

При конструировании корпоративных сайтов строительной тематики следует обратить внимание на структуру сайта и его семантическое ядро. Составить максимально широкую структуру. Необходимо собрать качественный материал для сайта (текстовый, графический, видеоконтент). Следует подготовить контент, который будет отвечать на основные вопросы потенциальных клиентов [3].

Выделяют следующие требования к контенту Интернет-ресурса строительной организации: насыщенность сайта (достоверная наполненность всего сайта; информативность, адекватность представления информации; удобочитаемые блоки текста; наличие новостей на сайте); понятность навигации (однотипная смысловая организация страниц; реализованность принципа «трех кликов»); композиционно-графическая модель (соответствие форм графических элементов, композиционного единства: пропорции, масштаба, контраста и т. д., фирменный стиль); наличие поисковой системы; мобильной версии [1].

При разработке веб-сайта «СовБетКон» для строительной организации, выпускающей современные бетонные конструкции, мы руководствовались результатами анализа выше указанных ресурсов строительных организаций, а также современными требованиями к Интернет-ресурсам. На страницах Интернет-ресурса строительной компании «СовБетКон» размещены следующие блоки: «О предприятии», «Продукция», «Услуги», «Галерея», «Контакты». Сайт адаптирован к мобильным устройствам, так как именно со смартфона чаще всего заказываются строительные услуги. Чтобы сайт приносил дополнительную выгоду, на главной странице ресурса добавлен раздел «Ново-

сти», для регулярной публикации интересной и полезной информации, связанной с темой строительства. Также для удобства пользователей размещены разделы «Закупки», «Скидки», «Вакансии».

Для того, чтобы сайт пользовался большой популярностью, он оснащен дополнительными функциями, такими как: поиск, форма обратной связи, личный кабинет пользователя, онлайн-чат для общения с посетителями, интерактивная карта (для обозначения места расположения компании).

Веб-сайт строительной организации «СовБетКон» размещен в глобальной сети по адресу: <https://sovbetcon.ru/>

Таким образом, на корпоративных сайтах строительных организаций необходимо размещать качественный контент: графический или видео-контент, обучающий/разъясняющий материал, подготовленный специалистами отрасли, подробные качественные технические обзоры, и иметь адаптивную версию для мобильных устройств, иметь дополнительные функции для привлечения потенциальных покупателей.

### **Список литературы:**

1. Дзюба, Т. В. Контент-анализ как инструмент исследования сайтов строительных организаций. / Т. В. Дзюба // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2016. №12 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-instrument-issledovaniya-saytov-stroitelnyh-organizatsiy>. – Дата доступа: 17.04.2021.

2. Продвижение строительного сайта [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://livepage.pro/blog/prodvizhenie-stroitelного-sayta-keys-raskrutka-uslug-po-stroitelstvu.html>. – Дата доступа: 17.04.2021.

3. Создание сайта строительной компании [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://is-art.ru/sozдание-sajta-stroitelnoj-kompanii/>. – Дата доступа: 17.04.2021.