

Основні вимоги до інформаційного ресурсу фірми будівельних матеріалів

Надія Чоп¹, Соломія Федушко²

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12;
E-mail: 1. nadia-chop@mail.ru, 2. felomia@gmail.com

This paper considers the current problem of web-site developing and positioning in the World Wide Web. The basic demands and principles for development of the building company's information resource is formed.

Ключові слова – інформаційний ресурс, інформаційне наповнення, веб-сайт, будівельна фірма.

I. Вступ

В умовах розвитку сучасних інформаційних технологій наявність веб-сайту є необхідним фактором ефективної діяльності фірми, що дозволяє розширити поле рекламної діяльності й залучити, як українських, так і іноземних партнерів. Такий інтернет-ресурс фірми виконує ряд важливих функцій: розповсюдження інформації про компанію та її послуги у всесвітній глобальній мережі та організація онлайн-продаж. Це є вигідним способом розширення ринку, адже веб-сайт не потребує великих затрат.

Зважаючи на все вищесказане, веб-сайт є необхідним атрибутом сучасної фірми, зокрема, будівельної організації.

II. Основні вимоги до веб-сайту фірми будматеріалів

Створення інформаційного ресурсу фірми, що функціонує на ринку будматеріалів і послуг, пов'язаних з будівництвом і ремонтом, є одним з найбільш вигідних і перспективних проєктів для рекламної кампанії. Добре розроблений веб-сайт фірми надає повну інформації про компанію для замовників, постачальників, ділових партнерів, представників ЗМІ і громадськості.

Кожна фірма з продажу будівельних товарів зацікавлена у створенні веб-сайту, який представлятиме фірму на ринку товарів і послуг, що дозволить підвищити її рейтинг, престиж та конкурентоспроможність.

Для створення функціонального сайту будівельної організації потрібно керуватися такими принципами-вимогами:

- вибір надійного та якісного хостингу;
- доменне ім'я веб-сайту має бути простим для запам'ятовування;
- ґрунтовний огляд веб-сайтів фірм-конкурентів;

- інформаційне наповнення повинне приваблювати широкий діапазон користувачів та розмір однієї сторінки сайту повинен бути більше 250 слів, але не перевищувати 1 тис. слів (згідно з дослідженнями SEO-експертів [1]);
- атрактивність дизайну веб-сайту (естетична цінність, правильність та сумісність колірного балансу, грамотність пропорцій [2]);
- ретельно продумана структура та навігація сайту;
- ознайомлення споживачів з повним асортиментом нових будівельних матеріалів і технологій, що використовує фірма;
- товар та послуги потрібно ґрунтовно описувати та обов'язково вказувати важливі характеристики;
- розміщення прайс-листу та можливість перевірки наявності товару та його онлайн-купівлі;
- регулярне оновлення та поповнення вмісту веб-сайту, що сприятиме отриманню бажаного рівня цільової відвідуваності;
- створення форуму та активна участь у обговореннях працівниками фірми чи іншими компетентними особами;
- можливість залучення нових клієнтів, за рахунок контактної інформації (інтерактивний зворотній зв'язок);
- багатомовність веб-сайту;
- відгуки клієнтів;
- виведення в топ пошукових серверів (Google, Yahoo, Yandex тощо) по потрібних запитах за допомогою правильного підбору необхідних ключових слів тощо.

Ґрунтовно проаналізувавши існуючі платформи для створення веб-сайтів, ми зробили висновок, що реалізувати всі вищевказані завдання можливо за допомогою системи керування вмістом Друпал (CMS Drupal), яка дозволяє порівняно швидко створювати потужні інтерактивні сайти.

Висновок

Результатом роботи є реалізація сучасних інформаційних технологій в будівельній фірмі «ІТК». Виокремлено основні принципи для розроблення та просування ефективного інформаційного ресурсу будівельної фірми, врахувавши специфіку предметної області.

Література

1. Microsite Masters Rank Tracker – Accurate SEO Keyword Tracking. [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.micrositemasters.com. – August 14, 2012. – Назва з екрану.
2. Preece J. Online communities: Design, theory, and practice. / Preece J., Maloney-Krichmar D.– Journal of CMC,10(4), article 1.– 2005.