

УДК 338.26

## **ВЕБ-САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Студент гр. 10302218 Олейник О.Г.

*Научный руководитель – ст. преподаватель Лавренова О.А.*

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

В современной экономике уже существующие компании постоянно сталкиваются с проблемой эффективных способов расширения рынков сбыта для своих товаров и услуг, а новые компании вынуждены искать пути выхода на эти рынки. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь только за 2018 год количество вновь образованных предприятий составило 9249. Вместе с тем, по данным статистики показатель выживаемости новых компаний за 2017 год составил всего 53,6 % [1]. Поэтому вопрос поиска и удержания клиентской базы стоит достаточно остро для всех компаний.

Решением проблемы расширения клиентской базы может стать в том числе и веб-сайт, который предоставляет компании обширные возможности по созданию, построению и управлению взаимоотношениями с клиентами. Целью веб-сайта может являться обслуживание процессов покупки для дальнейшего перехода клиентов из категории потенциальных клиентов в категорию реальных [2].

Важным преимуществом создания веб-сайта для привлечения потребителей является то, что пространство сети Интернет позволяет заявить о себе в таких масштабах, которые в традиционном маркетинге потребовали бы от компании для своего осуществления огромных затрат как денежных средств, так и времени. Сейчас все большее количество людей получают информацию о товарах и услугах посредством глобальной сети, поэтому присутствие бренда в этой сети является необходимым залогом успеха, узнаваемости и лояльности потребителей [3].

Благодаря постоянному общению интернет-пользователей происходит скрытая реклама товаров и услуг. Практически без каких-либо усилий происходит быстрый охват аудитории, который напрямую влияет на посещаемость сайта и узнаваемость компании.

Необходимо учитывать тот факт, что сеть Интернет включает в себя огромное количество компаний-конкурентов. Так, конкуренция в любом городе намного меньше, чем в сети. Поэтому нужно выполнить ряд мероприятий по продвижению сайта. Примером могут служить такие мероприятия, как поисковое продвижение (SEO), продвижение в социальных сетях (SMO, SMM), вирусный маркетинг, контекстная реклама, таргетированная реклама контент-маркетинг, регистрация в каталогах, e-mail-маркетинг, комплексное продвижение, а также различные нестандартные методы продвижения [4].

Важным вопросом для компании является окупаемость сайта. Чтобы сайт достиг уровня 100 посетителей в день, требуется минимум 1 год работы по его наполнению. Но привлечение пользователя на сайт не означает, что он автоматически станет клиентом. Компании «Amazon» потребовалось 24 года, чтобы ее сайт стал одним из самых прибыльных в мире (чистая прибыль за 2018 год составила 9.304 миллиардов долларов США). Анализ успешных проектов веб-сайтов показывает, что для получения большой прибыли от действующего сайта необходимо правильно воздействовать на покупателя. Необходимо постоянно заинтересовывать и удерживать его внимание. Для этого специалисты рекомендуют соблюдать следующие правила создания веб-сайта [5]:

1. Текстовый контент должен быть уникальным.
2. Контент обязательно должен быть полезным, информативным и профессионально подготовленным. Продуманная верстка помогает акцентировать внимание читателя на основных элементах сайта, выделить наиболее важные его части.
3. Сайт должен соответствовать требованиям поисковых систем. Текст должен быть разбит на блоки, содержать минимум лирических отступлений и неинформативных фрагментов.
4. Необходимо наличие форм обратной связи, а также возможности совершать покупки на сайте в любое время суток.
5. Для лучшего запоминания у пользователей можно создать простой и запоминающийся слоган, который обязательно должен присутствовать на главной странице веб-сайта.

Выполнение этих правил позволит сформировать базу лояльных клиентов. В последующем это сыграет огромную роль в совершении будущих покупок именно из ассортимента данной компании.

Также это позволит продавать товар или услугу компании по цене, выше средней, так как потребитель будет готов переплачивать, даже если качество хуже, чем у конкурентов.

Таким образом, в настоящее время создание хорошего веб-сайта для любого бизнеса – это один из главных способов привлечения потребителей и расширения клиентской базы. Сайт поддерживает имидж компании, способствует повышению степени узнаваемости бренда. Эффективный сайт предоставляет пользователю весь объем информации о компании, её товарах, услугах и является инструментом для организации обратной связи с потребителями.

### *Литература*

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>

2. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / Алина Уиллер; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2004.

3. Cara Pring 100 more social media statistics for 2012– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thesocialskinny.com/>. – Дата доступа: 26 декабря 2019 года.

4. Продвижение сайта. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://promopult.ru/library/Продвижение\\_сайта](https://promopult.ru/library/Продвижение_сайта). – Дата доступа: 26 декабря 2019 года.

5. Контент сайта: требования и направления работ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kp.ru/guide/kontent-saita.html>. – Дата доступа: 26 декабря 2019 года.