

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Копкова А.А., Быстрова О.Ю.

(Костромской государственный технологический университет)

В статье рассмотрен подробный анализ юзабилити (удобство пользования) сайта на примере существующего сайта медицинского центра «Берегиня». Разработана методика данного анализа, его этапы и особенности.

На сегодняшний день, продвижение компании в сети Интернет особенно актуально: тесное и дешевое взаимодействие с потенциальными и реальными клиентами, эффективный анализ действий конкурентов и многие другие факторы открывают большие возможности для предпринимателей.

Узнав преимущества продвижения через Интернет, многие компании стараются проникнуть в виртуальную среду. Как правило, первым шагом предпринимателя становится создание сайта. Именно на этом этапе совершается множество ошибок из-за непрофессионализма в сфере интернет коммуникаций и специалиста по web-дизайну и заказчика.

Компания может столкнуться с тем, что у сайта низкая посещаемость, средняя продолжительность просмотров страницы меньше минуты, у пользователя низкая активность изучения контента сайта и проч. Именно для выявления причин таких проблем существует анализ юзабилити (удобства пользования) сайтом. Также он помогает учесть недостатки и достоинства сайта, сильные и слабые стороны конкурентов для разработки нового сайта или модернизации существующего.

Рассмотрим разработанную нами методику данного анализа на примере оценки сайта медицинского центра «Берегиня». Анализ состоит из 11 этапов, содержание которых могут изменяться в зависимости от сферы деятельности.

Цель – выявить сильные и слабые стороны ведения сайта, сформировать рекомендации по совершенствованию.

Задачи:

- 1) провести оценку сайта;
- 2) провести оценку конкурентов;
- 3) сформулировать рекомендации.

Объект анализа – сайт компании «Берегиня» www.bereginya.ucoz.net.

Предмет анализа – содержание сайта компании «Берегиня» и ее конкурентов.

1 этап. Оценка скорости чтения сайта различными браузерами (Explorer, Chrome, Opera).

2 этап. Оценка главной страницы.

3 этап. Оценка содержания каждой страницы.

4 этап. Оценка качества контента сайта.

5 этап. Корректность передачи изображения.

6 этап. Оценка процесса регистрации на сайте.

7 этап. Оценка удобства навигации.

8 этап. Оценка дизайна сайта (соответствие современным условиям).

9 этап. Оценка спама.

10 этап. Оценка основных конкурентов по тем же критериям.

11 этап. Подведение итогов: формирование сильных и слабых сторон сайта. Рекомендации по улучшению юзабилити.

1 этап. Оценка скорости чтения сайта различными браузерами (Explorer, Chrome, Opera).

Таблица 1. – Оценка скорости чтения различными браузерами.

Показатель	Explorer	Chrome	Opera
Главная страница	5 секунд	4-5 секунд	3-4 секунды
Остальные страницы	3,1 секунды	1,5 секунды	3,1 секунды
Видео	В режиме он-лайн без задержек		

Таким образом, скорость загрузки страниц оптимальная, но стоит заметить, что она снижается за счет размещения рекламы на сайте (табл.1).

2 этап. Оценка главной страницы (табл. 2).

Перед тем, как оценивать страницы сайта, стоит сказать, как должна размещаться информация на сайте-визитке.

Цель сайта-визитки – конвертация посетителей сайта в клиентов компании. Данный сайт должен сделать так, чтобы посмотрев его, люди пришли в офис центра «Берегиня». Информация на нем должна быть красочной, заманивающей и позитивной. Желательно окрашивать данный контент фотографиями клиентов, офиса, самих процедур и проч., чтобы создать эффект присутствия посетителя сайта в самом офисе «Берегиня». К тому же стоит размещать на каждой странице обратную связь (телефон, e-mail, факс, адрес). Многократное повторение будет стимулировать к обращению в компанию, посетитель всегда визуально будет «наталкиваться» на эту обратную связь. Если у человека возникнет желание обратиться в компанию, он должен сразу увидеть обратную связь, не успев потерять интереса. Необходимо сформировать на сайте четкий имидж компании. Сформировав «уютный», «отзывчивый» сайт, посетитель будет ассоциировать его со всей компанией «Берегиня».

Итак, имеем следующие критерии:

- 1) качественный, «живой» контент с фотографиями и обновлениями;
- 2) наличие обратной связи на каждой странице;
- 3) информация, наталкивающая на диалог с посетителем.

Перейдем к оценке главной страницы сайта <http://bereginya.ucoz.net/>.

Таблица 2. – Оценка главной страницы сайта <http://bereginya.ucoz.net/>.

Достоинства	Недостатки
Понятное меню, создающее удобную навигацию по сайту	Слишком большая главная страница: приходится перелистывать страницу вниз, что увидеть ее до конца
Явное размещение обратной связи	Нет краткого описания направления центра около его названия или на видном месте. Есть отдельный абзац, но он хаотично расположен и спутан с новостями об акциях
Разнообразие печатного текста с помощью видео	Большую часть страницы занимает реклама, не относящаяся по тематике к медицинскому направлению (т.е. большое количество «спама»)
	Несоблюдение единства стиля при пополнении информации: разные шрифты, размеры букв и проч.
	Создается эффект «мертвого сайта» из-за нулевой оценки новостей и даты обновляемости, а также отсутствия комментариев
	Отсутствие фотографий

Таким образом, пользователь уже на главной странице теряет интерес к содержанию сайта из-за трудности восприятия текста.

3 этап. Оценка содержания каждой страницы.

3.1 этап. Страница «О центре» (<http://bereginya.ucoz.net/index/0-2>).

Исходя из данной оценки, можно сказать, что пользователь не будет изучать данную страницу вследствие ее нечитабельности (табл. 3).

Таблица 3. – Оценка страницы «О центре» (<http://bereginya.ucoz.net/index/0-2>).

Достоинства	Недостатки
Содержание страницы соответствует ее заголовку	Отсутствие фотографий центра
	Слишком сложное восприятие большого текста, неоформленного в едином стиле
	В правом верхнем углу визуальнo мешает блок «Статистика» с поисковой строкой и календарем
	Наличие рекламы-спама

3.2 этап. Страница «Спрашивали? Отвечаем!» (<http://bereginya.ucoz.net/load>).

Таблица 4. – Оценка страницы «Спрашивали? Отвечаем!» (<http://bereginya.ucoz.net/load>).

Достоинства	Недостатки
Наличие данной страницы необходимо при ведении сайта на рынке медицинских услуг	Ответов на вопросы посетителей не видно. Они открываются по нечитабельной ссылке. Это может создать негативное отношение клиентов, что отрицательно сказывается на имидже всей компании, а не только сайта
	Ощущение «мертвого сайта» аналогично главной странице
	Наличие рекламы-спама

Стоит отметить, что страницы с ответами существуют, но они открываются по маленькой и нечитабельной ссылке, которую посетители сайта могут не заметить (табл. 4).

3.3 этап. Страница «Услуги» (<http://bereginya.ucoz.net/publ>).

Стоит отметить, что данная страница является одной из ключевых, т.к. медицинский центр «Берегиня» специализируется на натуропатических методах лечения, о которых большинство потенциальных клиентов не осведомлено.

Таблица 5. – Оценка страницы «Услуги» (<http://bereginya.ucoz.net/publ>).

Достоинства	Недостатки
Наличие данной страницы необходимо при ведении сайта на рынке медицинских услуг	размещение рекламного блока (аналогично главной странице)
	отсутствие связи и систематичности при перечне услуг
	визуальная перегруженность при размещении краткой характеристики с последующей ссылкой на некоторые виды услуг
	ощущение «мертвого сайта» аналогично главной странице
	наличие дублированной информации при описании, перегруженность заголовками
	переход на более подробную информацию ведет к страницам, на которых слишком много текста, нет сопровождающих иллюстраций, нет единства стиля оформления

На сайте нет четкой классификации услуг, вследствие чего пользователь не может сформировать полный перечень (табл. 5).

3.4 этап. Страница «ФОРУМ»(<http://bereginya.ucoz.net/forum>).

Все нижеперечисленные недостатки вследствие создания форума из шаблонов, предоставляемых при создании сайта на домене ucoz.net (табл. 6).

Таблица 6. – Оценка страницы «Форум» (<http://bereginya.ucoz.net/forum>).

Достоинства	Недостатки
Размещение еще одного канала коммуникации с посетителем сайта	Неудобная навигация
	Нет правил ведения форума, создания тем
	Присутствие эффекта «мертвого форума»: на данный момент не создано ни одной темы
	Англоязычная программа по ведению форума, которая размещает ряд кнопок на английском языке

3.5 этап. Страница «Фотоальбом» (<http://bereginya.ucoz.net/photo>).

На данный момент на странице отсутствует фотоальбом. Стоит отказаться от данной страницы, т.к. будет размещено большое число фотографий на других страницах.

3.6 этап. Страница «Отзывы» (<http://bereginya.ucoz.net/gb>).

На данный момент страница не активна, на ней отсутствует какая-либо информация, что может создать сомнения со стороны пользователей в эффективности лечения.

3.7 этап. Страница «Видео» (<http://bereginya.ucoz.net/index/video/0-8>).

Таблица 7. – Оценка страницы «Видео»
(<http://bereginya.ucoz.net/index/video/0-8>).

Достоинства	Недостатки
Разнообразие текстового контента на сайте	Нет описания к роликам
Данные ролики представляют собой интервью местного телевидения, что говорит о популярности центра	

Таким образом, данная страница оказывает положительное влияние на содержание сайта (табл. 7). Но от нее стоит отказаться, разместив ролики в качестве видео ряда на различных страницах.

4 этап. Оценка качества контента сайта.

В ходе анализа содержания всех страниц получили оценку качества контента сайта.

Таблица 8. – Выявление проблем при создании контента сайта и возможных последствий.

Проблема	Возможное последствие
Большое количество текста	Сложное восприятие информации, отказ пользователем читать информацию
Нет общего стиля при создании концепции сайта	Не может сформироваться определенный имидж
Несоблюдение единства стиля при написании (разные шрифты, размеры, цвета текста)	Сложность восприятия информации, формирование негативного имиджа из-за неопределенности
Несоответствие контента страницы ее заголовку	Формирование негативного впечатления, создание чувства недоверия у пользователя
Хаотичность написания информации (нет деления на абзацы, отступы разного расстояния и проч.)	Сложность восприятия, отказ от прочтения

Исходя из выше перечисленного, стоит сказать, что создание некачественного контента – ключевая ошибка при разработке сайта. Она требует тщательной проработки при ее разрешении (табл. 8).

5 этап. Оценка корректности передачи изображения.

Изображение передается корректно на всех видах монитора. Но оценивать данную позицию рано: практически нет изображений на сайте.

6 этап. Оценка удобства навигации.

Навигация на сайте простая и удобная. Перечень страниц отображает деятельность фирмы в полном объеме.

7 этап. Оценка дизайна сайта (соответствие современным условиям).

Дизайн сайта строится на принципе минимализма – 2 основных цвета (синий и белый), – что соответствует современным тенденциям.

8 этап. Оценка «спама».

На сайте присутствует реклама-спам, не соответствующая тематике сайта. От такой рекламы нужно отказываться. При размещении рекламы искать другие фирмы, тематика которых совпадает с медициной. У них брать рекламу на свой сайт и размещать свою рекламу у них. Использование таких перекрестных ссылок поднимет позицию в поисковой системе.

9 этап. Оценка конкурентов (табл. 9).

Таблица 9. – Оценка конкурентов в сети Интернет медицинского центра «Берегиня» и сравнение с ними самой компании.

Показатели	Вес	"Берегиня"		"Вес минус"		"ЦКМ"		"Королева"	
		балл	оценка	балл	оценка	балл	оценка	балл	оценка
Главная страница	0,25	1	0,25	5	1,25	5	1,25	5	1,25
Контент сайта	0,25	2	0,5	5	1,25	5	1,25	5	1,25
Удобство навигации	0,10	5	0,5	4	0,4	5	0,5	5	0,5
Соответствие дизайна современным тенденциям	0,10	2	0,2	1	0,1	5	0,5	5	0,5
Отсутствие спама	0,05	2	0,1	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Скорость загрузки	0,05	5	0,25	4	0,2	5	0,25	5	0,25
Наличие программы по стимулированию сбыта	0,20	5	1	3	0,6	5	1	5	1
	1,00		2,8		4,05		5		5

Проведем анализ конкурентов, сравним их с центром «Берегиня» для выделения сильных и слабых сторон, а также КФУ (ключевых факторов успеха).

Для определения конкурентов были выбраны 3 основных сферы медицинского центра «Берегиня»: снижение веса, народная медицина и косметология.

Среди конкурентов выделили компания «Вес минус», медицинский центр «Центр китайской медицины» (ЦКМ), салон красоты «Королева». Они были взяты согласно пожеланиям генерального директора медицинского центра «Берегиня».

Отобразим полученные данные в диаграмме для большей наглядности.

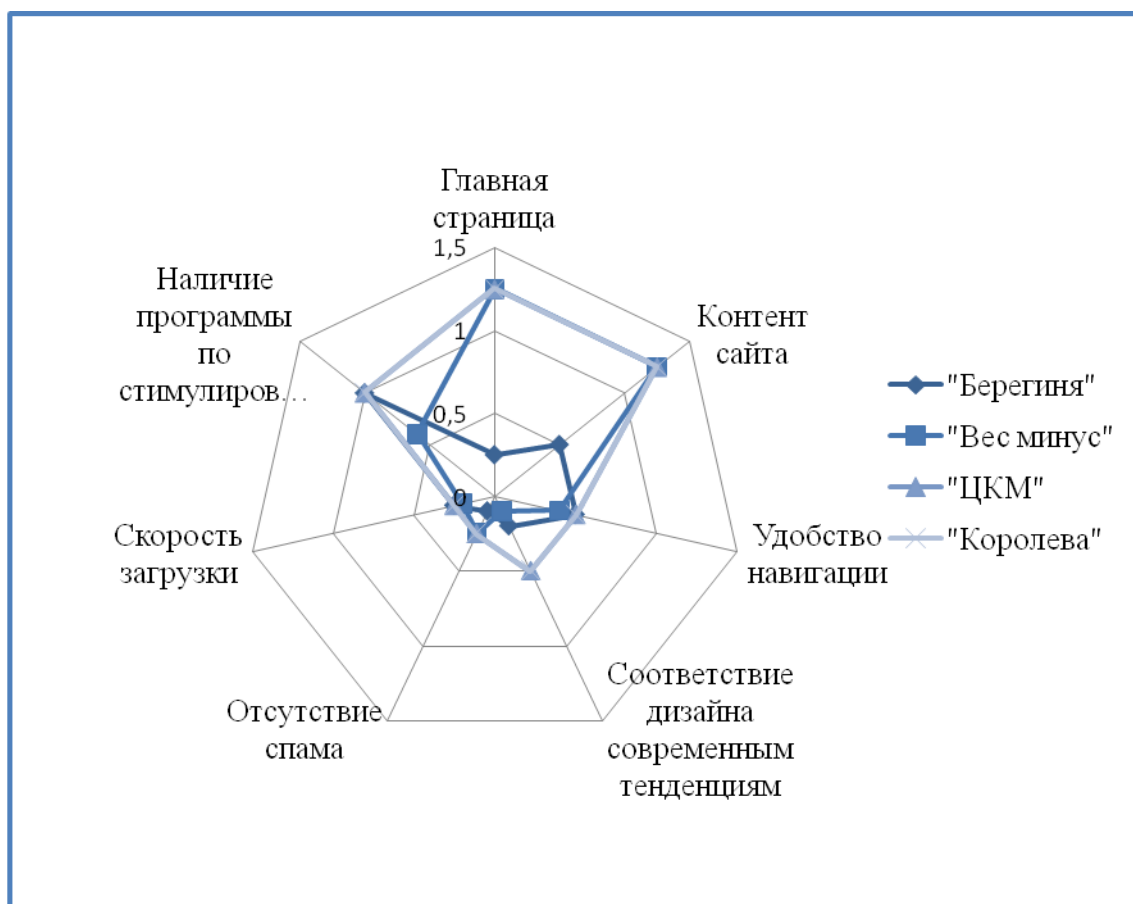


Рис. 1. – Оценка конкурентов в сети Интернет медицинского центра «Берегиня» и сравнение с ними самой компании.

Исходя из проделанного анализа, выявился четкий лидер в области предоставления медицинских услуг на уровне поддержки и ведения сайта – «Центр Китайской Медицины», среди косметологии – салон красоты

«Королева», по снижению веса – «Вес минус», на последнем месте «Берегиня» (рис. 1).

11 этап. Подведение итогов: формирование сильных и слабых сторон сайта. Рекомендации по улучшению юзабилити.

Конкурентных преимуществ не выявлено, т.к. все показатели ниже конкурентов или равны.

Есть сильные стороны (аналогичные и у конкурентов):

- 1) навигация;
- 2) скорость загрузки;
- 3) наличие акций.

Все остальные критерии оказались на слабых позициях:

- 1) главная страница;
- 2) контент;
- 3) спам;
- 4) устаревший дизайн;

Далее объединим все рекомендации в единый перечень и проанализируем дальнейшую модернизацию присутствия компании в сети Интернет через сайт (табл. 10).

Все ниже перечисленные рекомендации нельзя применить полностью, если проводить модернизацию сайта. Исходя из последующего анализа общего контента, следует сделать выбор: модернизировать существующий сайт или создать новый.

Причиной многих недостатков стало размещение на бесплатном домене ucoz.net с использованием его шаблонов. Это привело к тому, что невозможно контролировать рекламные блоки, изменять оформление страниц и вносить свои программы. Для решения этих проблем необходимо создать самостоятельный сайт со своим личным хостингом и доменом.

Таблица 10. – Рекомендации по оптимизации страниц сайта www.bereginya.ucoz.net.

Страница	Рекомендации по улучшению
Главная страница	<p>1. Разместить более гармоничную информацию единого стиля, меньшего шрифта. Также возможно создание отдельной страницы «АКЦИИ».</p> <p>2. Написать краткую характеристику центра (например, «центр народной медицины», «центр оздоровления людей» и проч.) и разместить ее под названием «БЕРЕГИНЯ».</p> <p>3. Отказаться от рекламы: она не только ухудшает внешний вид сайта, но и влияет на его имидж и удобство пользования. Обратиться к другому виду рекламы, носящей медицинский или народный характер.</p> <p>4. Определиться со стилем информации: размером шрифта, его типом.</p> <p>5. Отменить оценку новостей, оставить дату обновляемости. Обновлять сайт 1-2 раза в неделю.</p> <p>6. Разнообразить текстовую информацию фотографиями офиса, клиентов, процедур, наград, сертификатов и проч.</p>
О центре	<p>1. Разместить фотографии центра, сертификатов, клиентов, команды врачей.</p> <p>2. Сделать текст гораздо меньше: 5-6 строк художественного стиля, связывающего центр с народной медициной. Указать четкие преимущества для клиента, какие противопоказания. Описать команду врачей с фотографиями. Если она большая, то сделать это в отдельной страничке.</p> <p>3. Отказаться от рекламы (аналогично главной странице).</p>
«Спрашивали? Отвечаем!»	<p>1. Отвечать на каждый вопрос клиентов подробно и на доступном для пользователя языке. При удобном случае предлагать услуги центра для решения проблем задающего вопрос. Очень важный раздел, который показывает и отношение к клиенту, и уровень квалификации и осведомленности персонала.</p> <p>2. Отменить оценку новостей, оставить дату обновляемости.</p> <p>3. Отказаться от рекламы (аналогично главной странице).</p>
Услуги	<p>1. Размещение более удобного и прозрачного перечня услуг с краткой характеристикой в одно предложение.</p> <p>2. Размещение фотографий с врачами и процедурами, размещение информации о том, в каких случаях лучше использовать ту или иную процедуру.</p> <p>3. Использование единого стиля при заполняемости сайта, использование заголовков не более 2 уровней.</p> <p>4. Отказ от рекламного модуля.</p> <p>5. Указать прайс-лист (в виде документа для скачивания).</p>
Форум	<p>1. Выбрать другой тип оформления форума с более полной навигацией и русифицированными кнопками.</p> <p>2. Дать краткое описание по ведению форума.</p> <p>3. Искусственно создать несколько тем.</p> <p>4. Целесообразно отказаться от данного раздела, т.к. уже</p> <p>5. есть обратная связь и страница, где клиенты могут задать вопросы специалистам. Вышеперечисленные рекомендации разработаны для случая, если медицинский центр решит не отказываться от раздела.</p>
Фотоальбом	Отказ от данной страницы, т.к. будет размещено большое число фотографий в соответствующих разделах.

Отзывы	Следует разместить около 5 отзывов о деятельности медицинского центра по основным направлениям.
Видео	Стоит отказаться от данной страницы и разместить видео в качестве видео ряда на различных страницах.

Таблица 11. – Рекомендации по оптимизации контента сайта

www.bereginya.ucoz.net.

Проблема	Способ решения
Большое количество текста.	Сократить текстовую информацию в несколько раз, добавить фотографии, видео (в качестве видео ряда).
Нет общего стиля при создании концепции сайта.	Четко определить, для кого пишем информацию, в каком стиле (деловом, художественном или разговорном), с какой эмоциональной окраской (аккуратная забота или насыщенное убеждение).
Несоблюдение единства стиля при написании (разные шрифты, размеры, цвета текста).	Выбрать шрифт, цвета, размеры (один для заголовка и один для остального текста).
Несоответствие контента страницы ее заголовку.	Составить более качественную информацию или переписать названия страниц.
Хаотичность написания информации (нет деления на абзацы, отступы разного расстояния и проч.).	Четко определить структуру для написания каждой страницы: перечисления по цифрам, текст разбить на абзацы и проч.

Таким образом, чтобы исправить ключевые недостатки сайта его нужно не просто модернизировать, а создать заново (табл. 11).

Для создания сайта разработаем новую карту сайта с кратким описанием каждой страницы, учитывающую все достоинства, недостатки и рекомендации по улучшению.

Таким образом, итогом проведения анализа юзабилити существующего сайта медицинского центра «Берегиня» стал ряд рекомендаций по страницам сайта, его контенту, а также карта нового сайта.

ГЛАВНАЯ

Краткое описание деятельности фирмы + Преимущества (почему нужно идти именно к нам?) + новости + опрос в отдельном окне.

О ЦЕНТРЕ

История (фото офиса) + команда врачей (общее фото) + сертификаты (фото).

УСЛУГИ И РАСЦЕНКИ

Перечень в виде активных ссылок (возможно, деление на разделы: косметология, дерматология и проч.)

МАССАЖ (+ расценки + фото врача + фото процедуры)

ТЕРАПИЯ (+ расценки + фото врача + фото процедуры)

... (+ расценки + фото врача + фото процедуры)

КОМАНДА ВРАЧЕЙ

Ф.И.О. + квалификация + область деятельности в «Берегине» + фото

ОТВЕЧАЕМ НА ВОПРОСЫ

Форма «вопрос/ответ» + кто отвечает

Внизу форма, чтобы быстро задать вопрос

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Форма обратной связи

ГДЕ МЫ

Схема расположения + как доехать + фото здания + время работы + все контактные данные

АКЦИИ (красным цветом)

Перечень и сроки действия.

ОТЗЫВЫ

Отзывы посетителей

Рис. 2. – Карта нового сайта медицинского центра «Берегиня».

Коркова А.А., Бистрова О.У.