

## **Заняття 2. Створення сайту. Безкоштовні та платні можливості створення сайту.**

Створення веб-сайту. З чого складається сайт: домен, хостинг, CMS, дизайн сайту, інформація на сайті. Як створити сайт на безкоштовній площадці? Складові успішного сайту: структура, юзабіліті, дизайн та SEO. Приклади успішних сайтів і чим вони подібні між собою. Аналіз форми та змісту ефективного сайту.

### **Створення веб-сайту**



Сайт – це презентація Вас в країні під назвою «Інтернет». Та давайте все ж таки розберемо детальніше, що таке веб-сайт.

**Сайт (від англ. Website: web – «павутина, мережа» і site – «місце», буквально «місце, сегмент, частина у мережі») – сукупність електронних документів (файлів) приватної особи або організації у комп'ютерній мережі, об'єднана під одною адресою (доменним ім'ям або IP-адресою) та знаходиться на хостингу (сервері).**



**IP-адреса (Internet Protocol address) — це ідентифікатор (унікальний числовий номер) мережевого рівня, що використовується для адресації комп'ютерів чи пристроїв у мережах, що побудовані з використанням протоколу TCP/IP (Інтернет).**



Все в мережі повинно мати свою адресу, для машин зрозумілою є IP адреса. IP-адреса складається з чотирьох 8-бітних чисел, які називають октетами (приклад IP-адреси - 192.168.0.31). З метою розуміння людьми – придумали доменні адреси і імена. Наприклад 194.28.172.67 = [www.bc-club.org.ua](http://www.bc-club.org.ua).

Ви ж запитаете, як розрізняють яка IP належить якому домену? Для цього існують спеціальні Доменні Сервера (DNS=domain name server) і на цих серверах буквально лежать текстові файли в який записано яка IP адреса належить якому домену. Процес перетворення доменного імені у IP-адресу виконується DNS-сервером.

Пишеш в браузері домен – він шукає IP адресу на DNS сервері і вже тільки тоді підключається до веб-сайту.

**Доменне ім'я – символічне ім'я, що служить для ідентифікації областей, а саме одиниць адміністративної автономії в мережі Інтернет.** Доменні імена дають можливість адресації інтернет-сайтів і розташованих на них мережевих ресурсів (веб-сайтів, серверів електронної пошти, інших служб) в зручній для людини формі. Доменні імена бувають першого і другого рівня. Домени в принципі може бути будь-який, який буде підкреслювати бренд, компанію або сферу в якій Ви працюєте.

**Хостинг (англ. hosting) – це виділене місце на вінчестері серверу, що має цілодобове підключення до Інтернету для розміщення вашої веб-сторінки.** Іншими словами, хостинг – це послуга по постійному розміщенню вашого сайту в Інтернеті. Цю послугу надають як Інтернет-провайдери, так і компанії, що спеціалізуються на наданні послуг веб-хостингу.

Фактично будь який комп'ютер можна зробити сервером, але у цьому є багато своїх недоліків: комп'ютер буде постійно гудіти, треба ставити запасний комп'ютер, щоб не «летів» сайт. Краще звісно купити собі місце на веб-хостингу, який Вам продадуть компанії які цим займаються. Веб-хостинг потрібно купувати обережно і дуже якісний.

**Система керування вмістом (англ. Content management system, CMS) – інформаційна система або комп'ютерна програма, яка використовується для забезпечення і організації спільного процесу створення, редагування і управління контентом (тобто в нашому випадку – вмістом веб-сайту).** У системі управління вмістом можуть бути визначені найрізноманітніші дані: документи, фільми, фотографії, номери телефонів, наукові дані і так далі.

Тобто веб-сайт – це CMS, на якій структурована інформація (у вигляді веб-сторінок файлів малюнків) та яка знаходиться на веб-сервері і є об'єднана одним доменом.

### **Що таке хороший веб-сайт**

**Хороший інтернет сайт – це ефективно продовження всієї маркетингової та PR-ної політики фірми.** На технічному рівні – це потрібний користувачам зміст, ефективна і функціональна структура, гарний естетичний дизайн нарешті. Хороший сайт швидко вантажиться, не напружуючи відвідувача. Такий веб-сайт має просту і прозору структуру, в якій легко орієнтуватися.

Гарний ефектний приклад веб-сайту: <http://www.moodsfnorway.com/> . Тут чітко проглядається маркетингова стратегія компанії.

**Досвід показує, що відвідувач окрім інформації про товар/послугу очікує ще знайти на сайті щось для своєї освіти.** Так західні сайти, присвячені винам та іншим напоям, можуть містити дуже цікаві описи історії напоїв, рекомендації щодо їх споживання, складання коктейлів та інше.

**А що таке хороший веб-сайт?** Відповідь залежить від ряду обставин. Насамперед, від завдань, які компанія хоче виконувати за допомогою власного інтернет-сайту, і від орієнтації на оптового чи роздрібного покупця. Наприклад, ви можете як і раніше продавати свою продукцію традиційними методами і використовувати свій сайт просто для реклами вашої фірми і товарів (корпоративний веб-сайт). В такому разі вимоги будуть простіше. Ви можете, крім цього, перетворити веб-сайт на потужний інструмент продажу та в даному випадку вимоги і завдання ускладнюються (електронний магазин).

**Хороший ефективний сайт повинен містити:**

- 1. Ефективна структура сайту і юзабіліті** (Ви складаєте і продумуєте разом з інтернет-маркетологами, дизайнерами і програмістами)
- 2. Якісний контент сайту** (який буде допомагати швидко знаходити необхідні відповіді, які задає користувач)
- 3. Ефективний веб-дизайн** (простий, легкий і приємний для ока веб-дизайн сайту). Звісно веб-дизайн сайту має підтримувати різні браузеры, різні розширення монітора, бути функціональним та інтуїтивним у користуванні.
- 4. Функціональна CMS, якісний хостинг та влучний домен** (для програмного відображення Вашої структури, дизайну та юзабіліті)

**«Золоті правила» створення ефективних веб-сайтів**

### 1. Бізнес-цілі веб-сайту

Мета (результат) є ключовим поняттям, з якого повинна починатися будь-яка діяльність, і проектна діяльність по створенні веб-сайтів не є винятком. Одна з найнебезпечніших помилок в управлінні веб-проектами (чи загалом проектами) – починати працювати, не розуміючи цілей. Цілі треба ставити, тому варто обговорити, як ставити їх правильно.

Процес постановки цілей (goal-setting) вже вивчений "вздовж і впоперек", і в ході цього вивчення було розроблено велику кількість моделей і методів.

Першим у черзі на розгляд, безумовно, є метод SMART. Авторство приписують Пітеру Друкеру, гурту менеджменту. **Українська мова»!!!!!!**



**Сформулюйте бізнес-цілі веб-сайту, розставте пріоритети і донесіть цю інформацію до всієї команди розробників:**

- **Високий пріоритет** (реалізація даних цілей обов'язкова, без їх реалізації сайт наявність сайту не має значення)
- **Середній пріоритет** (сайт може бути створений без або з частковою реалізацією даних цілей, але з умовою, що вони в найближчий час будуть реалізовані)



- **Низький пріоритет** (цілі орієнтовані майбутній розвиток проекту: додаткова функціональність або захоплення додаткового сектору аудиторії. Реалізації цих цілей покращить веб-проект, але без них функціонування веб-сайту буде достатньо ефективним).

## **2. Цільова аудиторія**

Чітко визначте цільову аудиторію Вашого сайту (користувачів розбийте по групах) і опишіть ключові характеристики вибраних груп:

- Визначте кому Ви хочете пропонувати Ваші послуги чи продукти
- Дослідіть цільову аудиторію, знайте які є цілі і задачі у цих людей, зв'язані з Вашим веб-сайтом
- Виділіть в ній групи, схожі по цілям і патернах поведінки
- Визначте, які групи будуть для Вас найбільш важливі
- Визначте, які цілі представників цих груп Ви хочете задовольнити

## **3. Зрозумілість**

Користувачі повинні ясно розуміти зміст і призначення всіх текстів, графічних елементів, навігації та елементів управління.

### **3.1. Мислення**

- Ми не любимо здогадуватись і робити логічні умовиводи
- Ми навчаємось швидше, якщо нам знайома термінологія

### **3.2. Пам'ять**

- Людська пам'ять не ідеальна, якщо порівнювати з комп'ютером

### **3.3. Тексти**

- Назви текстів, заголовків, назв команд зрозумілі користувачу
- Є вся необхідна для задач користувача інформація
- Зрозуміла актуальність інформації, дати

### **3.4. Графіка**

- Користувачу повинен бути зрозумілим зміст і призначення графіки.
  - для краси (елемент дизайну)
  - для запам'ятовування і послідууючої ідентифікації (мнемоніка, піктограма)
  - функціональність (являється посиланням, кнопкою, запускає дію)
  - передача змісту (ілюстрація змісту)
- Зазначайте картинки, по яких можна клікати мишкою

### **3.5. Навігація**

- Користувачу повинно бути зрозуміло, які елементи відносяться до механізму навігації
- Користувачу повинно бути зрозуміло куди ведуть лінки

### **3.6. Форми введення даних**

- Якщо є вся необхідна інформація по формату і по введенню даних
- Користувачу зазначається про всі можливі обмеження при вводі даних

## **4. Візуальна ясність**

Створіть ясну структуру і ієрархію всіх візуальних елементів. Підтримуйте візуальне сканування інтерфейсу.

Мінімізуйте візуальний шум.

## **5. Коректність**

Коректність по відношенні до інших людей у викладенні інформації, картинок і т.д. (релігія, мова і т.п.)

## **6. Однаковість**

Дотримуйтесь однаковості у визначеннях (термінах), концепціях, візуальному стилі

## 7. Мінімалізм і обґрунтованість

Кожен елемент інтерфейсу, який бачить користувач повинен доказати право на своє існування. Тобто кожен елемент, який Ви створюєте, не може бути просто «гарним дизайном» - він повинен бути «функціональним дизайном».

## 8. Сумісність

Сумісність веб-сайту з браузерами та моніторами.

## 9. Задачі користувача

Фокусуйтеся на користувачах та їх задачах. Розглядайте рішення задач з точки зору користувача. Забезпечте рішення найважливіших задач в першу чергу.

## 10. Контроль і свобода

Створіть та підтримуйте у користувача відчуття контролю за ситуацією і свободи вибору способу вирішення проблеми. Користувачу треба дати цей контроль.

## 11. Зворотній зв'язок

Обов'язковий атрибут зв'язку з користувачами сайту. Чим він буде зручніший і більш актуальніший для користувача, тим якіснішу інформацію Ви будете отримувати від користувачів.

## 12. Обробка помилок

Після зворотного зв'язку вказані помилки і недоробки по сайту (структурі, дизайну, інформації) треба доробляти. І це треба робити якомога швидше.

Хороший корпоративний сайт повинен містити якісну добре структуровану інформацію про товари та послуги, які продає Ваша компанія та інформацію про саму компанію (історія, ... , контакти). **Через Ваш сайт Ваш потенційний клієнт повинен зрозуміти, що він потрапив саме в те місце, яке він шукав для задоволення власних цілей.** Потенційному клієнту має сподобатись настільки, щоб захотілось щось купити, побути на сайті і розповісти про Ваш сайт своєму другу.

В принципі хороший корпоративний сайт – це спрощений електронний магазин Ваших товарів чи послуг без можливості замовлення товарів/послуг он-лайн (тому далі більш детально про веб-магазин)

Хороший електронний магазин продовольчих товарів повинен бути ефективним засобом продажу. Героєм рекламного магазину повинен бути ... покупець. Тут все повинно бути продумано з урахуванням його інтересів, все орієнтовано на нього. В електронному магазині покупцеві повинне бути дуже легко і приємно робити покупки. Крім того, покупець повинен отримувати на сайті всю потрібну йому інформацію.

**Хороший сайт – це Ваш дім, в якому ви якнайкраще позиціонуєте себе (свою компанію), свої продукти чи послуги. Якщо вже задаватись ціллю, то ця ціль має бути вартою уваги: сайт має бути місцем «тусовки» Ваших клієнтів в он-лайн, де вони зависають, як днями по справах, так і вечорами – для розваг 😊**

## Товари та послуги компанії на веб-сайті

Центральним місцем веб-сайту є перелік товарів чи послуг. **Тут корисно пам'ятати рекламну заповідь – чим більше фактів ви приведете про товар (послугу), тим більше Ви продасте.** Переконалим фактом можна назвати такий випадок, як Клод Хопкіс свого часу створив рекламу пива Schlitz на декількох



сторінках, в результаті чого ця марка пива стала найпопулярнішою.

Наведена інформація повинна становити інтерес для покупця – головного героя вашого веб-сайту. Зрозуміло, вона повинна бути йому зрозуміла. Як ви думаєте, скільки покупців спокуються таким дубовим переліком без всяких пояснень і фотографій, в якому, до того ж, багато що елементарно незрозуміло?

**На хорошому сайті товари та послуги є представлені за категоріями.** На головній сторінці категорії можуть бути спеціальні пропозиції або інша цікава для відвідувача інформація. Кожна категорія повинна супроводжуватися посиланнями на освітню частину, яка допомагає покупцеві робити вибір і містить корисні рекомендації. Наприклад, у категорії спиртних напоїв може міститися інформація про всіх класах напоїв, їх історії та технології їх створення. Тут можуть даватися рекомендації щодо вживання та зберігання, рецепти коктейлів, забавні і повчальні історії і навіть гумор. Бажано давати фотографії. Особливо ретельно потрібно ставитися до нових товарів. Їх слід виділяти маркерами(мітками), давати повний опис і т.д.

Опис можна вводити, використовуючи інтерактивність - покупець, якому даний товар незнайомий, і який хотів би отримати про нього цікаву інформацію, повинен мати можливість це зробити, натиснувши на якийсь товар / послугу. При цьому він повинен опинитися на сторінці, присвяченій даному товару, на якій також можуть бути посилання на інші сторінки.

### **«Що продають» програми**

Хороший Інтернет-магазин, як правило, включає ефективну і логічну програму, яка продає або «продавалку». Створення такої програми варто доручати тільки досвідченим програмістам. Завдання програмістам повинне бути ретельно продумано з усіх сторін, в його розробці мають брати участь і ті, хто буде обробляти запити. Хороша «продавалка» полегшує і прискорює складання замовлення покупцем і обробку його на фірмі. Її бажано тестувати на покупцях, що вперше потрапили в даний електронний магазин. Дуже важливо на собі добре протестувати чим «випускати в плавання недороблений корабель».

### **Операції Вашого веб-сайту**

Висячи у віртуальному просторі веб-сайт сам по собі прибутку не приносить. Прибуток приносять налагоджені щоденні операції, які опираються на ретельно продуману систему менеджменту, тобто систему прийому замовлень, оновлення інформації та дизайну.

Але навіть найефективніша електронна система збору замовлень неефективна, якщо вона, в свою чергу, не спирається на продуману систему оплати та доставки замовлень. Проколи в цих питаннях боляче вдаряють по престижу фірми - щоб втратити одного покупця часто досить одного зриву. А тому створювати електронну торгівлю слід починати не з відвідування дизайн-студії, як це у нас найчастіше робиться, а з ретельного продумування всіх аспектів покупки від оформлення замовлення до його отримання замовником. На жаль, у нас це поки не дуже розуміють.

### **Веб-сайт для оптовиків**

Якщо ваш сайт орієнтований на оптовиків, то, як ми тепер знаємо, їх хвилює лише можливість заробити гроші. Потенційного клієнта-оптовика цікавить не тільки ваш товар, але і маса інших умов, таких як

оптові знижки, умови оплати, мінімальна партія, терміни і умови доставки, рекламна підтримка і т.д.

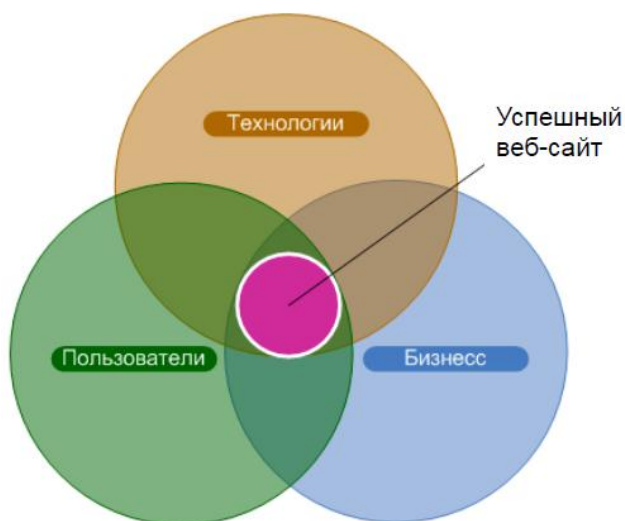
Для роботи з постійними клієнтами ви можете зробити окремий розділ, на якому кожному клієнтові може бути виділена окрема сторінка, куди він буде входити по своєму паролю.

### Підготовка інтернет-ринку та потенційних клієнтів

Одна з причин популярності електронної комерції на Заході - це великий контингент потенційних покупців, які мають доступ до Інтернету та які мають досвід електронних покупок. Компаніям, які бажають організувати у себе електронну торгівлю, слід робити це тільки тоді, коли вони впевнені, що цією послугою може скористатися достатню кількість їхніх потенційних покупців. Можна зайняти і більш активну позицію - почати навчати потенційних клієнтів (як правило, оптовиків) методам електронної комерції.

### Приклад успішного сайту

Успішний сайт – це бізнес-ідея реалізована в мережі Інтернет за допомогою веб-сайту та яка користується великим попитом серед клієнтів Вашого бізнесу.



Успішний веб-сайт створює у користувача позитивний досвід. Для створення позитивного досвіду треба враховувати особливості сприйняття людини і його очікування від взаємодії з веб-сайтом.

Приклади успішних сайтів ми вже згадували – їх можна знайти «пачками» в Інтернеті. Думаю всі ми їх бачили. Тільки от ці всі успішні сайти – це інноваційні ідеї, ефективна маркетингова діяльність, продажі «себе» через інтернет і кропітка постійна робота.

### Домашнє завдання до заняття 2:

Прочитати статті

1. [15 особливостей сайту, які дратують читача](#)
2. [Чим WordPress кращий за інші CMS \(Content Management System\)](#)
3. [Переваги користування WordPress](#)

Спробувати наповнювати сайт (сторінки, публікації і т.д.) на базі [інструкції](#) – для цього буде наданий сайт.



[Іннеті інновації](#)

Матеріали підготували

[Клуб ділових людей](#)



[Створення сайтів, веб-дизайн, просування і оптимізація сайту, наповнення сайту контентом – Inneti.com](#)

тел.: **+38 /032/ 261-66-88**

ел.пошта: **it@inneti.com**