

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФОРМИРОВАНИИ И ПРОДВИЖЕНИИ WEB-САЙТА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ СООО «СИСТЕМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»)**

Магистрант Дергачева Д.В.

*МИДО БНТУ, Минск, Беларусь, milashka8901@mail.ru*

Руководитель Кондратьева Т.Н.

*БНТУ, Минск, Беларусь, tamara-kon@yandex.ru*

Индустрия информационных технологий является одной из самых быстрорастущих и перспективных современных направлений деловой активности. Программное обеспечение в том или ином виде завоевывает мир: это мобильные и компьютерные устройства, машины, самолеты, интеллектуальные дома. ИТ - отрасль развивается в два раза быстрее традиционных отраслей, например, машиностроения или строительства. Относительно молодой белорусский ИТ-бизнес демонстрирует достаточно высокие темпы роста, одновременно повторяя многие зарубежные тенденции развития. Сегодня отечественные ИТ-компании предлагают широкий спектр продуктов и услуг. В связи с чем на белорусском ИТ-рынке существует высокая конкуренция. Это повышает роль маркетинговой деятельности, ее активизацию и совершенствование, в том числе путем продвижения продуктов и услуг посредством сети Интернет. Web-сайт позволяет потребителям получить информацию о необходимых товарах и услугах, изучить и сравнить предложения различных предприятий. Этим и объясняется актуальность темы.

Объектом исследования является организация СООО «Системные технологии». Предметом исследования является web-сайт организации st.by. Целью является разработка предложений по повышению эффективности web-сайта организации. Для достижения поставленной цели нами решены следующие задачи: изучены методы продвижения web-сайта в Интернете и основные показатели его эффективности; проанализирована маркетинговая деятельность организации; оценена эффективность web-сайта организации.

СООО «Системные технологии» является динамично развивающейся организацией, специализирующейся на разработке программных продуктов для банков и крупных предприятий. Проведен ABC-анализ, в ходе которого были выявлены наиболее продаваемые продукты, к которым относятся E-Banking, STBankCRM, STBankBI, депозитарий, управление инвестициями, выручка от их реализации составляет 76% в общей выручке.

СООО «Системные технологии» активно участвует в выставках и форумах, а в 2014 г. на основе накопленного опыта стала организатором конференции. Однако СООО «Системные технологии» не в полной мере использует инструменты интернет-маркетинга для продвижения своей продукции, основным инструментом продвижения в интернет является web-сайт.

Анализ web-сайта организации СООО «Системные технологии», который выполняет функции корпоративного представительства и промо-площадки для продвижения продукции, проводился по следующим направлениям: анализ статистики посещаемости, анализ источника трафика, ключевых запросов, аудит сайта, визуальный анализ и юзабилити.

На основе анализа веб-сайта было выявлено, что:

1) наибольшее количество посещений приходится на первую половину недели - с понедельника по пятницу и на первую половину дня с 9 до 15 часов, второй пик посещаемости - с 20 до 22 часов;

2) наибольшее количество посетителей 62,32 % пришло из поисковых систем, 20,31% ввели адрес сайта в адресной строке, либо перешли на него из закладок; внутренние переходы составили 8,71%; с помощью сайтов-источников перешли на сайт 9,64%, по социальным сетям – 0,02%;

3) наибольшее число пользователей поисковых систем приходят по запросам, связанных с названием организации; 4) только по 15% из всех ключевых запросов сайт st.by находится на первой странице (топ-10) поисковой выдачи Яндекс и по 10% - в поисковой выдачи Google, при этом 38% ключевых запросов нет даже в топ-100 поисковой системы Яндекс и 28% поисковой системы Google;

5) файл robots.txt отсутствует, не везде прописан элемент «alt» и для всех не указан тег «title», на сайте отсутствует элемент <description>, также на сайте отсутствует элемент <keywords>, сайт не оптимизирован под мобильные сети;

б) главная страница сайта не совсем продумана в плане информативности, эффективности и удобства. Вся информация располагается по центру и не задействован весь широкоэкранный дизайн; страница «продукты» не продумана в плане цветового фона, т.к. белый текст сложно читаем на цветном фоне; текстовый материал на многих страницах сайта нуждается в доработке; не продуман раздел «новости»; ~~нету~~ отсутствует кнопка «связаться с нами».

Оценка конкурентоспособности web-сайта показала, что организация не занимает лидирующих позиций по такому показателю, как известность марки, сайт организации является не конкурентоспособным по таким показателям, как юзабилити сайта и широта представленного ассортимента.

В результате оценки эффективности web-сайта по основным показателям были выявлены следующие недостатки:

1) слабая видимость web-сайта организации в поисковых системах по ключевым запросам из-за его неоптимизированности, что отрицательно влияет на посещаемость сайта с такого источника трафика, как поисковые системы;

2) наличие на сайте технических ошибок, которые не позволяют сайту попасть в топ-10 поисковых систем, а также затрудняют пользование сайтом посетителям;

3) небольшая посещаемость web-сайта организации;

4) низкий ТИЦ и PageRang;

5) рентабельность инвестиций падает в 2013 г. была 6%, в 2014 г. стала 4,5%.

Для устранения выявленных недостатков целесообразно осуществить следующие мероприятия:

1) модернизация сайта организации, в результате которой был разработан новый дизайн и структура: широкоэкранный дизайн главной страницы, вертикальное навигационное меню для удобства пользования, дизайн навигационной панели, добавлен раздел «новости» в главное меню и кнопка «связаться с нами»;

2) по внутренней оптимизации web-сайта: оптимизация страниц под ключевые запросы, корректное заполнение тегов «title», «alt», мета-тегов «description» и «keywords», заполнение заголовков «h1», «h2»-«h6»;

2) по внешней оптимизации web-сайта: постепенное наращивание ссылочной массы, закупка ссылок в сервере «Sape», публикации статей, содержащих ссылки на сайт.

Разработанные мероприятия по повышению эффективности web-сайта ООО «Системные технологии» являются эффективными, о чем свидетельствуют проведенные расчеты. За три года чистый дисконтированный доход от проведения данных мероприятий составит 37,24 млн. руб., а рентабельность инвестиций составит 66%, что означает, что осуществлять их целесообразно.

#### Список литературы:

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И.Л. Акулич. Минск: Вышэйшая школа, 2011. – 524с.

2. Калюжной, Н. Я., Якобсона, А. Я. Маркетинг: общий курс: учебное пособие /Под редакцией Н. Я. Калюжной, А.Я. Якобсона. 2-е издание, Минск: Омега-Л, 2013. - 476 с.

3. Парамонова, Т., Комаров, В. Методический подход к оптимизации выбора наиболее эффективного средства Интернет-рекламы / Т. Парамонова, В. Комаров: Практический маркетинг, 2014.