

Кладбище красивых сайтов или как вернуть с прибылью деньги, вложенные в Интернет-проект

В Интернете на каждом хостинге есть кладбище красивых сайтов. Они красивые, дорогие, но их никто не посещает. Хозяева красивых сайтов затратили большие суммы денег на разработку дизайна. Но сейчас, они разочарованные, вынуждены признать поражение. Они не продлевают хостинг и домен на следующий год. Так умирают красивые сайты.

Свои размышления хочу начать с известного перевода латинского слова «Homo sapiens». Человек – одаренный разумом, мыслящий. Действительно, человек отличается от животных способностью мыслить и принимать решения, основанные на фактах и аргументах.

Иногда мы (люди) принимаем неверные решения. Есть причины, по которым это происходит: сложность оценить ситуацию со всех сторон, излишняя эмоциональность, импульсивность. Одна моя знакомая любит повторять: «В бизнесе нет эмоций».

Предлагаю Вашему вниманию серию размышлений на тему: **«Как вернуть с прибылью деньги, вложенные в Интернет-проект»**.

Человек разумный вкладывает деньги в любой проект с одной лишь целью – получить!

Что можно получить? Самое распространенное желание руководителей фирм – получить прибыль. Действительно, предпринимательская деятельность подразумевает своей целью получение прибыли.

Еще можно получить (скорее создать) определенный имидж. К примеру, заходишь на сайт незнакомой компании и сразу понимаешь – нужно с ними работать или нет.

Поддержать статус – тоже важная цель.

Однажды на подписании контракта, я услышала фразу директора компании: «Да нам и не нужен сайт на самом деле, просто клиенты спрашивают, где в Интернете о Вас можно подробно прочитать, а когда узнают, что сайта нет, очень удивляются».

Отсюда правило: **каждая большая компания должна иметь сайт**.

При разработке и эксплуатации сайта часто возникают вопросы, но разработчики уже выполнили свою часть договора и с возникшими проблемами приходится сталкиваться непрофессионалам.

Что делать если:

сайт не индексируется поисковыми машинами и его трудно найти?

Нужно заняться SEO – поисковой оптимизацией сайта. На начальном этапе, скорее всего, Вам трудно будет провести технический и маркетинговый анализ посещаемости сайта и выявить конкретные причины.

Однако, есть способы, которые без анализа сыграют положительную роль на статистике сайта. Это увеличение внешних ссылок – индекс цитирования. Если бюджет на продвижение веб-сайта ограничен, воспользуйтесь услугой компании 1ps.ru – размещение в каталоги. Они проводят автоматическую и полуавтоматическую регистрацию в более чем 2000 каталогах. Что это Вам даст? Ссылка на Ваш сайт за несколько часов появится на внешних сайтах в количестве 2000 раз. Поисковые машины (Yandex, Google и другие) «гуляя» по каталогам, переходят по ссылкам, изучая новое пространство в Интернете. Таким образом, Ваш сайт посетит поисковая машина, и сохранит себе копию. Теперь самое время позаботиться, чтобы

информацию с Вашего сайта было проще считать. Но об этом в другой раз.

Что делать если:

сайт находят люди, но, посетив первую страницу, уходят?

Давайте разберемся в причинах. Возможно, Ваш сайт просто некрасивый, он эмоционально отталкивает. Тогда есть простое решение – сменить дизайн.

Или у Вас на сайте трудно разобраться, где, какую информацию найти. Всегда помните, что мы живем в 21 веке – это век людей, которым лень разбираться в сложных и неудобных сайтах с общей информацией. Посетитель может пренебречь неудобствами, если Ваш сайт уникален в своем роде и ту информацию, которую Вы разместили на нем, больше нигде не найти.

Еще одна причина, по которой люди уходят сразу же после посещения первой страницы – тяжелый сайт, или тяжелый флеш-ролик без внешней возможности его отключения и перехода на текстовую версию сайта. Сайт может быть красивый, но если он тяжелый, то есть риск ухода «профессионалов». Есть риск ухода «модемников» и тех, кто отключает картинки, и флеш ради уменьшения трафика. Ведь Вы не позаботились под картинками-кнопками написать текстом «на главную», «о компании».

Или к Вам заходят «не ваши» люди. Ошибочно направленная маркетинговая стратегия продвижения веб-сайта приводит к тому, что к Вам заходят не те люди. Они не получают нужную информацию и уходят неудовлетворенными. Что сделать? Исправить мета-тэги, слова для поиска, проверить контент сайта, рекламироваться целенаправленно, используя нужные поисковые слова.

Есть еще немаловажная причина ухода с Вашего сайта. Если Ваш сайт подразумевает коммуникации. Допустим у Вас медицинская клиника. И естественно, что Ваши посетители – потенциальные клиенты, им нужна помощь. Первая помощь – консультация. Если на сайте только информация, без возможности коммуникаций, то какова вероятность, что человек удовлетворившись полученной информацией о местонахождении зайдет на Ваш сайт повторно? Вы скажете, что повторное посещение и не нужно, ведь он уже получил информацию и сам придет в реальную клинику? Пора задумаемся ... Допустим, что у Вас есть раздел «вопрос-ответ», где он бы написал свой вопрос и специалисты клиники (ну настоящие профессионалы!!!) ответили оперативно, вежливо пригласили на консультацию в клинику. А посетитель пришел бы посмотреть ответ, причем несколько раз за день (пока Вы еще не успели ответить) и сделал Ваш рейтинг выше (хоть на чуть-чуть, но выше). Потом еще один такой посетитель. Зашел и полчаса провел в «вопрос-ответ», хотел найти решение своего вопроса, делал хиты, увеличивая глубину посещаемости сайта, увеличивая время проведенное на сайте ...

Но, возможно, Вашему сайту это и не нужно ...

Что делать если:

на сайт заходят нужные люди (исходя из результатов опроса), но не достигнута главная цель?

Цель – прибыль.

Нужно сделать удобную систему оплаты. Бывают распространенные ошибки. Открытие Интернет-магазина с системой WEBmoney. Прежде, чем выбирать систему оплаты, нужно провести маркетинговое исследование на тему: «Каким способом Вам более удобно оплачивать услуги, заказывая через Интернет». Выбрать нужный сегмент и способ. Опрашивать на улице возле Комплекса не целесообразно. Лучше разработать опрос в Интернете на иркутском портале, предварительно изучив «портрет посетителя».

Цель – информировать о компании и услугах.

Здесь важно разработать концепцию до создания веб-сайта, как посетителю быстрее добраться до нужной информации. Допустим, сделать выпадающее меню, чтобы сразу было видно, что кнопка «о компании» скрывает за собой «описание компании», «коллектив», «контакты» и «вакансии». Важно разработать правильную глубину сайта. Посетителей очень раздражает, когда на странице мало информации. Много ссылок, но на каждой мало информации. Когда текст разбит на несколько страниц и нет возможности, к примеру, скопировать в word и прочитать позже.

Неудобно, когда выпадающее меню попадает на текст.

Когда из-за флеш-элементов сдвигается дизайн сайта, закрывается часть текста. Или некорректная верстка привела к появлению горизонтальной прокрутки при меньшем разрешении экрана. Или один из модулей стал таким узким, что читать его стало невозможно. Бывает, что при увеличении шрифта, сайт становится неудобным для изучения информации.

Цель имидж.

Тут, конечно, главное – дизайн. Советую Вам сделать две версии – текстовую и флеш-версию. Вполне приемлема заставка до входа на главную страницу с информацией. Но обязательно учесть, что будут посетители, которым важен дизайн, целью своего второго посещения в большинстве случаев имеют поиск информации и будут отключать флеш-заставку. Сделайте удобным отключение, чтобы не пришлось искать. Уважайте посетителя.

Самое время сказать о музыке на сайте. Каким бы Вы поклонником и меломаном не были, дорогие заказчики, посетители не оценят Ваши музыкальные пристрастия. Это самая большая ошибка. Представляете, Вы сидите в работе, ищите важную информацию, и вдруг, на весь офис заиграла музыка Эннио Морриконе. Или представьте дом, ночь, труженик работает, воткнув в уши наушники, чтобы не разбудить домашних и натывается на Ваш сайт с харизматической мелодией и без возможности ее отключить. Он сразу же уйдет!!! Уважайте людей.

Даже если Вы хотите сделать музыку на сайте, то я советую Вам:

1. не прятать выключатель музыки, сделать его видимым, написать под ним пояснения «хотите выключить музыку?» или что-то в этом роде;

2. когда посетитель переходит на вторую страницу Вашего сайта, отключив или прослушав до конца на предыдущей странице весь Ваш фирменный гимн, пусть на второй странице он не заиграет снова.

Тогда, возможно, если вдруг он фанат Вашего гимна или просто меломан или глухонемой, то он вернется к Вам второй раз.

Но лучше не рискуйте!

Что делать если:

Вы сменили дизайн сайта на более красивый, а посетителей все равно не прибавилось?

Количество посетителей в 60 % зависит от продвижения и наполняемости сайта, 20% от Интернет-рекламы, 10 % от дизайна и 10 % от других факторов. Это «навскидку». Неподтвержденные исследованием факты, но вполне обоснованные изучением Интернета.

Если Вы сменили дизайн – это хорошо! Теперь займитесь продвижением и рекламой!

Если Вы планируете сменить дизайн и рассчитываете приобрести новых посетителей. То конечно сделайте редизайн и займитесь продвижением и рекламой!

Множество красивых сайтов, горами лежат на хостингах. Их никто не посещает. Хозяева красивых сайтов вложили большие суммы денег в дизайн, разочарованные, вынуждены признать поражение. Они не продлевают хостинг и домен на следующий год. Так умирают красивые сайты.

Но стоит ли делать красивый сайт при ограниченном бюджете на продвижения? Здесь важен баланс.

Отсюда правило: **не делайте редизайн сайта с целью привлечения новых посетителей, если нет денег на продвижение. Новый дизайн не принесет Вам огромный и быстрый приток новых посетителей.**

Что делать если:

Вы даете Интернет-рекламу на посещаемых сайтах, но Ваш сайт такой же непосещаемый?

Теперь самое время заняться анализом сайта-поставщика рекламных услуг. Запросите не только техническую статистику, количество хитов, хостов, популярность браузеров, точки входа, но и маркетинговую информацию.

Обратите внимание, кто посещает тот сайт. Если Ваши потенциальные клиенты – экономически активное население, а Вы размещаете рекламу на молодежном сайте знакомств, не ждите посещаемости!!!

Для получения некоторой информации важно использовать внешние сайты статистики. Каждый «уважающий себя» сайт – ставит открытые счетчики посещаемости mail.ru, hotlog и другие. Это заявление о том, что сайт, поставляющий услуги, не собирается Вас обманывать про свою посещаемость.

Тут самое важное – уметь анализировать статистику, знать основные термины.

Что делать если:

Вы опускаетесь в поисковиках все ниже и ниже?

Это закономерно. Вы давно не тратили деньги на Интернет продвижение и рекламу. Все верно, Ваш сайт опускается вниз. Потому что кто-то другой тратит деньги на SEO.

Займитесь продвижением бюджетными способами, используйте контекстную рекламу, например, Яндекс.Директ.

Что делать если:

Какой фон сайта больше всего подходит для разных направлений Интернет-проектов?

У Вас информационный портал с черным цветом фона и Вы думайте почему у Вас не растет посещаемость?

Здесь простой принцип: если на сайте самое важное информация или заказ, то фон следует сделать таким, чтобы посетитель не отвлекался, не напрягался или хотя бы смог сменить его самостоятельно. На многих форумах, где большую важность играет не дизайн, а информация, зарегистрировавшийся пользователь может сменить фон сайта. Интернет-магазины в зависимости от предложенной продукции должны иметь цвет от бледных до ярких цветов (не подавляющих, не ядовитых). В Интернет-магазине допускается использование ярких цветов, потому что посетитель, делая заказ, не находится более 20 минут на сайте.

На сайтах знакомств, форумах, блогах, дневниках и других коммуникационных порталах – лучше использовать насыщенность цвета до 15-20%.

Сезонность в Интернете и колебания посещаемости сайтов

Важный вопрос – падение посещаемости без причины. У любого колебания в природе есть причина. У каждого следствия есть причина. Если мы её не видим, рано паниковать.

Давайте проанализируем сезонные колебания, которые могут встретиться в Интернете.

Что люди делают летом? Они улетают на море, уезжают на грядки, ходят на пляжи, по магазинам, отдыхают. Спад активности пользования Интернетом в июне, июле, августе – аргументирован.

В сентябре – резкий всплеск. Студенты, выход после отпуска, окончание всем известного мертвого сезона в бизнесе провоцирует на новые кадры. А эти новые кадры лезут в Интернет, добавляя и добавляя посещаемость Вашему сайту.

Законные праздники – спад активности, тоже закономерно.

Колебания по времени суток – неоднозначны. Если сайт рассчитан на иркутский регион, то посещаемость сайта возрастает к 10 утра, достигает пика в 11:00, после 11 утра, наблюдается медленный спад до 16:00. После чего – активность резко падает.

Если анализировать московские сайты или всероссийские порталы, то ситуация такая же, но в зависимости от географии посещаемости.

Если сайт больше посещают москвичи, то пик посещаемости будет в 11 утра по Московскому времени. Аналогичный анализ можно провести на мировых сайтах.

Для чего это нужно? Чтобы правильно рассчитать время выхода статей, важных новостей, розыгрышей. Если Вы сделаете успешный розыгрыш, но о нем никто не узнает – толку мало. А если вывести розыгрыш в нужное время, о нем узнают люди, напишут в своих дневниках, сообществах и на других сайтах.

Это элемент скрытой бесплатной рекламы.

Приятно видеть в «иркутском» Интернете процветающие сайты.

Надеюсь, что всё, выше перечисленное поможет Вам достичь поставленных целей и вернуть деньги с прибылью, затраченные на разработку веб-сайта.

С уважением, специалист по Интернет-рекламе Ивкина Анастасия Владимировна

СТУДИЯ РЕКЛАМЫ WEBsezon.ru

Услуги:

- разработка веб-сайтов;
- Интернет продвижение, Интернет-реклама;
- обучение администрированию сайта, продвижению;
- 2D, 3D анимация, рекламные ролики;
- разработка фирменного стиля;
- дизайн полиграфии.

Контакты:

Тел.: (3952) 58-13-06

e-mail: web@irkutsk.ru

icq: 131080

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ: Веб-студия РАМИНА

Контакты:

Тел.: (3952) 51-22-08

e-mail: dt@irkutsk.ru

icq: 412227472

Автор: Артур Скальский © Babr24.com ИНТЕРНЕТ, МИР 👁 5195 31.10.2007, 18:03 📄 457

URL: <https://babr24.com/?ADE=40832> Bytes: 14313 / 14221 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](https://t.me/bur24_link_bot)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](https://t.me/irk24_link_bot)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](https://t.me/kras24_link_bot)

эл.почта: kraasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](https://t.me/nsk24_link_bot)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](https://t.me/tomsk24_link_bot)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](https://t.me/babrobot_bot)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)