



УДК 004.738.5

К.А. Шапкина,

Е.П. Яхина

Шапкина Кристина Александровна, студентка 3 курса, группа ИС-15, факультет социально-культурной деятельности и туризма, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им.40-летия Победы, 33), e-mail: kristina_shapkina@mail.ru

Яхина Елена Петровна, к.п.н., доцент, кафедра экономики и информационных технологий, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им.40-летия Победы, 33), e-mail: eyakhina@gmail.com

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН ВЕБ-САЙТА КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В статье определяется значимость разработки веб-сайта компании и определено его место как инструмента маркетинга. Акцентируется внимание на дизайне сайта как в целях привлечения потенциальных клиентов, так и в увеличении количества продаж и улучшения имиджа фирмы.

Ключевые слова: веб-сайт, веб-дизайн, веб-ресурс, цель разработки сайта компании, юзабилити.

**K.A. Shapkina,
E.P. Yakhina**

Shapkina Kristina Aleksandrovna, 3rd year student, class of the IS-15, faculty of social and cultural activity and tourism, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: kristina_shapkina@mail.ru

Yakhina Elena Petrovna, associate professor of the Department of economics and information technology, Krasnodar state Institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail:eyakhina@gmail.com.

GRAPHIC DESIGN OF THE WEB-SITE OF THE COMPANY AS TOOL OF MARKETING COMMUNICATIONS

The article determines the importance of developing the company's website and defines its place as a marketing tool. Attention is focused on the design of the site in order to attract potential customers, increase the number of sales and improve the company's image.

Keywords: web site, web design, web resource, the purpose of developing the company's website, usability.

Современная экономика переживает переход к новому технологическому укладу по причине все большего доминирования цифровых технологий и интернета. Для того, чтобы получить возможность использовать большинство преимуществ цифровых сетевых технологий, компании должны адаптироваться к новому, стремительно меняющемуся миру, и стать частью всемирной паутины. Фирмам необходимо предоставить клиентам возможность получить спектр товаров и услуг использованием сети Интернет аналогичную той, что они бы имели, посетив офис или торговый зал. А для этого компании необходимо иметь собственный веб-сайт.

Веб-сайт является программным продуктом, который разрабатывается совместно программистами и дизайнерами. Дизайнеры создают оформление сайта, учитывая фирменный стиль компании, на основе ее бизнес-плана и с учетом целей и задач фирмы. Веб-сайт представляет собой информационный

ресурс, состоящий из одной или нескольких страниц с гипертекстовым, текстовым, медийным и другими типами содержания.

Сайт открывает для компании множество возможностей для создания, построения и управления отношениями с клиентами, для поиска новых потенциальных клиентов, а также для увеличения продаж. Он является одним из наиболее мощных средств совершенствования имиджа фирмы и повышения производительности компании путем появления дополнительного способа продаж, улучшения бренда и бизнеса в целом. При взаимоотношениях с пользователем в сети Интернет, компания имеет возможность предоставления дополнительного сервиса и распространения своих товаров и услуг. Имея собственный сайт, фирма повышает свою эффективность на рынке и улучшает качество и эффективность своих рекламных кампаний. А качественный анализ поведения посетителей сайта является мощным инструментом для возможности совершенствования уровня обслуживания клиентов.

Основная цель разработки сайта для компании – это получение возможности тесного взаимодействия с клиентом, увеличение продаж и анализ продукции своих конкурентов. Хорошо спроектированный сайт дает преимущество компании в создании эффективного взаимодействия со всеми субъектами рынка.

Для компаний, которые занимаются оптовой или розничной торговлей, имеется прекрасная возможность для развития их бизнеса – создание собственного интернет-магазина, а также использование различных методик привлечения потенциальных покупателей и удержание постоянных клиентов.

При создании сайта дизайн играет одну из главных ролей в привлечении новых клиентов, роста продаж и улучшения имиджа фирмы. Поэтому к дизайну сайта необходимо подходить ответственно и с учетом особенностей восприятия целевой аудитории. Качественный дизайн всегда должен быть удобен для пользователя, т.е. иметь грамотно спроектированную навигацию. Сайт не должен быть перегружен рекламой, чрезмерным количеством всплывающих окон и баннеров. На сайте желательно иметь возможность пе-

включения между различными версиями, такими как версии для слабовидящих, для людей с медленным интернет-соединением, для говорящих на других языках и т.д.

Согласно исследованию Amazon.com, при увеличении времени загрузки страницы на каждые 100 миллисекунд уменьшается уровень продаж на 1%. Также 52% опрошенных заявили, что не вернутся к сайту вновь, если не довольны его дизайном. К тому же большая часть потребителей склонится к мысли о покупке, если обнаружит такие слова, как: «гарантия» и «распродажа». Это все необходимо учитывать при создании сайта.

Usability (Юзабилити) – это качественный показатель простоты и удобства сайта, интуитивности при использовании. Это понятие является сплетением психологии, маркетинговых стратегий, дизайна и много другого.

Например, в интернет-магазине юзабилити рассматривает проблемы, связанные с поиском товаров, навигацией, корзиной, главной страницей, функциональностью, контентом и возможностью общения с консультантом или продавцом.

Существуют множество ошибок, которые компании совершают при создании собственного веб-сайта. Рассмотрим самые распространенные.

Первая из них – это отсутствие на главной странице необходимой информации о фирме. Из-за этого клиенту вообще может быть непонятна сфера деятельности фирмы.

Другой ошибкой является отсутствие возможности поиска на странице, либо его неправильная разработка, когда небольшая опечатка может повлиять на всю выдаваемую информацию или вовсе дать отрицательный ответ на поисковой запрос.

Не стоит забывать и о дополнительных функциях, и о дизайне сайта. Он должен быть выдержан в едином стиле, для чего перед разработкой нужно знать какие элементы участвуют в создании стиля и каким должен быть стиль.

Фирменный стиль – это набор визуальных элементов, которые у потребителей будет вызывать ассоциации с компанией. Хороший фирменный стиль необходим для качественного продвижения в массы бренда вкпе с грамотно разработанной маркетинговой стратегией. Элементы, создающие стиль сайта – это шрифт, логотип, единый вид выравнивания, цветовая гамма и графическое оформление. Все эти факторы должны создавать единую картинку и вызывать ощущение связанности.

Веб-ресурс показывает отношение компании к посетителям, ее положение на рынке и конкурентные преимущества. Чаще всего клиенту достаточно сформировать мнение о компании, находясь всего несколько минут на ее сайте.

Акцентирование внимания клиента на отдельных моментах является очень важным. Для этого существует масса дизайнерских приемов, учитывающих цветовую гамму, выделение текста и других элементов, их композиционное расположение и т.д.

Отличным приемом для привлечения новых клиентов считается размещение на главной странице дешевого товара, который сразу поможет привлечь внимание покупателей. Клиент может заказать его, опробовать, убедиться в надежности и качестве товара или услуги, а в дальнейшем пополнит число постоянных покупателей компании.

Развитие сети Интернет дает невероятный шанс предпринимателям заявить о себе и своем бизнесе, и грамотно спроектированный веб-сайт надежный помощник в этом.

Список используемой литературы:

1. *Нильсен Я.* Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Я. Нильсен. – М.: Символ, 2015. – 512 с.

2. *Успенский И.В.* Интернет-маркетинг. Учебник. – СПб.: СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.
3. *Уэйншенк, С.* 100 главных принципов дизайна. Как удержать внимание. – СПб: Питер, 2012. – 288 с.
4. *Холмогоров В.* Интернет-маркетинг. Краткий курс. 2-е издание. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с.
5. *Шуваринов А. В.* Продвижение сайтов в интернет-сетях // Молодой ученый. – 2016. – №27.2. – С. 50-51.