



Основы разработки веб-сайта

как зарабатывать деньги в интернете



Как вы будете монетизировать проект?

- P4P (pay for placement) - за размещение контента
- PPV (pay per view) - за показы контенты
- PPC (pay per click) - за клик по ссылке
- PPA (pay par action) - за конкретное действие
- PPS (pay per sale) - за сделку (продажа и пр)



Основы разработки веб-сайта

Из чего состоит создание сайта?

- ИДЕЯ: цель ресурса, задачи;
- ГОЛОВА: директор/собственник, команда, менеджер проекта с 2 сторон;
- ПОКУПАТЕЛЬ или ЦА, продвижение;
- =
- Аналитика и юзабилити;
- Дизайн;
- Верстка и программирование;
- Запуск и наполнение;
- Техподдержка;
- Продвижение;



Основы разработки веб-сайта

ИДЕЯ И ЦЕЛИ

- КТО и для чего хочет сайт?
- ЧТО должен делать сайт (какие решать задачи?)
 - КОГДА сайт должен быть готов?
- ГДЕ - аудитория присутствия (продвижение, домен)
 - КАК мы видим процесс создания?



Основы разработки веб-сайта

ГОЛОВА И КОМАНДА

- Что хочет директор/собственник?
 - КАКОВА команда проекта?
- КТО отвечает со стороны заказчика?
- КТО отвечает со стороны исполнителя?



Основы разработки веб-сайта

ПОКУПАТЕЛЬ или ЦА

Целевая аудитория:

- портрет покупателя;
- какие боли решает ваш сайт;
- модели поведения;
- прототипирование;

Планирование работ, смета

Техническое задание

Утверждение технического задания



Основы разработки веб-сайта

ДИЗАЙН КОНЦЕПЦИЯ

- Общая дизайн-концепция;
- Дизайн-концепт главной страницы;
- Утверждение дизайн-концепции;
- Утверждение макета главной страницы;
- Отрисовка иллюстраций, фотосессия;
- Утверждение макетов всех страниц;
- Предоставление всех материалов;



Основы разработки веб-сайта

«НЕВИДИМЫЙ» ЭТАП -

ПРОГРАММИРОВАНИЕ И ВЕРСТКА

- Устанавливаем и настраиваем cms;
- Верстка дизайн-макетов;
- Пишем код, программируем и настраиваем модули;
- Переносим данные;
- Подключаем и настраиваем базу данных;
- Альфа-тестирование или первый выкат на рабочем хостинге;
- Ищем баги;



Основы разработки веб-сайта

ЗАПУСК И НАПОЛНЕНИЕ

Наполняем сайт контентом;

Выкладываем сайт интернет;

Проводим второй этап тестирования;

Ищем баги и ошибки;



Основы разработки веб-сайта

ТЕХПОДДЕРЖКА

Проверка работоспособности;

Защита от атак;



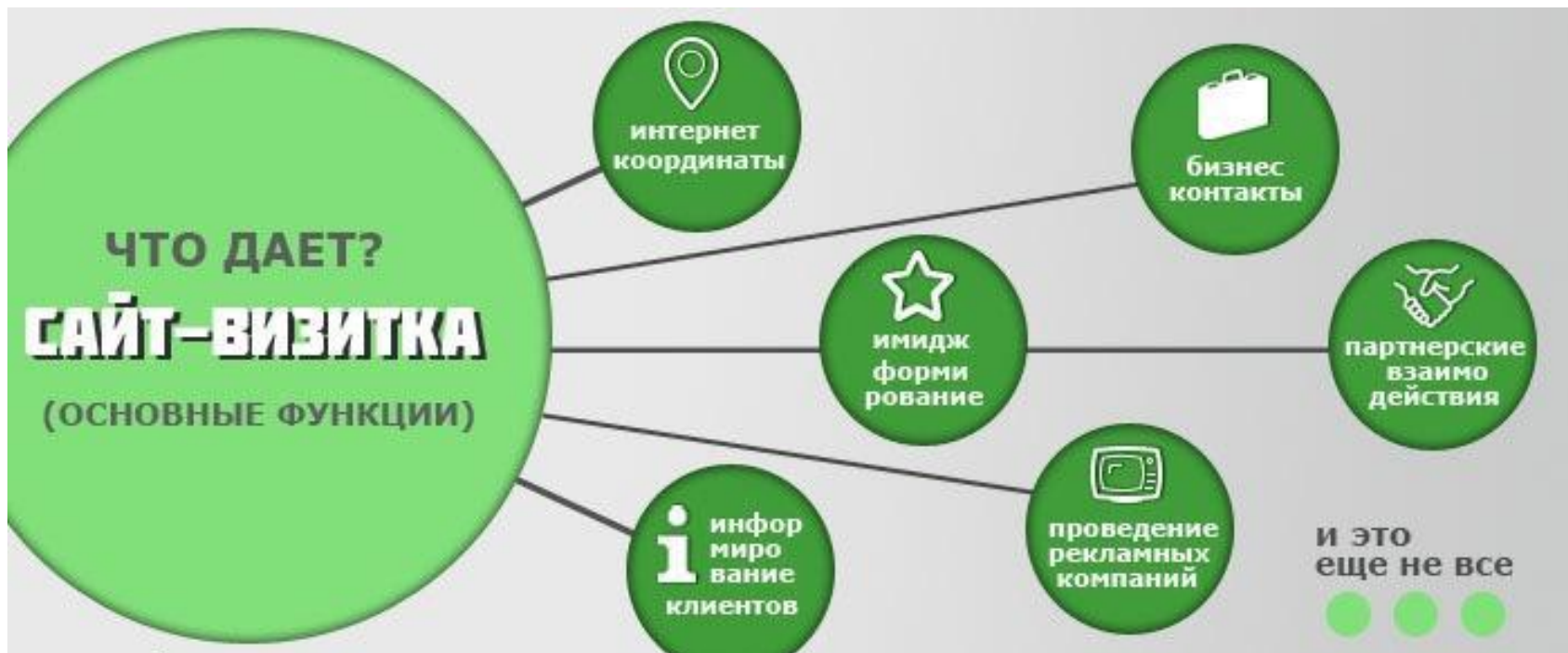
Основы разработки веб-сайта

ПРОДВИЖЕНИЕ

- SEO
- Контекстная реклама;
- Социальные сети;
- Медиа реклама



Функции сайта-визитки





Функции сайта-магазина





Требования к порталу



«Опросы»



«Каталог
товаров»



«Поиск по сайту»



«Новости»



«Обратная связь»



«Скидки, акции,
спецпредложения»



«Вопрос-ответ
Гостевая книга»



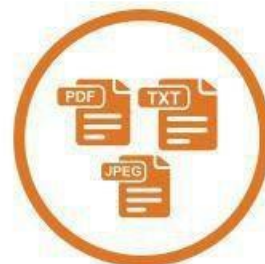
«Подписки и
рассылки»



«Информеры:
валюта, погода..»



«Фотогалерея»



«Скачивание
файлов»



«Контакты»



Требования к лендингу



ЯСНОСТЬ И ДОСТУПНОСТЬ



ИЗОБРАЖЕНИЕ



УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ (УТП)



КОНТЕКСТ ПРИМЕНЕНИЯ



ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ



ПРЕИМУЩЕСТВА



СОЦИАЛЬНЫЕ
ДОКАЗАТЕЛЬСТВА



РЕЛЕВАНТНОСТЬ
ИСТОЧНИКУ ТРАФИКА



АКЦИИ



Техническое задание

Техническое задание

- Основные технические требования;
- Исходные данные для разработки;
- Назначение проекта;
- Стадии разработки;
- Функциональное описание;
- Сроки исполнения.



Техническое задание

Когда нет прототипа сайта



Как поставил
задачу заказчик



Как её понял
руководитель проекта



Как её выполнили



Чего на самом деле
хотел заказчик



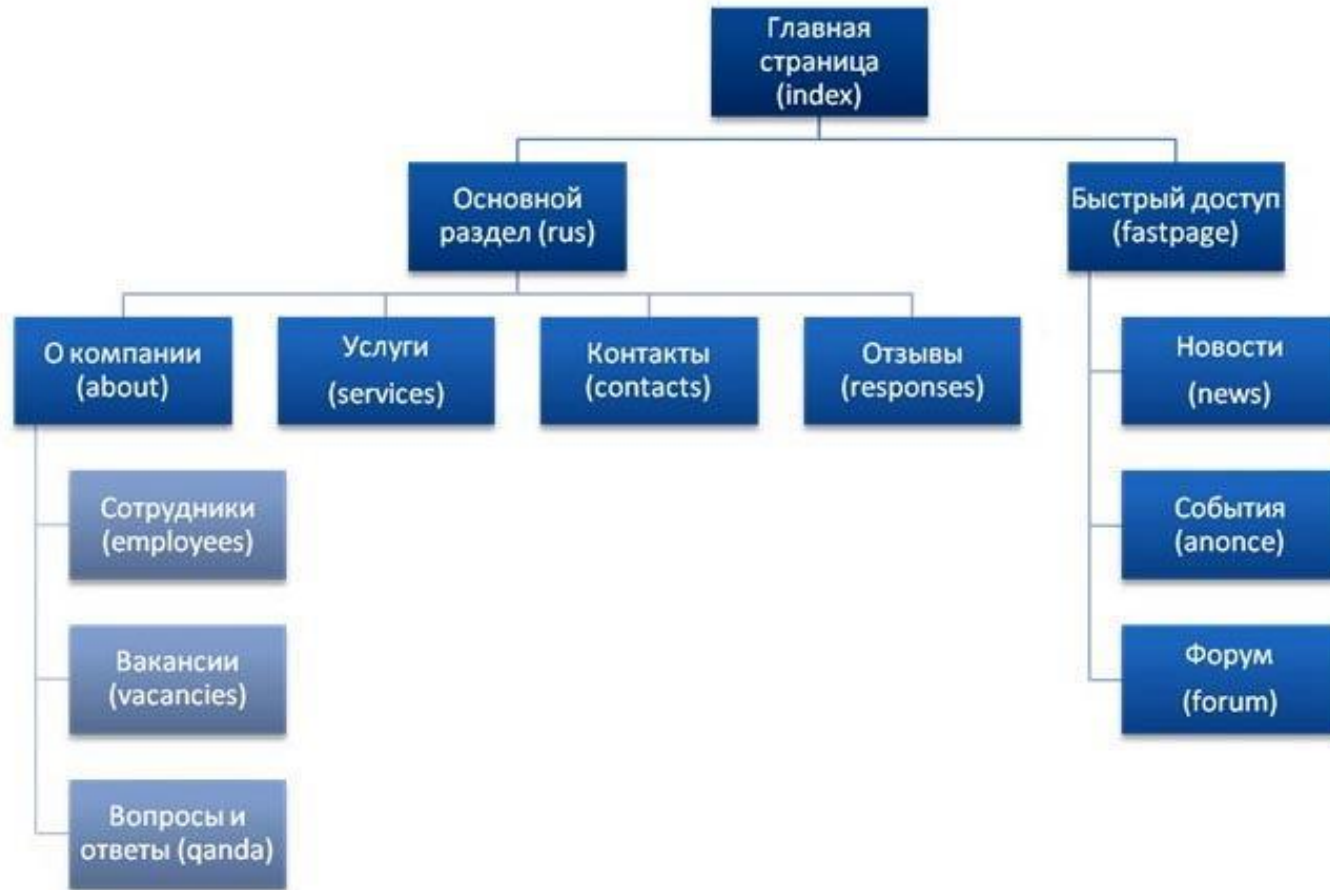
Инструменты проектирования веб-сайтов



<http://habrahabr.ru/company/aiken/blog/129653/>



Основные логические блоки веб-сайта





Проектная документация веб-сайта

- договор
- техническое задание
- прототип сайта
- лицензия, если платная cms
- домен и хостинг на имя заказчика



Вопросы и вопросы:)



Юзабилити

Юзабилити –
это легкость и удобство использования



Юзабилити. 5 компонентов

Ориентация: насколько просто новым посетителям веб-сайта элементарнейшие действия

Эффективность: насколько быстро юзер может ориентироваться на сайте

Запоминаемость: насколько легко будет юзеру сориентироваться на сайте после продолжительного отсутствия на сайте.

Ошибки: количество ошибок, совершенных посетителем сайта

Удовлетворенность: субъективная степень «довольности» юзера

Полезность: дает ли вебсайт пользователю то, что он ищет.



Юзабилити держится на трёх китах:

1. простота навигации на сайте («Куда мне кликать и на что?»)»)
2. скорость ориентации юзера («Так-с, мне надо найти...а вот, нашел!»)
3. удовлетворенность информацией, искомой юзером («Да, это то, что я хотел!»).

Почитать:

Я.Нильсен «Веб-Дизайн»,
С.Круг «Не заставляй меня думать»,
Р.Рингер «Продажное письмо».



Юзабилити. Рабочие группы

5 наиболее популярных поисковых действий (заполнить с рабочей группой):

- 1 (купить билет.....)
- 2
- 3
- 4
- 5



Юзабилити. Рабочие группы

Каждая рабочая группа подыскивает 3 варианта сайта по своему поисковому действию (10 минут)

- (вписать адрес сайта)
- (вписать адрес сайта)
- (вписать адрес сайта)



Юзабилити. Рабочие группы

Каждая рабочая группа подыскивает 3 варианта сайта по своему поисковому действию (10 минут).

Ранжируем по персональной оценке, какой «самый лучший»:

- (вписать адрес сайта)
- (вписать адрес сайта)
- (вписать адрес сайта)



Анализируем по 7 бальной шкале,

где 7 - максимальное удовлетворение пользователя:

- удобство навигации;
- наличие кнопки поиска;
- корректность отображения;
- простота использования;
- дизайн;
- КОНТЕНТ;
- гарантии и надежность;



Выбираем победителя с каждой группы:

- (вписать адрес сайта)



Советы по созданию дизайна сайта

- Бриф
- Цвета
- Шрифты
- CMS
- Контент



Дизайн. Подбор цветовой гаммы

<http://color.romanuke.com>



Цветовая палитра №2659

"пыльный" оранжевый, бежевый, оранжевый, оттенки коричневого, светло-коричневый, серый, темно-коричневый, теплые оттенки коричневого, цвет зимнего тумана, цвет осеннего тумана, цвет тумана.



Цветовая палитра №2658

грязно-коричневый, желтый, зеленый, насыщенный оранжевый, оттенки оранжевого, подбор цвета для дома, почти черный цвет, темно-оранжевый, теплые оттенки, теплый желтый, теплый оранжевый, цвет листьев, цвета Италии.



Шрифты



Top Fonts for Web Design

Pro Tip from Laurie Smithwick

Proxima Nova

League Gothic

Fjord

Arvo

BEBAS NEUE

Abel

Pacifico

Raleway

Droid Serif

Dancing Script

FRANCHISE

Neue Helvetica 35 Thin

- Рабочие шрифты
- Бренд-шрифты



3 простых правила подбора шрифтов

1. Используйте безопасные шрифты.

- Arial Black
- Arial
- Comic Sans MS
- Courier New
- Georgia
- Impact
- Times New Roman
- Trebuchet MS
- Verdana



3 простых правила подбора шрифтов

2. Используйте контрастные, читаемые варианты сочетаний цветов.

- Белый на черном
 - черный текст на желтом фоне
 - синий текст на белом фоне
 - зеленый текст на белом фоне
 - красный текст на белом фоне

Но! Никогда не:

~~Серый текст на сером фоне.~~



3 простых правила подбора шрифтов

3. Используйте шрифт достаточно
БОЛЬШОГО размера



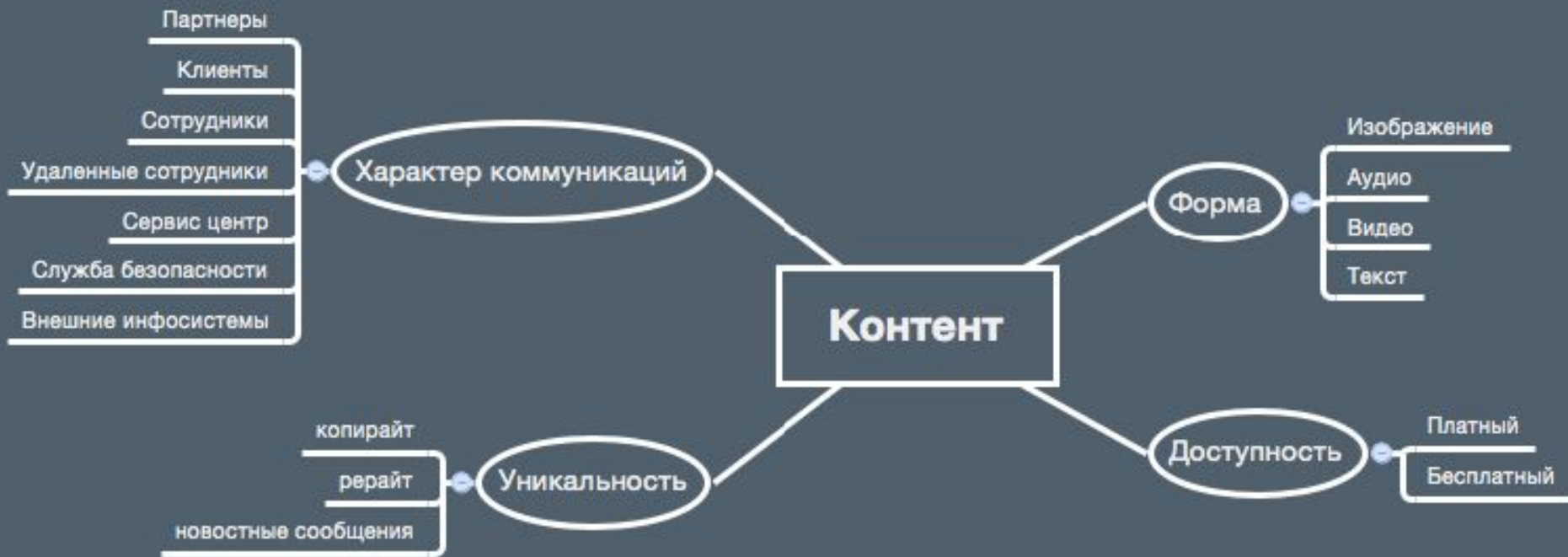
Виды систем администрирования

- Админ панели бывают двух видов: платные и бесплатные;
- Платные: 1С Битрикс и UMI CMS. Предназначены для профессиональных интернет-магазинов и крупных порталов с большой посещаемостью и грандиозными планами на развитие:)
- Бесплатных существует великое множество, но популярных и качественных не более десятка. Мы изучим: Joomla, Wordpress, Drupal, как наиболее распространенные. Справа на рисунке вы можете видеть их обозначение.





Правила создания контента для веб-сайта





Особенности написания продающих текстов

Структура текста

Заголовок "как" и подзаголовок (пояснение)

"Боль" + "больше боли" (подстройка "мы с тобой одной крови")



Решение боли вообще (как делают другие)

1 Оффер

Наше решение — эмоции
— выгода

Гарантии (сильно повышают конверсию)

Подарки и бесплатности (покажите их "выпукло")

КАК это получить (четкая инструкция)

Продать цену (почему она лучше)

2 СРОКИ - обязательно что-то ограничьте!

3 Подстегните к действию - лучше всего работает слово "сейчас"

▶ P.S. - почему это важно, сделайте короткий итог



ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ

ЗАВЛЕКАТЕЛЬНАЯ КАРТИНКА

женские образы хорошо,
но не ставьте набивших
оскомину теток в
деловых костюмах
и очках

Подчеркиваем уникальность продукта или предложения

товар надо купить потому что :

- * полезно это раз
- * вкусно это два
- * дешево это три
- * карьерс пропадет это четыре

еще раз побуждаем к действию

КУПИ ПРЯМО СЕЙЧАС!

подчеркнем, что предложение ограничено по времени

тут сделаем отбивочку, можно каких-нить медалек повесить себе
за лучший продукт 2010 года и тд.

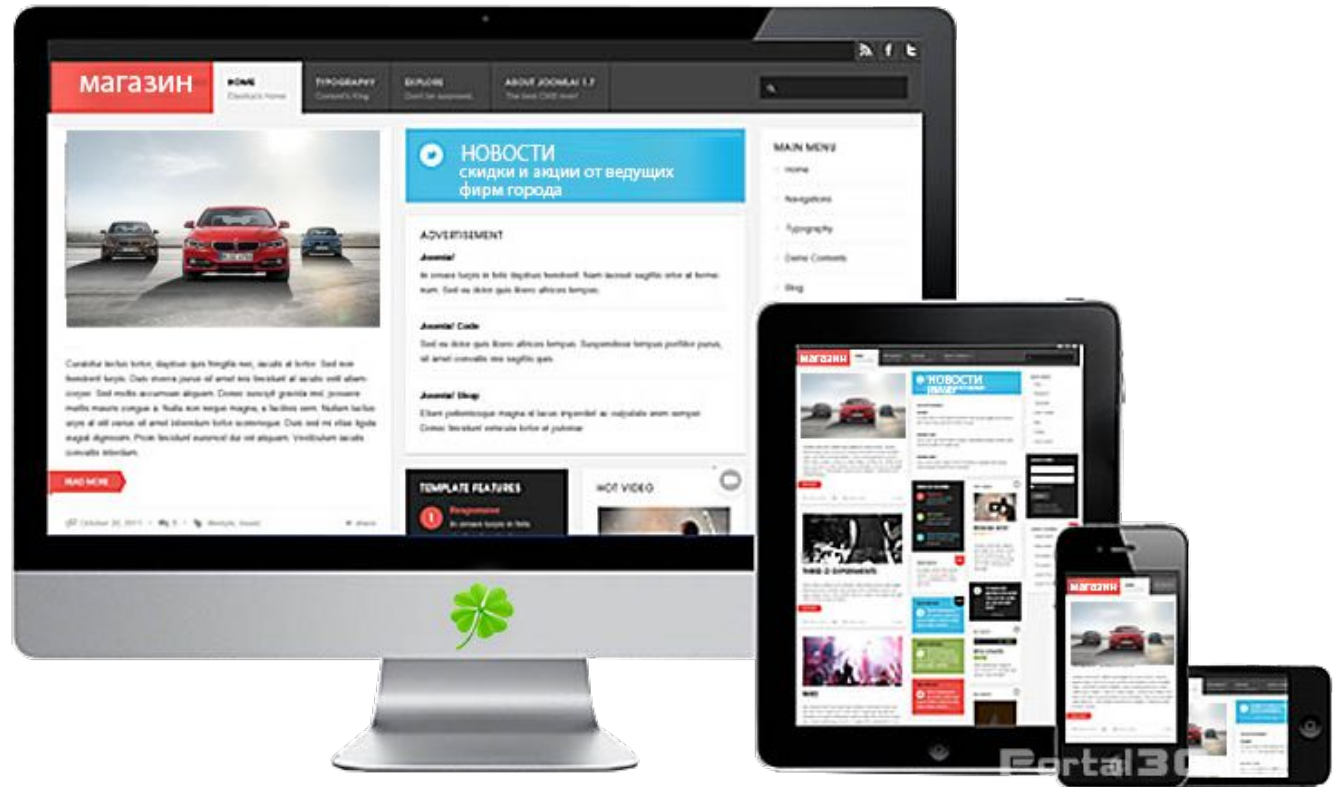
сюда поставим отзывов
от клиентов из целевой группы товара
желательно сделать их разносторонними
и не перегибать палку с восторгами
по поводу качества и эффекта

тут фотки довольных
клиентов

еще раз одним предложением побуждаем к действию



Сайт. Мобильная версия. Мобильное приложение



<https://m.vk.com/feed>

<http://sale7.com>

<http://flowerstock.ru/spb/>

www.uprav.ru



Mobile friendly: зачем нужен

Почему вашему бизнесу нужен mobile friendly сайт?

40%

юзеров ушло к конкурентам после
неудачного входа через мобильный

5x

выросло количество мобильных
запросов за последние 2 года



в 2015 мобильных на земле стало
ровно столько же, сколько и людей

67%

наличие mf-сайта делает покупку
продукта/услуги более вероятным

50%

наличие мобильного поиска
приводит к покупке

48%

юзеров ощущают себя обманутыми,
когда попадают не на mf-сайт

Sources : Google



Что такое сайт mobile friendly?

BEFORE



AFTER





Мобильная верстка и мобильный дизайн



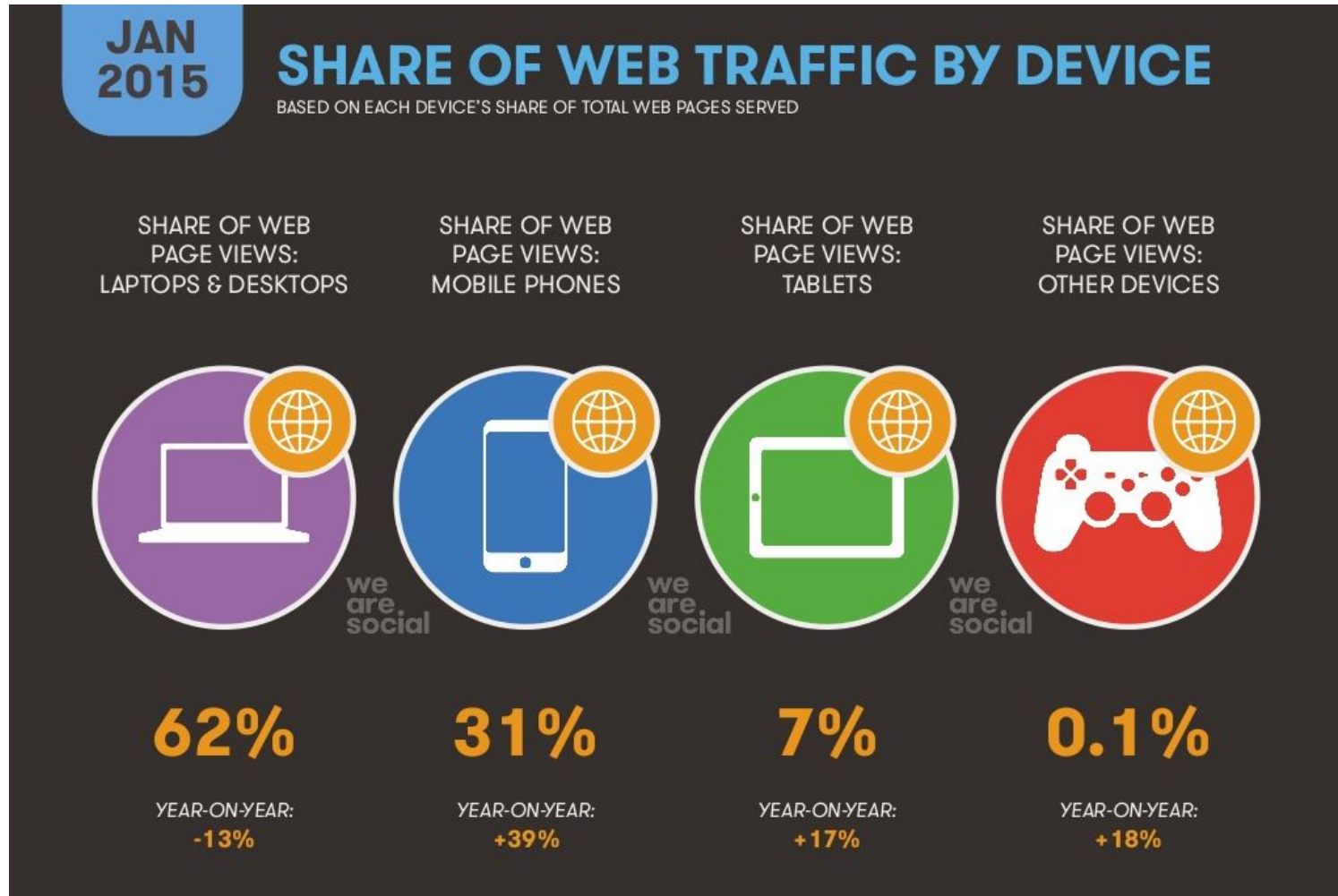


Адаптивный дизайн



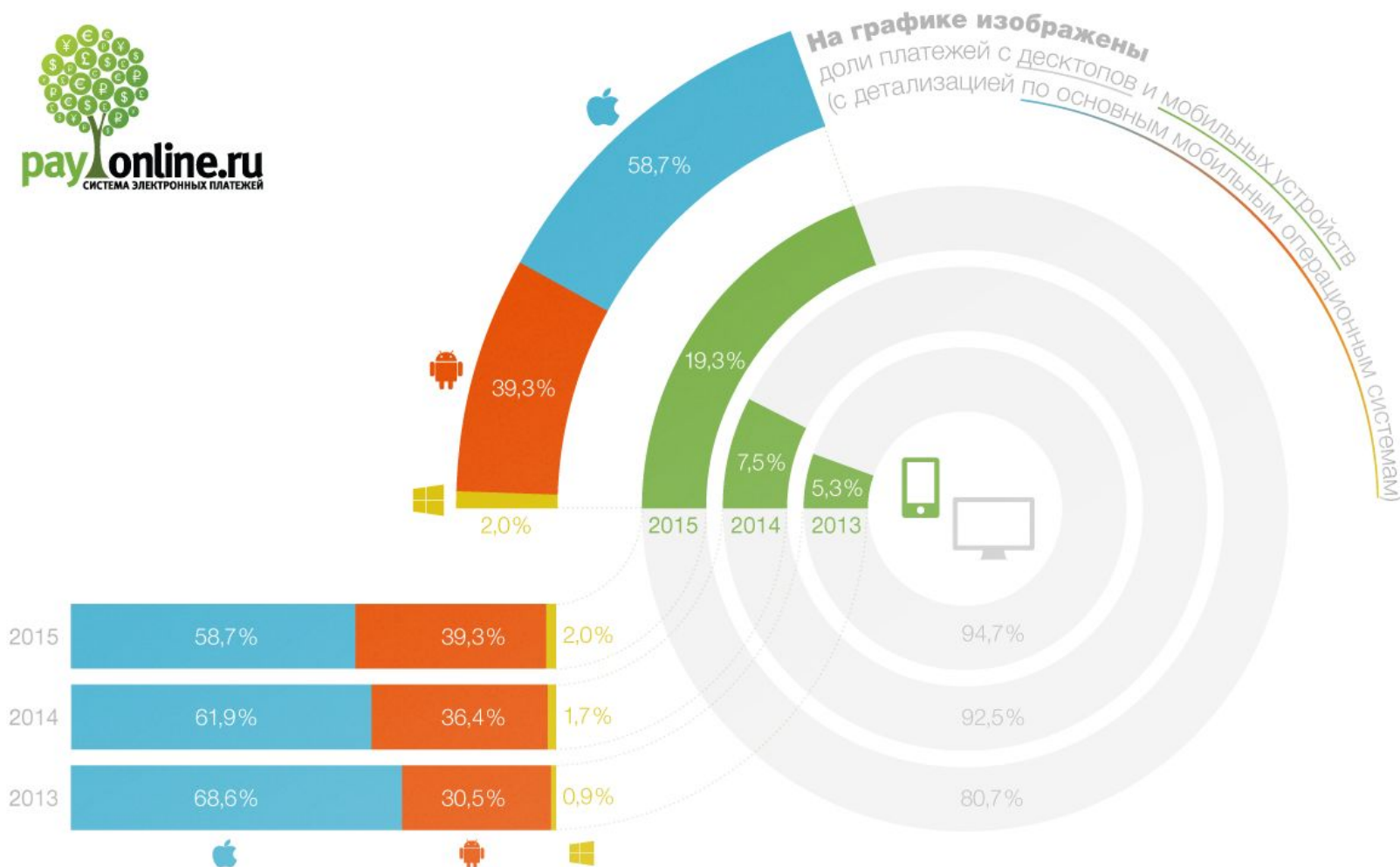


Статистика и прогнозы мобильного трафика





Статистика и прогнозы Рунета





Редизайн. Кейсы



Все для укрепления семьи

8 (800) 500-23-47

8 (495) 374-71-56

8 (812) 927-77-27

Интернет-магазин

Розничная сеть

Тренинги

Музей

Квесты

Радио

Журнал

Соц.деятельность

Интернет-магазин

Каталог товаров

Доставка

Оплата

Акции





Спикер

Благодарим за участие:)

Спикер и бизнес-тренер РШУ

Тимко Татьяна

руководитель веб-студии Арт Победа: дизайн, разработка, seo

8921 338 0204

art-pobeda.com