

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВЕБ-РЕСУРСОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ТОРГОВЛИ

В статье рассмотрены некоторые вопросы по выявлению дефектов в оформлении сайта организации торговли и пути их решения.

In the article some questions on revealing of defects in registration of a site of the organization of trade and a way of their decision are considered.

Ключевые слова: Интернет; сайт; веб-ресурс; маркетинг; привлечение покупателей.

Key words: Internet; website; web resource; marketing; attracting customers.

Основой развития современного общества является внедрение информационных технологий во все сферы человеческой деятельности. На дальнейшее развитие данного этапа продолжает оказывать очень сильное влияние Интернет – эффективный инструмент исследований, развитие торговли и бизнеса, а также воздействие на аудиторию. Технологические возможности Интернета обуславливают стремительное развитие мирового информационного сообщества, что приводит к изменению подходов к управлению бизнесом, появлению электронной коммерции и соответственно интернет-маркетинга.

Существуют различные точки зрения на сферы применения системы Интернета в области маркетинга. В соответствии с некоторыми из них выделяют пять или более принципиальных областей применения сети «Интернет» в маркетинге, к которым, прежде всего, относятся получение информации о рынке, поддержание деловых связей, покупка и продажа через Интернет, реклама товаров в сети, сервис и послепродажное обслуживание [1].

Основной целью использования инструментов интернет-маркетинга является привлечение покупателя на свой веб-ресурс, который выступает как рекламная площадка по продвижению товаров и услуг на рынке. На примере одной из торговых организаций рассмотрим достоинства и недостатки сайта организации.

На главной странице сайта ОАО «Ника», представленной на рисунках 1 и 2, при тестировании были обнаружены следующие дефекты:

- изображения товаров в модуле «Лучшая цена» растянутые, что означает несоответствие разрешения изображения тому, что прописано в коде сайта;
- для большого количества товаров изображения на сайте отсутствуют;
- при загрузке страницы появляется сообщение *Код ошибки 400*, которое означает, что фон сайта не был загружен, т. е. изображение с фоном не найдено.

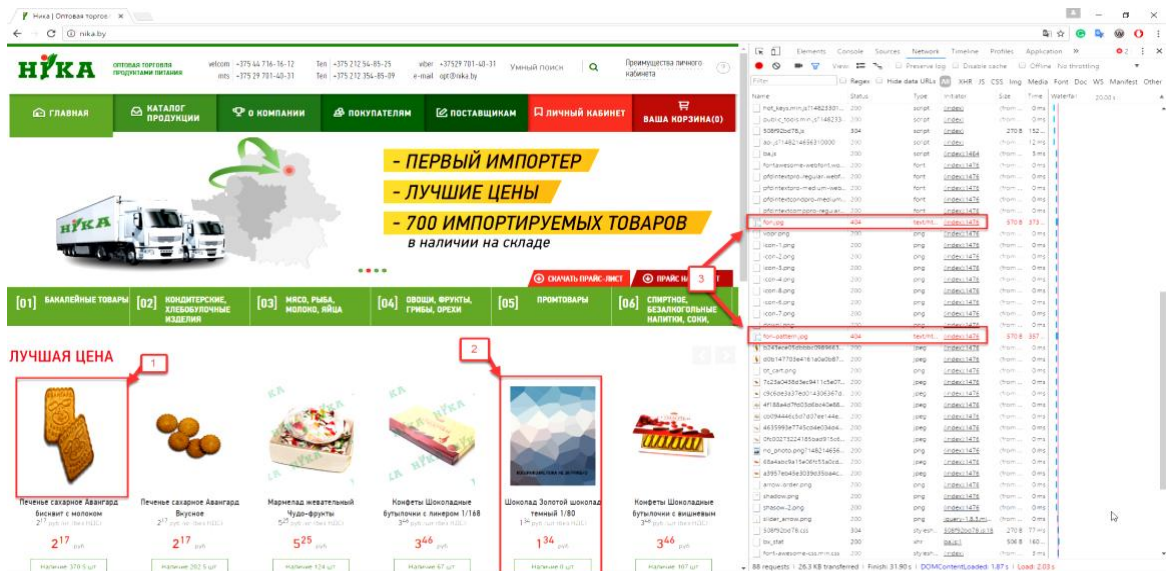


Рисунок 1 – Главная страница сайта ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

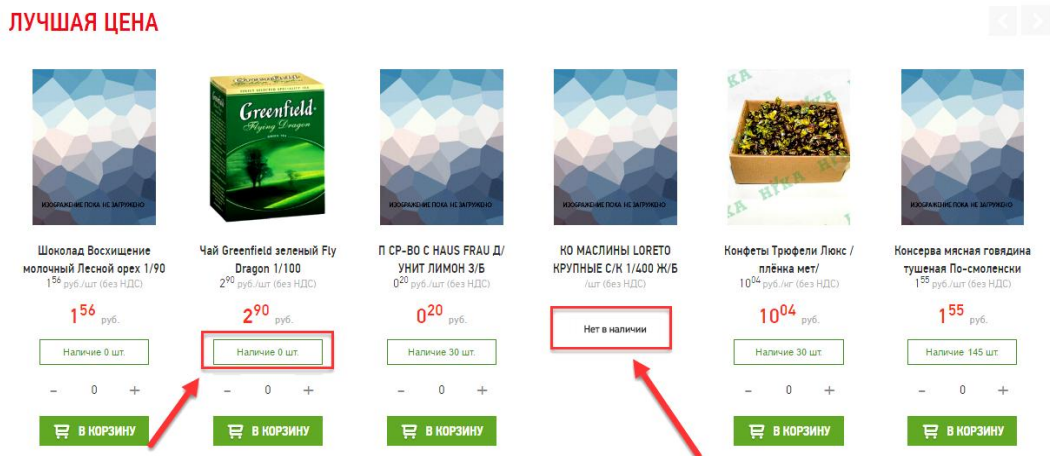


Рисунок 2 – Модуль «Лучшая цена» на главной странице сайта ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

В модуле «Лучшая цена» отображаются товары, которые на данный момент не доступны для продажи. Внешний вид обозначения отсутствующих товаров отличается, в одном случае отображается кнопка *Наличие 0 шт.*, в другом случае – кнопка *Нет в наличии*. Товары, которых на данный момент нет в наличии или они недоступны для продажи, не должны отображаться на сайте.

Сайт ОАО «Ника» позволяет оптовым покупателям зарегистрироваться для выбора товаров для заказа и совершения покупок. Форма регистрации представлена на рисунке 3.

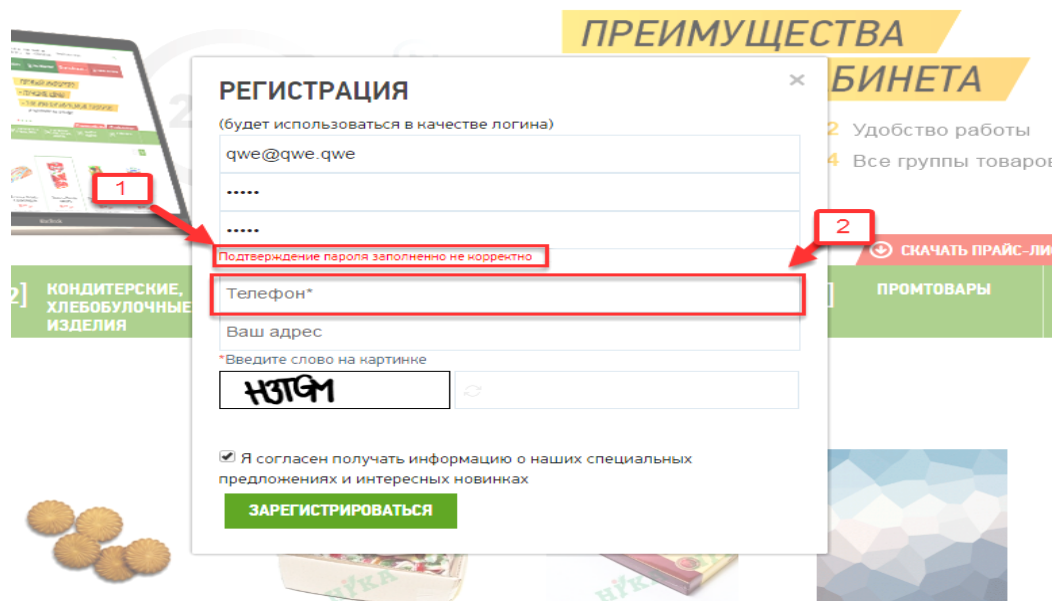


Рисунок 3 – Форма регистрации нового пользователя на сайте ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

На форме регистрации имеется 5 текстовых полей: поле для ввода e-mail, который в дальнейшем будет использоваться для входа в систему в качестве логина и на который будут приходить все уведомления с сайта, поля *Пароль* и *Подтверждение пароля*, поле *Телефон*, поле *Адрес*, а также поля для ввода слова, которое изображено на картинке.

В форме регистрации были обнаружены следующие дефекты:

- Валидационное сообщение для поля *Подтверждение пароля* не верное. Сообщение *Подтверждение пароля заполнено не верно* при заполнении полей *Пароль* и *Подтверждение пароля* одинаковыми символами в количестве меньше 7 штук. При вводе пароля длиной менее 7 символов должно отображаться сообщение *Длина пароля должна составлять не менее 7 символов*.

- Поле *Телефон* отмечено как обязательное для заполнения, на что указывает символ * возле названия поля. Однако форма позволяет зарегистрировать нового пользователя без заполнения данного поля. Также для поля *Телефон* отсутствуют валидационные правила, это означает, что в него можно ввести не только цифры, но и другие символы.

Таким образом, для увеличения эффективности работы формы регистрации необходимо исправить проверку полей *Пароль* и *Подтверждение пароля*. При вводе в поля *Пароль* и *Подтверждение пароля* менее 7 символов, должно отображаться валидационное сообщение *Пароль должен состоять минимум из семи символов*. Текущее валидационное сообщение должно появляться только в случае несовпадения полей *Пароль* и *Подтверждение пароля*.

Поле *Телефон* не является обязательным для заполнения, несмотря на то, что поле отмечено символом обязательного заполнения (*). Это также является важным функциональным дефектом формы регистрации. Заполнение поля *Телефон* необходимо для того, чтобы менеджеры магазина могли в случае необходимости связаться с покупателем для уточнения необходимой информации.

После окончания регистрации на главной странице сайта появляется всплывающее окно, которое не исчезает до принудительной перезагрузки страницы. Такого рода всплывающие окна должны автоматически исчезать в течение 3–5 секунд. Такое поведение системы также является дефектом. Пример появления всплывающего окна представлен на рисунке 4.

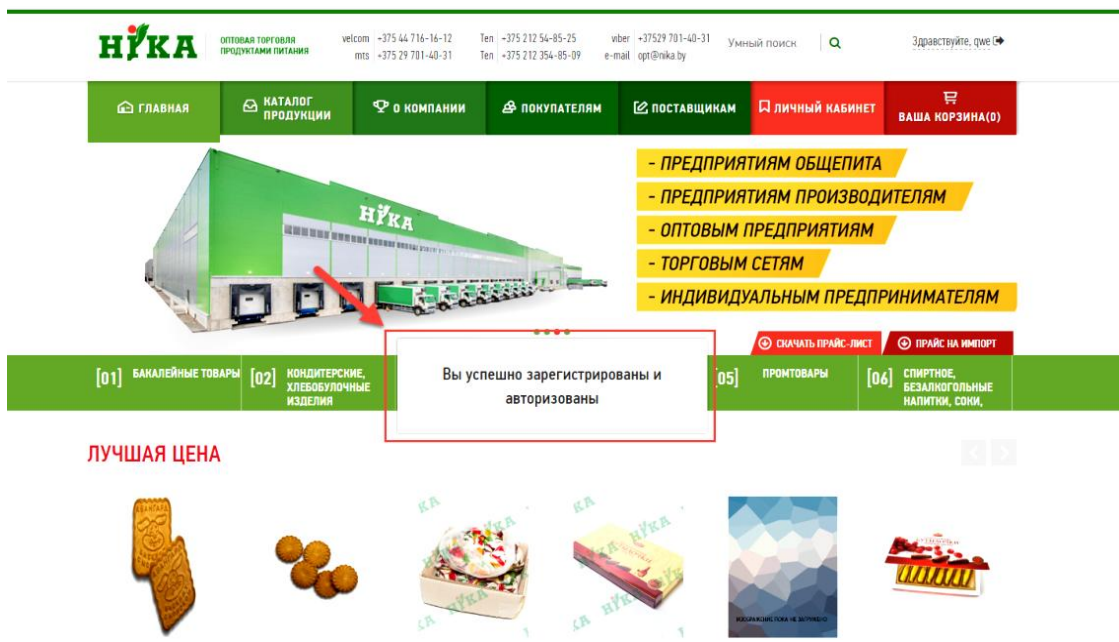


Рисунок 4 – Всплывающее окно после регистрации на сайте ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

В данном случае всплывающее окно исчезает только после обновления страницы, при переходе на другую вкладку всплывающее окно не исчезает. Исправлением данного дефекта является добавление функции автоматического исчезновения через 2–4 секунды.

Основной функцией сайта ОАО «Ника» является совершение заказов и оплаты заказанных товаров. После совершения заказов открывается страница, дефекты на которой критично важны для работы всей системы и влияют на основное назначение сайта. Внешний вид страницы представлен на рисунке 5.

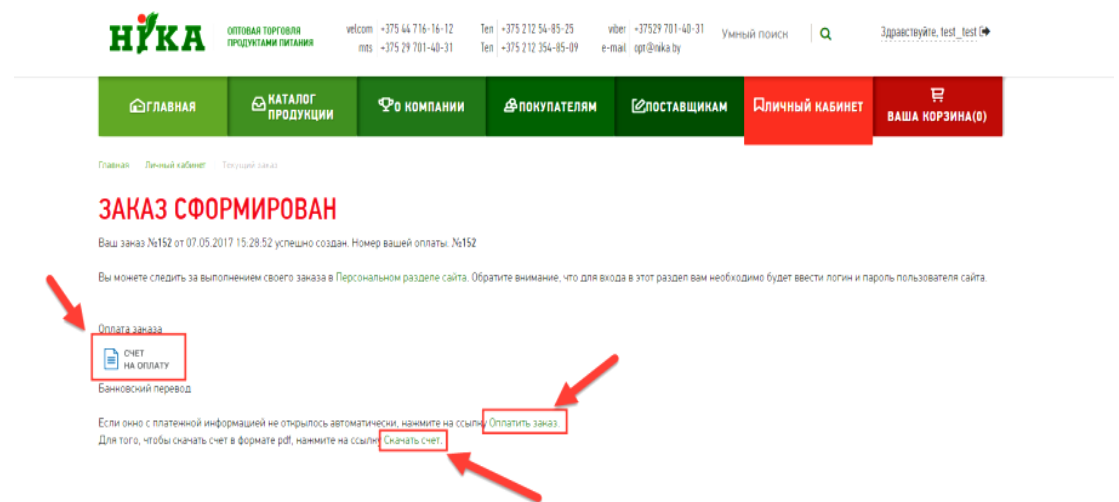


Рисунок 5 – Страница после оформления заказа на сайте ОАО «Ника»

Примечание – Источник: собственная разработка авторов на основе данных предприятия.

Одними из самых критичных дефектов сайта оптовой торговли ОАО «Ника» являются следующие:

- После открытия страницы «Заказ сформирован» должно автоматически открываться окно с платежной информацией. Окно не открывается, что является дефектом.

- На странице присутствует кнопка *Оплатить заказ*, при нажатии на которую открывается пустое окно с названием *Счет*, однако информация о счете на ней отсутствует.
- Также на странице присутствует кнопка *Скачать счет*, которая должна позволять скачивать сформированный счет в формате pdf. Скачивание происходит при нажатии на кнопку, однако скачанный файл пустой.

Это говорит о том, что менеджерам, которые несут ответственность за заказы, поступившие с сайта, необходимо созваниваться с потенциальными клиентами для того, чтобы сообщить об оплате, а также узнать дополнительную информацию. На это уходит много времени, следовательно, менеджеры за рабочий день обрабатывают меньшее количество заявок, чем планировалось после запуска в работу оптового сайта организации. Так как возможны такие ситуации, что менеджер не сможет дозвониться до потенциального покупателя, то организация может терять оптовые заказы.

Решениями данного дефекта будет усовершенствование формы подтверждения заказа (настройка обязательных полей, а также правил валидации для них), формирование заказа (документа в котором отображается сумма заказа, а также перечень товаров), правильное формирование счета на оплату (у пользователя должна присутствовать возможность скачать счет для того, чтобы его оплатить).

Все это позволит ускорить и упростить работу менеджеров. Они смогут более быстро вносить информацию о клиентах в базу, так как не будет необходимости в обязательном звонке клиенту, и смогут обрабатывать за день большее количество заказов [2].

Таким образом, основную свою функцию сайт ОАО «Ника» не выполняет из-за ряда функциональных дефектов. Покупатели вынуждены обращаться в компанию по телефону для решения финансовых вопросов, что не является удобным для потребителя, так как сайт направлен на осуществление оптовой торговли посредством онлайн-заказов и оплаты.

Для повышения эффективности работы веб-сайта в первую очередь необходимо исправить все функциональные дефекты сайта, после этого – дефекты графического интерфейса для того, чтобы пользователь не сталкивался с различными трудностями во время использования веб-сайта организации.

Основной функциональной нагрузкой сайта является увеличение числа клиентов, ведь к помощи поисковых систем обращается подавляющее большинство интернет-пользователей (98%), в том числе и при выборе места покупки товаров; существенная экономия маркетингового бюджета, что делает продвижение сайтов в поисковых системах доступной услугой для большинства компаний; улучшение репутации компании в глазах клиентов и партнеров, что делает поисковое продвижение не только коммерчески выгодным, но и имиджевым инструментом; долгосрочность достигаемого маркетингового эффекта. Корпоративный сайт, выведенный в топ, сможет удерживать хорошие позиции в выдаче даже после завершения работ по его продвижению [3]. Преимущества продвижения сайтов весомы и понятны, поэтому популярность этого маркетингового инструмента стабильно возрастает.

Список использованной литературы

1. **Котлер, Ф.** Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2015. – 752 с.
2. **Акулич, М. В.** Интернет маркетинг : учеб. / М. В. Акулич. – М. : Дашков и К°, 2016. – 352 с.
3. **Васильев, Г. А.** Электронный бизнес и реклама в Интернете : учеб. пособие / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2008. – 183 с.