

С. В. ВЛАСОВА

(г. Горки, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия) Науч. рук. **Г. Г. Казначеева**

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ СОБСТВЕННОГО ПРИБЫЛЬНОГО САЙТА

Большинство небольших предприятий и фирм имеют собственные ресурсы, представляющие собой визитную карточку. Затраты на такие ресурсы составляют порядка 100 условных единиц ежемесячно, и зачастую компании не стараются превратить их в источники дополнительной прибыли.

Это связано с тем, что предприниматель не может представить основные нюансы и тонкости электронного предпринимательства. Такие сайты основаны на принципе красоты, или же просто для ознакомления, чтобы сайт существовал. Потребитель не в силах получить все необходимые ему данные, которые бы его интересовали. Основная причина заключается в том, что предприниматели недооценивают направление интернет-маркетинга. Традиционный маркетинг используется всё чаще и чаще, однако аналогичный маркетинг в сети Интернет большинству всё ещё не знаком. В интернет-маркетинг входят: электронная почта, информация на сайтах компаньонов и это далеко не весь список.

Открытие собственного сайта должно содержать 5 этапов: принятие решения; выбор подрядчика и создание сайта; регистрация в поисковых машинах и оптимизация; реклама и поддержка; прибыльность.

Этап 1. Принятие решения. Многие, кто задумываются открывать собственные сайты, руководствуются тем, что в случае, когда у другой компании имеется ресурс, то он должен быть у них. По какой причине компании идут на создание ресурса могут ответить от 10 до 15 % всех потребителей. Зачастую клиент не понимает, что ресурс может стать хорошим и прибыльным вложением. Основа интернет-проекта – грамотно определенная и выявленная цель, которая помогает и признана уменьшать расходы.

Современные сайты могут быть представлены в следующем виде: сайт-визитка; проспект, брошюра (рекламные буклеты); интернет-реестр (список товара); бутик-онлайн; торговая площадка; инструментарий по предоставлению послепродажного сервисного обслуживания; система помощи для дилеров, поставщиков (удалённо). На практике, зачастую можно встретить сайты, которые представлены не одним, а несколькими видами. Перед разработкой сайта в первую очередь необходимо выделить основной функционал ресурса, который может быть полезным для клиента.

Этап 2. Выбор подрядчика и создание сайта. Цена на услугу для изготовления и продвижения ресурса зависит от того, насколько эта компания знаменита, какого рода предоставляет услуги и т.д.

Основными критериями выбора генподрядчика являются: продолжительность существования компании, наличие базы данных с постоянными клиентами, количество персонала, качество и отзывы; также нельзя обделить вниманием и факт предыдущих успешных либо не успешных проектов и разработок компании.

Этап 3. Регистрация в поисковых машинах и оптимизация. Каждый ресурс, который представляет ту или иную компанию и их продукцию должен быть прорекламирован, иначе сайт затеряется среди миллионов других страниц.

Ссылку на интернет-портал можно разместить на буклете, открытке либо на самом продукте. Однако это не принесет ожидаемого результата.

Основой продвижения и раскрутки является процесс оптимизации сайта в поисковых системах, ведь с помощью поисковых систем на сайт попадает большее число клиентов.

Как показывают многие исследования, лишь небольшая часть интернет-пользователей обращается на вторые и третьи страницы поисковых систем. Большинство переходит на первую страницу запроса. Следствие этого является заинтересованность и значимость отображения сайта на первой позиции в поисковом запросе.

Семантическое ядро – основа ресурса. Это ядро основано на названии компании, списка продукции, услуги и другой основной информации. Эксперты отмечают, что лучше всего составить от 15 до 20 представлений. Каждый вопрос продумывается перед процессом написания ресурса. Для составления грамотного взгляда со стороны потребителей необходимо прибегнуть к помощи маркетологов.

Оптимизация ресурса не ограничена созданием семантического ядра и продумыванием вопросов по запросам. Для того, чтобы попасть на первую строчку нужно выполнить ещё много работы. Затраты на оптимизацию в поисковых машинах существенно отличаются. Стоимость одной и той же работы может быть, как 300 условных единиц, так и 2 000 условных единиц. Важным фактором является изучение рынка. Ещё одним критерием определения стоимости является комбинационность и многосложность запроса. Для разных запросов будет разная стоимость. Например, запросы о недвижимости, будут стоить в несколько раз больше, чем простые запросы о «молоке» или других товаров.

Основа успешности любого ресурса – поисковая оптимизация сайта и его продвижение.

Этап 4. Реклама и поддержка. Любому сайту требуется постоянная поддержка и постоянное финансирование. Этот вопрос также необходимо проработать и учесть в процессе планирования затрат.

Среди множества средств по продвижению ресурсов выделяют следующие:

- баннерная реклама (1 условная единица по 1 000 просмотров);
- контекстная реклама (0,1 условной единицы за клики);
- связь с общественностью (Public Relations, пиар) – 1 000 условных единиц;
- партнерская программа (от 5 до 7 %);
- рассылка рекламных писем на почтовые адреса в сети Интернет – 5 условных единиц за 1 000 отправленных сообщений.

Грамотно скомбинировав методы и объединив их можно добиться хороших результатов при выделении для рекламы всего 100 условных единиц.

Стоимость поддержки ресурса составляет 50-100 условных единиц. Помимо затрат на оптимизацию, продвижение и поддержку, необходимо также учесть затраты на ресурс по его размещению в интернете. Чтобы раскрутить ресурс и добиться его рентабельности должно пройти порядка 6 месяцев.

Этап 5. Прибыльность. На доходность оказывает влияние не только процесс правильности выполнения всех шагов по созданию, продвижению и поддержке ресурса, но и дело, которым занята фирма.

Доходность ресурса принято измерять показателем по количеству потребителей, которые пришли и привлеклись в компанию с использованием сайта. Примером прибыльного сайта может являться сайт компании, которая предоставляет автомобили на основе аренды. Сайты таких компаний привлекают около половины всех потребителей. Затраты по содержанию сайтов намного ниже по затратам на другие рекламные ходы. Хорошие сайты могут приносить своим владельцам порядка 5 000 условных единиц прибыли ежемесячно.