

Важная часть бизнеса

Сайт – это просто продолжение бизнеса, его часть, и уровень развития сайта зависит только от потребности в нем. Такое мнение на онлайн-конференции Сибновостей высказал директор веб-студии «Рамина», технический руководитель проекта Бабр.ру Дмитрий Таевский.

В одном из выступлений вы заявили, что самое главное для развития сайта – уникальный контент: это условие должно выполняться для того, чтобы была увеличена посещаемость сайта. Однако, наверняка, уникальный контент – это еще не все. Что, кроме авторских материалов должно присутствовать на сайте?

И еще, как вы относитесь к оптимизированным под поисковики тексты. В частности, сегодня, чтобы найти что-то интересное в Яндексе, необходимо уходить на сотые позиции. Все остальное – набор самых частых запросов в поисковике. Не считаете ли вы эту тенденцию тревожной? Интернет в плане добывчи информации становится безликой коммерческой массой.

Не совсем так. Увеличение посещаемости сайта не может быть самоцелью. Самоцелью может являться повышение интереса посетителей к сайту, а уже после – это неизбежно приведет к росту посещаемости.

Да, уникальный контент – это не все, но это главное. Ведь сайт, в общем случае, это некий аналог журнала. А журналы читают по трем причинам: модно, красиво и интересно. Мода проходит, из-за глянцевой обложки журнал купят только один раз, а вот интересный журнал будут читать раз за разом.

Кроме уникального контента, на развитие сайта сильно влияют нестандартные идеи, которых или ни у кого не было, или они были поданы неинтересно. Ярким примером этого является успех "Одноклассников".

К оптимизации сайтов под поисковики я отношусь отрицательно. Во-первых, это нечестно по отношению к пользователю, я бы вообще сказал, что это обман клиента. Во-вторых, это скучно – если никому не нужный сайт выходит на первые позиции только потому, что кто-то за это заплатил, это дискредитирует саму идею поисковика. Я бы сказал, что владельцам Яндекса нужно что-нибудь поправить в консерватории, чтобы эта действительно тревожная тенденция прекратила свое существование.

Вообще, должен заметить, что Яндекс на самом деле – это не весь Интернет, есть масса и других поисковиков с другими алгоритмами, и просто мощные ресурсы наподобие Википедии. Собственно, что Яндекс – это Интернет для домохозяек, на которых рассчитана такая реклама.

Насколько, по сравнению с осенью прошлого года изменились цены на услуги веб-разработчиков? Какие виды сайтов ("визитки", корпоративные и т.д.) сейчас пользуются наибольшей популярностью?

Восстанавливается ли рынок?

Цены практически не изменились, хотя, если бы не кризис, они бы выросли процентов на 15-20. Вообще, кризис мало задел рынок собственно разработки, гораздо больше (в худшую сторону) он сказался на рынке Интернет-рекламы. Как, впрочем, рекламы в целом.

Корпоративные сайты по-прежнему популярны, а вот спрос на крайне недорогие простенькие сайты практически исчез.

Активизировались различные заводы, у которых, очевидно, возникла проблема в сбыте продукции.

Относительно "восстановления рынка" – на мой взгляд, он и не падал, а скорее рос. По крайней мере, наша доходность выросла, да и другие компании, по моим данным, не бедствуют.

В начале года вы говорили, что фирмы, работающие на среднем уровне, не заметили снижения спроса, потому что на этом рынке спрос всегда превышал предложение, а компании, работающие на высоком уровне ощутили спад спроса примерно на 20 – 30%. Изменилась ли ситуация?

На мой взгляд, ситуация почти не изменилась, хотя и стабилизировалась. То есть сейчас получить заказ на сайт в диапазоне 150-300 тысяч существенно сложнее, чем год назад, в то время как на сайт в диапазоне 40-70 тысяч - так же несложно.

Какую долю рынка в Иркутской области занимает "Рамина" (конечно, если это не секрет)? Как, по вашему, распределяются остальные "кусочки пирога"?

Не секрет, хотя ситуация в других компаниях, как правило, скрывается, поэтому приходится довольствоваться предположениями. Кроме того, расклады на иркутском рынке постоянно меняются - сейчас мы, например, отказываемся от разработки сайтов-визиток и мелких корпоративных сайтов, полностью передав их другой фирме, с которой заключили партнерские соглашения.

Необходимо понимать еще, и в чем мы считаем. Если в количестве сайтов, сделанных в единицу времени (месяц, например) - то тут безусловным лидером может оказаться мелкая и малоизвестная фирма. Если по уровню доходности, что, наверное, правильнее - то мы (Рамина), например, можем делать один сайт два-три месяца, а то и год, но находиться при этом в первой тройке.

Если брать ситуацию месячной давности, когда нами еще не было принято решение об уходе с рынка мелких и средних сайтов, то мы, вероятно, занимали процентов 15-20 рынка по доходности. На первое место я бы поставил "Виртуальные технологии", у которых, на мой взгляд, не менее 25% рынка, хотя, по-моему, им должна мешать жесткая привязка к технологиям Microsoft. Еще год назад я бы дал процентов 10 ЦВР, но последнее время про них ничего не слышно. Достаточно активно работает ТочкаРУ, я думаю, у них тоже не меньше 10% рынка. Ну и остальное поделено примерно поровну между другими фирмами.

Это, конечно, если мы говорим про город Иркутск. В Братске и Ангарске рынок совершенно другой, и, что удивительно, мы друг с другом не конкурируем, хотя братская "Студия 38" и пытается зайти на иркутский рынок, но пока, на мой взгляд, безуспешно.

Как Вы считаете, сколько еще времени необходимо, чтобы рынок Интернет-рекламы в Иркутской области занял достойное место среди традиционных видов рекламы (ТВ, печать, радио...) При выборе способов донесения до потенциального клиента информации предпочитают все же традиционные виды рекламы...

"Достойное" – это сколько процентов? Если 10-15, то в ближайшие два года. Если 100, то этого не будет никогда.

Нормальное распределение потребителей трех основных видов СМИ, я думаю, в ближайшие десять лет будет таким: 20-30% за прессой, 60% за ТВ и 30% за Интернетом (очевидно, что эти аудитории будут пересекаться). Вот к 30% рекламы в Интернете и нужно стремиться. Предполагаю, что это будет весьма скоро, если не будет разных кризисов – например, лет через 5.

Какой средний ценовой диапазон существует сегодня в Иркутске на разработку сайтов? Наверняка, с наступлением кризисного периода ценовая вилка несколько сократилась. Если раньше компании запросто могли потратить на создание своего сайта 100 - 200 тыс., то сейчас будут прижиматься и снижать цену по максимуму, вы согласны?

Я всегда сравниваю цены на разработку с ценами на автомобили. Какой средний ценовой диапазон на автомобили в Иркутске? Вряд ли на этот вопрос кто-нибудь ответит, для среднего класса это уже разброс от 80 до 500 тысяч, а для высшего и пара-тройка миллионов – не предел. С сайтами – то же самое, для некоторых клиентов называемая цена в 30-40 тысяч кажется запредельной, а некоторые спокойно принимают и 500 тысяч.

Как я уже сказал, кризис мало повлиял на отрасль. Из потенциальных клиентов ушли только те, которые делали сайт от избытка денег или по прихоти руководства. Так как цены на разработку почти не изменились, то и взаимоотношения с клиентами остались практически те же.

Дмитрий, скажите, пожалуйста, стоит ли компаниям вкладывать деньги в создание сайтов-визиток, если компания до сих пор не присутствует в Интернете ни в каком виде? Или стоит подкопить денег и сразу заказывать полноценный сайт?

Я вообще не склонен разделять сайты на визитки, корпоративные и д.т. Это очень искусственное и притянутое

за уши деление. Необходимо понимать, что сайт – это просто продолжение бизнеса, его часть, и уровень развития сайта зависит только от потребности в нем. Чего точно не стоит делать – это разрабатывать сайт, не ощущая в нем потребности, не ответив на главный вопрос: для чего он создается. Если ответ на этот вопрос есть, появится и понимание требуемой сложности сайта.

Для понимания этого тезиса я бы предложил такую аналогию: вы продаете в Иркутске дорогой табак. Нужен ли вам супермаркет? Нет. Вполне достаточно киоска – но такого, про который знал бы каждый любитель дорогого табака. А если вы продаете дорогие автомобили – киоска будет мало, нужен большой павильон.

Скажите, как по вашему, при разработке сайта должен ли входить в пакет услуг процесс регистрации доменного имени и техническая помощь в поддержке сайта, а также консультационные услуги? Как ни странно, широко распространена безграмотность, когда в понятие "создание сайта" люди вкладывают процесс - пришел, заплатил, утвердил, получил и больше голова ни о чем не болит. И потом крайне удивляются, почему истек срок доменного имени и сайт не работает. Предусматривается ли работа с такими клиентами, или в вашей практике не встречаются люди, которые сами не знают, чего хотят.

К сожалению, в нашей практике скорее встречаются именно люди, которые сами не знают, чего хотят. Клиентов, которые приходили бы с готовым пониманием того, чего они хотят, за 15 лет работы на рынке я могу пересчитать по пальцам одной руки. С остальными приходится плотно работать, объясняя, что же ему на самом деле нужно, и иногда даже отказываться от таких клиентов.

По сути вопроса: конечно, лучше, чтобы разработчик предоставлял весь комплекс услуг и сам следил за сроками регистрации доменных имен. Это тоже бизнес, и если разработчик может на этом хоть немного заработать – такие услуги надо развивать.

Остаются ли сегодня на рынке разработчики-одиночки, например, студенты? Мешают ли вести нормальный бизнес? Весь город заклеен объявлениями об изготовлении сайтов - это вот такие одиночки или это какие-либо веб-студии рекламируют себя на заборах?

Да, рынок веба наполнен одиночками, причем это не обязательно студенты, есть и вполне зрелые профи. Правда, нужно понимать при этом две вещи: работая с одиночкой, можно забыть о поддержке и развитии сайта, разработчику будет просто не до этого, и один человек не может работать одновременно двумя полушариями мозга, а сайт фактически состоит из двух частей: дизайна и программирования, за которые отвечают как раз разные части мозга. Хороший программист в принципе не может быть хорошим дизайнером, и наоборот. Одна из самых успешных студий в Иркутске, которую я видел, состоит как раз из двух человек: дизайнера и программиста, и это правильно.

Одиночки, само собой, мешают фирмам, и фирмы вынуждены идти на повышение своих расценок, чтобы компенсировать недостающих клиентов. Это не плохо и не хорошо, это естественное расслоение рынка. Очевидно, что одиночка никогда не потянет разработку мощного сайта, да и ему ее никогда не поручат.

Что касается объявлений – не факт, что это одиночки, иногда и серьезные фирмы не чуждаются такой рекламы. Хотя обычно у серьезной фирмы нет такой потребности – на нее работает репутация. Мы, например, не давали рекламу уже лет 10. Иногда к нам приходят клиенты, которым мы разрабатывали компьютерные программы еще в конце 80-х.

Насколько мне известно, вы не только занимаетесь интернет-бизнесом, но еще и преподаете предмет, тесно связанный с вашей основной деятельностью. В связи с этим хотелось бы узнать точное название предмета, что из себя представляет эта дисциплина и каким образом вы выстраиваете свой курс преподавания?

Курс Интернет-журналистики на факультете международного права БГУЭП. Суть предмета очевидна из названия – как и что писать в Интернет-СМИ. Курс состоит из теоретического и практического блоков, причем я стараюсь максимально отдалиться от технических сложностей веба и больше внимания уделять журналистской практике.

Какие сайты предлагают разработчики за 2000 (висело объявление напротив рынка "Новый"), 10000 и 15000 рублей? Какая минимальная ценовая планка для более-менее нормального сайта?

Не существует такого понятия, как "нормальный сайт". Сайт или выполняет свою функцию, или нет – а цена сайта значения практически не имеет. Если владелец сайта заинтересован в его жизни, если он каждый день пишет туда новости, заботится о его популярности, то эффективно может работать и сайт, созданный

бесплатно на narod.ru. Я знаю примеры, когда на таких сайтах делался бизнес с оборотом в десяток тысяч долларов в неделю.

Цена сайта зависит только от двух факторов: от аппетитов/репутации разработчиков и от реальных трудозатрат. Сайт, для которого нужно сложное программирование или обработка тысяч фотографий, дешевым быть не может. Сайт, на котором будет висеть краткий перечень услуг и телефон, может быть крайне эффективным, несмотря на копеечную стоимость.

Первый. Как пропатчить KDE2 под FreeBSD и каково ваше отношение к гипертекстовому Фидо.

Второй. Выскажете своё отношение к геотаргетингу Яндекса и как это может отразиться на развитии региональных интернет-ресурсов.

Первый. Руками, положительное.

Второй. Откровенно сказать, я не замечаю особого геотаргетинга у Яндекса, а жаль – я думаю, что на развитие региональных ресурсов это оказало бы существенное влияние.

Как вы можете прокомментировать то, что некоторые крупные компании области заказывают сайты у московских веб-студий. Наши не могут обеспечить качество?

Во-первых, с москвичами проще работать – естественно, что культура работы с клиентом там выше. Хотя и цены выше, но те, кого устраивает позиция "заплатил и расслабился", выбирают именно москвичей.

Во-вторых, в Иркутске большой дефицит хороших веб-дизайнеров (речь чисто о дизайне).

В третьих, у многих клиентов есть ошибочное представление о том, что московское – всегда лучше. Это не всегда так, хотя возможны варианты.

Хотелось бы услышать ваше мнение, существует ли негласное ранжирование по сложности изготовления сайтов для разных по величине компаний? Как по вашему, имеет ли смысл заказывать мелким компаниям сложноструктурированные порталы?

Оно не негласное, оно очевидное и естественное. Крупная разработка требует привлечения серьезных специалистов, что требует определенного уровня организации бизнеса, фонда зарплаты, что, в свою очередь, требует непрерывного потока крупных заказов, иначе специалисты будут простояивать. Соответственно, сложность сайта практически напрямую связана с размером компании и ее стабильностью. Гениальные одиночки в вебе существуют, но они специализируются на чем-то одном – чистом дизайне, чистом программировании и т.д. Заказывать им комплексную разработку, да еще и требующую многолетнего сопровождения – совершенно бессмысленно.

На какие вопросы должны ответить руководители, принимая для себя решение о создании сайтов?

Лично я считаю, что создаваемый сайт должен приносить деньги (для коммерческих организаций) - как живые, так и деньги, которые потом будут вытекать из созданного сайтом имиджа. Однако чтобы сайт приносил доход необходимо, чтобы он был посещаем. При этом, как мне кажется, крайне важна обратная связь. Как много иркутских компаний разрабатывают направление интерактивного общения с посетителями.

Руководитель должен ответить на единственный вопрос: какова цель создания сайта? Пока ответ на этот вопрос не будет четко сформулирован, начинать делать сайт просто бессмысленно.

Не факт, кстати, что сайт должен приносить деньги. Даже для коммерческой организации. Вопрос престижа, например, может легко решаться именно при помощи сайта. Или вопросы благотворительности. В конце концов, если руководитель отвечает о цели сайта "это модно" – это тоже цель.

И не факт, что сайт обязательно должен быть очень посещаем. Например, сайт по продаже автомобилей Мерседес может иметь посещаемость 10 человек в месяц, но если из этих десяти хотя бы один купит машину – цель сайта будет с успехом достигнута. Иногда сайты делаются вообще с единственной целью - чтобы их увидел один человек, хотя это скорее ближе к политике.

У меня еще один вопрос: вам, вашей компании, приходилось разрабатывать сайты для некоммерческих (благотворительных) организаций? Можете дать оценку, есть ли эффект от таких

сайтов для самих организаций? Ну то есть стоит ли им тратить свои, и без того небольшие бюджеты, на создание собственного сайта?

Да, мы разрабатывали сайты для религиозных организаций, культурных объединений и благотворительных фондов. Эффект, безусловно, есть – и иногда он значительный. Например, ассоциация художников через сайт легко может выйти на российский или мировой уровень, причем практически бесплатно, в то время как в оффлайне для этого потребуются миллионы рублей. Сайты религиозных объединений мы делаем принципиально бесплатно, однако, само собой, мы должны четко понимать цели этих конфессий и иметь с ними дружеские отношения. Пока что к таким конфессиям относятся католики и буддисты.

Дмитрий, скажите, пожалуйста, повысились ли "запросы" иркутских заказчиков сайтов в последнее время - в плане дизайна, функциональности? За что еще пока не готовы платить?

Не очень. Все-таки большинство заказчиков – люди, мало продвинутые в Интернете, их все еще привлекают некоторые, как мы их называем, "прыгающие зайчики", то есть дешевые внешние эффекты. Клиент не готов пока платить за серьезное программирование и за очень дорогой дизайн.

Дмитрий, разрешите вопрос не по теме? Почему Рамина? Это ведь королева полевых мышей из сказки? Почему такое название для веб-студии?

Вполне по теме.

Мы начинали работать в 1988 году как небольшая фирма по разработке программного обеспечения и компьютерной графики. В ту пору даже Windows был диковинкой, а обычные компьютерные мыши стояли далеко не на каждом компьютере, да и потребности в них особой не было. Даже поговорка такая ходила: "Настоящий программист не пользуется мышью". Ну а так как мы занимались, в том числе, и графикой, то для нас это был основной инструмент, поэтому, когда выбирали название для фирмы, то весь мозговой штурм крутился как раз вокруг мышей. Правда, мы все были в тупике, потому что не могли придумать красивое название, ассоциируемое с мышью – и тут дочка нашего тогдашнего исполнительного директора, ей было тогда 12 лет, сказала: - Конечно же, Рамина.

Логотип, кстати, она же тогда и нарисовала. Так он уже больше 20 лет и не менялся. Потом, когда появился Интернет, мы с удивлением узнали, что название это больше никто не использует, только в Испании есть такая же фирма, производящая музыкальные инструменты.

Автор: Артур Скальский © Агентство "Сибирские новости" ИНТЕРНЕТ И ИТ, 3668 08.10.2009, 12:23

URL: <https://babr24.com/?ADE=81387> Bytes: 18369 / 18222 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

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](https://t.me/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
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@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](#)