

Аннотация

Выпускная квалификационная работа на тему:
Создание сайта как инструмента продвижения онлайн бизнеса
в сфере продажи велотоваров (проектно-творческий формат)

Автор: Шутилова В.А.

Научный руководитель: к.пол.н., доц. Ануфриенко С.В.

Стр.71, прилож. 2, библиограф. назв. 71.

Ключевые слова: веб-сайт, Интернет, бизнес, продвижение

Актуальность темы исследования. На рубеже XX-XXI вв. одним из самых серьезных факторов, влияющих на сознание людей стала виртуальная реальность. Благодаря появлению новых технологических возможностей, таких как Web 2.0., RSS, блоги, Интернет перестал быть статичным явлением, как это было в начале его существования. Он превратился в огромную единую систему, которая обеспечивает сверхскоростную передачу информации и дает людям новые безграничные возможности. Превращается из большой игрушки для интеллектуалов в полноценный источник разнообразной полезной информации для любой категории пользователей.

Можно с уверенностью сказать, что предприниматели, руководители компаний, маркетологи и пиарщики давно поняли, что могут использовать веб-сайты в своих целях. Те компании, которые активно используют интернет в своей деятельности, получают ряд конкурентных преимуществ. Руководитель организации понимает следующее: «если вас нет в сети интернет, то вас нет в бизнесе». Ведение бизнеса в современных условиях без использования информационных технологий не представляется возможным. Резкий рост популярности интернет магазинов как такового и увеличение количества людей, которые прибегают к онлайн-покупкам позволяют рассматривать веб-сайт как хороший инструмент продвижения онлайн бизнеса в Интернете.

Настоящее исследование фокусируется на изучении веб-сайта, как продвижения онлайн бизнеса, поскольку этот сегмент является самым популярным в продвижении отдельных продуктов и услуг. В условиях жесткой конкуренции, небольшие компании могут быть вытеснены с рынка из-за отсутствия правильной политики продвижения, поэтому существует необходимость в создании веб-сайта для того, чтобы привлечь новую аудиторию, продвигать свои товары и услуги и вести учет рейтинга компании.

Цель работы: разработка веб-сайта «Велотовары».

Задачи:

- 1) Рассмотреть структурные и функциональные особенности сайта;
- 2) Выявить возможности сайта как инструмента продвижения малого бизнеса;
- 3) Спроектировать макет сайта «Велотовары»;
- 4) Разработать и запустить сайт «Велотовары».

Теоретическая и практическая значимость исследования заключается в том, что его выводы создают теоретическую базу для дальнейшего изучения технологии создания сайтов с целью продвижения онлайн бизнеса. Содержащиеся в работе результаты и рекомендации дают возможность их использовать в практической сфере в качестве руководства по разработке любого веб-сайта

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения полученных данных для разработки курсов по созданию веб-сайтов и Интернет-продвижению товаров и услуг.

Результаты исследования. В проведенном исследовании были решены все поставленные задачи: рассмотрены функциональные и структурные особенности сайта;

выявлены возможности сайта как инструмента продвижения малого бизнеса; спроектирован макет веб-сайта «Велотовары»; разработан и запущен сайт «Велотовары»

Рекомендации:

1. Нужно четко понимать конечные цели веб-сайта для того, чтобы учесть их при проектировании интернет-магазина. Имея информацию о целевой аудитории и о конкурентной среде, можно выявить важные элементы сайта. Также анализ конкурентов помогает понять, на чём нужно сделать основной акцент при разработке сайта. Например, если интернет-магазин может предложить более низкую цену, чем конкуренты, то необходимо транслировать идею: «Наша цена самая низкая» и добавить модуль «Найдите дешевле».

2. Следует позиционировать свою компанию как можно ярче, оригинальнее, с точки зрения дизайнерских решений. Поскольку именно дизайн сайта является основополагающим элементом, от которого зависит восприятие интернет-магазина целиком. Понимая, как позиционируют себя конкуренты, можно разработать собственное уникальное позиционирование и построить на нем все продажи магазина. Каждая мелочь в дизайне и интерфейсе должна подчеркивать позиционирование интернет-магазина.

3. Важно делать ненавязчивые напоминания о том, что покупателю предлагаются особые условия и скидки. Поэтому нужно так создать сайт интернет-магазин и продумать механику его работы, чтобы правильно донести важную информацию до потребителя. На стадии покупки товара в личном кабинете и при оформлении заказа необходимо напоминать покупателю про особый статус, а после совершения покупки □ стимулировать стать постоянным клиентом.