

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
"САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра математической экономики

**Разработка и оптимизация web-сайта для осуществления коммерческой
деятельности предприятия**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 451 группы
направления подготовки 38.03.05 – Бизнес-информатика механико-
математического факультета
Пантелеевой Марины Васильевны

Научный руководитель:

Ст. преподаватель _____ С.Н. Купцов

Заведующий кафедрой:

д.ф.-м.н., профессор _____ С.И. Дудов

Саратов 2018

ВВЕДЕНИЕ. В наше время наличие web-сайта для компании является необходимостью. Web-сайт - визитная карточкой компании, он может нести исключительно информативный характер, помогать организации осуществлять коммерческую деятельность, привлекать новых клиентов. Наличие интернет-магазина на web-сайте может сэкономить деньги компании на аренде торгового помещения и на зарплате консультантов, а также сэкономить время покупателям при выборе товара и покупке. Также наличие сайта повысит популярность бренда не только на региональном уровне, но и на всероссийском и мировом.

Целями и задачами работы являются: анализ этапов создания коммерческого сайта, анализ сайтов конкурентов, выявление факторов, которые положительно и отрицательно влияют на результат работы web-сайта, разработка и оптимизация собственного web-сайта для ООО «Кофе Студио» для осуществления коммерческой деятельности.

Работа состоит из трех частей. Первая глава посвящена разбору главных этапов разработки сайта. Здесь выявляются правила и стандарты разработки качественного сайта начиная с определения целей и заканчивая разработкой продающего контента.

Во второй главе проводится анализ сайтов-конкурентов. Анализ проводится с помощью теоретических знаний в области разработки сайта, знаний в области SEO-оптимизации, также с помощью ресурса a.pr-cy.ru. Здесь подробно рассматривается алгоритм анализа сайтов-конкурентов и выявляются положительные и отрицательные факторы, влияющие на работу сайта.

Третья глава посвящена разработке и оптимизации web-сайта для компании ООО «Кофе Студио». На данном этапе анализируется работа сайта за последние пять месяцев, выявляются и устраняются недостатки в работе. На основе анализа сайтов-конкурентов проводится оптимизация главных страниц сайта, платежной системы, а также разрабатываются новые страницы «О нас»,

«Блог», «Контакты», которые повышают доверие и лояльность посетителей сайта.

1. Основные этапы создания web-сайта. Начальными этапами являются определение целей создания сайта и целевой аудитории. Данная стадия малозатратна, но очень важна для успешной работы. От целей создания зависит функционал сайта. Определение целевой аудитории является ключевым в разработке сайта, так как компания будет иметь четкий вектор развития, понимая, что и кому продавать. В работе рассмотрены главные способы определения целевой аудитории.

Как только основные задачи, цели и целевая аудитория определены, необходимо зарегистрировать домен, он должен быть простым и запоминающимся. После регистрации домена стоит приступить к разработке структуры сайта. Существует логическая и физическая структура сайта. Логической структурой называются тематические блоки с документами и спроектированными гиперсвязями между всеми страницами сайта. Так, логическая структура показывает переходы между всеми страничками сайта. Виды логической структуры сайта: параллельная, иерархическая и смешанная. Физическая структура сайта отвечает за размещение файлов и папок на диске компьютера. Правильная организация файлов поможет в работе с сайтом.

Следующий этап: разработка дизайна и верстка web-страниц. Здесь описаны основные правила дизайна и верстки web-сайта, упоминается о важности «Главной» страницы сайта, рассказывается о влиянии цветовой гаммы сайта на восприятие человека.

После разработки дизайна и верстки необходимо выбрать систему управления сайтом, она поможет управлять содержимым сайта. Далее стоит приступить к разработке контента. Главное преимущество от сайта фирма может получить, если разместит на нем нужную пользователям информацию, в данной работе рассказывается какую информацию стоит поместить на сайт, чтобы не перегрузить его и донести до пользователя все самое важное.

Завершающие этапы разработки сайта: тестирование и размещение сайта, хостинг, поисковая оптимизация сайта.

2. Анализ сайтов конкурентов.

2.1 Критерии оценки сайта

1) Поисковые системы

Важными показателями работы сайта в поисковых системах являются:

- Параметры Яндекс ТИЦ и Google PR
- Индексация сайта
- Отсутствие санкций и вирусов

2) Трафик

3) Ссылки

4) Юзабилити

Юзабилити – это показатель, который показывает на сколько легко и просто пользоваться сайтом. Если юзабилити будет низким, то сайт не принесет никакой пользы.

5) Мобильность

Важно иметь мобильную версию сайта, для того, чтобы человек в любой момент смог ознакомиться с сайтом и, в случае интернет-магазина, совершить покупку.

2.2 Оценка сайтов конкурентов

Первый этап – это вычисление прямых конкурентов. Для этого нужно учесть нюансы деятельности компании и продукта, при выявлении прямых конкурентов определяем основные критерии отбора. Определив основные критерии, вводим в поисковую систему запрос с ключевыми словами.

Основные запросы для выявления конкурентов: «specialty coffee», «купить кофе свежей обжарки», «обжарка кофе specialty», «кофейни specialty».

Критерии отбора сайтов конкурентов: сайт должен иметь интернет-магазин, продукт только класса specialty, собственное производство по обжарке кофе, компания должна презентовать свой продукт на всероссийских

и международных выставках таких, как Moscow Coffee & Tea EXPO, Global Specialty Coffee Expo.

Из большого количества сайтов выбираем несколько качественных проектов, которые хорошо зарекомендовали себя в данной нише и являются лидерами.

После детального анализа сайтов были выявлено 3 сайта-конкурента: skuratov.coffee, travelers-coffee.com, coffeeowlroasters.com. Все компании занимают лидирующие позиции в данной нише.

Для оценки сайтов конкурентов использовался интернет ресурс a.pr-su.ru, который бесплатно проводит полную аналитику и работает только с лучшими сайтами, для анализа критериев. Для оценки юзабилити сайта во внимание брались не только результаты a.pr-su.ru, но и проводился юзабилити-тест с 5 участниками.

Во время анализа были рассмотрены аспекты, влияющие на ранжирование сайтов в поисковике, на популярность сайта у пользователей, на отказ от покупки и на удовлетворенность пользователей сайтом. Также был проанализирован трафик каждого сайта, внешние и внутренние ссылки. Юзабилити тестирование ответило на главный вопрос: «Что мешает пользователю совершить покупку на сайте?». Заключаящим этапом анализа была проверка работы мобильности сайта.

В результате анализа был выявлен фаворит - coffeeowlroasters.com. У данного сайта нет большого трафика, как у конкурентов, но при этом посетители сайта больше времени проводят на сайте и активнее совершают покупки, а также все участники юзабилити-тестирования отметили coffeeowlroasters.com, как самый удобный и привлекательный сайт, а также сказали, что снова вернутся для осуществления покупки.

3. Разработка и оптимизация web-сайта для ООО «Кофе Студио».

Для описания разработанного сайта и его оптимизации необходимо познакомиться со спецификой предприятия.

Предприятие ООО «Кофе Студио» является одним из ведущих в Саратовской и Нижегородской областях в сфере оказания услуг общественного питания, связанных с приготовлением кофейных напитков и изготовлением десертов. Команда начала свою деятельность в 2015 году. За годы существования заведение использовало такие средства привлечения гостей, как реклама наружная, в социальных сетях и городских популярных журналах. Для компании был создан сайт для увеличения объема продаж пачек кофе, ознакомления потенциальных гостей с ассортиментом, облегчения покупки напитка, десерта, пачки кофе путем создания функции онлайн-заказа.

Сайт для ООО «Кофе Студио» разрабатывался с помощью конструктора www.wix.com. У ресурса огромный функционал, wix является очень простым, есть возможность SEO оптимизации, имеет интеграцию с социальными сетями, приятный и понятный интерфейс, а также много обучающей информации на русском языке.

Проанализировав работу сайта за пять месяцев, можно сделать вывод, что функция покупки напитков и десертов через онлайн-магазин не популярна у пользователей сайта. Учитывая то, что «срок жизни» напитка составляет в среднем 5 минут, а покупатель может вовремя не забрать заказ, от данной функции сайта нужно отказаться. Навигация по сайту и кнопки располагались в нижней части экрана и имели очень мелкий шрифт текста, на это негативно реагировали пользователи сайта. Главная страница была перегружена большим количеством информации и не имела прямых ссылок в «Магазин». Процесс оформления заказа был невозможен без менеджера, так как не было возможности добавить адрес и условия доставки. Все эти моменты были изменены и оптимизированы, а также был изменен дизайн, добавлены новые

страницы «Блог», «О нас» и «Контакты» для большей лояльности и интереса к продукту и компании.

3.1 Оптимизация страниц «Главная» и «Магазин»

На сайте был изменен дизайн, он стал более лаконичным и привлекательным. Навигация страницы находится в верхней части сайта, где, нажав на соответствующую кнопку, можно перейти на страницы «Магазин», «Кофейни», «Блог», «О нас», «Контакты», также есть ссылки на социальные сети и кнопка «Корзина». Для того, чтобы пользователь понимал на какой сайт он попал и что этот сайт ему может предложить, на главную страницу было выведено несколько товаров из меню с прямой ссылкой на интернет-магазин. Также на главной странице есть лента, на которой расположены небольшие пожелания гостям сайта. В нижней части также расположены навигация по сайту и поле, где посетитель может заполнить необходимые данные для подписки на рассылку новостей, акций, концертов и выставок в соответствии. Так потенциальные гости кофейни всегда смогут быть в курсе мероприятий, направленных на привлечение посетителей и поддержание стабильных продаж.

В «Магазине» пользователь сразу знакомится с ассортиментом, функция заказа напитков онлайн была удалена, страница не перегружена большим количеством текста, имеет крупные и яркие картинки упаковок кофе, что сразу привлекает внимание посетителей сайта. Всю необходимую информацию для предварительного выбора товара пользователь сайта сможет прочитать, наведя курсор на картинку необходимого сорта. Слева находится фильтр, помогающий пользователю выбрать ценовой диапазон. Новые позиции в магазине отмечены, как «Новинка», в верхней части картинки упаковок. Кликнув на определенный сорт кофе, сайт переносит пользователя на страничку «О Кофе» с подробным описанием выбранного сорта, здесь пользователь сможет узнать всю необходимую информацию о товаре, способах заваривания, выбрать количество товара и добавить продукт в корзину. На странице «О Кофе» пользователь может перемещаться от одного

сорта к другому, то есть не обязательно возвращаться в магазин и кликать на другой товар, что очень неудобно при использовании сайта.

3.2 Разработка страниц «Блог», «О нас» и «Контакты»

На сайт были добавлены новые страницы «О нас», «Блог» и «Контакты». Данные страницы помогут расположить к себе пользователя сайта, поможет ему лучше познакомиться со спецификой компании и продуктом.

На странице «О нас» пользователь найдет историю создания компании и познакомится с основной деятельностью ООО «Кофе Студио». Главная задача текста на странице – передать трепетное отношение компании к своему продукту, создать впечатление, будто читаешь историю хорошего давнего друга, сделать акцент на значимости и уважении посетителя данного сайта.

На странице «Блог» можно прочитать интересные новости из жизни компании, здесь пользователь сможет найти разнообразные рецепты приготовления напитков, познакомиться с экспериментами, которые проводит компания, прочитать о кофейных путешествиях, чемпионатах и конкурентах. Так же зарегистрированный пользователь сайта сможет опубликовать свою статью, так посетители смогут поделиться своими знаниями и активно участвовать в развитии сайта. Так же интересующую статью или информацию посетитель сможет найти с помощью поиска. На данный момент страница находится в стадии разработки, осуществляется сбор данных.

Страница «Контакты» создана для того чтобы пользователь мог задать интересующие его вопросы, оповещение о сообщении приходит администратору в «Уведомления», которые находятся в панели управления сайта. Там же администратор может прочитать и ответить на сообщение, которое придет пользователю на почту, которую он указал при заполнении формы на сайте.

3.3 Оптимизация платежной системы

Перейдя в корзину, пользователь может отредактировать заказ и совершить покупку. Здесь есть возможность использовать купон на скидку,

который выдается посетителям кофейни при покупке кофе, для того чтобы перевести покупателя на онлайн покупку товара. Так же пользователь сайта при покупке может написать пожелание и выбрать адрес доставки. При изменении адреса доставки меняется и цена доставки в зависимости от страны. Покупку на сайте можно оформить только с помощью платежного сервиса PayPal. Большинство продавцов и покупателей предпочитают PayPal в качестве способа оплаты, поскольку PayPal обеспечивает безопасные интернет-платежи с помощью кредитной карты или банковского счета. При отправке платежа через систему PayPal получатель не узнает данные кредитной карты или банковского счета отправителя. В случае, если товар не был доставлен или он существенно отличается от описания, PayPal помогает покупателю вернуть полную стоимость покупки, включая доставку. Всю необходимую информацию о покупке покупатель увидят в процессе оформления заказа, на странице благодарности и в электронном письме-подтверждении заказа.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. На сегодняшний день сайт представляет собой необходимый атрибут любой компании. Сайт работает 24 часа в сутки, предоставляя необходимую информацию одновременно множеству заинтересованных в ней людей, независимо от того, где они находятся. При грамотном подходе к созданию сайт может принести огромную пользу, позволяя увеличить объем продаж товаров или услуг, установить новые связи на рынке, а также позволить оказывать информационную и сервисную поддержку клиентов и партнеров.

Успешный сайт - это выгодная инвестиция в любой бизнес. Но для повышения эффективности мало просто создать сайт. Необходимо сразу задуматься и о его качественном продвижении. Продвижение, раскрутка, внутренняя и внешняя оптимизация сайтов достаточно эффективны и обходятся дешевле всех других видов рекламы.

Чем лучше сайт выглядит и чем больше интереса он представляет для пользователя, тем лучше это для имиджа компании, на которую данный сайт работает. Быстро загружающиеся страницы, легкость и удобство использования, попадание на первые страницы поисковиков - все это необходимо для качественного и успешного web-сайта.

В работе были подробно рассмотрены особенности и этапы создания web-сайта, а также вопросы оптимизации и привлечения внимания целевой аудитории. Были проанализированы сайты конкурентов и выявлены положительные и негативные моменты, влияющие на работу сайта. Так же был разработан и оптимизирован сайт для ООО «Кофе Студио», позволяющий привлечь новых потребителей, и тем самым повысить объем продаж пачек кофе и конкурентоспособность компании.