

a:link,a:visited { color:#FF00FF;} a:hover,a:active,a:focus { background:#000;color:#FFF;}

Энн Уильямсон

3 базовых принципа коммерческого веб-построения



Сегодня на голову среднестатистического новичка онлайн-бизнеса, желающего разобраться в том, как и с помощью каких инструментов создается собственный сайт, сваливается столько разнообразных материалов, что их обилие попросту сбивает с толку. В этом многообразии очень легко запутаться и упустить из виду **три принципа web-построения**, которым должно соответствовать создание абсолютно любого коммерческого сайта. Эти принципы обязательно должны найти отражение в разработке Вашего сайта, ибо в противном случае он окажется просто не в состоянии выполнять возложенные на него предпринимательские задачи. Что же это за принципы? На самом деле их довольно много, но по большому счету они могут быть сведены

к трем самым главным

, базовым принципам. Их мы с Вами сейчас и рассмотрим.

1. Никогда не теряйте из виду главную, **конечную цель**, ради которой Вы создаете коммерческий сайт. Согласитесь, что сайт

Вами создается не просто «из любви к искусству» и не «для мебели». Он создается с какой-то строго определенной целью. С какой именно? Чего Вы хотите от Вашего сайта? Чтобы он служил «виртуальной визиткой» для Вашего проекта? Чтобы приносил посетителей в Ваш офис? Чтобы побуждал клиентов звонить Вам по определенному телефону? Чтобы обеспечивал продажи Ваших товаров и услуг? Чего именно? В чем бы ни заключались цели, которые Вы ставите перед своим сайтом – обязательно четко их сформулируйте и

запишите на бумаге

. И постоянно

держите

эту бумагу в

поле своего зрения

, когда будете работать над созданием и оформлением своего коммерческого сайта. Точная формулировка целей не позволит Вам отклониться от правильного курса и сбиться с пути, что так легко сделать при сегодняшнем многообразии различных технологий, «платформ», «гаджетов» и «виджетов».

Многие предприниматели постоянно терзаются вопросами: «Вот появилась такая-то новая технология... стоит ли мне пытаться «прикрутить» ее к своему сайту?» На самом деле ответить на данный вопрос очень просто. Еще раз внимательно просмотрите список своих целей и подумайте над тем, будет ли способствовать их достижению то, что Вы собираетесь добавить на создаваемый или уже созданный сайт. Полученный ответ и будет ответом на мучающий Вас вопрос. Конечно, легко поддаться на соблазн «наворотить» на свой сайт различных новомодных «прибамбасов» и «приблуд», с помощью которых Ваш ресурс сможет петь, плясать и ходить на голове, но... Вряд ли все это будет способствовать достижению поставленных перед ним целей. А раз так – это вовсе не то, что Вам нужно. Вот что я еще рекомендую Вам сделать: погуляйте по самым популярным сайтам в Вашей рыночной нише и обратите самое пристальное внимание

на то, как они исполнены и как оформлены. Какие из «наворотов» на них представлены (если они там вообще есть)? Как на них организована структура материалов и навигация? Что притягивает Вас к тому или иному сайту, а что отталкивает? Помните, что увлекаясь всевозможными «виджетами», «примочками» и прочими «причиндалами», нагромождая их на своем сайте, Вы лишь разгоните всю свою целевую аудиторию. Практика свидетельствует как раз об этом.



2. Вы должны нарисовать макет своего будущего коммерческого сайта во всех деталях и подробностях ДО того, как Вы сделаете хотя бы одну из его страниц. Иными словами, у Вас на руках должен быть **подробнейший чертеж, письменный макет создаваемого ресурса** – только в этом случае Вы сможете создать свой сайт максимально быстро и с минимальным количеством ошибок и промахов. Вы должны предусмотреть в данном макете все необходимые тонкости, в частности, систему расположения контента на Ваших страницах, раскладку сайта, систему навигации и все остальное. Ваш макет также должен учитывать Ваши планы по расширению и модификации сайта, которым он в будущем обязательно подвергнется, т.е. Ваш чертеж должен обладать необходимой степенью гибкости. Ответы на следующие вопросы существенно облегчат Вам задачу составления такого макета: - какие секции (разделы) будет содержать Ваш сайт? - сколько страниц он будет всего насчитывать? - как эти страницы (и разделы) будут связаны между собой и организованы в единое целое? - какова будет раскладка (взаимное расположение элементов) на каждой из

страниц? - как будет изменяться сайт, в том числе и его внешний вид, когда Вы станете добавлять на сайт новый контент и убирать с него контент, уже устаревший? - и так далее – как только Вы начнете фиксировать на бумаге ответы на перечисленные вопросы, Вы сами увидите, на какие вопросы еще придется ответить, чтобы Ваш макет создаваемого сайта был максимально полным и завершенным.



3. Заранее разработайте и подготовьте стратегию работы с контентом на Вашем коммерческом сайте. Сколько раз Вам приходилось слышать утверждение о том, что контент – король Всемирной Паутины? Могу предположить, что не оду сотню раз. А знаете, почему об этом говорят все, причем везде и всегда? Потому что это – чистая правда. Когда любой человек начинает работать в Интернете – что бы он ни делал, он занимается поиском и изучением какой-либо информации. Все сводится к контенту. Вы-то сами зачем гуляете по сайтам, что Вас удерживает на них? Конечно же, контент. А что Вас прогоняет с того или иного сайта? Либо отсутствие на нем нужного контента, либо невозможность его отыскать на данном ресурсе. Соответственно, чтобы с Ваших сайтов не уходили пользователи, Вам нужно заранее разработать собственную стратегию работы с контентом. По большому счету, данная стратегия сводится к обеспечению решения двух важнейших задач, стоящих перед любым коммерческим сайтом:

1) наличие на Вашем сайте той информации, которую ищут Ваши потенциальные покупатели;

2) легкость нахождения и изучения данной информации на Вашем ресурсе.

Проще говоря, требуемая информация должна не только присутствовать на Вашем сайте, плюс к этому ее должно быть легко найти и изучить. Эти два требования неразрывно связаны между собой и в равной степени важны. Опять же, с целью разработки собственной стратегии контента, обратитесь к опыту Ваших ближайших конкурентов. Погуляйте по их сайтам и внимательно их изучите на предмет следующих главных моментов:

- какая информация представлена на их сайтах? - как она оформлена? - как она организована? - в каком формате она преподносится? - как Вы считаете – почему конкуренты делают все именно таким образом? Подобная работа предоставит в Ваше распоряжение достаточное количество сведений, опираясь на которые Вы сможете разработать собственную эффективную стратегию использования контента на Вашем коммерческом сайте.

Кроме того, вот Вам еще несколько вопросов, ответы на которые существенно облегчат Вам выполнение данной задачи: - какой именно контент должен присутствовать на Вашем сайте? - как его следует систематизировать и организовать на Вашем сайте? - с какой периодичностью Вы станете обновлять свой контент? - где Вы будете регулярно брать новые материалы для публикации на сайте и обновления контента? Ваша стратегия должна самым исчерпывающим образом на эти вопросы отвечать. Более того, на основе Вашей стратегии Вы должны разработать расписание ключевых мероприятий с Вашим контентом. Таковы

три главных принципа эффективного коммерческого веб-дизайна. Опирайтесь на них в своей работе над созданием и обслуживанием Вашего коммерческого сайта – и все у Вас будет обстоять самым лучшим образом!

Источник: <http://ezinearticles.com>

Похожие статьи

[10 причин заняться бизнесом](#)

[Как стать предпринимателем.](#)

[Личная продуктивность.](#)

[Как начать?](#)

[Начать инфобизнес.](#)

{social}