

Сегодня сложно найти компанию, которая не имеет, или не хочет иметь представительство в Интернете.



Наличие web-сайта окрыляет людей, так как ежедневно со всех сторон рассказывают об успешных Интернет-проектах приносящих миллионы долларов, 200-300% прибыли от инвестиций, и о большом количестве потенциальных клиентов бродящих, чтобы купить именно Ваш продукт! В целом, это действительно так и есть. [Продвижение сайтов](#) становится одним из важных рычагом маркетинговой деятельности.

Прежде чем начать продвижение web-сайта, его нужно еще сделать. И первым делом, необходимо определиться, что будет делать это сайт: привлекать покупателей или специалистов, продвигать брэнд, продавать (Интернет-магазин), или все вместе? Перед тем как разработать сайт, необходимо провести все те же маркетинговые мероприятия, что были сделаны при создании компании. Может не в таком объеме, но все же: миссию, цели, портфельные стратегии, тактический маркетинговый план, и др. необходимо написать. Более подробно об этом читайте на сайте www.planet-im.ru в ближайшее время, а сегодня хочу рассказать непосредственно о создании коммерческого сайта. Почему коммерческого? Потому, что в большинстве случаев, приходится сталкиваться именно с такими проектами. Эти сайты должны обладать определенными свойствами, позволяющими им быть как раз «коммерческими».

Основные постулаты по [разработке коммерческого сайта](#) :

1. **Уважение к посетителям.** Стилистические и орфографические ошибки наносят ущерб имиджу компании. Web-страницы с медленно загружающейся графикой, а также использование суперсовременных, и пока не получивших широкого распространения

технологий раздражает потенциальных клиентов. Игнорирование электронных писем от потребителей может отрицательно сказаться на продажах.

2. **Сроки выполнения.** Желательно, чтобы от возникновения идеи до создания готового Web-сайта прошло как можно меньше времени.

3. **Дешевизна.** Базовый Web-сайт можно создать силами компании, если есть специалисты по созданию сайтов и Интернет-маркетингу, или с помощью консультантов со стороны.

4. **Эффективность и интерактивность.** Любая маркетинговая деятельность подразумевает поддержку перспективных клиентов в процессе продаж.

5. **Простота.** Базовый Web-сайт нуждается в посетителях; он вполне может обойтись без продвинутых Web-технологий, которые поддерживаются не всеми браузерами.

6. **Уважение к пользователям сети.** У Интернет - среды есть определенные стандарты и традиции, которые не стоит игнорировать.

Наполнение сайта

- **Контактная информация.** Это крайне важные данные, и на многих сайтах – даже самых крупных и дорогостоящих – ее важность недооценивают.

- **Сфера деятельности.** Для примера, если ваш бизнес ограничен географически, сообщите об этом на первой же странице.

- **Ключевые клиенты.** Хотя многие компании не размещают такую информацию, опасаясь конкурентов, перечень основных клиентов – очень мощный показатель успеха.

- **Товары и услуги.** Необходимо простое краткое описание товаров и услуг.

Цены. По возможности указывайте цены.

- **Точки и способы сбыта.** Крайне необходимо указывать на Web-сайте, где и как можно приобрести ваши товары и услуги. При посещении некоторых сайтов можно подумать, что компании тщательно скрывают эту информацию.

- **Отличительные черты компании, ее товаров и услуг.** Здесь размещается информация о конкретных товарах и услугах, сотрудниках или компании в целом.

- **Новости компании.** Посетители приходят на Web-сайт после того, как услышат о компании в реальном мире: на презентации, при появлении нового товара. Необходимо отражать подобные события на сайте в виде публикаций пресс-релизов или статей с упоминанием компании.

- **Новости отрасли.** Не обязательно, но желательно ввести этот раздел. Если в планах компании стать лидером в своей отрасли, необходимо публиковать ее новости.