

# Да будет сайт!

текст: Антон Титов

Рано или поздно перед любой уважающей себя компанией встанет вопрос о разработке или обновлении собственного сайта. Сразу же возникает проблема выбора – предложений – масса, цены отличаются кардинально, а потенциальные партнеры – настоящие компьютерные гуру – пугают словами, вроде контент или юзабилити.

Разобраться действительно сложно, да и посоветоваться не с кем. Останется только зайти на Яндекс, и в ответ на запрос «разработка сайтов» получить, например, ссылку с предложением получить сайт за 30000 долларов от разработчиков этого же самого Яндекса. Это при том, что сосед брата свекрови, студент, отлично разбирающийся в интернете, предложил сделать ту же работу за 100.

Что же выбрать? Для начала нужно, положа руку на сердце, ответить себе на вопрос, зачем Вам сайт. Вариантов, причем искренних, может быть много. Сайт может быть нужен для того, чтобы писать его адрес на визитках рядом с телефонами. Чтобы рассказывать друзьям, знакомым и конкурентам о создании «собственного интернет-представительства». Или чтобы, не ставя высоких целей, попросту донести информацию о Вашей фирме всем интересующимся – потенциальным клиентам, став средством продаж, коммуникации с клиентами и подразделениями или, как, например, в случае с интернет-магазинами, самостоятельным источником дохода.

От этого выбора, собственно говоря, и зависит стоимость. Если сайт нужен просто так – рискните отдать 100 долларов соседу-студенту, и он за несколько дней создаст Вам красивый сайт с анимацией, переливающимися картинками, большими красными буквами на оранжево-зеленом фоне, обязательным девизом, вроде «Лучше нас – только мы», красивым логотипом, взятым с другого сайта и Вашим обращением к клиентам на первой же странице нового интернет-ресурса. Теоретически задача выполнена, и сайт получен быстро и в срок, причем затратами малой крови. Только, несмотря на то, что теперь замечательный и к тому же бесплатный адрес, вроде samayaluchsayakompaniyadliavas\_23.narod.ru, печатается на всех визитках и объявлениях, заметного притока посетителей в офисе не наблюдается. А счетчик на сайте с постоянным упорством продолжает показывать цифру 2 – со дня создания на сайте побывало 2 человека – Вы сам и сосед брата свекрови.

Не нравится? Давайте вместе посмотрим на ошибки, которые сделал или мог сделать этот студент. Конечно, анимация и яркие цвета – просто замечательно, но сайт – не торт, и при его создании нужно уделять серьезное внимание цветовой гамме. Почему большинство новостных сайтов сделаны в двух-трех цветах? Они не раздражают, не отвлекают – все внимание сосредотачивается на информации, а не на картинках и прыгающих буквах. Просто вспомните банальную истину о том, что должен запоминаться продукт, а не его реклама.

Кроме того, обилие ненужной графики – это время, потраченное пользователем, чтобы ее загрузить. Сайт будет работать медленно, и у пользователя появится возможность уйти на более быстрый сайт Ваших конкурентов. Вам это надо? Обратите внимание на логотипы и девизы. Если они банальны или уже где-то встречались – бегите от этих разработчиков. Часто в рамках работы над сайтом приходится обновлять стиль компании, начиная с логотипа и заканчивая созданием визитных карточек, фирменных папок, бланков писем и конвертов. Представьте себе реакцию пользователя, ничего не знающего о Вашей компании, на то, что этот логотип он уже где-то видел. Сразу возникнет недоверие на подсознательном уровне.

И про Ваш портрет на первой странице сайта. Конечно, обращение к клиентам – это замечательно, но оно никому не интересно. А ведь знакомство с сайтом начинается как раз с этой страницы, и от того, насколько хорошо она сделана, зависит то, будет ли клиент знакомиться с сайтом, а значит, и с Вашей компанией, дальше. Если Вы будете вынуждать его искать нужную информацию по своим страницам, рано или поздно, это надоест. Первая страница должна нести максимальную функциональную нагрузку. На ней должны располагаться анонсы новостей и свежих пресс-релизов, ссылки на самые важные разделы.

Информация должна быть легко доступной – так, чтобы любой пользователь, даже тот, которому навыков работы с компьютером хватило лишь для того, чтобы зайти на Ваш сайт, нашел то, что нужно именно ему. Здесь появляется одно из нескольких страшных слов, с которыми придется познакомиться при разработке сайта – юзабилити. Это удобство пользования, наука, благодаря которой каждый найдет на сайте то, что нужно. Сайт должен быть логичным, продуманным. Естественно, что у соседа на изучение требований, предъявляемых к современным информационным ресурсам, просто не хватит времени.

Раз уж мы познакомимся с первым страшным словом, почему бы не продолжить знакомство с необходимыми понятиями? Чтобы управлять обновлением и доработкой сайта, используется CMS – content management system – система управления содержанием. Непонятные слова из трех букв, вроде php или asp – всего-навсего языки программирования, на которых пишется сайт. Контент – содержание сайта, текстовая и графическая информация, feedback – обратная связь с посетителями – юзерами, представленная форумами или гостевыми книгами.

Есть в этом языке и глаголы – заплотить, то есть, обновить сайт, передав новую информацию со своего компьютера в интернет и скачать – сохранить информацию с сайта себе на компьютер. Причем скачать информацию может любой

пользователь интернета, а заплотить – лишь человек, имеющий отношение к Вашей компании. Никто чужой изменить информацию на Вашем сайте не может.

А смешное словечко «хомяк» – всего-навсего обозначение домашней странички кого-нибудь, сделанной для самореализации. Чтобы получить позитивный feedback, нужно заплотить на сайт такой контент, чтобы любой юзер понял, что это Вам не хомяк какой-нибудь, а настоящий корпоративный сайт. Понятно? В общем, все не так сложно, как казалось сначала. Если Вы чего-то не понимаете – спрашивайте. Фирме, скрывающейся за непонятными словами, доверять не надо.

Осталось пролить свет еще на одно понятие – хостинг. В чем заключается основной принцип интернета? Это огромная сеть соединенных между собой компьютеров, взаимодействующих между собой. То есть, любой сайт – это файл или несколько файлов, которые сохранены на компьютере, постоянно подключенном к интернету.

К профессиональным разработчикам сайта нужно обращаться потому же, почему надо обращаться к профессиональным автомеханикам при необходимости кузовного ремонта – ты можешь сам выправить машину деревянной киянкой и покрасить кисточкой, но результат себя не оправдает. Сайт сделать сложнее, чем нормальный кузовной ремонт – хотя бы потому, что он должен удовлетворять огромному количеству требований и являть собой работоспособный инструмент.

Причем неважно, где находится фирма. У нашей компании, например, есть клиенты в Питере, в Москве, в Архангельске, в Нью-Йорке, в Париже и даже в Австралии. Проблем нет никаких, если люди готовы быть достаточно технологичными. Общение по электронной почте ведет к лаконичности требований, к тому же происходит учет документооборота – в XXI веке электронное письмо – тот же документ.

Николай Глухих,  
директор интернет-компании sky-it.net,  
Новосибирск

Естественно, иметь в офисе постоянно включенный и подключенный к сети компьютер достаточно накладно, да и небезопасно. Для этого был придуман хостинг – размещение Вашего сайта на компьютерах фирм, занимающихся этим профессионально. Услуга эта может быть платной и бесплатной. Бесплатный хостинг возможен на сайтах, вроде narod.ru или newmail.ru. Если Вы ни за что не платите – никто ни за что не отвечает, поэтому нет гарантии того, что Ваш сайт загрузится и будет работать быстро.

Еще одна проблема – имя сайта (домен). Логично, что лучшее имя для компании, занимающейся банковским делом, bank.ru. Проблема в том, что таких компаний существует масса, поэтому имя будет занято другим банком или, что еще хуже, перекупщиками доменных имен. Регистрация имени на год обойдется где-то в 20 долларов. Но если компания-перекупщик Вас опередила, то за хорошее имя придется выложить не меньше 5000. А на Западе, например, имя men.com, было продано за несколько миллионов. Имя для сайта должно быть простым, запоминающимся и, по возможности, коротким. Над именем следует думать серьезно – не меньше, чем над именем ребенка.

Да, кстати, расширение .ru означает национальную принадлежность к России, .com – коммерческий характер организации, .org – некоммерческий. Периодически появляются новые зоны, вроде .fm для радиостанций или .aero для авиапредприятий. Какими же критериями нужно руководствоваться при выборе той или иной фирмы (надеюсь, вариант с несчастным студентом уже отпал сам собой)? Такими же, как при выборе любого поставщика услуг. Важны опыт компании, рекомендации друзей и партнеров. Познакомьтесь с портфолио – другими сайтами разработчика. Если Вам нравятся предыдущие работы этого дизайнера, скорее всего, понравится и то, что он сделает для Вас.

Приготовьтесь к тому, что на хороший сайт могут уйти хорошие деньги. Средняя цена серьезного сайта начинается с 2000 долларов. Если кто-то предлагает Вам более дешевые варианты – ищите подводных камней. Вообще же наиболее удобна оценка трудозатрат разработчика «по рэйту» - почасовой ставке.

Что Вы получите за эти деньги? Крупные компании, помимо создания сайта, предлагают тестирование сайта и обучение персонала использованию новых возможностей. Обязательны стабилизация сайта и гарантия. Сайт – уникальный проект, при работе над которым сразу сложно предусмотреть все возможные нюансы. Крупные компании понимают это, и предлагают гарантию – срок, в течение которого все возможные ошибки, связанные с сайтом, будут устраняться бесплатно. Обязательна оптимизация сайта для поисковых систем. Большинство пользователей интернета ищут информацию через поисковики, поэтому компания-разработчик должна сделать так, чтобы Ваш сайт был доступен через большинство каталогов. Он должен располагаться как можно ближе к вершине – по статистике до 98% всех посетителей уходят по ссылкам первых двух страниц результатов поисковых систем, причем 75% из них – по ссылкам первой страницы.

При работе с разработчиком нужно постоянно помнить, что сайт в первую очередь – инструмент для достижения целей Вашей фирмы: информирования о компании, сервиса для клиентов, способа продаж. Хороший сайт – тот, который помогает достигать эти цели. Плохой – бесполезен.