

Калита Д.А.,

студент

Витлугин Б.А.,

студент

Белгородский государственный национальный исследовательский

университет

Kalita D.A.,

student

Vitlugin B.A.,

student

Belgorod state national research university

**ВЛИЯНИЕ НАЛИЧИЯ WEB-САЙТА НА ВЕДЕНИЕ МАЛОГО
БИЗНЕСА**

**THE IMPACT OF HAVING A WEBSITE ON RUNNING A SMALL
BUSINESS**

Аннотация:

Интернет-сеть день достигла колоссальных масштабов и ее влияние только продолжает расти. Сегодня доступ к интернету имеют доступ 4,54 млрд человек, и активно используют его для ведения бизнеса, предоставляю товары и услуги и пользуясь ими, например, больше 2 млрд покупателей сделали на web-сайтах покупки в 2020 году, именно поэтому при ведении бизнеса интернет-маркетинг так важен. Среди всех способов продвижения товаров и услуг наиболее важное место занимают сайты, поэтому данная статья посвящена рассмотрению того, как сайты помогают бизнесу и какие задачи они решают.

Annotation:

The Internet network of the day has reached colossal proportions and its influence only continues to grow. Today, 4.54 billion people have access to the Internet, and they actively use it to conduct business, provide goods and services and use them, for example, more than 2 billion buyers made purchases on websites in 2020, which is why when doing business, the Internet - marketing is so important. Among all the ways to promote goods and services, websites occupy the most important place, so this article is devoted to how websites help businesses and what tasks they solve.

Ключевые слова: бизнес, клиенты, лендинг, продажи, продвижение, сайт, товары.

Keywords: business, clients, landing, products, promotion sales, website.

Всемирная паутина очень быстро расширяется. К интернету имеют доступ 4,54 млрд человек, и они охотно тратят в нем деньги: больше 2 млрд покупателей сделали покупки в 2020 году. Поэтому интернет-маркетинг так важен. Среди всех способов продвижения товаров и услуг важное место занимают сайты. В данной статье рассмотрим, как сайты помогают бизнесу и какие задачи они решают.

Для начала рассмотрим типы сайтов:

- сайт-визитка – самый простой вид сайта по сравнению с другими. Для его создания не требуется много времени и ресурсов, а основная цель - информирование целевой аудитории о своих услугах [1]. Такой сайт, как правило, имеет небольшое количество информации, которая является основой для формирования имиджа организации. Информация, представленная на таких сайтах, редко изменяется, поэтому выбирать такой сайт для активного продвижения не рекомендуется;
- лендинг – зачастую представляет из себя одностраничный сайт [2]. Для создателей лендинга основной задачей является склонить посетителя к целевому действию, к примеру совершить покупку, оставить контактные данные и т.д. Зачастую данные сайты направлены на активную продажу

конкретной услуги или товара. Большое внимание уделяется преимуществам товаров и их пользе для потенциального клиента. Структура у лендинга строго выстроена и в ней нет случайных элементов.

– интернет-магазин – это многостраничный сайт, на котором представлены товары компании и их описание. Данный сайт ориентирован на реализацию различных товаров и услуг [3]. Также на данных сайтах присутствуют информации о скидках. При создании такого сайта делается упор на взаимодействие между компанией и клиентом [4].

– данный тип сайта похож на сайт-визитку, но в отличии от него корпоративный сайт содержит больше различных разделов и содержит более развернутую информацию об оказываемых услугах, продаваемых товарах, клиентах и партнерах компании. Данный тип сайта не ставит задачу быстрой продажи товара или услуги, он подразумевает более тесный контакт с менеджером по продажам и встречу клиента в офисе.

Для чего нужен веб-сайт и как он может помочь бизнесу?

Сайты позволяют сформировать образ бренда. На сайте можно продемонстрировать компанию с лучшей стороны и подробно. Отобразить процессы, работников, сертификаты, технологии, локации, а также любой каталог товаров и услуг.

На сайте можно максимально подробно рассказать о бизнесе. Информация располагается последовательно и её легко найти. Обычно при разработке выясняют, что важно потенциальным клиентам и партнерам, а затем используют полученную информацию при разработке.

Взаимодействовать с пользователями. От дизайна и удобства сайта во многом зависит пользовательский опыт — понравится ли клиенту на сайте, захочет ли он воспользоваться сервисом снова. Этот опыт можно постоянно анализировать и улучшать.

Сайт может привлечь новых клиентов и партнеров [5]. Рекламируются сайты через контекстную рекламу, баннеры и с помощью продвижения в

поисковых системах. Также сайт можно рекламировать и традиционными способами.

Сайт позволяет разместить портфолио: описание решенных задач с фото, видео, текстом и любой графикой. Например, потенциальные клиенты и партнеры могут убедиться в опыте исполнителя.

Также сайт позволяют автоматизировать различные процессы и снизить затраты. Например, можно автоматизировать плату и доставку, настроить самостоятельные заказы. Также сайты можно интегрировать с другими приложениями, например с различными CRM-системами.

Какие задачи решает сайт

На сайте можно разместить информацию о бизнесе в любом объеме и структуре — и показать то, что потенциальному клиенту или партнеру важно знать о компании.

Также сайт позволяет продавать различные товары и услуги компании. Интернет-магазины продают товары, а сайты с услугами предлагают онлайн-запись или бронирование. Пользователь сам оформляет заказ или записывается на прием. Сайт работает круглосуточно и позволяет одновременно обслуживать множество клиентов

Например, через сайт можно собирать контакты заинтересованных посетителей, а затем менеджер по продажам свяжется с клиентом и сможет ему что-то продать. Сбор данных происходит через форму обратной связи.

Позволяет дилерам и клиентам самостоятельно оформлять закупку и документы. Оптовому покупателю удобно набрать себе товар и выписать счет прямо на сайте, не связываясь с менеджерами.

Также можно легко презентовать товар, услугу или анонсировать новое мероприятие [6]. Зачастую данные задачи решают с помощью лендинг-сайтов. На таких сайтах пользователя требуется оставить заявку или его перенаправляют на основной сайт.

Помимо этого, сайт позволяет продемонстрировать свое портфолио. К примеру, так часто поступают различные фотографы и дизайнеры. Они

выкладывают работы на собственных сайтах и таким образом показывают свою квалификацию потенциальным клиентам.

По итогу можно сказать, что веб-сайт является оптимальной площадкой для продвижения компании в сети интернет. Сайт может быть как продолжением офлайн бизнеса, так и являться самостоятельной структурой.

Использованные источники:

1. Евсеев, Д. А. Web-дизайн в примерах и задачах / Д.А. Евсеев, В.В. Трофимов. - М.: КноРус, 2015. - 272 с.
2. Кузнецов PHP. Практика создания Web-сайтов / Кузнецов, М.В. и. - М.: БХВ-Петербург, 2016. - 895 с.
3. Колисниченко, Д. PHP 5/6 и MySQL 6. Разработка Web-приложений / Д. Колисниченко. - М.: БХВ-Петербург, 2014. - 560 с.
4. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 367 с.
6. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 444 с.

Used sources:

1. Evseev, D.A. Web design in examples and tasks / D.A. Evseev, V.V. Trofimov. - M.: KnoRus, 2015. - 272 p.
2. PHP Kuznetsov. The practice of creating Web sites / Kuznetsov, M.V. and. - M.: BHV-Petersburg, 2016. - 895 p.
3. Kolisnichenko, D. PHP 5/6 and MySQL 6. Development of Web applications / D. Kolisnichenko. - M.: BHV-Petersburg, 2014. - 560 p.

4. Golubkov, E.P. Marketing for professionals: a practical course: a textbook and workshop for undergraduate and graduate students / E.P. Golubkov. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2019. - 474 p.

5. Information technologies in marketing: textbook and workshop for universities / SV Karpova [and others]; under the general editorship of S. V. Karpova. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2021. - 367 p.

6. Kozhevnikova, G. P. Information systems and technologies in marketing: a textbook for universities / G. P. Kozhevnikova, B. E. Odintsov. - Moscow: Yurayt Publishing House, 2021. - 444 p.