

Особенности оценки сайтов предприятий-экспортеров

Лавренова О.А.

Белорусский национальный технический университет

В современных экономических условиях сайт для большинства предприятий, и, в первую очередь, экспортно-ориентированных, становится недорогим и достаточно эффективным инструментом ведения бизнеса. С помощью сайта могут успешно решаться маркетинговые задачи, проводиться рекламные кампании, поддерживаться коммуникации с отечественными и зарубежными партнерами и клиентами. Тем более важным является ответ на вопрос, в какой степени сайт решает поставленные перед ним задачи. От ответа на этот вопрос зачастую зависит решение о его дальнейшем финансировании и развитии.

Изучение существующих подходов к оценке сайтов позволяет выявить различные критерии: юзабилити, технологические решения, информационное наполнение, экономическая эффективность.

С точки зрения юзабилити, в первую очередь, необходимо оценить простоту и практичность использования сайта, наличие, удобство и полноту инструментов навигации (панель ссылок, глубина меню, карта сайта). Как правило, удачные дизайнерские решения повышают юзабилити сайта. Следует отметить, что такая оценка может быть выполнена опытным путем в результате неоднократного тестирования сайта.

К технологическим критериям оценки традиционно относят качество верстки веб-страниц, эффективность программных решений, стабильность и работоспособность сайта, анализ оптимизации под поисковые системы.

С точки зрения информационного наполнения сайта необходимо оценить текстовый и графический контент на его способность привлекать клиентов и его качество для поисковых систем. Для повышения оценки информационной составляющей для предприятия-экспортера важно наличие на сайте элементов обратной связи (формы сообщения, корзины или формы заказа, списки контактов на иностранных языках и др.)

Оценка экономической эффективности сайта, как правило, начинается с определения затрат на создание, продвижение и поддержку сайта в течение его жизненного цикла, с целью сопоставления с результатами. Изыскать резервы повышения эффективности работы сайта поможет оценка аудитории сайта (посещаемость, источники трафика, социодемографический портрет пользователей).

Повышению объективности оценки сайта способствует исследование сайтов конкурентов на предмет сравнения качества сайта, посещаемости и выявления дополнительных инструментов привлечения клиентов.