

---

Менеджмент

Интернет-проектов

Интернет и бизнес.

Введение.

# Перспективность интернета для бизнеса

---

- Огромный рынок сбыта и найма
- Отсутствие географических барьеров
- Доступность в любое время
- Прямое взаимодействие с клиентами (отсутствие посредников)
- Более низкая себестоимость проектов (для некоторых видов бизнеса)

Активное вложение денег началось с 1996 г.

---

# Количество пользователей интернета

---

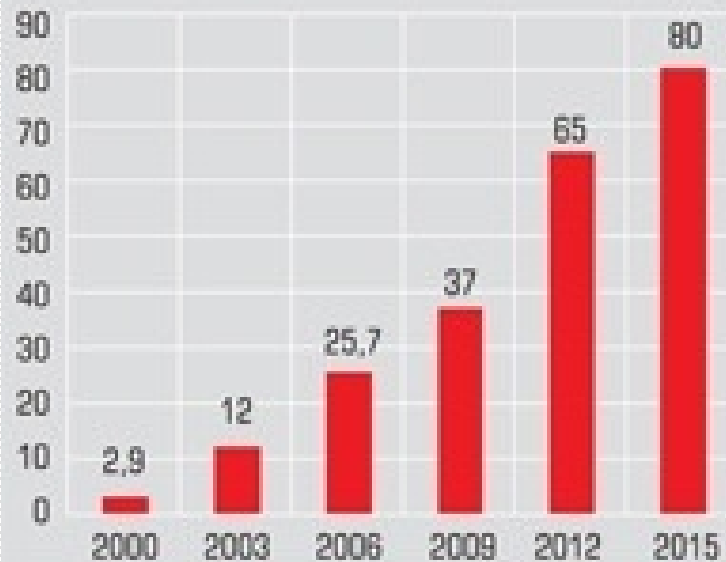
- ◆ В 2012 году - 2,27 млрд пользователей:
  - ✓ За 5 лет рост на 1,1 млрд:
    - 53,0% - Азия
    - 16,1% - Европа
    - 11,3% - Латинская Америка
    - 9,6% - Африка
    - 5,2% - Средний Восток
    - 3,6% - Северная Америка
  - ✓ количество интернет-пользователей в Европе превысило 0,5 млрд, в Азии – 1 млрд
- ◆ Постоянный рост

# Количество пользователей Рунета (прогноз)

---

**В 2015 году 60% россиян будут пользоваться интернетом**

Прогноз роста количества интернет-пользователей в России, млн человек



Источник: Стратегия развития информационного общества в РФ

# Количество пользователей Рунета (сейчас)



# Количество пользователей Рунета (сейчас)

В процентах

В млн человек



# Способы заработка в интернете

---

- Продажа товаров, услуг, информации (в магазине, на аукционе)
- Реклама товаров, услуг, информации (на сайте, в каталоге, с помощью баннеров)
- Игра на бирже
- «Альтернативные» заработки (казино, букмекерские конторы, спам, кибернищенство, участие в рекламных акциях)

# Что необходимо для успеха

---

- оригинальная идея  
*(продажа виртуальных товаров)*
- качественный сайт с интересным и полезным содержанием  
*(не только по теме сайта)*
- гибкая стратегия рекламы  
*(не только в Интернете)*
- качественное обслуживание клиентов  
*(круглосуточная поддержка, разные формы оплаты)*



# Способ определения успешности

---

Коэффициент конверсии – какой процент посетителей, зашедших на сайт, совершил заданное действие

Причины низкого значение коэффициента:

- ❖ Наличие конкурирующих сайтов
- ❖ Отсутствие необходимых акцентов в интерфейсе
- ❖ Сложность интерфейса

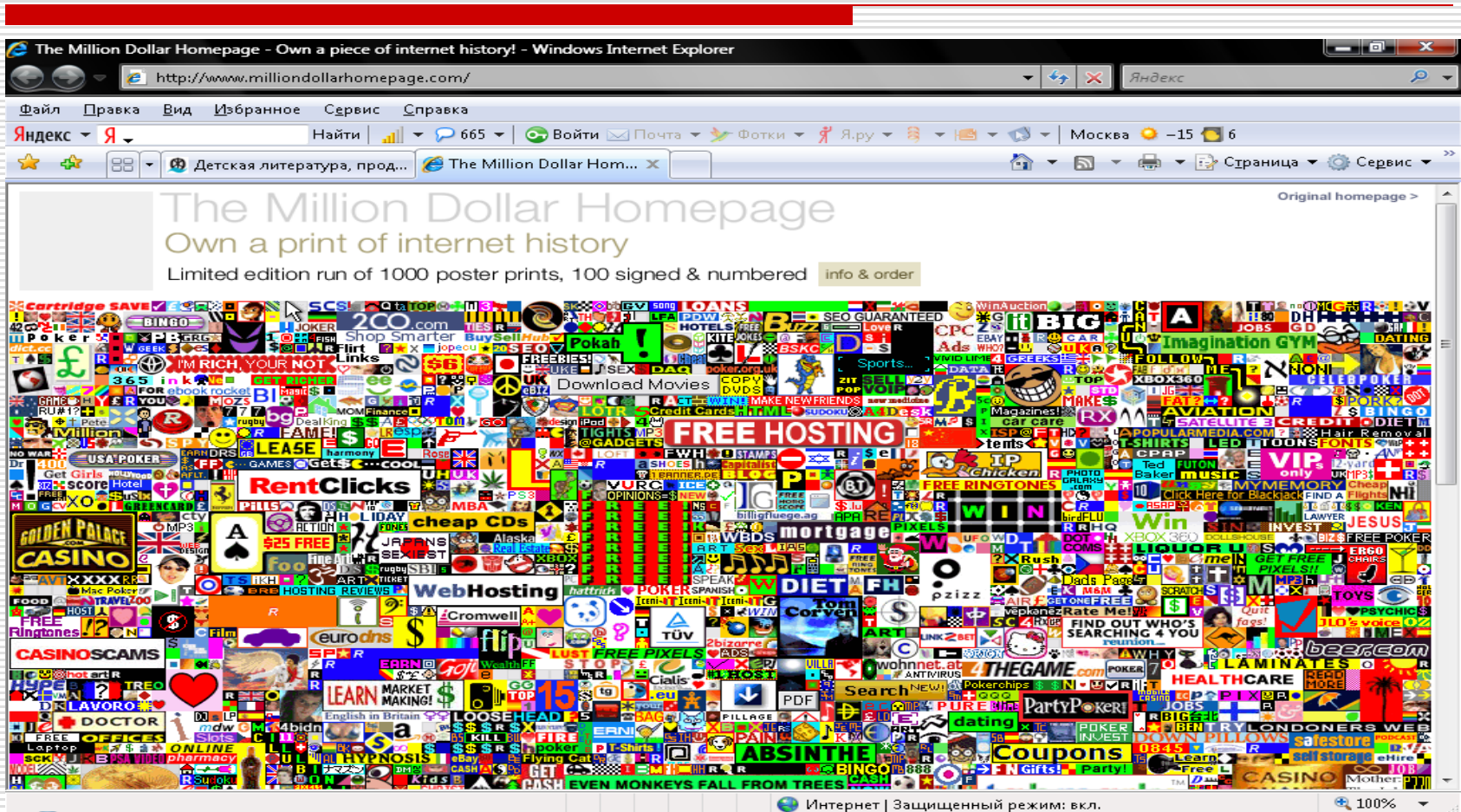
**Нужен специализированный ресурс с уникальным, востребованным контентом**

# Что нужно всегда помнить

---

- любые ресурсы **ограничены**
- информационные и коммуникационные технологии развиваются **сверхбыстро**
- нужны яркие **отличия, инновации, «фишки»**
- возможны проблемы в достижении **компромисса**
  - заказчики и исполнители
  - бизнес-задачи и формальные требования и рекомендации

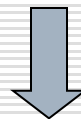
# Пример удачного проекта



# Как начать бизнес

---

- Поставить цель (зачем и чем заниматься?)
- Сформулировать концепцию (как бизнес будет зарабатывать деньги?)
  - ознакомиться с правовой базой
  - определиться, кто будет клиентом
- Разработать бизнес-план (что нужно сделать?)



Начать выполнять бизнес-план

# Возможные цели бизнеса

---

- ❑ Стратегическое развитие бизнеса
- ❑ Маркетинг
- ❑ Продажи
- ❑ Клиентский сервис
- ❑ Бизнес-аналитика
- ❑ Управление персоналом
- ❑ Управление финансами
- ❑ Управление инфраструктурой
- ❑ Управление производством

# Зачем нужны цели

---

- ✓ Чем лучше Вы понимаете цели, тем выше вероятность, что они будут достигнуты
- ✓ Все цели должны быть точны, измеримы, достижимы, реалистичны, своевременны
- ✓ Цели могут эволюционировать

# Содержание концепции

---

1. Общая стратегия развития проекта
2. Целевая аудитория
3. Дизайнерское решение
4. Функциональности и сервисы
5. Контент
6. Техническая инфраструктура
7. Интеграция
8. Продвижение
9. Создание, поддержка и развитие

# 1. Общая стратегия развития веб-сайта (1)

---

- Сформулированы цели и задачи
- Заданы критерии, по которым будет происходить оценка эффективности работы сайта
- Определен предполагаемый объем финансирования
- Рассмотрены различные способы получения прямых и косвенных доходов
- Составлен прогноз возврата инвестиций
- Сопоставлены потребительские характеристики сайтов-конкурентов, сделаны выводы об их сильных и слабых сторонах



# 1. Общая стратегия развития веб-сайта (2)

---

- Выбраны и проанализированы веб-сайты, способные служить примерами лучших практик
  - Сформулировано уникальное торговое предположение сайта, определены способы его донесения до целевых аудиторий
  - Предложены методы адаптации требований брендбука и Руководства по форменному стилю для использования на веб-сайте
  - Определены основные точки контакта с Клиентами
  - Определено, каким образом будут соблюдаться на веб-сайте законодательные требования и рекомендации веб-стандартов
-

## 2. Целевые аудитории

---

- Выставлены требования к разграничению прав доступа, определен список пользовательских ролей
- Определены и учтены требования всех целевых аудиторий (Клиентов, бизнес-партнеров, СМИ и т.д.)
- Определены основные сценарии поведения пользователей
- Составлен график проведения пользовательских тестирований
- Определено, каким образом будут учитываться требования пользователей с ограниченными возможностями

# 3. Дизайнерское решение

---

- Сформулированы требования к дизайну всех основных и вспомогательных страниц сайта
- Сформулированы требования к подготовке иллюстраций, приобретению шрифтов, разработке анимации (внутри интерфейса)

# 4. Функциональность и сервисы

---

- Определены наиболее полезные для посетителей сервисы
- Сформулированы требования к работе интернет-магазина
- Описаны стандарты работы закрытых сервисов для партнеров
- Составлены требования к организации обратной связи с посетителями сайта
- Определены требования к ведению электронной переписки и организации электронных рассылок

# 5. Контент

---

- Определен оптимальный способ структурирования материалов, сформулированы приоритеты их подачи. Составлена карта сайта
- Определены основные вспомогательные способы навигации по сайту
- Сформулированы требования к подготовке текстовых материалов, аудио- и видеороликов, файлов «для скачивания»

# 6. Техническая инфраструктура (1)

---

- Выбрано доменное имя
- Выбрана система управления контентом и прочее ПО
- Определены все средства доступа к веб-сайту
- Определено место корпоративного сайта в общей структуре веб-сайтов компании
- Определены общие требования к производительности веб-сайта
- Составлен список всех дополнительных версий сайта

# 6. Техническая инфраструктура (2)

---

- Составлены требования к аппаратному обеспечению и критерии выбора хостинговой площадки
- Составлен план масштабирования сайта с учетом возрастания нагрузки и объема контента
- Сформулированы основные риски, угрожающие работе веб-сайта, и определены способы борьбы с ними
- Составлен план обеспечения безопасности веб-сайта с учетом возможности его работы во внештатном режиме

# 7. Интеграция

---

Сформулированы требования к интеграции сайта с третьими сторонами:

- внутренними и внешними приложениями
- сторонними интернет-проектами и сервисами
- платежными системами
- и т.д.



# 8. Продвижение

---

- Сформулированы основные маркетинговые приоритеты для подачи информации на сайте, а также методы их демонстрации
- Сформулированы основные принципы продвижения веб-сайта
- Заданы базовые рекомендации по оптимизации сайта под требования поисковых систем
- Определены пути координации усилий по продвижению в онлайн и офлайн

# 9. Создание, поддержка и развитие сайта

---

- Составлен план создания и/или модернизации сайта
- Сформулированы требования к сопроводительной и учебной документации, регламентам работы
- Выставлены пожелания к статистическим параметрам, которые должны регулярно отслеживаться и анализироваться
- Определен предполагаемый объем финансирования (разработки и поддержки)
- Найдены идеи и «фишки», которые должны вызвать повышенный интерес аудитории

# Использование интернета для бизнеса

---

- Поддержка неэлектронного бизнеса:
  - информационная поддержка (*корпоративный сайт*)
  - организация продаж продукции, товаров или услуг (*интернет-магазин*)
  
- Создание электронного бизнеса:
  - продажа товаров или услуг исключительно через Интернет (*интернет-казино*)

# Информационная поддержка: *цели и концепция*

---

## **ЦЕЛИ**

- ✓ дополнительный рекламно-информационный канал
- ✓ облегчение коммуникации с партнерами
- ✓ формирование положительного имиджа компании  
(использование современных технологий)

## **КОНЦЕПЦИЯ**

- ✓ создание корпоративного сайта с информацией о компании, ее товарах, услугах, ценах, сервисе, лицензиях и т.п.

# Информационная поддержка:

## *ВЫГОДЫ*

---

- ✓ помощь основному неэлектронному бизнесу (может не приносить дохода)
- ✓ разгрузка персонала компании, ведущего работу с клиентами  
размещения актуальной информации на сайте  
(например, прайс-листов)



сокращение затрат на телефонную диспетчерскую службу, отправку факсов, телефонные переговоры

# Организация продаж: *цели и концепция*

---

## **ЦЕЛИ**

- ✓ см. информационную поддержку
- ✓ использование Интернета для рекламы и сбыта

## **КОНЦЕПЦИЯ**

- ✓ создание интерактивного корпоративного сайта
- ✓ обеспечение возможности оформления online-заказа
- ✓ организация системы доставки заказов
- ✓ продвижение средствами сетевой рекламы

# Организация продаж:

## *ВЫГОДЫ*

---

- ✓ помощь основному неэлектронному бизнесу (может не приносить дохода, если есть польза)
- ✓ разгрузка персонала компании, ведущего работу с клиентами
- ✓ использование существующих систем и подразделений (например, поставщиков)

# Продажа товаров и услуг: *цели и концепция*

---

## ЦЕЛЬ:

реализация в Интернете полного бизнес-цикла

## КОНЦЕПЦИЯ

- ✓ создание сайта для работы с клиентами
- ✓ налаживание складской системы и поставок
- ✓ организация системы доставки заказов
- ✓ подключение к системам приема платежей

Компания должна сама покрывать все свои расходы и приносить прибыль владельцам



# Пример. Продажа рекламы.

---

## ЦЕЛИ

- ✓ сформировать на сайте аудиторию и продавать контакт с ней рекламодателям

## КОНЦЕПЦИЯ

- ✓ создание сайта с особым информационным наполнением и разнообразными бесплатными сервисами
- ✓ привлечение на сайт посетителей всевозможными средствами
- ✓ поиск и привлечение рекламодателей

# Преимущества бизнеса в интернете

---

- Снижение затрат на организацию и поддержание всей структуры бизнеса, рекламу и обслуживание
- Организация индивидуального подхода к клиенту
- Расширения рынка сбыта (для продавца) и возможность выбора (для покупателя)
- Появление новых возможностей для маркетинга
- Создание новых направлений бизнеса

***Товар – дешевле***

---

- Сокращение времени на оформление и выполнение заказа; возможность контроля состояния заказов и обслуживания

# Аудитория сайта

---

Аудитория сайта – потенциальные покупатели (потребители) товаров и услуг

Без адекватной аудитории невозможен успешный Интернет-проект

Направления работы с аудиторией сайта:

- ❑ первоначальное привлечение посетителей
  - ❑ удержание посетителей (работа с контентом, организация общения между посетителями и с администрацией, дополнительные услуги, игры и лотереи)
-

# Потребители и интернет-проект

---

## Интернет / проект

не пользуются / не знают	не пользуются / знают
пользуются / не знают	<b>пользуются / знают</b>

- ◆ посетившие сайт пользователи
- ◆ заинтересованные посетители
- ◆ постоянные посетители
- ◆ активный резерв
- ◆ потребители, покинувшие сайт безвозвратно

*Потребители постоянно переходят из одних категорий в другие*

---

# “Текучность” потребителей

- на величину некоторых потоков может влиять реклама (объем, качество)

- очень важен поток FG (приобретение клиентов)



# Поколения Веб-сайтов

---

Статические сайты	(1994-1997)
Динамические сайты	(1998-2002)
«Свои» системы управления контентом (CMS)	
Промышленные CMS	(2003-2005)
Решения класса Интернет+экстранет+интранет	
Учет особенностей восприятия информации	
Единая коммуникационная среда	(с 2006)
Сайт – часть инфраструктуры компании	

---

# ЛЕКЦИЯ 2