



Курс  
"Общий интернет-маркетинг"

**Всем привет!**



**Веб-сайт  
и Landing  
Page**

**Евгений Шевченко, Екатерина  
Каратнюк**

# О чем поговорим

- Что такое сайт, зачем он нужен. Ваш К.О.
- Сайт или LP. Отличия, что выбрать?
- Создание веб-сайта: основные этапы и подводные камни.
- Веб-аналитика: нулевой шаг.



# Опорные точки присутствия

- Сайт
- Блог компании
- Соц.сети
- Инфосайты, отраслевые площадки
- Картографические сервисы
- Slideshare, Youtube
- Сайты отзывов
- Job-сайты
- Карточка Яндекс.Директ
- ....



# Преимущества сайта

- Полная управляемость контентом, функционалом, дизайном
- Возможность добавления любых ключевых действий
- Длительность контакта
- Реализация большого количества функций



# Недостатки сайта

- Стоимость
- Необходимость поддержки
- Не является самостоятельным инструментом



# Сайт для бизнеса

- Сайт – это представительство компании в интернете, выполняющее функции офиса 24x7x365
- Хороший сайт – тот, на котором посетитель получит столько же информации, как и при живом общении с Вашими сотрудниками (Да, есть исключения. Но мало.)
- Очень хороший сайт – тот, где посетитель становится клиентом и платит Вам деньги.

# Главная цель

Заработок денег путем...

(... каждый отвечает для себя)



# Задачи сайта

- Увеличить продажи
- Повысить узнаваемость
- ...
- А теперь все вместе



# Бизнес-функции сайта

- Информационная
- Маркетинговая (исследовательская)
- Продающая
- Рекламная
- Коммерческая
- + другие



# Задачи и разделы

Для каждой задачи / функции – один или несколько инструментов (разделов).

Например:

- информируем через «товары», «новости», «о компании».
- продаем через «товары», «оплата и доставка»



Задача	Инструмент
Поиск поставщиков (продавцы рекламы)	«Владельцам сайтов»
Поиск прямых клиентов	-Директору компании -Маркетологу - «решаем проблемы» - «наши услуги»
Поиск заказчиков на субподряд	-веб-студиям -рекламным аг-вам
Как получить контакт	-Номер телефона на всех страницах - функция Callback - страница “контакты”



**С чего начать?**

# С чего начать?

- Возьмите схему бизнес-процессов компании
  - Продумайте, какие инструменты веб-сайта могут соответствовать для каждого блока
  - Спросите о том же руководителя каждого отдела и департамента
  - Выпишите список инструментов
  - Структурируйте список -> в разделы сайта
- 



**А теперь  
правильный  
вариант**

# Создание сайта: первые шаги

- Определение стратегических целей
- Определение тактических целей
- Описание сегментов ЦА, потребностей
- Поведенческие модели сегментов ЦА
- Определение ценности для сегментов ЦА
- Креативная концепция
- Маркетинговое обоснование
- Выбор подрядчика, бриф, дебрифинг
- Домен, хостинг



# КОНЦЕПЦИЯ «ЭВОЛЮЦИЯ»

Предполагает «классическую подачу» выдержанного корпоративного сайта с некоторыми нестандартными интерфейсными решениями.

В качестве ключевой визуальной составляющей основных разделов сайта используется ряд 3D-иллюстраций, материал — золото. Помимо основных иллюстраций, рекомендуется использовать нестандартные решения с металлическими объектами в инфографике и в сопроводительных иллюстрациях к статьям и сервисам.

НА ГЛАВНУЮ СТРАНИЦУ ВЫВОДЯТСЯ СЛЕДУЮЩИЕ  
ИНФОРМАЦИОННЫЕ БЛОКИ:

Новости

О ЦМД

Рейтинги и показатели деятельности

Мероприятия — анонсы и отчеты

Филиальная сеть

Кроме того, на главной странице размещаются несколько промо-блоков, в зависимости от текущих задач рекламирующие различными способами (информирование о новой услуге, стимуляция продаж, фокус внимания на имиджевый контент) те или иные разделы сайта.

Навигация между 4 разделами описания услуг (Эмитентам, Анционера, УК и Пайщинам) и главной страницей реализуется методом слайдового (без перезагрузки страницы в браузере) переключения.

# МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ

Графическое обыгрывание такого материала, как золото, поддерживает и развивает существующий фирменный стиль ОАО «ЦМД», заложенный в логотипе компании. Использование графичной текстуры, визуальное перекликаяющееся с композитными материалами и низкополигональным моделированием, позволит создать образ технологически продвинутой организации. В свою очередь, ассоциативно золото, как наиболее классический драгоценный металл, подчеркивает традиционность высокого уровня качества предоставляемых услуг и стабильность присутствия на рынке.

# ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Сухой, информативный,  
понятный метод подачи

Отсутствие  
неоднозначно  
трактуемых  
образов

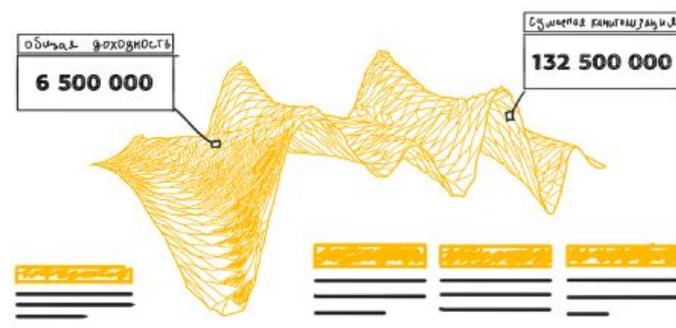
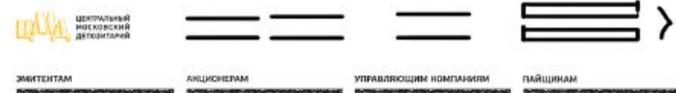
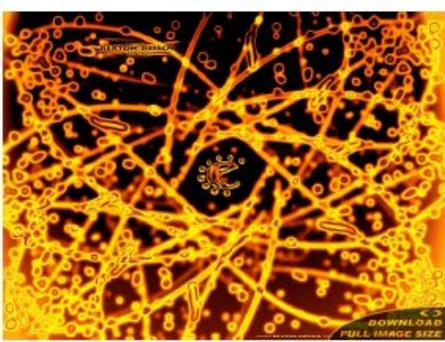
Поддерживает  
фирменный стиль  
ОАО «ЦМД»

Подчеркивает  
технологичность

Эмоционально  
настраивает  
пользователя  
на спокойное  
взаимодействие  
в рамках  
корпоративной этики.

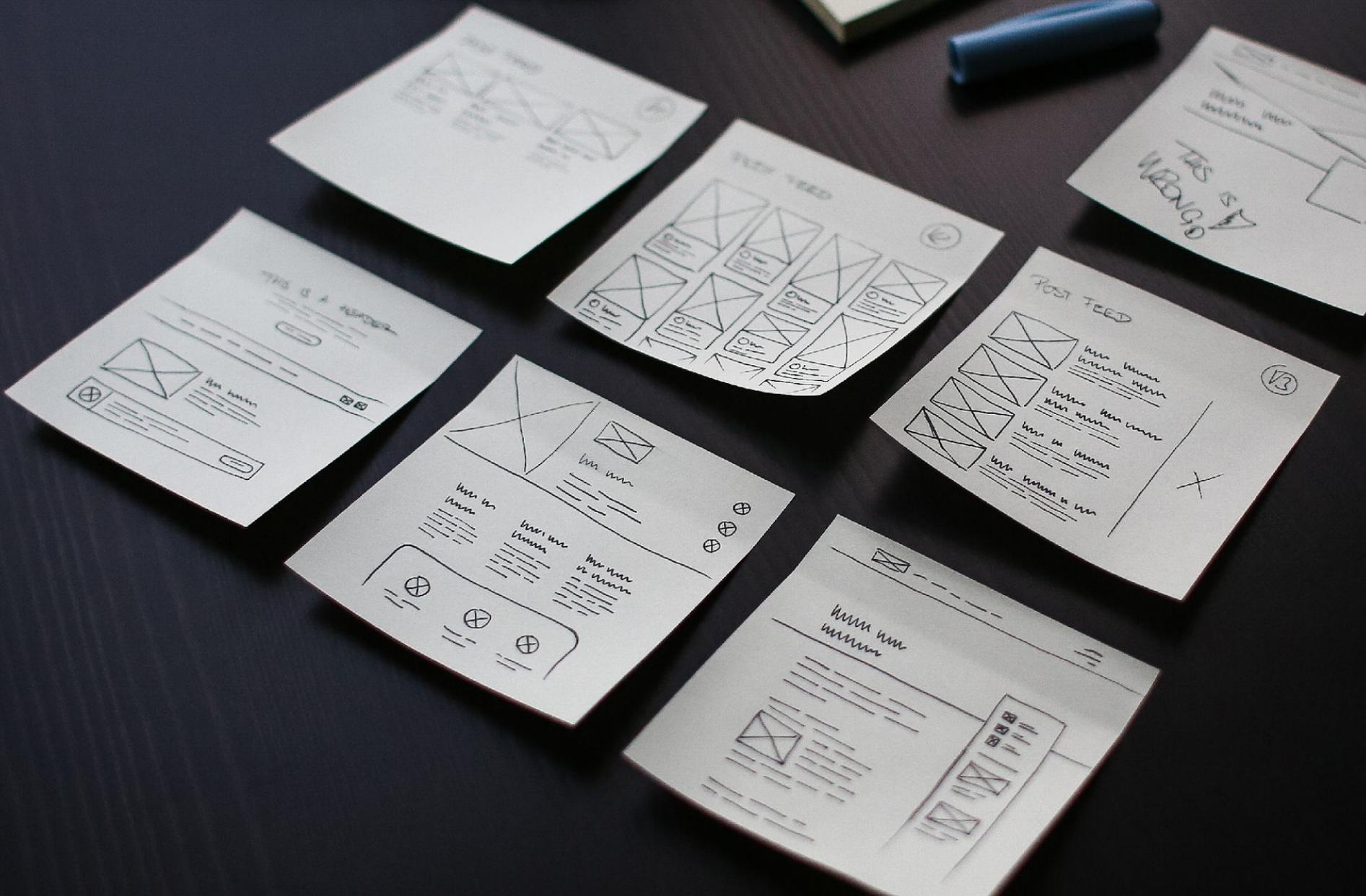


# MOOD BOARD

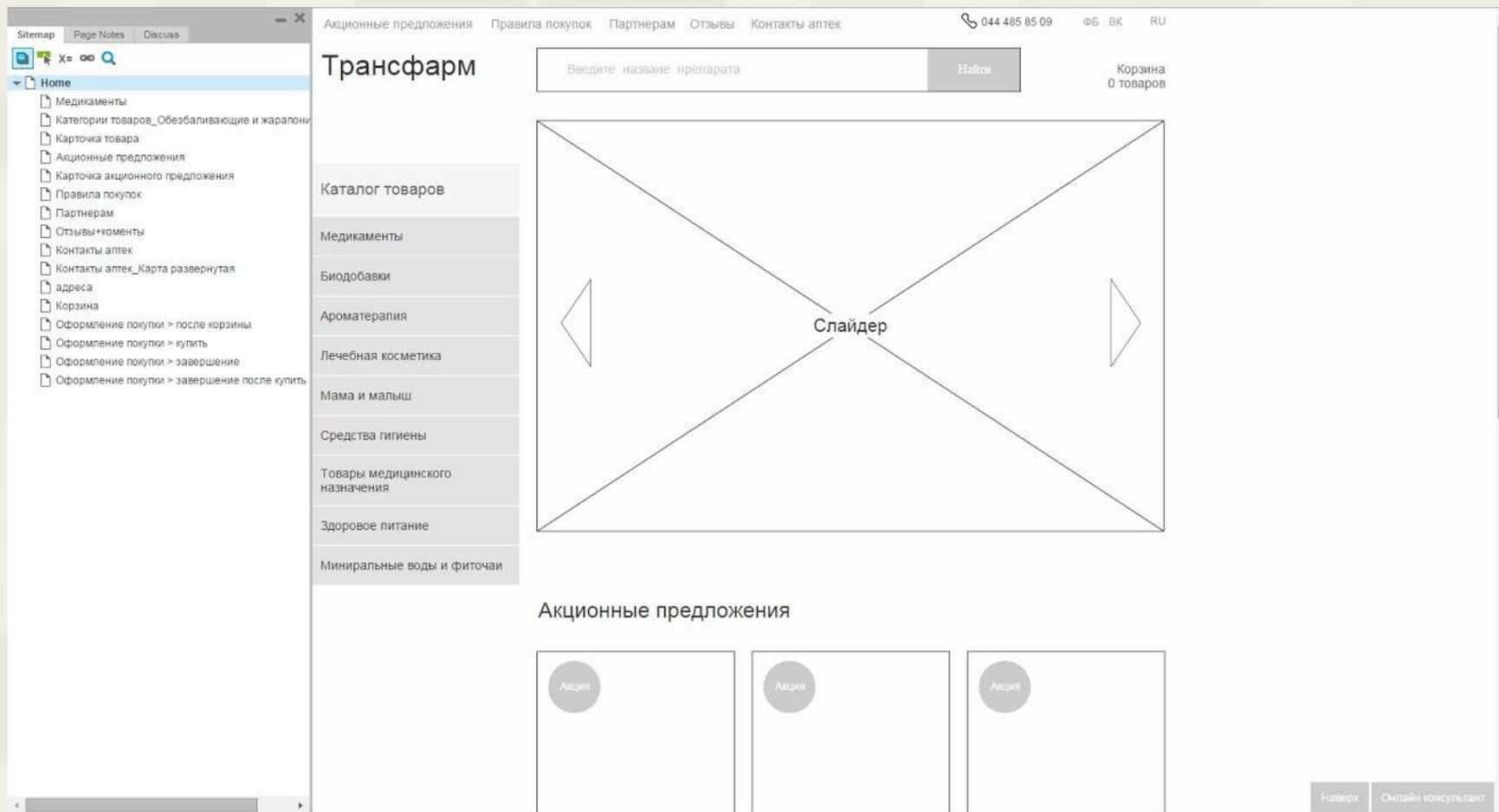


UI design sketches including yellow and black bars, text blocks, and a grid layout.

СКЕТЧ



# Прототип



# Для всех страниц

The screenshot displays the Transfarm website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Акционные предложения', 'Правила покупок', 'Партнерам', 'Отзывы', and 'Контакты аптек'. A phone number '044 485 85 09' and social media icons for Facebook and VK are also present. The main header features the brand name 'Трансфарм' and a search bar with the placeholder text 'Введите название препарата'. A 'Найти' button and a shopping cart icon labeled 'Корзина 0 товаров' are located to the right of the search bar.

On the left side, there is a sidebar menu with a 'Home' section and a 'Каталог товаров' section. The 'Каталог товаров' section lists various categories: 'Медикаменты', 'Биодобавки', 'Ароматерапия', 'Лечебная косметика', 'Мама и малыш', 'Средства гигиены', 'Товары медицинского назначения', 'Здоровое питание', and 'Минеральные воды и фиточаи'.

The main content area shows a grid of product cards. Each card features a 'Акция' (Sale) badge, a product image, and the text 'Анальгин таблетки 500 мг, 10 шт.'. Below the product name, the price is displayed as '128,70 грн' with a strikethrough and '100,00 грн'. The first card in the second row includes 'Купить' and 'Добавить в корзину' buttons. At the bottom of the grid, there is a circular refresh icon and the text 'Бесконечная загрузка контента'.

The footer contains the copyright notice '© 2015 TRANSFARM' and two buttons: 'Наверх' and 'Онлайн консультант'.

# Связи между страницами

The screenshot displays a web page for 'Трансфарм' (Transfarm) with a search bar and a navigation sidebar. The main content area features a product page for 'Анальгин таблетки 500 мг, 10 шт.' (Analgin tablets 500 mg, 10 pcs). The sidebar contains a 'Каталог товаров' (Goods Catalog) with various categories. The product page includes a search bar, a search button, a price display, and buttons for 'Купить' (Buy) and 'Добавить в корзину' (Add to cart). Below the product page, there are sections for 'Сопутствующие товары' (Related products) and 'Аналоги' (Analogues).

**Сайдбар (Каталог товаров):**

- Home
- Медикаменты
- Категории товаров\_Обезболивающие и жаропонижающие
- Карточка товара**
- Акционные предложения
- Карточка акционного предложения
- Правила покупок
- Партнерам
- Отзывы+комменты
- Контакты аптек
- Контакты аптек\_Карта развернутая
- адреса
- Корзина
- Оформление покупки > после корзины
- Оформление покупки > купить
- Оформление покупки > завершение
- Оформление покупки > завершение после купить

**Верхняя панель:** Акционные предложения | Правила покупок | Партнерам | Отзывы | Контакты аптек | 044 485 85 09 | 05 ВК | RU

**Поиск:** Введите название препарата | Найти | Корзина 0 товаров

**Титул:** Трансфарм

**Название товара:** Анальгин таблетки 500 мг, 10 шт.

**Путь:** Главная > Медикаменты > Обезболивающие и жаропонижающие препараты > Анальгин

**Категория:** Медикаменты

**Фармакологическая группа:** Обезболивающие и жаропонижающие препараты

**Цена:** 160 грн 128,70 грн

**Кол-во упаковок:** - 2 +

**Кнопки:** Купить | Добавить в корзину

**Дополнительные кнопки:** Возврату и обмену не подлежит | Отпускается по рецепту | Инструкция по применению

**Сопутствующие товары:**

| Анальгин таблетки 500 мг, 10 шт. |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Цена 128,70 грн                  | Цена 128,70 грн                  | Цена 128,70 грн                  | Цена 128,70 грн                  |

**Аналоги:**

Наверх | Онлайн консультант

# Контакты

Трансфарм

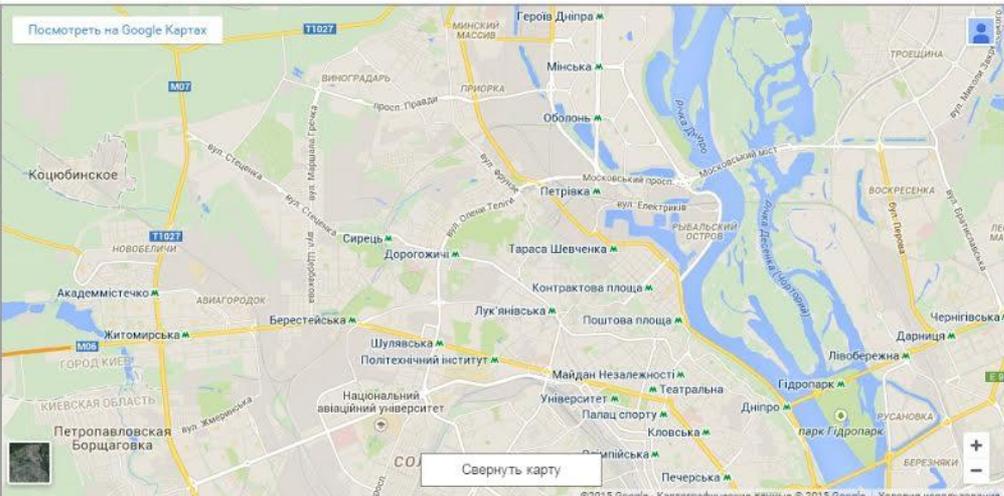
Введите название препарата

Корзина  
0 товаров

## Контакты аптеки "Здоровая семья"

Главная > Контакты

Возле метро  круглосуточно



Посмотреть на Google Картах

Свернуть карту

1. Ул. Героев Севастополя 156/58В (044) 599-05-39	пн-вс: 9:00-19:00	Соломенский р-н, м. Берестейская, 3 км от метро <a href="#">Как добраться?</a> <a href="#">Показать на карте</a>
2. Ул. Героев Севастополя 156/58В (044) 599-05-39	пн-вс: 9:00-19:00	Соломенский р-н, м. Берестейская, 3 км от метро <a href="#">Как добраться?</a> <a href="#">Показать на карте</a>
3. Ул. Героев Севастополя 156/58В	пн-вс: 9:00-19:00	Соломенский р-н, м. Берестейская, 3 км от метро

**Дизайн должен  
решать всего одну  
задачу: увеличить  
GMV  
(gross merchandise value)**



# Продолжение разработки

- Построение алгоритма взаимодействия с пользователями и структуры сайта
- Проектирование ключевых страниц и связей между ними – основные пути по сайту (прототипирование)
- Проектирование вспомогательных страниц
- Выбор платформы
- Подготовка технического задания (ТЗ)
- Разработка дизайна по прототипам страниц
- Верстка
- Создание и подготовка контента
- ТЗ отдаем SEO-специалисту
- Разработка программной части

# Финишная прямая

- Сборка (программная часть «подвешивается» под верстку)
- Первичное наполнение контентом
- Перенос на хостинг клиента
- Тестирование
- Исправление багов
- Запуск
- Поддержка
- **Продвижение**



# Почему это долго и дорого?

- 22 этапа в работе
- Почти каждый этап требует участия заказчика
- Задействованы:
  - ньюбиз
  - проджект-менеджер
  - проектировщик
  - юзабилити-специалист
  - SEO-специалист
  - Программист / тимлид
  - дизайнер
  - верстальщик
  - тестировщик
  - контент-менеджер / копирайтер



# Как удешевить и ускорить?

- Бесплатные или платные сервисы (ucoz, wix)
- Шаблоны дизайнов (TemplateMonster)
- Готовые движки для основы (WordPress, Bitrix)
- Создать прототипы ключевых страниц
- Упростить функционал сайта
- Подробно прописать ТЗ
- Сразу подключать SEO-специалиста
- Один ЛПР
- Запуск разделов поэтапно

# Общие рекомендации

- Веб-студия или собственный программист, а не фрилансер
- Популярная CMS
- Без экзотических языков программирования



# Типичные сайтов компаний

- Landing Page
- «Визитка»
- Промо-сайт
- Корпоративный сайт
  - + с витриной
  - + с магазином
- Портал или группа сайтов



**Давайте пройдем  
первые шаги на  
практике**

# Создание сайта: первые шаги

- Определение стратегических целей
- Определение тактических целей
- Описание сегментов ЦА, потребностей
- Поведенческие модели сегментов ЦА
- Определение ценности для сегментов ЦА
- Карта эмпатии



Что покупатель **ДУМАЕТ И ЧУВСТВУЕТ?**

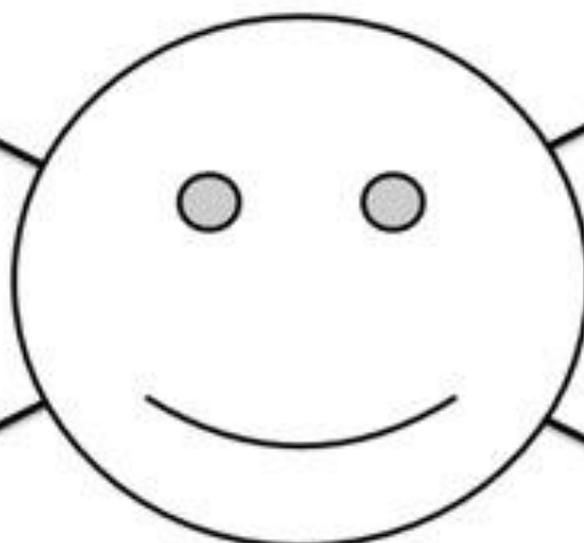
Что на самом деле для него важно? Его основные занятия? Проблемы и радости?

Что покупатель **СЛЫШИТ?**

Что говорят друзья  
Что говорит начальник  
Что говорят влиятельные лица

Что покупатель **ВИДИТ?**

Среда  
Окружение  
Друзья  
Что предлагает рынок?



Что покупатель **ГОВОРИТ И ДЕЛАЕТ?**

Как он держит себя в обществе? Как выглядит? Отношения с окружающими

**БОЛЬ**

Страхи  
Разочарования  
Препятствия

**Достижения**

Потребности / Желания  
Мерило успеха  
Препятствия

# Продолжение разработки

- Построение алгоритма взаимодействия с пользователями и структуры сайта
- Проектирование ключевых страниц и связей между ними – основные пути по сайту (прототипирование)
- Проектирование вспомогательных страниц
- Выбор платформы



**Едем дальше**

# Что важно

- Варианты целевых действий и обратной связи
- Мультиязычность + мультивалютность
- Страницы сравнения товаров или услуг
- Возможность покупки без авторизации
- Информировать пользователя о текущем нахождении и событиях
- Интуитивно понятная структура каталогов и рубрик
- Быстрый доступ к корзине товаров на любой странице сайта
- Поиск по сайту
- Отсутствие не работающих ссылок

# Возможные проблемы

- Недостаточно информации
- Избыток информации
- Что делать? Usability.
- Неочевидность навигации
- Количество пунктов меню
- Скорость загрузки страницы



# Usability

- Правило 3 секунд
- Правило 3 кликов
- Стоим в 1,5 метрах
- Eye-tracking
- A/B test (split test)



# Design vs UX



Design

User experience

# AB test (split-test)

**RJMetrics** Sign Up Log In How It Works FAQ About Us Blog

Feature Tour For Businesses For Investors For Consultants

### How it Works

[Click here for a five minute demo of the RJMetrics Dashboard!](#)

**Get a Demo Login Now**

Your Name:

Email:

Join Our Newsletter:

[or click here to contact us](#)

**2,1%**

**RJMetrics** Sign Up Log In How It Works FAQ About Us Blog

Feature Tour For Businesses For Investors For Consultants

### Get a Demo Login Now

Name:

Email:

Join Our Newsletter:

### What Happens Next?

After you fill out this form:

- We will send you an email with login credentials for your free RJMetrics demo account
- You can log in at [dashboard.rjmetrics.com](http://dashboard.rjmetrics.com) to access your free demo dashboard
- Your dashboard will contain sample metrics, dashboards, and charts containing data from a fictional company

For more information about RJMetrics or to subscribe, [contact our sales team.](#)

© Copyright 2009 RJMetrics Inc. - All Rights Reserved Cohort Analysis · Repeat Purchase · Privacy Policy · Home · Contact **RJMetrics**

**6,1%**

# Ключевые аргументы

UNIONEN

Regioner Kontakt Press Frågor & svar A-kassan In English

Bli Medlem **Medlemskap** Arbetsmiljö Lön Försäkringar Karriär Avtal & lag Om Unionen För dig som är...

Sök  SÖK Populära sökningar Rekommenderade sökningar

Du är här: Medlemskap

**Unionen skapar glädje i arbetslivet**  
Med nära en halv miljon medlemmar är vi Sveriges största fackförbund på den privata arbetsmarknaden. Unionen finns i allt från stora internationella koncerner till små familjeföretag. Vår vision är att skapa trygghet, framgång och glädje i arbetslivet. *Vill du också vara med?*

**Logga in**  
Användarnamn   
Lösenord  OK  
Inloggade medlemmar: 8  
[Bli medlem](#) [Beställ lösenord](#)

**Vanliga frågor och svar**  
Vilka är Unionens viktigaste frågor?  
Hur betalar jag min medlemsavgift?  
Vilken region tillhör jag?  
Har Unionen någon ekonomisk ersättning för studier?  
Vad händer med inkomstförsäkringen?

Hitta dina drivkrafter:  
**Karriärplanering**  
Att hitta en arbetsplats eller ett yrke som berikar arbetslivet får positiv effekt för livet som helhet. Som medlem i Unionen får du professionellt stöd i din karriärplanering vare sig du vill avancera på din arbetsplats, byta jobb eller plugga.  
[Personlig utveckling](#)

Hitta dina drivkrafter:  
**Nu blir nyttan med facket tydlig**  
Inte en dag utan nya varsel om neddragningar från företag runt om i landet. Unionen kommer att göra allt som står i vår makt för att ge stöd till våra medlemmar, skriver Cecilia Fahberg i en debattartikel.  
[Nu blir nyttan med facket tydlig](#)

4,6%

UNIONEN

Regioner Kontakt Press Frågor & svar A-kassan In English

Bli Medlem **Medlemskap** Arbetsmiljö Lön Försäkringar Karriär Avtal & lag Om Unionen För dig som är...

Sök  SÖK Populära sökningar Rekommenderade sökningar

Du är här: Medlemskap

**3 starka skäl till medlemskap**  
Som medlem får du bland annat:

- Inkomstförsäkring som ger dig 80% av din lön.
- Karriärcoachning, löne- och utvecklingsamtal.
- Rådgivning, rätts- och förhandlingshjälp.

[Bli medlem](#)

**Logga in**  
Användarnamn   
Lösenord  OK  
Inloggade medlemmar: 8  
[Bli medlem](#) [Beställ lösenord](#)

**Vanliga frågor och svar**  
Vilka är Unionens viktigaste frågor?  
Hur betalar jag min medlemsavgift?  
Vilken region tillhör jag?  
Har Unionen någon ekonomisk ersättning för studier?  
Vad händer med inkomstförsäkringen?

Hitta dina drivkrafter:  
**Karriärplanering**  
Att hitta en arbetsplats eller ett yrke som berikar arbetslivet får positiv effekt för livet som helhet. Som medlem i Unionen får du professionellt stöd i din karriärplanering vare sig du vill avancera på din arbetsplats, byta jobb eller plugga.  
[Personlig utveckling](#)

Hitta dina drivkrafter:  
**Nu blir nyttan med facket tydlig**  
Inte en dag utan nya varsel om neddragningar från företag runt om i landet. Unionen kommer att göra allt som står i vår makt för att ge stöd till våra medlemmar, skriver Cecilia Fahberg i en debattartikel.  
[Nu blir nyttan med facket tydlig](#)

5,3%

# Вообще не похожие варианты

## Performance Based Design

NEW BOOK COMING 2010

Yes, notify me ONCE when it's ready!

### WHAT'S THE BOOK ABOUT?

*Performance Based Design* is about changing the way we think about web design. It's what comes next after web standards. It's about using data to find the *best* design — the best user experience, the best conversion rate, the best performing design. Web design is measurable and testable, and *Performance Based Design* will show you how to use that to become an objectively better designer.

### WHO'S THE AUTHOR?

Luke Stevens ([@lukestevens](#)) has been professionally designing and building websites for the better part of a decade. For more:

- Follow [@msrmt](#) on Twitter for book updates.
- Read an [interview with Luke at SitePoint](#).
- See Luke's [slides \(with audio\)](#) from his Web Directions South 2009 presentation on performance based design.

A web designer's guide to kicking ass with:

Web analytics  
User testing  
A/B testing  
Multivariate testing  
Advanced CSS & CSS3

You'll never think about web design the same way again.

### WHEN WILL IT BE OUT?

The book is currently 80% complete, weighing in at 70,000 words across five major sections. It should be out around the middle of this year.

Be sure to sign up so you get a **once-only** email when the book is ready, or follow [@msrmt](#) to be notified that way.

Luke Stevens Design + Consulting | [luke@lukestevensdesign.com](#) | [@lukestevens](#) | © 2010

## Hi! Are you a Designer?

If so, a new book just for you is coming in 2010.

Yes, notify me ONCE when it's ready!

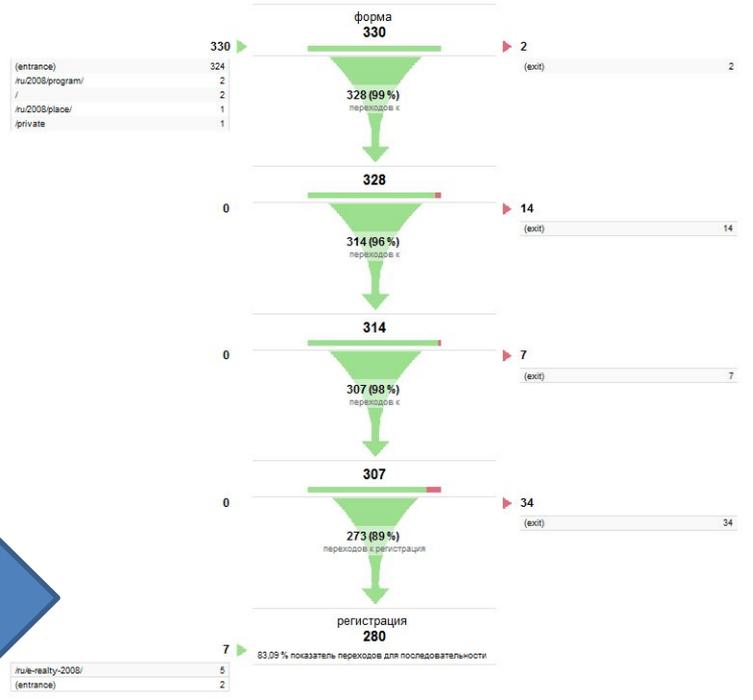
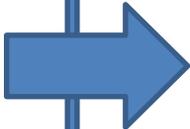
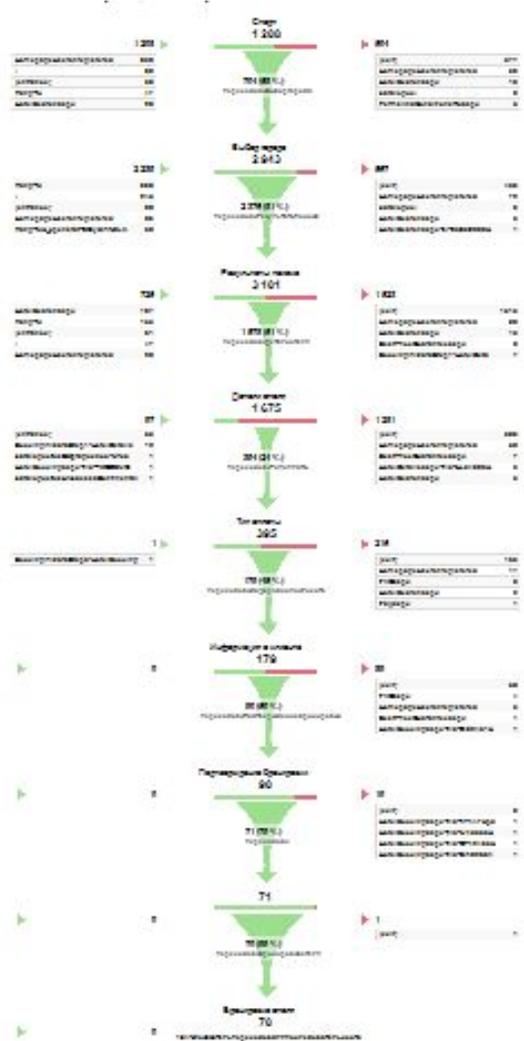
It's called "Performance Based Design".  
It's what comes next after web standards.  
You're going to love it, so sign up now!

You can also follow on [Twitter](#) for announcements.

© 2010 Luke Stevens Design + Consulting | [luke@lukestevensdesign.com](#) | [@lukestevens](#) | Photo by [Irragerich](#)

5,0%

11,6%



# Вебвизор (Яндекс. Метрика)

**UAMASTER**  
e-marketing solutions

Реклама в Интернете. Звоните:  
+38 (044) 22-737-66; +7 (499) 5005-637

Русский

Наши услуги — реклама в интернет » Об агентстве » Наши Клиенты » Почитать » Контакты Заказать рекламу >>

Главная > Наши услуги — реклама в интернет > Продвижение в социальных сетях (SMM) > Контекстная реклама в социальных сетях

## Контекстная реклама в социальных сетях

Предлагаем размещение текстово-графических объявлений в самых популярных социальных сетях. Мы покажем рекламу только вашей целевой аудитории. Вы заплатите только за клики.

**Контекстная реклама в социальных сетях (или таргетированная реклама)** - это размещение контекстных объявлений на сайтах социальных сетей (Facebook, Вконтакте и др.). Обычно объявления представлены в виде изображения и текстовой ссылки.

**Преимущества контекстной рекламы в социальных сетях:**

1. Оплата только за результат (переходы на Ваш сайт).

**Закажите прямо сейчас**

Ваше имя (обязательно)

Ваш E-Mail

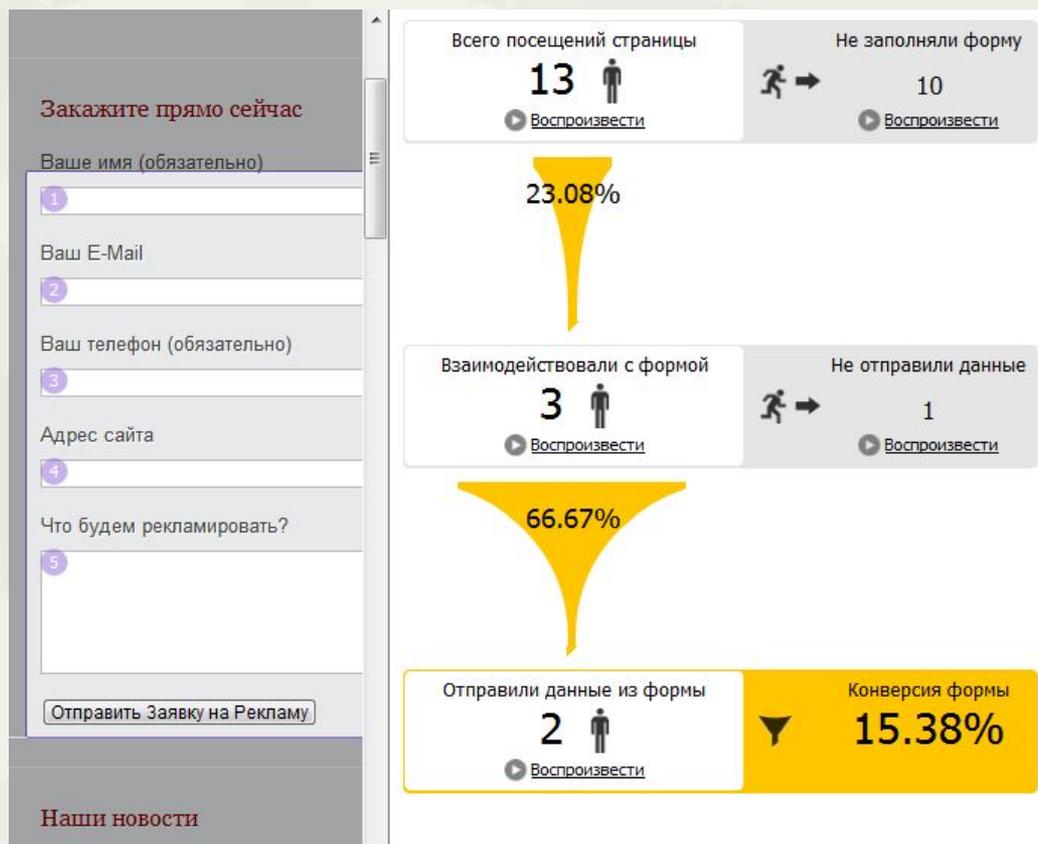
Ваш телефон (обязательно)

Адрес сайта

Что будем рекламировать?

Яндекс.Метрика 00:22 00:38 1x Контекстная реклама в социальных сетях: Facebook, Вконтакте.ru, Linker/ uamaster.com/reklama-v-internet/reklama-v-socialnyh-setyah/contextual-reklama-v-socialn

# Анализ форм – обязательно!

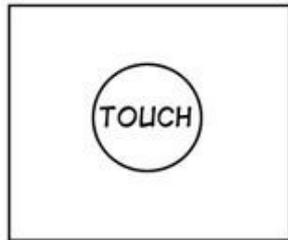


# Для пользователей важно

- Качество и полнота контента (!!!)
- Функциональность и usability
- Удобство навигации
- Понимание того, где они находятся
- Дизайн

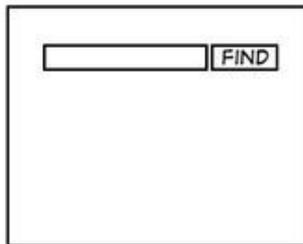


TYPICAL APPLE PRODUCT...



**Пользователь на сайте:**

A GOOGLE PRODUCT...



**«Навигационный тупик»  
Или  
«богатство выбора»**

YOUR COMPANY'S APP...

FIRST NAME: <input type="text"/>	TYPE CD: <input type="text"/>	4 - K
LAST NAME: <input type="text"/>	TQP STAT: <input type="checkbox"/>	AA2-
SSN: <input type="text"/>	FT/PT: <input checked="" type="checkbox"/>	DK9B
ID: <input type="text"/>	VER: <input type="text"/>	KKA?
PHONE 1: <input type="text"/>	CAT CD: <input type="text"/>	CN3
PHONE 2: <input type="text"/>	CITY: <input type="text"/>	AA-9
ADDR 1: <input type="text"/>	STATE: <input type="text"/>	NEW
ACCT #: <input type="text"/>	ZIP: <input type="text"/>	DEL
ORD #: <input type="text"/>		

**В зависимости от целей**

# Дружественный сайт: 1,5 минуты ожидания на 2Мб канале

Ваш Дом, Одесса, 2005



# Никитинский Ботанический сад

Комплексы и виллы



Корпус 4



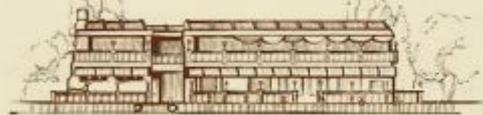
Корпус 3



Корпус 2



Корпус 1



О ПРОЕКТЕ ☞ МЕСТОПОЛОЖЕНИЕ ☞ ОБЪЕКТЫ И ТЕРРИТОРИЯ ☞ КЛУБНАЯ ЖИЗНЬ ☞ КАК ПРИОБРЕСТИ

ВРЕМЯ МЕНЯТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ЖИЗНИ У МОРЯ



## Не забывайте:

1. Контакт на каждой странице  
(телефон, адрес, карта)
2. Перейдите на личности
3. Скорость фидбека



# Feedback

1. Корзина
2. Номер телефона
3. Адрес магазина или офиса
4. Форма обратной связи
5. Е-мейл
6. Чем еще пользуются ваши клиенты?  
(ICQ, Skype etc)



# Для владельцев и маркетологов

- Максимально возможная автоматизация бизнес-процессов, экономия человеческих ресурсов. Прибыль.
- Тактические KPI:
  - Посещаемость,
  - конверсия,
  - показатель отказов



Не забывайте  
продавать!



Райффайзен  
БАНК

**МЫ ОТРЫЛИСЬ!**  
ул. Ф.Энгельса, д. 6

8 800 700 91 00  
[www.raiffeisen.ru](http://www.raiffeisen.ru)

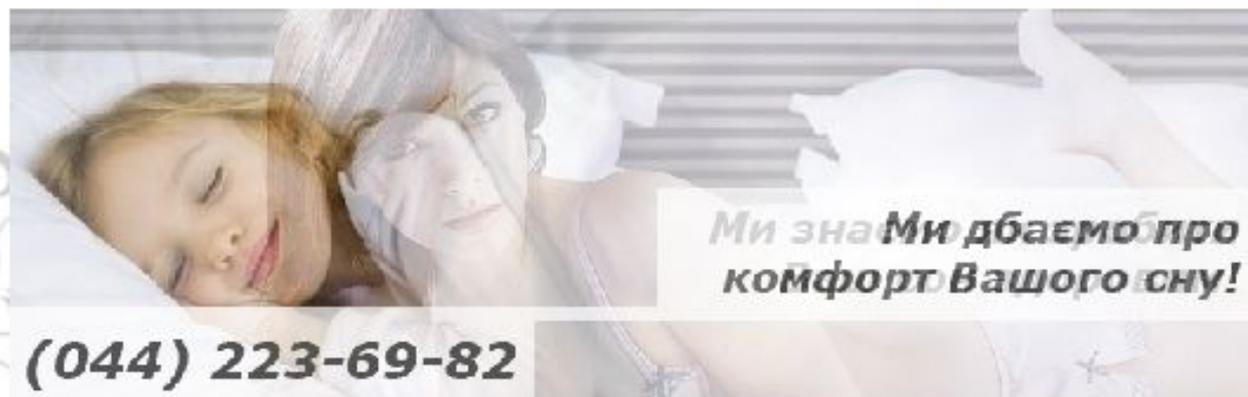
250-710

5ИТБАНК



# ДирСон

Виробництво подушок, ковдр  
постільних комплектів



**Ми знаємо, як дбаємо про  
комфорт Вашого сну!**

**(044) 223-69-82**

**Корзина**



[Головна](#) > [Для готелів](#)

## Для готелів

There are no translations available.

Спеціально для готиничного бізнеса:



- комплекти постельного белья белые, цветные (бязь, сатин);
- комплекты полотенец белые, цветные;
- одеяла;
- подушки;
- пледы п/шерсть;
- одеяла летние;
- наматрацники;
- халаты банные;
- скатерти;
- салфетки.

[Детальна інформація](#)

# Mobile first!

1. desktop	<b>200 510</b> (79,58 %)
2. mobile	<b>35 767</b> (14,20 %)
3. tablet	<b>15 675</b> (6,22 %)

- <http://plastilin5.com/tools/>
- <http://quirktools.com/screenfly/>
- <http://www.mobilephoneemulator.com/>
- <http://beta.screenqueri.es/>
- <http://responsive.is/typecast.com>
- <http://www.responsinator.com/>



# Техническое задание

1. Заказчик принимает активное участие вместе с разработчиком
2. Должно включать сетку ключевых страниц и связь между ними
3. Подробно описывать бизнес-процессы внутри сайта
4. Детальное описание каждой типовой страницы и всего функционала



# Плохой пример фрагмента ТЗ

## Блок-схема новин

Структура	<ul style="list-style-type: none"><li>- Анонсы новин</li><li>- Тексты новин</li></ul>
Анонсы новин	<ul style="list-style-type: none"><li>- Дата</li><li>- Заголовок</li><li>- Анонс</li></ul>
Текст новин	<ul style="list-style-type: none"><li>- Дата + <u>Время</u></li><li>- Заголовок</li><li>- Анонс</li><li>- Текст</li></ul>



## Блок-схема карточки товара



Поле	Тип	Значения, размеры	Примечания
Название	Текстовое	До 1024 символов	
Изображение маленькое (превью)	Img (jpg, gif, png)	До 120x200 пикселей, до 20 кб	
Изображение большое (фулсайз)	Img (jpg, gif, png)	До 100 кб	
Автор	Текстовое поле	До 1024 символов	Выпадающее меню в админке
Издательство	Текстовое поле	До 1024 символов	Выпадающее меню в админке
Год издания	Числовое поле	4 символа	
Объем	Текстовое поле	14 символов (2,0 Мб) или (1,8Мб)	
Цена	Числовое поле		
Наличие на складе	Да-нет	+/-	
Аннотация	Текстовое поле	10 тыс. символов	
Содержание	Текстовое поле	10 тыс. символов	
Виды бизнеса	Текстовое поле или ...		Делать как теги (ключевые слова) или еще как-то
Каталогизатор 1	Выпадающее меню		По виду товара (диск/книга/видео)
Каталогизатор 2	Выпадающее меню		По тематике (менеджмент, организация труда,...)
Кадры	Img (jpg, gif, png)	Фотографии	
<u>Аудио-запись</u>	Произведение mp3	MP3	
Комментарии	См. таблицу		Премодерация

# Хотелки в процессе

- А давайте еще...
- Дизайн + верстка + программинг
- Цена и сроки



# Не забудьте!

- Поисковую оптимизацию сайта нужно начинать на этапе проектирования сайта. Поэтому после написания ТЗ отдайте его специалисту по SEO (до того, как программисты начнут работу).



# Сайт или Landing Page?

Многофункциональность или одно действие + лидогенерация?

# Правила Landing Page

- 1 сегмент ЦА и 1 действие
- Что продаем и полезность – считается за 3 секунды
- Убираем все отвлекающие элементы
- Минимизируем «сопротивление»
- Продающие аргументы
- Кнопка – каждые три экрана
- Ограничение времени / количества



# Оптимизация страницы

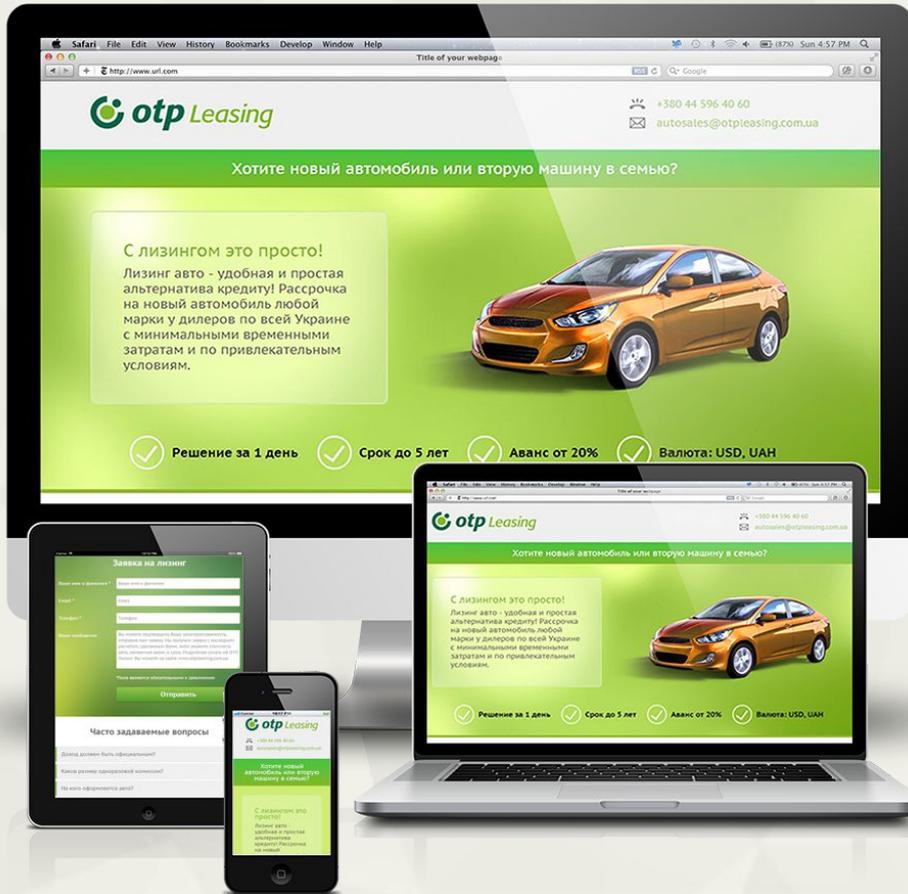
The screenshot displays the website for OTP Leasing, featuring a green header with the company logo and a search bar. A navigation menu includes links for Home, About Us, Partners, Private Clients, Business, Press Center, About Leasing, Contacts, and Blog. The main content area is titled "Заявка на лізинг" (Leasing Application) and contains a form with the following fields:

- Предмет лізингу\* (Leasing Object): dropdown menu with "лізинг легкового автотра..." selected.
- Вартість\* (Value): text input field.
- Ваше ім'я та прізвище\* (Your Name and Surname): text input field.
- Юридична чи фізична особа\* (Legal or Physical Person): dropdown menu with "фізична особа" selected.
- Телефон\* (Phone): text input field.
- Email\*: text input field.
- Ваше повідомлення (Your Message): text input field.
- Перевірочний код\* (Verification Code): text input field.

Below the form is a green "Відправити" (Send) button and a "MN yS" security code field. A note at the bottom states: "поле обов'язкове для заповнення" (field is mandatory for completion) and "Заповніть форму заявки на лізинг, і фахівець нашої компанії зв'яжеться з Вами найближчим часом і докладно проконсультує." (Fill out the leasing application form, and our company's specialist will contact you as soon as possible and provide a detailed consultation).

On the left side of the page, there is a sidebar with a vertical menu of icons and text labels: "Лізинг легкового автотранспорту", "Вантажно-автомобільна техніка", "Сільськогосподарська техніка та обладнання", "Спеціальна техніка", "Вагони, судна, літаки, хіли", "Виробниче обладнання", "Калькулятор", and "Опитування". Below this menu is a "Спеціальні пропозиції" (Special Offers) button and a "Подати заявку" (Submit Application) button. At the bottom left, there is a "Зв'язатися з нами" (Contact Us) section with contact information for TSB "OTP Leasing" in Kyiv, including the address "Патроновласна Борщагівка, вул. Лепіва, буд. 2В", phone number "+380 44 596 40 60", and fax number "+380 44 594 70 60".

# Оптимизация страницы



Рост к-ва заявок  
на 760% в  
сравнении с  
предыдущим  
периодом

# Оптимизация формы

## ЗАКАЗ ПРОДУКТА/УСЛУГИ ПЛАТЕЖНЫЕ КАРТЫ VISA CLASSIC И MASTERCARD MASS



Уважаемый клиент, просим Вас заполнить форму заявки на заказ товара/услуги, по возможности указать все необходимые данные для оформления заказа.

\* обязательные поля



### Личные сведения клиента

Фамилия \*

Фамилия на английском языке \*

Имя \*

Имя на английском языке \*

Документ, подтверждающий местонахождение \*

Фамилия отчества \*

Почтовый индекс \*

Имя доставки \*

# Оптимизация формы

This image shows a tall, narrow, and complex form with many fields and labels, representing a non-optimized design. It is highlighted with a red border and a blue arrow pointing upwards, indicating its vertical length and complexity.

7 п

This image shows a clean, wide, and simple form with clear fields and a 'Далі' button, representing an optimized design. It is highlighted with a red border and a blue arrow pointing to the right, indicating its horizontal width and simplicity.

Сума кредиту\*

10 000 грн.

Я обираю

«Кредитну Картку №1»  «Кредитну Картку №1 PayPass»

Я можу надати наступний документ

Надам іншим разом ?

Мінімальний щомісячний платіж

550 грн. ?

Прізвище, ім'я та по батькові\*

Кontaktний телефон\*

+380 ?

\* - поля обов'язкові для заповнення

Далі

# Оптимизация отдельных элементов

- » Кнопки, плашки, и т.д.
- » Сплит-тестирование
- » Репрезентативный объем данных



# Оптимизация контента

- » Объем
- » Грамотно
- » Читабельно
- » УТП
- » Оптимизированы под SEO



# Нулевой уровень веб- аналитики

# Первый шаг

- понимать ЗАЧЕМ считать
- понимать ЧТО считать
- выбрать ИНСТРУМЕНТЫ
  
- Или действовать наугад



# Стандартный набор

- ✓ Google Analytics
- ✓ Яндекс.Метрика
- ✓ Gemius
- ✓ Clicktale / Webvisor
- ✓ Публичный счётчик
- ✓ Woopra



# Google Tag Manager

- <http://www.google.ru/tagmanager/>
- Контейнер на вашем сайте, для управления кодами систем статистики + рекламных систем (ретаргетинг)



# Что умеют считать

- Google Analytics + Яндекс.Метрика – несколько десятков базовых отчетов.
- Если создавать цели + пользовательские фильтры – может быть несколько сотен отчетов.



# Например

- Пользователей (за период)
- Просмотров страниц (всего, на 1 пользователя)
- Время на сайте
- Путь по сайту
- Достижение цели
- Показатель отказа
- Точки входа и выхода
- Источники посетителей



# Цели В Google Analytics

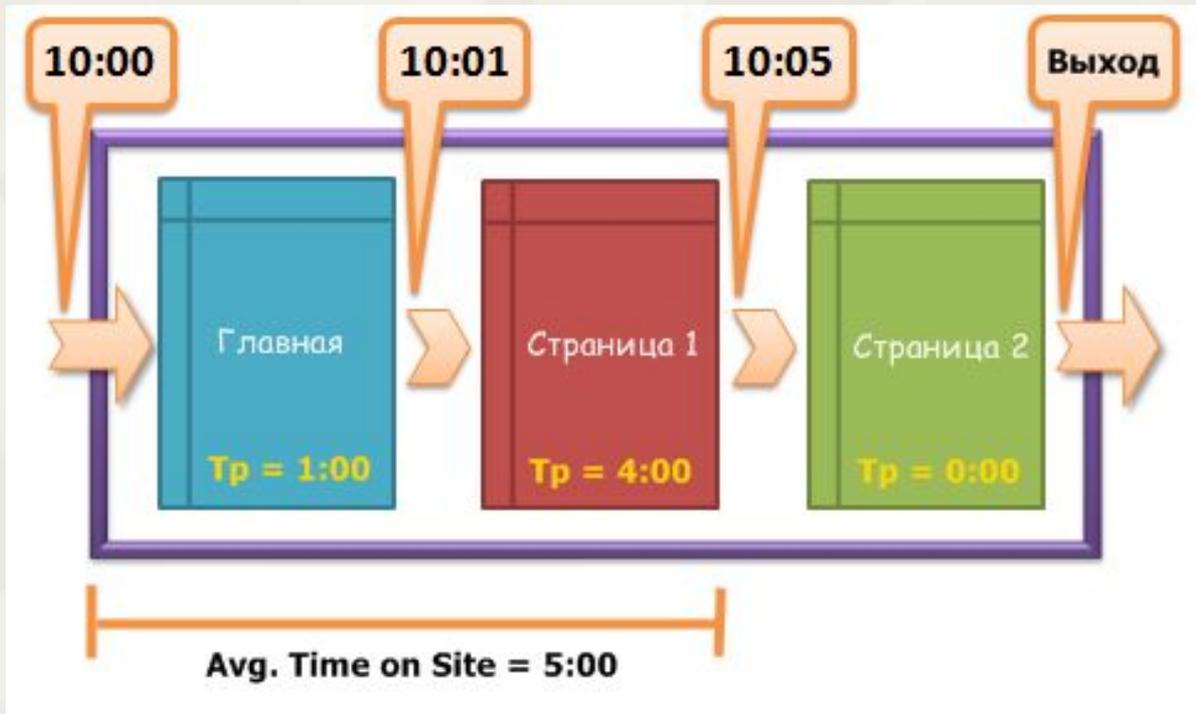
## Цели выбираете ВЫ!

- ✓ страница товара
- ✓ страница «Где купить», «Контакты»
- ✓ клики по [mail@site.com](mailto:mail@site.com) ссылкам
- ✓ заполнение форм обратной связи
- ✓ добавление комментария
- ✓ подписка на рассылку, RSS



# Методика подсчета

- ✓ Показатель отказов
- ✓ Время на сайте



# Отслеживание РК

## ✓ (КОМПОНОВЩИК URL)

**Действие 1.** Введите URL своего веб-сайта.

URL веб-сайта: \*   
(например, <http://www.urchin.com/download.html>)

**Действие 2.** Заполните поля, расположенные ниже. **Источник кампании**, **Средство кампании** и **Название кампании** всегда должны использоваться.

<b>Источник кампании:</b> *	<input type="text" value="IMU"/>	(источник перехода: google, citysearch, newsletter4)
<b>Средство кампании:</b> *	<input type="text" value="banner"/>	(средство маркетинга: срс, баннер, электронное сообщение)
<b>Условие поиска кампании:</b>	<input type="text"/>	(определяет оплачиваемые ключевые слова)
<b>Содержание кампании:</b>	<input type="text"/>	(используется для различения объявлений)
<b>Название кампании*:</b>	<input type="text" value="2010"/>	(продукт, льготный код или рекламный слоган)

**Шаг 3**

# Исключить посещения сотрудников

## Enter Filter Information

Filter Name:

Filter Type:

IP address

(e.g. 63\212\171\\*)

[What kind of special characters can I use?](#)

Save Changes

Cancel



# Уводите критиков в офлайн

Мы будем Вам признательны  
за отзывы, замечания, предложения.



[Поблагодарить](#)



[Пожаловаться](#)



[Предложить](#)





ФІНАНСИ



ДОПОМОГА



ОПЛАТИТИ

Шевченко Євген

"IPNET 40" (Швидкість 40МБіт/с та

181833735

172.16.47.76

позиції:

: HD якості за 19.00 грн/міс

: Мегаспорт за 14.90 грн/міс

3  
ЗАМОВИТИ

Всі пропозиції

**Зворотній зв'язок** ✕

Номер телефону\*

Повідомлення\*

Файл

Выберите файл    Файл не выбран

Дякую    Пропоную

Скаржусь    Передзвоніть



# Домашнее задание

Шаблон прилагается

---

Спасибо за внимание

Ваши вопросы



Интернет-агентство **UaMaster**

**Мы Вас Любим!**

**Спасибо за  
внимание:)**

г. Киев, ул. Фрунзе 15/1-А, оф.5

Киев: +38 044 227-37-66

Москва: +7 499 346-77-33

info@uamaster.com

[www.uamaster.com](http://www.uamaster.com)

[www.facebook.com/UaMaster](http://www.facebook.com/UaMaster)

[twitter@uamaster](https://twitter.com/uamaster)