



СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ

А.С. ДУРАСОВ, Д.Н. ДРОЗДОВ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБ-САЙТА В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ (НА ПРИМЕРЕ УП “МИНСКОБЛТЕЛЕКОМ”)

В статье подробно освещаются вопросы организации веб-сайта УП “Минскоблтелеком” (предприятия, оказывающего телекоммуникационные услуги на территории Минской области), а также рассмотрены результаты исследования в области интернет-рекламы, которое проводилось в феврале — мае 2003 г. Суть эксперимента состояла в том, что был создан ресурс в сети Интернет, проведена рекламная кампания и подведены итоги. Целью данного эксперимента было доказать эффективность проведения рекламной кампании в сети с использованием средств интернет-рекламы.

Вначале необходимо описать ситуацию, которая сложилась на УП “Минскоблтелеком” с использованием современных мультимедийных технологий. Можно отметить, что в настоящее время у предприятия нет собственного веб-сервера. УП “Минскоблтелеком” пользуется сервером РО “Белтелеком”. Однако это накладывает определенные ограничения: невозможно снять статистику посещений сайта предприятия; невозможно изменить дизайн сайта, добавить иллюстрации (фотографии, рисунки, графики); невозможно выложить для скачивания пользователями файлы и материалы, добавить новые рубрики к уже выложенным на сайте специалистами РО “Белтелеком”; нет возможности проводить анкетирование и сбор данных о посетителях посредством “обратной связи”. Руководство УП “Минскоблтелеком” давно осведомлено об этих недостатках, но поскольку в отделе автоматизированных систем управления нет веб-программистов и людей, способных заняться веб-дизайном и администрировать веб-сервер на должном уровне, — работы над созданием сервера были прекращены еще 2 года назад, но подготовлен пакет документов на приобретение доменного имени www.minskobltelecom.by. Хотя доменное имя и было приобретено, в результате вышеописанных причин проведение эксперимента на сайте УП “Минскоблтелеком” в данный момент не представляется возможным из-за отсутствия его как такового. В этой ситуации принято решение провести эксперимент на личном сайте аспиранта, так как в конце 2002 г. РО “Белтелеком” начало борьбу за “чистоту имиджа”, и всякое использование иных логотипов, атрибутов было запрещено всем предприятиям связи Республики Беларусь.

Можно выделить 3 этапа эксперимента: подготовка и проектирование веб-сайта, размещение сайта в сети Интернет и проведение эксперимента, сбор данных о проведенном эксперименте и анализ полученных данных.

Александр Семенович ДУРАСОВ, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга БГЭУ;

Дмитрий Николаевич ДРОЗДОВ, аспирант кафедры маркетинга БГЭУ.

Этап подготовки и проектирования веб-сайта начался в декабре 2002 г. и продолжился до конца января 2003 г. На этом этапе были разработаны основная визуальная концепция сайта, а также дизайн страниц. Три раза был сделан “редизайн” сайта — радикальные изменения всего дизайна или веб-технологий. Вначале планировалось, что сайт будет полностью написан на HTML как отдельные страницы с гиперссылками, однако он выглядел непривлекательно и загружался на компьютер пользователей очень долго. Тогда был изменен дизайн и использованы фреймы (веб-страница состоит из нескольких страниц, что позволяет пользователю по нажатию на ссылку загружать новую страницу в основной фрейм (окно), а верхний фрейм (навигация) и боковой левый фрейм (малая навигация, ролики Macromedia Flash, рекламные баннеры и баннеры статистики) остаются без изменения). Использование фреймов позволило значительно сократить время загрузки сайта и пользователи получили дополнительные удобства навигации, тем более что фреймы уже поддерживает более 95 % браузеров. Далее было решено сделать первую страницу сайта — в виде визитной карточки (информация о версии сайта, его последнем обновлении, несколько анекдотов и картинка для привлечения внимания, новости сайта и мира кратко). В дальнейшем данную страницу можно превратить в своеобразный “главный вход”, так после создания версии сайта на английском языке страница будет направлять пользователей на нужную им версию.

Третий “редизайн” — это когда была использована технология JavaScript при создании навигационной панели, что позволило использовать появляющиеся и исчезающие меню. Таким образом, была разработана общая концепция сайта.

Внимание сразу привлекают необычные цвета сайта — черный фон и светлые буквы разных цветов (светло-синий, светло-зеленый, желтый, белый и т.д.). Так сложилось в сети, что официальные ресурсы используют стандартную палитру (белый фон и темные элементы оформления), а неофициальные (или те, которые хотя бы выделяются, например, www.7wolf.ru, www.ag.ru, www.mediacraft.shop.by и сайты некоторых агентств новостей) — нестандартное оформление. Это был еще один эксперимент, мы хотели выяснить, как относятся пользователи сети к цветовому оформлению сайтов. Следует отметить, что все посетители благосклонно отзывались о такой цветовой гамме. Было только одно замечание, которое оставил посетитель в “гостевой книге” (раздел сайта для сообщений посетителей сайта). Он назвал сайт “лоскутным одеялом”, но одновременно похвалил содержание самого сайта, определив его “достойным внимания”. Кроме того, использование в большом количестве светло-синего цвета, одного из имиджевых цветов РО “Белтелеком”, является “пародией” на официальный стиль объединения и привлекает дополнительное внимание посетителей сайта. Всего на сайте www.dmitryd2003.narod.ru (более короткое название зарегистрировать не удалось, так как все короткие уже заняты — имя и первая буква фамилии создателя ресурса, год создания ресурса) 7 разделов: *Новости*; *MIB* (страничка домашней сети аспиранта); *DmitryD* (страница автора ресурса и его координаты); *Полезности* — (Домашняя сеть (LAN) — статьи по созданию домашней сети, Советы по Dreamweaver — статьи по созданию веб-сайтов, Правда про связь в РБ — серия статей о реальном положении предприятий РО “Белтелеком”, разъяснение абонентам спорных вопросов, которые возникают при общении с работниками абонотделов, разъяснение политики предприятий связи), Ссылки полезные — каталог проверенных ссылок (где можно купить дешевле или заказать комплектующие, посмотреть обзоры и статьи по тестированию оборудования, почитать сетевые бесплатные журналы и т.д.); *Скачать* — раздел программного обеспечения для посетителей сайта; *Гостевушка* — электронная доска объявлений для посетителей сайта; *Форум’С* — форум посетителей сайта.

При создании сайта использовались самые передовые технологии веб-программирования — это Java (верхнее меню навигации), Flash (часы, отражающие реальное время вверху панели левой панели навигации, сразу за “логотипом” сайта) и некоторые другие. Хотя эти технологии позволяют значительно улучшить оформление сайта, использовать их следует с осторожностью, так как сайт перегружен кодами программ, что увеличивает время его загрузки на браузеры поль-

зователей. В Республике Беларусь и странах СНГ обычные пользователи еще “не избалованы” широкополосным доступом в сеть Интернет, поэтому забота о быстрой загрузке страниц сайта пользователями — это “головная боль” создателей сайта (две альтернативы: либо быстрая загрузка, но низкий уровень дизайна, либо медленная загрузка, но сайт выглядит, как “новогодняя елка”).

На странице сайта был размещен блок баннеров различных служб (в левом фрейме и большой баннер в верхнем фрейме — для ускорения загрузки страниц сайта, так, загрузив баннеры один раз, можно о них больше не беспокоиться — они останутся в левой части экрана и больше не будут перегружаться в браузере). В верхнем фрейме был помещен баннер сайта www.homenet.tut.by (некоммерческий сайт “Минских домашних сетей”) по договоренности с веб-мастером сайта. Это позволило разместить объявление об открытии на первой странице сайта www.homenet.tut.by и привлекло посетителей в первые же дни рекламы. Блок баннеров состоит из: www.open.by (белорусский поисковый сервер-каталог, портал белорусских интернет-магазинов, “детище” фирмы “Открытый контакт”); www.10by.com (Белорусский каталог ресурсов); www.akavita.by (каталог белорусских ресурсов и рейтинг); www.HUB.ru (Домашние сети России) и www.netstat.by (счетчик посещений страниц). Следует отметить, что 2 баннера (www.akavita.by и www.netstat.by), благодаря встроенному коду на JavaScript, позволяют отображать на нем количество посещений пользователями страниц сайта.

После создания сайта начался поиск места. Размещение на сайте РО “Белтелеком” оказалось невозможным (дисковое пространство сервера было полностью использовано под файловый архив). Начались поиски подходящего бесплатного хостинга (серверы компании, которая предлагает на определенных условиях разместить страницы сайта бесплатно, только показывая свои баннеры на страницах сайтов). Наиболее выгодные для размещения страниц серверы оказались “временно” заблокированы для регистрации новых сайтов (хотя, как указано на сервере www.wallst.ru, они должны были быть открыты уже с февраля 2003 г.). Так, были заблокированы серверы www.wallst.ru (WallStreet.ru) и www.by.ru (сервер в России для белорусских веб-дизайнеров). Характерно, что в Республике Беларусь практически нет рабочих серверов, которые предлагали бы бесплатный хостинг, поэтому пришлось регистрировать и размещать сайт на российских серверах. Выбор был такой: www.holm.ru (имя сайта (домен) www.имя_сайта.h1.ru) и www.narod.ru (сервер Yandex.ru — имя сайта (домен) www.имя_сайта.narod.ru). www.holm.ru предлагал следующие условия. 1. Неограниченное место. Для получения места нужно лишь обоснование его необходимости. 2. Запуск CGI-скриптов. SSI, Perl. 3. Возможность использования PHP. 4. Доступ к БД (MySQL). 5. Доменное имя третьего уровня *ваш_домен.holm.ru*. 6. Доступ к серверным логам. 7. FTP-доступ к вашему виртуальному серверу. 8. Помощь в “раскрутке” сайта (регистрация в поисковых системах, ссылки на сайт, реклама в рассылках, льготные условия использования веб-сервисов — реально это организуется очень редко и нерегулярно, только если удастся упрощить администратора сервера через переписку по электронной почте). В качестве оплаты администрация просит разместить баннер сервера на страницах сайта, но размещение абсолютно произвольное, так как за него отвечает не человек, а программа, написанная авторами сервера. Кроме того, запрещается выкладывать на сайт файлы больше 500 Кб и с расширением *.exe, *.zip, *.rar и другие, кроме картинок в формате Gif и Jpeg, текстовых файлов, файлов HTML и неизвестных программе сервера расширений (так поступают те, кому надо разместить файл, а он запрещен для закидывания — изменяется его расширение, а после скачивания пользователь сам возвращает исходное расширение файлу). Так же сложно переписать и отредактировать CGI-скрипты для создания Гостевой книги и Форума, так как руководство очень путанное и неполное. Проще оказалось использовать хостинг www.narod.ru: 1) имя сайта: *ваше_имя.narod.ru*; 2) почтовый ящик: *ваше_имя@narod.ru*; 3) выделенное пространство сервера — 100 Мб; 4) более 100 шаблонов для создания страниц с выбором вариантов дизайна; 5) возможность создавать страницы по собственному дизайну; 6) FTP-закачка файлов на сервер;

7) скрипты не поддерживаются, но имеются дополнительные сервисы: Гостевая книга, Персональный форум, Персональный чат, Сообщества, Опросы и Анкеты, счетчик посещений, статистика посещений сайта, форма для поиска по сайту, возможность размещения страниц в каталоге Narod.ru, индексация сайта поисковой системой Yandex.ru и др.

В использовании хостинга www.narod.ru есть и отрицательные моменты: раньше на некоторое время сервер переставал принимать запросы и открывать странички сайтов (за время экспериментов такое не произошло ни разу); администраторы могут удалить сайт без объяснения причин (не было замечено); возможен переход сайта в собственность Yandex.ru (данная статья записана в пользовательское соглашение, но такое происходит очень редко). В основном соглашение стандартное для всех серверов, предоставляющих бесплатный и платный хостинг: не размещать запрещенные материалы, не нарушать законодательство, не использовать методы “обмана” посетителей и т.д.

После размещения сайта на сервере и недельного тестирования его сервисов, а также наполнения содержанием страниц начался этап рекламирования сайта. Вначале последний регистрировался в поисковых системах: www.punto.ru, www.all.by, www.zubr.com, www.aport.ru, www.rambler.ru, www.yahoo.com, www.yandex.ru, www.br.by, www.10by.com, www.akavita.by, www.dt.home.by. Кроме того, сайт был зарегистрирован в рейтинге Mail.ru. Следует отметить, что хотя способы регистрации отличаются, например, www.punto.ru регистрирует автоматически ссылки, если вы пользуетесь его программой Punto Switcher 2.7 для проверки раскладки клавиатуры (эта программа проверяет вводимые с клавиатуры слова и в случае ввода слова в неправильной раскладке изменяет ее для последнего слова (или содержания буфера обмена Windows)); www.aport.ru использует программу-робот, которая автоматически раз в неделю проверяет содержание сайта и обновляет информацию о нем (наверное именно потому это единственная поисковая система, которая отказалась регистрировать сайт, вероятнее всего из-за бесплатного хостинга); www.all.by требует краткого описания сайта не более чем на 200 символов и т.д., в общем все поисковые системы обещают добавить адрес сайта в свои каталоги через 2–14 дней. В то же время следует отметить, что хотя www.aport.ru не внес сайт в свою БД, он поместил ссылку на каталог www.zubr.com (с упоминанием о сайте и пометкой, что это персональный сайт с содержанием, которое, по мнению его авторов, заслуживает внимания). Таким образом, даже через связку www.aport.ru — www.zubr.com можно отыскать сайт в сети Интернет. Регистрация растянулась примерно на 2 недели. Затем были опубликованы 25 февраля сообщения на форумах сайтов www.homenet.tut.by и www.hub.ru о том, что открылся новый ресурс, посвященный Республике Беларусь и вопросам создания и настройки локальных сетей (LAN). На следующий день сайт уже посетили более 30 чел. (накануне было только 14 посещений). За период эксперимента страницы сайта были запрошены 8229 раз. Всего по данным сервера www.narod.ru сайт посещали в будние дни от 20 до 50 чел. под разными IP-адресами компьютеров. В выходные дни этот показатель падал до 10–20 чел. в день. Следует отметить, что в середине апреля (14 апреля 2003 г.) сайт намеренно перестал обновляться и рекламироваться в сети, однако количество посетителей не уменьшалось, а наоборот выросло. Это свидетельствует о том, что после этапа рекламирования сайт приобретает своих постоянных клиентов, которые регулярно посещают его, а также говорит о том, что рекламная кампания все еще продолжает действовать и повышение числа посещений тому подтверждение.

Наиболее интересные данные были получены от службы статистики www.netstat.by. Оказалось, что пик посещений приходится на 22–24 ч (зашли 36 уникальных посетителей в среднем за апрель).

За апрель 2003 г. на сайте побывали более 83 чел. (всего посещений было учтено 110), однако этот показатель следует также принимать как справочный, поскольку некоторые браузеры блокируют выполнение JavaScript-программ и тогда данные не отсылаются на сервис статистики.

Согласно данным статистики www.netstat.ru пользователи, посетившие сайт, применяют в основном операционную систему Windows XP — около 37 % (потом идет Windows-98, Windows 2000, Windows ME, Windows NT и остальные). Кроме того, 82 % посетивших сайт воспользовались браузером Internet Explorer, а браузером Opera — лишь 14 % посетителей. По языковой принадлежности русским языком пользуются 80 % посетителей сайта. Услугами зарубежных провайдеров воспользовались 45 % посетителей, услугами БелПАК — 28, Соло — 6, Деловая сеть — 6, Network Systems — 4, на долю оставшихся белорусских провайдеров приходится 12 % посетителей.

Можно сделать вывод, что эксперимент прошел удачно — реклама сайта полностью с “нуля” показала себя неплохо. За 4 месяца сложилась аудитория постоянных посетителей сайта, сайт неплохо котируется в рейтингах и поисковых системах. Можно также отметить, что по посещаемости он далеко обогнал сайт УП “Минскоблтелеком”. И это сайт, который обновлялся лишь 1 раз в неделю, абсолютно бесплатный. Некоторые могут заметить, что посетителей привлекают материалы сайта, которые не связаны напрямую с деятельностью УП “Минскоблтелеком” — создание сети, полезные ссылки и т.д. Однако в настоящее время конкуренция между предприятиями связи усиливается до такой степени, что только те компании, которые хорошо понимают своих потребителей и конкурентов и проводят эффективную коммуникационную политику, могут надеяться на успех в XXI в., а, кроме того, *веб-сервер (сайт), не влияющий прямо на рынок сбыта, можно рассматривать как хорошее маркетинговое мероприятие по развитию потенциальных рынков.* Это работа на имидж предприятия — только так можно сделать торговую марку УП “Минскоблтелеком” известной для наиболее “развитой” и готовой к использованию современных достижений коммуникаций аудитории Республики Беларусь. Следует отметить, что при рекламе сайта намерено не использовалась рассылка посетителям электронных писем, так как это необходимо только для сайтов с частотой обновления несколько раз в неделю и тех, которые размещают не менее 2—5 статей разного характера при каждом обновлении.

Таким образом, специалисты УП “Минскоблтелеком” смогут использовать весь арсенал средств интернет-рекламы и при тщательно выверенном подходе к осуществлению рекламной кампании в сети можно добиться и до 500—700 посещений сайта в день, а затем, используя опыт создания интернет-магазинов, организовать продажу продукции предприятия на территории всей Минской области.