

ВЕБ-САЙТ КОМПАНИИ КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

А.Р. ИГНАТЬЕВА¹, Н.В. КОМИНА²

¹ студент учебной группы 10302120

² ст. преподаватель кафедры «Инженерная экономика»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация. На сегодняшний день website – это канал коммуникации, имеющий большой потенциалом и необходимый для повышения видимости бизнеса в сети Интернет.

В данной статье рассматривается важность website для предприятий в информационном обществе, приводятся критерии для оценки website предприятия, значение роли дизайна website, SEO-продвижение для повышения рейтинга website в поисковых системах и предлагаются основные шаги создания и развития веб-сайта предприятия.

Ключевые слова: веб-сайт, критерии оценки website, карта сайта, дизайн веб-сайта, SEO-продвижение, поисковая оптимизация, чат-бот.

ENTERPRISE WEBSITE AS A PLATFORM TO PROMOTE BUSINESS

A.R. IGNATYEVA¹, N.V. KOMINA²

¹ group student 10302120

² senior Lecturer of the Department « Engineering Economics»
Belarusian National Technical University
Minsk, Republic of Belarus

Annotation. Today, a website is a communication channel that has great potential and is necessary to increase the visibility of a business on the Internet.

This paper discusses the importance of website for businesses in the information society, provides criteria for evaluating a business website, the importance of the role of website design, SEO promotion to increase

the website's ranking in search engines, and suggests basic steps for creating and developing a business website.

Keywords: website, website evaluation criteria, site map, website design, SEO-promotion, search engine optimization, chatbot.

В условиях цифровизации экономики *website* компании является платформой, позволяющей в более высоком масштабе охватить потенциальную аудиторию потребителей и таким образом предоставить дополнительные возможности для расширения бизнеса и повышения эффективности в продвижении продукта.

Как правило качественный *website* коррелируется с продуктом компании, отражает основные его ценности и позволяет, таким образом, увеличивать посещаемость сайта, тем самым повышая клиентскую базу.

На рисунке 1 определены мотивы для создания и развития сайта компании.



Рисунок 1 – Основные причины для развития *website*

Основные критерии для оценки качества *website* компании представлены в таблице 1:

Таблица 1 – Критерии оценки качества *website*

Критерии	Характеристика
<i>Карта сайта (site map)</i>	Содержит список веб-страниц, который обеспечивает доступность поисковым системам и пользователям сайта и является, таким образом, планом <i>website</i> , направляющим поисковые системы через контент и страницы сайта. Пример карты сайта приведен на рисунке 2.
<i>Каркас (макет) сайта (site layout)</i>	представляет собой графическое изображение всех элементов страницы, который должен быть прост в использовании, что с большей вероятностью заинтересует потенциальных пользователей, – удобство, лаконичность и информативность являются главными составляющими в создании <i>website</i> .
<i>Дизайн веб-сайта (website design)</i>	Представляет собой интернет-ресурс, который формируется на основе корпоративного стиля, элементов брендинга и фирменных цветов. Эти аспекты должны быть согласованы на всех платформах: страницы в социальных сетях, информационные бюллетени, рекламный маркетинг и т.д.
<i>Внутренний поиск по веб-сайту (internal website search)</i>	необходимый девайс, который повышает эффективность поиска информации и является дополнением к структуре <i>website</i> , в частности, в рамках стратегии внутреннего поиска и контента к ним относятся поисковые подсказки, направляющие пользователей <i>website</i> в правильном направлении.
<i>Контактная информация компании (company contact information)</i>	базисный критерий при создании <i>website</i> , который должен быть открыт пользователю и тем самым обеспечивать обратную связь с потенциальными клиентами для получения дополнительной информации, оформления заказа и решения вопросов, который включает в себя: номер телефона, E-mail, режим работы компании, фактический адрес, реквизиты компании, страницы в социальных сетях, а также карта местонахождения компании.
<i>Наличие обратной связи (чат-бот) на сайте (the presence of feedback (chatbot) on the website)</i>	программное приложение, которое создано для имитирования человеческого общения через текстовые или голосовые взаимодействия. Современные чат-боты, зачастую, работают в онлайн-режиме и используют сгенерированные системы искусственного интеллекта, которые могут поддерживать общение с пользователем естественным языком и визуализировать поведение пользователя.
<i>Поисковая оптимизация или SEO (search engine optimization)</i>	данный критерий должен учитываться при создании контента <i>website</i> и является неотъемлемой составляющей для ускорения всего процесса продвижения сайта, его видимости в поисковых системах и служит хорошим поведенческим фактором, который в большей степени усиливает развитие <i>website</i> . [1].

Дизайн является одним из основных инструментов в разработке *website*, к которому предъявляются базовые требования, способствующие укреплению бренда компании:

«Типографика и читабельность»

Выбор шрифта должен представлять собой идеальное (или близкое к идеальному) сочетание четкости и читабельности, оставаясь при этом приемлемым для пользователей:

– *четкость* относится к дизайну шрифта, в частности, к ширине штрихов, наличию засечек, наличию нового типа элементов дизайна и т.д.

– *читабельность* имеет более высокий приоритет, так как в большинстве случаев восприятие текста важнее, чем его стиль, поэтому для повышения читабельности необходимо выбирать те шрифты, которые и были разработаны для них, например, шрифты для заголовков, шрифты для основного текста и т.д. [2].

«Удобство для мобильных телефонов»

Сайт должен поддерживаться на мобильных устройствах с помощью адаптивного дизайна, который настраивает макет веб-сайта с устройством просмотра, в частности, с компьютером, планшетом или мобильным телефоном. Таким образом, пользователь имеет возможность оперативно найти необходимую информацию и повысить эффективность закупочной системы.

«Цветовая гамма и изображения»

Нельзя игнорировать визуальный стиль и тон дизайна веб-сайта компании. В то же время необходимо сохранять дизайн простым и чистым, чтобы в нем было легко ориентироваться, – в оформлении веб-сайта следует придерживаться простой палитры цветов, в частности, использовать исключительно три-пять оттенков. Также не стоит забывать об изображениях продукции компании на *website*, можно сделать каталог всей его продукции с актуальной информацией и техническими характеристиками.

«Лаконичность и минимализм»

Дизайн *website* должен придерживаться данного принципа, что является неотъемлемой частью при создании сайта и служит ключом как к читабельности, так и к удобству его использования. Минималистичный макет с логотипом предприятия придает *website* привлекательный и стильный вид, который дополнит и повысит branding компании.

В таблице 2 приведены современные элементы веб-дизайна, которые будут преобладать в индустрии разработки *website* компании.

Таблица 2 – Современные элементы веб-дизайна

Элементы веб-дизайна	Описание
<i>Искусственный интеллект (artificial intelligence)</i>	внедрение чат-ботов, голосовых помощников и иных инструментов на основе искусственного интеллекта будут играть важную роль в веб-дизайне, и в продвижении компании
<i>Голосовой пользовательский интерфейс (VUI – voice user interface)</i>	применение разговорного дизайна или VUI-design, создаваемого на основе популярных голосовых помощников, таких как, Amazon Alexa и Google Home, позволит в большей степени взаимодействовать пользователям с сайтом не посредством традиционного интерфейса, а через голосовые команды.
<i>Функции персонализации (personalization functions)</i>	персонализированные рекомендации или пользовательские домашние страницы, создаваемые на основе истории просмотров пользователя или потенциальных потребителей
<i>Ассиметричные планировки (assimetric layouts)</i>	неравномерно сбалансированные на странице элементы, которые создают более визуально захватывающий и динамичный дизайн.

Таким образом, для облегчения поиска информации контент должен быть читабельным, информативным, «богатым» и одновременно не перегруженным релевантными ключевыми словами. Покупатели сектора B2B, в большинстве случаев, тратят 2/3 своего времени на поиск поставщиков и продукции в Интернете, прежде чем совершить покупку. Изменение поискового поведения покупателей B2B сектора требует новых маркетинговых подходов.

Исходя из этого, *поисковая оптимизация* способствует повышению производительности веб-сайта, обеспечивает его появление в верхней части результатов поиска и легкость нахождения целевыми покупателями.

На рисунке 2 представлены основные «шаги развития» *website* компании.



Рисунок 2 – «Шаги развития» *website* компании

Следует отметить, что данные современные тенденции являются прогнозами и не обязательно будут популярны в индустрии разработки *website*. Всегда полезно быть в курсе последних тенденций и лучших практик в веб-дизайне, чтобы веб-сайт был актуальным и эффективным.

Таким образом, *юзабилити* (от англ. usability – «удобство и простота использования») сайта – это неотъемлемый показатель в цифровом маркетинге для развития предприятия. Веб-сайт должен постоянно обновляться, чтобы стать интересным информационным центром для потенциальных клиентов и покупателей. Качество веб-сайта влияет на доверие к бренду в целом, т.е. это визитная карточка предприятия. Веб-сайт, оптимизированный для поисковых систем, должен занимать высокие позиции в результатах поиска и тем самым помогать бизнесу быть более заметным для потенциальных клиентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кураков, А. Эффективное продвижение сайтов. Реальное SEO / А. Куратов, М. РАЙцин. – 4-е изд. – 2014. – 173 с.
2. Веб-типографика. Искусство оформления текстов для Интернета С.В. Иваница; ГОУ ВПО «ДОННТУ». – Изд. 2-е, доп. – Донецк, 2022. – 416 с.

REFERENCES

1. Kurakov, A. Effective website promotion. Real SEO / A. Kurakov, M. Raitsin. - 4th ed. - 2014. - 173 с.
2. Web Typography. The art of text design for the Internet / S. V. Ivanitsa; GOU VPO «DONNTU». - Ed. 2nd, supplement. - Donetsk, 2022. - 416 с.