http://b2blogger.com/pressroom/release/195.pdf

Сайты бывают разные

26 July , 2006 - Интернет агентство Водолей | Просмотров: 1031
Интернет
интернет сайт интернет-представительство глобальная сеть

Ваша компания твердо решила открыть интернет-представительство? Вы, наконец, решили засветиться в глобальной сети? Не знаете с чего начать и пока туманно представляете каким должен быть ваш сайт? На самом деле все зависит от Ваших целей и планов. Обзор различных вариаций вашего сайта представлен в этой статье.

Сайт-визитка

Прекрасное интернет-решение для небольшой компании. Небольшой по размеру сайт, порядка трех-четырех страниц. Актуален, когда необходимо сэкономить средства, и в то же время представить основную информацию о фирме. В таком виде сайт содержит только самое основное, а именно - разделы о компании, видах ее деятельности, направлении, о способах связи с компанией и иногда схемой проезда. В будущем, конечно, Сайт-визитка может быть расширен до Информационного или Корпоративного сайта. Часто сайт-визитка рассматривается только как пилотный проект. Когда время для создания большого сайта еще не пришло, но уже есть необходимость заявить о себе в Интернет и использовать доменное имя. Как ни странно, несмотря на свою миниатюрность, такой сайт выполняет задачу привлечения покупателей не менее эффективно, чем, скажем, крупномасштабный проект. Привлекательность данного типа сайта заключается в быстроте разработки и небольшой стоимости его создания.

Персональный

Судя по названию, конечно же, этот сайт предназначен для ознакомления широкой аудитории с биографией и жизненным кредо известных людей. В нем обязательно присутствуют интерактивные формы, предоставляющие возможность общения - от "Задайте вопрос" и "Книги отзывов" до "Форума" и "Чата". В зависимости от рода деятельности известной личности, разделы у персональных сайтов могут быть очень разными, так же как и эксклюзивный дизайн.
Информационный сайт

Информационный сайт - это наиболее популярный тип сайта. Вообще любой сайт, но в особенности именно информационный в первую очередь отражает фирменный стиль непосредственно самой компании. Относительно небольшие вложения, требуемые для его создания, наряду с хорошим рекламным эффектом, делают его наиболее привлекательным для коммерческих компаний. Если же фирменного стиля нет, то он, как правило, создается в процессе работы над сайтом. Не стоит путать Информационный сайт с Информационным порталом. Некоторые люди среди информационных выделяют, так называемые промо-сайты, Можно сказать, что промо-сайт является продвинутой версией сайта-визитки. Его отличия заключается в эксклюзивном дизайне и мощной системой управления сайтом, которая позволяет заказчику самостоятельно работать с информационным наполнением сайта. Обычно, такие сайты состоят из большого количества динамических страниц, включают в себя каталог продукции и т.п. Промо-сайт используется больше как эффективный инструмент рекламы. Представьте себе рекламный ролик, который несёт в себе ровно столько информации, сколько необходимо, просматривается только теми, кто заинтересован, при этом обладает безупречным дизайном и наполнен запоминающимися образами. Точно так же и с промо-сайтом.
Информационный портал

Такой сайт отличается от других тем, что содержит большое количество информации определенной тематики. Обязательным условием его функционирования является возможность быстрого поиска необходимых материалов. Обычно он содержит каталог и удобную форму поиска по ключевой фразе. Информационный портал относится к ряду динамических сайтов и содержит различные интерактивные формы: форум, чат, обсуждения, анкеты, опросники, голосования и др.
Корпоративный сайт

Корпоративный сайт - это представительство компании в Интернет. Проще говоря, это прежде всего сложность и надежность программного кода, позволяющего решать различные сложные задачи поставленные компанией на уровне удаленного пользования. Т.е. корпоративный сайт представляет собой, по сути, офис в сети. Возможности Корпоративного сайта позволяют посетителю быстро находить нужную информацию, мгновенно отправлять запросы в офис продаж, оперативно получать ответы, а при желании общаться с менеджером в реальном времени. Корпоративный интернет-офис позволяет безгранично расширить круг клиентов, за счет постоянно растущей аудитории Интернет. Концепция корпоративного сайта подразумевает, что клиент может получить через Интернет, не выходя из дома, те же самые услуги, как если бы он приехал к Вам в офис. Это касается как информации (текст, фото или живое общение с менеджером), так и процесса оформления заказа, выставления счета, определения способа доставки. Кроме того, Корпоративный сайт значительно сокращает время на обработку заказов и численность задействованного персонала. Интересен факт, как Корпоративные интернет-офисы изменяют лицо современного бизнеса. Корпоративные сайты еще называют Сайтами-презентациями. Такие сайты передают образ продукта, его стиль и позиционирование. Сегодня существуют дистрибьюторские компании, которые не имеют складов, производства, отдела продаж и т.д., при этом обороты таких компаний составляют миллионы долларов. Все функции громоздкого коллектива сотрудников, заменяет грамотно построенный интернет-офис, а проданные товары доставляются со складов третьих фирм, под конкретный заказ. Очевидно, что будущее интернет-бизнеса именно за такими решениями, часто совмещающими в себе и информационный сайт, и офис, и интернет-магазин.
Интернет-магазин

Задача интернет-магазина, как вы уже догадались, - продавать и извлекать прибыль. Самый простой инернет-магазин может быть создан с минимальными затратами. Схема его такова: Покупатель видит на экране перечень товаров, выбирает нужные ему (расставляя галочки напротив конкретных позиций), указывает контактный телефон, и затем нажимает кнопку "отправить заказ" или же просто звонит по указанному на сайте номеру телефона. Более сложные интернет-магазины разрабатываются для компаний, имеющих большой ассортимент товаров, иногда даже из разных сфер. В крупных интернет-магазинах предусматривается возможность добавления товаров в корзину (с возможностью редактирования количества или удаления), сбор подробной информации о покупателе, выбор способа доставки в зависимости от места нахождения покупателя, массы и объема груза, выставление счета и т.д. Полностью сформированный и уже обработанный заказ отправляется в офис продаж. Менеджеру остается лишь сделать контрольный звонок и принять по факсу оплаченный счет (либо отправить курьера для доставки, при оплате наличными). Интернет-магазины, как правило, снабжены удобными Административными интерфейсами, позволяющими добавлять новые товары, изменять

цены, как на отдельные позиции, так и в зависимости от курса доллара, закачивать фотографии, описания товаров и развернутые прайс-листы. Административные интерфейсы программируются таким образом, чтобы вносить изменения мог любой, даже неподготовленный человек.