

ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ WEB-САЙТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.

На сьогоднішній день кожне промислове підприємство має власний сайт. Основна мета цієї web-сторінки – пошук нових клієнтів та залучення їх до постійного партнерства.

Можна відокремити наступні причини для розробки власної повноцінної сторінки у мережі [1].

Наприклад:

- витрати на розробку та поширення електронного документу набагато дешевше, ніж паперового;
- електронний документ сам по собі є основою для створення поліграфічних матеріалів або розповсюдження інформації на дисках;
- веб-сайт – візитка компанії, адже більшість професіоналів використовують інтернет – мережу в професійних цілях.

Для створення дійсно ефективної сторінки необхідно відокремити інструменти, без урахування яких створення ефективної web-сторінки неможливо.

Основні критерії якості контенту, який повинен відображатися на сайті промислової компанії: змістовність, актуальність, достовірність, рівень технічного виконання сайту [2].

1. Змістовність. Для промислового підприємства існує певний мінімум інформації, яка повинна відображатися на сайті. До неї відносяться: основні технічні показники, додаткова інформація про продукт (ліцензії, патенти, інструкції по монтажу та експлуатації, гарантії та умови сервісного обслуговування), упаковка, маркування, дилерська мережа, ціни, відомості про підприємство та ін.

Сторінка повинна містити всю необхідну інформацію для прийняття рішення потенційним споживачем: загальний вигляд продукту, загальні та додаткові розміри, показники призначення та інші технічні особливості. Необхідно пам'ятати, що параметри продукту використовуються в якості ключових слів при пошуку продукту. Тобто, необхідно створити таку можливість, що б на компетентний запит пошукові машини могли б дати відповідь з високою релевантністю.

Характер подання цієї інформації повинен орієнтуватися на конкретного споживача. Для продукції промислово – технічного призначення необхідно надавати детальну інформацію, враховуючи,

що дана продукція може бути використана в різних галузях, кліматичних зонах та ін.

2. Достовірність: використання першоджерел та оригіналів, технічний контроль, нормо контроль, редактора та коректура.

3. Актуальність. Електронний документ повинен бути доступним для постійного оновлення та актуалізуватися по мірі необхідності. Документ, що не оновлюється викликає підозру та негативну реакцію. Але необхідно зауважити, що тільки достатньо велике підприємство має можливість постійно оновлювати контент.

4. Рівень технічного виконання сайту. З точки зору власника підприємства сайт в першу чергу повинен орієнтуватися на споживача. З урахуванням цього необхідно розуміти основні принципи web – дизайну. Так, в першу чергу актуальні контакти повинні відображатися на першій сторінці, дизайн повинен бути зручним та ненав'язливим.

Якщо підприємство орієнтовано на міжнародну співпрацю, то необхідна англomовна версія сайту.

Отже, розробка власної web-сторінки для промислового підприємства вкрай необхідна. Але потрібно розуміти, що сайт – це лиш інструмент, за допомогою якого можна донести до потенційного споживача всю необхідну інформацію та залучити його до постійного бізнес – партнерства. Кінцевою метою є укладення нових контрактів з новими клієнтами, оптимізація процесів закупівлі сировини і матеріалів, залучення більш якісного персоналу для роботи на підприємстві. Тому на всіх етапах створення та роботи сайту потрібен контроль за плановими показниками.

Тільки при наявності комплексного підходу до просування сайту, який враховує використання SEO – оптимізації та відповідного програмного забезпечення можна отримати дійсно великий приток клієнтів.

1. Успенський ІВ. Інтернет – маркетинг. Підручник - СПб.: Вид-во СПГУЭиФ, 2003., с. 156-165;

2. Алексунин В Электронная Коммерция и маркетинг в Интернете / В Алексунин, В Родигин - М: Дашков и Ко, 2005 - 216 с.

Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: збірник тез доповідей VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25-26 вересня 2014 року. – Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2014. - С. 61-63.