

# Корпоративният уеб сайт



Не е нужно да припомниме, че в света има над 25 млн. регистрирани уеб страници, които всеки ден стават все повече и повече. Не е нужно също така да се разпростираме нашироко върху факта, че дори в България бизнесмените приеха къде на шега, къде на сериозно възможността компанията им, както и техните продукти, да се "презентират" в глобалната мрежа. Истинският въпрос е не дали да имате уеб сайт. Въпросът е как да направите така, че интернет лицето на вашата фирма да бъде красиво и представително. И да носи пари.

Корпоративните сайтове на български фирми са около 1000, а частта от населението, имаща някакъв достъп до мрежата, е 5% според данни на в. Computerworld. Бавно и полска българското онлайн присъствие набира скорост. Така че ако все още се колебаете дали да се представите в глобалната мрежа, съветът е еднозначен: включете се в играта.

Като начало за добрия уеб сайт е нужен добър уеб дизайн. В този бизнес, както и във всички други, си има няколко основни правила. Ако ги спазите, клиентите ще се разхождат във вашето виртуално пространство, ще използват вашите продукти и ще ви препоръчват на нови клиенти. Корпоративният уеб сайт отразява вашия бизнес и вие сте отговорен толкова за вида и съдържанието на сайта, колкото и фирмата-дизайнер. Добрата работа в екип с уеб дизайнер ще осигури успешното ви присъствие в мрежата и ще помогне за точното определяне на най-ефективния начин за представяне.

За изработката на сайта се използват специфични графични програми и езици за програмиране. Не е нужно да ставате уеб-програмист, но трябва да имате представа от уеб дизайн.

За начало разгледайте сайтовете на вашите конкуренти и партньори. Един поглед върху представянето на информацията в мрежата на фирми от вашия бранш ще ви помогне. Започнете от сайта [www.eReport.com](http://www.eReport.com). Основната му идея е да представя годишните отчети на компаниите от Fortune 1000 и Global 500.

За нашите цели ще използваме това, че информацията може лесно да се търси по браншове и региони. Резултатите от търсенето показват адреса на корпоративния уеб сайт и друга финансова информация за фирмата. Изберете своя бранш и разгледайте сайтовете на най-добрите фирми в него.

## Българската класация

От 2 години имаме и българска класация на най-добрите сайтове. На адрес [www.bgwebawards.org](http://www.bgwebawards.org) можете да видите миналогодишните участници, номинирани сайтове и победители.

Няколко са нещата, които карат интернет потребителите да харесат и да се задържат в един сайт. Можем да кажем, че това са четирите стълба на вашето успешно присъствие в уеб пространството.

- Добър графичен дизайн
- Добро съдържание
- Лекота на използване
- Скорост на зареждане

## Графиката

Добрият графичен дизайн определя общия изглед на интернет страницата. Той включва избора на основни цветове, оформлени на фона, какви графични елементи (снимки, таблици, диаграми) ще включите. Изберете основните елементи на дизайна в съответствие с вашите съществуващи фирмени знаци и материали. Нека цветовете да съответстват на тези от визитната ви картичка. Добре е фирменият ви знак да присъства на заглавната интернет страница на компанията ви.

При избора на цветове трябва да знаете, че някои ще накарат посетителите ви да се задържат и да разгледат по дълго вашата страница. Синьото, като цвят на бизнеса, е подходящ избор. Червеното е агресивен цвят в уеб пространството. Ако решите да бъдете по-оригинални, използвайте оранжево. Доста изследвания показват, че този цвят успокоява и кара хората да се задържат по дълго в сайта. Ако бизнесът ви позволява, можете да използвате и по-нетрадиционни цветове. Прекрасен пример за използване на розовия цвят е сайтът [www.lastminute.com](http://www.lastminute.com). Това е страница за продажба на самолетни билети, туристически резервации, билети за представления "в последната минута", например един час преди началото, на много изгодни цени.

Друго място, откъдето можете да почерпите вдъхновение, е сайтът [www.webbies.com](http://www.webbies.com). На него са представени наградите Webby, раздавани ежегодно от Международната академия за дигитални изкуства и науки. Наградите се присъждат в 28 категории (изкуство, търговия, обучение, мода, политика и др.) Във всяка категория има и избран сайт на публиката.





## Съдържанието

Доброто съдържание е тази част от сайта, която представлява вас и вашия бизнес. Погрижете се информацията за вашите стоки, услуги, авторски продукти да е лесна за четене, разбираема и интересна. Ако имате дълго описание, представете анонс от 10-12 реда, а останалата информация, представете в отделен файл, който се сваля допълнително.

## Актуализирайте поне веднъж месечно

Не оставяйте остаряла информация в сайта. В началото на миналото лято се появи интернет страница на голяма българска фирма. На първа страница бяха представени новини за фирмата, от съответния летен месец. Сайтът ми хареса като дизайн и към края на годината реших да го посетя отново. На първа страница се виждаха старите летни новини, за събития от давна минали и загубили актуалност. Аз бързичко "избягах", но се замислих за този подход. Когато посетител види такава неактуална информация, логично е да се запита дали фирмата не е прекъснала дейността си, а може би вече не се занимава точно с този бизнес. Съветвам ви, ако не можете да поддържате новините актуални, по-добре не включвайте такъв раздел. Максималният приемлив срок за актуализация е един месец. Дори на сайта да няма информация, която да се нуждае от ежемесечна актуализация, ще спечелите симпатиите на потребителите, ако променяте сезонно дизайна. Наближават мартенските празници. Поздравете клиентите и сложете подходящи графични елементи.

## Попълнете базата си данни с клиенти

Едно от големите предимства на интернет е възможността за бърза обратна връзка. Накарайте посетителите да се регистрират в сайта. Помолете ги да дадат мнение за вашия продукт. Можете да организирате игра с подарък или да предложите изпращане на безплатна брошура. Така ще попълните базата данни с клиенти. Ако участвате на изложение или панаир - изпратете им покана по електронна поща да посетят изложбената ви площ. Можете да ги информирате за ценови намаления

или други промоции. Обсъдете средствата за комуникация с фирмата дизайнер, за да намерите това решение, което ще ви удовлетвори като цена и ще ви осигури добра обратна връзка.

## Навигацията

Добрата навигация - това е вашият реверанс към клиентите. Посетителят трябва лесно да намери нужната му информация. Ако сайтът е с много връзки в дълбочина, обмислете добре имената на тези, които се виждат на първа страница и водят към вътрешността. Поставете търсачка и карта на сайта (страница, която показва всички връзки). Проучване сред клиентите на Amazon.com показва, че една от причините за успеха на фирмата в областта на търговията с книги, учебници, CD и др. е лесната навигация. За 2000 г. сайт на публиката на Webby в категория търговия е избран именно [www.amazon.com](http://www.amazon.com). Цялата ви стратегия трябва да е съобразена със скоростта на зареждане. Нищо не кара толкова бързо посетителите да напуснат сайта, колкото бавният download.

## 20 секунди е критичното време

за привличане на вниманието. Ако за това време не сте показали достатъчно, посетителят ще ви напусне (за данните са още по-фрапантни - 8 секунди). Скоростта на зареждане зависи и от модела и вида на интернет връзката на посетителите. Помислете с какъв комуникационно оборудване ще влизат в сайта. Направете кратко проучване сред досегашните си клиенти и партньори, те също ще посещават вашия нов сайт. Когато обсъждате с фирмата дизайнер на сайта графичните елементи, анимациите и звуковия фон, винаги мислете за скоростта. Понякога е по-добре да се лишите от една графика, но да бонусирате бързото зареждане.

## Уеб сайтът е вашият виртуален офис

За да привлечете посетители в офиса, сложете уеб адреса на новия сайт на вашите визитки, рекламни материали, прибавете го към рекламната в другите медии. Стимулирайте клиентите и партньорите да търсят и използват информацията от вашето интернет пространство. В реалният свят има фирми, които се помещават в скромни офиси, и такива - в огромни сгради от стъкло и метал. В интернет има едно интересно относително равенство - и най-голямата фирма и малкият магазин в крайна сметка разполагат с еднаква площ - прозореца на браузера на потребителя. Използвайте го ефективно.

Таня Миткова  
интернет дизайнер

е-Бизнес    
www.91111.com