

Е. В. Долгова

Научный руководитель

М. А. Грибовская

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРОЕКТИРОВАНИЕ WEB-САЙТА РОГАЧЕВСКОГО ФИЛИАЛА ГОМЕЛЬСКОГО ОБЛАСТНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА С ВНЕДРЕНИЕМ ВИРТУАЛЬНОГО КОНСУЛЬТАНТА

Основная цель web-сайта – привлечение новых клиентов в организацию, что вследствие должно положительно сказаться на реализации продукции и повлиять на экономическую эффективность организации. Назначение web-сайта – предоставить основную информацию о Рогачевском филиале Гомельского областного потребительского общества (ОблПО), предоставляемых товарах и услугах, ее контактных данных. Кроме того, на web-сайте будет присутствовать виртуальный консультант, с помощью которого пользователь сможет искать нужную информацию на web-сайте, а также оставлять заявки.

При проектировании web-сайта организации были выполнены следующие задачи:

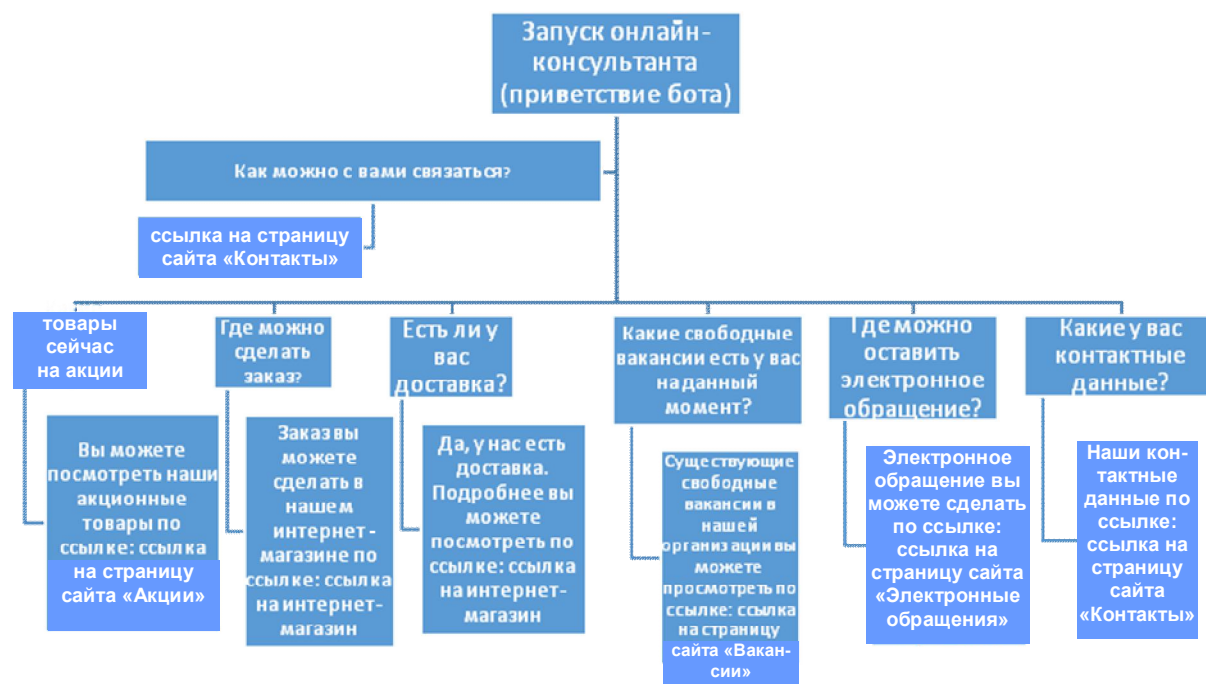
- проанализирована социально-экономическая характеристика организации;
- выполнен анализ существующей автоматизированной информационной системы;
- выяснены назначение, цели и задачи создания сайта;
- проработан анализ аналогичных сайтов в сети «Интернет»;
- сделан анализ средств разработки сайта и обоснование выбора средств;
- спроектирована структура сайта;
- сделано проектирование дизайна сайта;
- спроектирован интерфейс и контент;
- было выполнено проектирование виртуального консультанта.

Особое внимание было уделено проектированию структуры web-сайта. Были спроектированы контекстная диаграмма (IDEF0) и диаграмма вариантов использования для классов «Администратор» и «Пользователь».

Web-сайт будет разработан на языках HTML и CSS, виртуальный консультант будет реализован с помощью языков php, javascript, mysql.

Следуя собранной информации была составлена диаграмма онлайн-консультанта, содержащая предполагаемые вопросы и ответы на них (рисунок).

Диаграмма возможных вопросов пользователя



Для продвижения сайта Рогачевского филиала Гомельского облПО была выбрана SEO-оптимизация, так как она является наиболее стабильным методом получения трафика.

71,33% поисков в Google привели к клику по органической выдаче на первой странице результатов выдачи. Вторая и третья страницы получают только 5,59%. Эта статистика подчеркивает важность включения SEO-оптимизации в маркетинговую стратегию организации.

Для продвижения сайта в сети «Интернет» была выбрана стратегия по низкочастотным запросам, потому что она лучше всего подходит для новых сайтов, у которых нет большого бюджета.

Спроектированный web-сайт удовлетворяет всем требованиям, поставленным на этапе постановки задачи.