

Розроблення інформаційного ресурсу салону краси

Соломія Федушко¹, Ольга Пукас²

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: felomia@gmail.com¹, olyapukas26@gmail.com²

In the paper the strategy of information resource of the beauty salon is proposed. The new functionality of the web-resource is suggested to improve the business process of the beauty salon.

Ключові слова – салон краси, інформаційний ресурс, реклама, послуга, клієнти, інформатизація.

Вступ

Розвиток інформаційних технологій у сфері надання послуг поставив на якісно новий рівень конкурентоспроможність підприємств, зокрема і салонів краси. Розроблення функціонального та структурованого інформаційного ресурсу формує позитивний образ салону у WWW, що сприяє залученню нових клієнтів та інформуванню постійних відвідувачів. Для успішної роботи і утримання високих позицій в індустрії краси необхідні не тільки якісно надавати послуги, але й проводити рекламну кампанію для розширення клієнтської бази.

Розроблення інформаційного ресурсу

Розроблення інформаційного ресурсу салону краси є комплексною задачею, яка полягає у вивченні потреб та побажань власника салону краси щодо функціональних можливостей та дизайну веб-ресурсу. Адже, мережевий ресурс ефективно використовується як інструмент популяризації салону краси у глобальній мережі. Звертаючи увагу на вже сформовані вимоги до інформаційного ресурсу, варто адаптувати їх саме до потреб салону краси. Створення такого інформаційного ресурсу для салону краси надасть великий спектр можливостей для популяризації салону та покращення рівня надання послуг, зокрема:

- інформування клієнтів про новинки, цікаві акції, знижки та спеціальні пропозиції, що є способом утримання постійних клієнтів та ефективним засобом для залучення нових клієнтів (наприклад, "приведи з собою подругу і отримай 50% знижки на манікюр");
- запис на послугу до майстра у зручний для клієнта час (24/7);
- розміщення необмеженої кількості фото/відео з роботами майстра та пропозицій для клієнтів;
- автоматичний розрахунок клієнтом вартості послуги на основі заданих ним параметрів;

- віртуальний тур по салону;
- актуалізація та структурування даних клієнтів, наприклад, дата народження з метою привітання, електронної адреси для інформування про зміни в салоні, а також акції та знижки;
- замовлення подарункових сертифікатів;
- оплата послуг он-лайн;
- розроблення декількох комплексів обслуговування.

Інформаційний ресурс салону краси має відповідати всім вимогам створенням інформаційного забезпечення для підприємства, таким як: уніфікація, достовірність інформаційного наповнення, контроль, цілісність системи та ін. Особливу увагу треба приділити достовірності персональних даних працівників та інформація салону краси (освіта, стаж роботи, нагороди, відзнаки, участь у майстер-класах, стажування).

Обов'язковими елементами цього інформаційного ресурсу є:

- надання контактної інформації салону краси (телефонів, адреси, карти проїзду та e-мейл);
- поширення інформації через соціальні мережі;
- віджети (новини) та інформери (курс валют, календар подій).
- форум для обговорень, статті, рекомендації;
- мобільна версія інформаційного ресурсу;
- веб-ресурс повинен бути багатомовним (англомовний варіант є обов'язковим);
- гостьова книга для висловлення пропозицій, побажань, скарг та зауважень клієнтів.

Висновок

Створення власного мережевого ресурсу салону краси виступає одним з найбільш ефективних способів залучення та інформування клієнтської аудиторії. Запропоновано нові функціональні можливості веб-ресурсу, що сприяють покращенню бізнес процесу салону краси. Грамотне та добре продумане розроблення інформаційного ресурсу надасть вагому перевагу салону краси з-поміж конкурентів, розширить клієнтську базу, створивши позитивний імідж у глобальній мережі. Підвищить довіру потенційних клієнтів до салону краси, слугуючи візитівкою не тільки для відвідувачів, але також і для потенційних співробітників.

Література

1. Чоп Н. Основні вимоги до інформаційного ресурсу фірми будівельних матеріалів / Н. Чоп, С. Федушко // Інформація, комунікація, суспільство 2013: матеріали 2-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2013, 16–19 травня 2013 року, Україна, Львів, Славське. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2013. – С. 234–235.