

ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Информационным средством, полноценным маркетинговым инструментом, привлекающим новых клиентов и приносящим прибыль строительным организациям, является грамотно организованный сайт.

A well-organized website is an information tool, a full-fledged marketing tool that attracts new customers and brings profit to construction and installation organizations.

Ключевые слова: информационный ресурс; строительная организация; сайт; алгоритм работы сайта.

Key words: information resource; construction and installation organization; website; site operation algorithm.

Деятельность строительных организаций многогранна. Среди работ по проектированию и строительству зданий и сооружений I и II уровней ответственности и проведению инженерных изысканий для этих целей выделяют кровельные работы, работы по устройству монолитных железобетонных конструкций объемом более 10 м³, работы весом более 3 т по монтажу железобетонных конструкций, работы с весом более 1 т по монтажу металлических конструкций, работы по монтажу большепролетных несущих деревянных конструкций пролетом более 18 м, санитарно-технические работы (устройство сетей и систем отопления, водоснабжения, канализации). Деятельность в области промышленной безопасности включает в себя перевозку опасных грузов (кислород в баллонах) автомобильным транспортом, эксплуатацию стреловых самоходных кранов, радиационных устройств и установок с ускоряющим напряжением выше 100 кВ (переносные рентгеновские аппараты), опасных производственных объектов, подконтрольных органу технадзора, где используются мостовые и башенные грузоподъемные краны, ремонт технических устройств, применяемых на опасных производственных объектах, оборудование, работающее под давлением (паровые котлы с давлением пара до 4,0 МПа и водогрейные котлы теплопроизводительностью до 116,3 МВт, сосуды, работающие под давлением, I–IV групп, трубопроводы пара и горячей воды II и III категории), стационарно установленные грузоподъемные механизмы – грузоподъемные краны: мостовые, козловые, башенные, порталные (без права капитального ремонта). Строительно-монтажные организации производят ремонт паровых котлов с давлением пара не более 0,07 МПа и водогрейных котлов с температурой нагрева воды не выше 115 °С, стреловых самоходных кранов (без права капитального ремонта), монтаж технических устройств, применяемых на опасных производственных объектах, на которых используется оборудование, работающее под давлением, паровых котлов с давлением пара не более 0,07 МПа и водогрейных котлов с температурой нагрева воды не выше 115 °С, изготовление технических устройств, применяемых на опасных производственных объектах, на которых используется оборудование, работающее под давлением трубопроводы пара и горячей воды II и III категорий и их элементы (отводы, переходы, тройники), получают, используются, перерабатываются, образуются, хранятся, уничтожаются опасные вещества, резервуары стальные для хранения взрывопожарных, токсичных и высокотоксичных продуктов, элементы технологических трубопроводов; циклоны, гидроциклоны. Строительно-монтажные организации имеют право на осуществление деятельности в области пожарной безопасности (монтаж систем автоматического пожаротушения), осуществление деятельности по обеспечению безопасности юридических и физических лиц, осуществление перевозки пассажиров и грузов (исключая технологические внутрихозяйственные перевозки пассажиров и грузов, выполняемые юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями для собственных нужд) автомобильным, внутренним водным, морским транспортом. Каждая организация должна иметь аттестат аккредитации лаборатории контроля качества сварки № ВУ/112 02.2.0.0099.

Строительно-монтажным организациям необходимо иметь возможность расширения, информационной поддержки и рекламы бизнеса. Web-сайт сегодня является не только информационным средством или визиткой, но и полноценным маркетинговым инструментом, привлекающим новых клиентов и приносящим прибыль.

Использование корпоративного сайта дает возможность строительно-монтажной организации развиваться за пределами своего географического положения и расширять аудиторию клиентов вне своего региона, а также повышать уровень их обслуживания. Интернет имеет глобальный охват, чем может воспользоваться организация без дополнительных затрат.

Сайт строительно-монтажной организации должен предоставлять следующую информацию об организации: общую информацию, сведения об оказываемых услугах, каталог товаров, контактную информацию. Пользователь должен иметь возможность получения справочной информации о предприятии и его услугах, возможности комментирования статей сайта, заказа и оплаты предлагаемых товаров и услуг, регистрации, осуществление обратной связи. Администратор сайта должен иметь возможности добавления и редактирования статей сайта, данных пользователей, меню сайта, категории товаров и услуг, просмотра и выполнения заказов, а также просматривать поступившие заказы и удалять выполненные или неподтвержденные, взаимодействовать с клиентами, изменять основные настройки системы (рисунок 1).

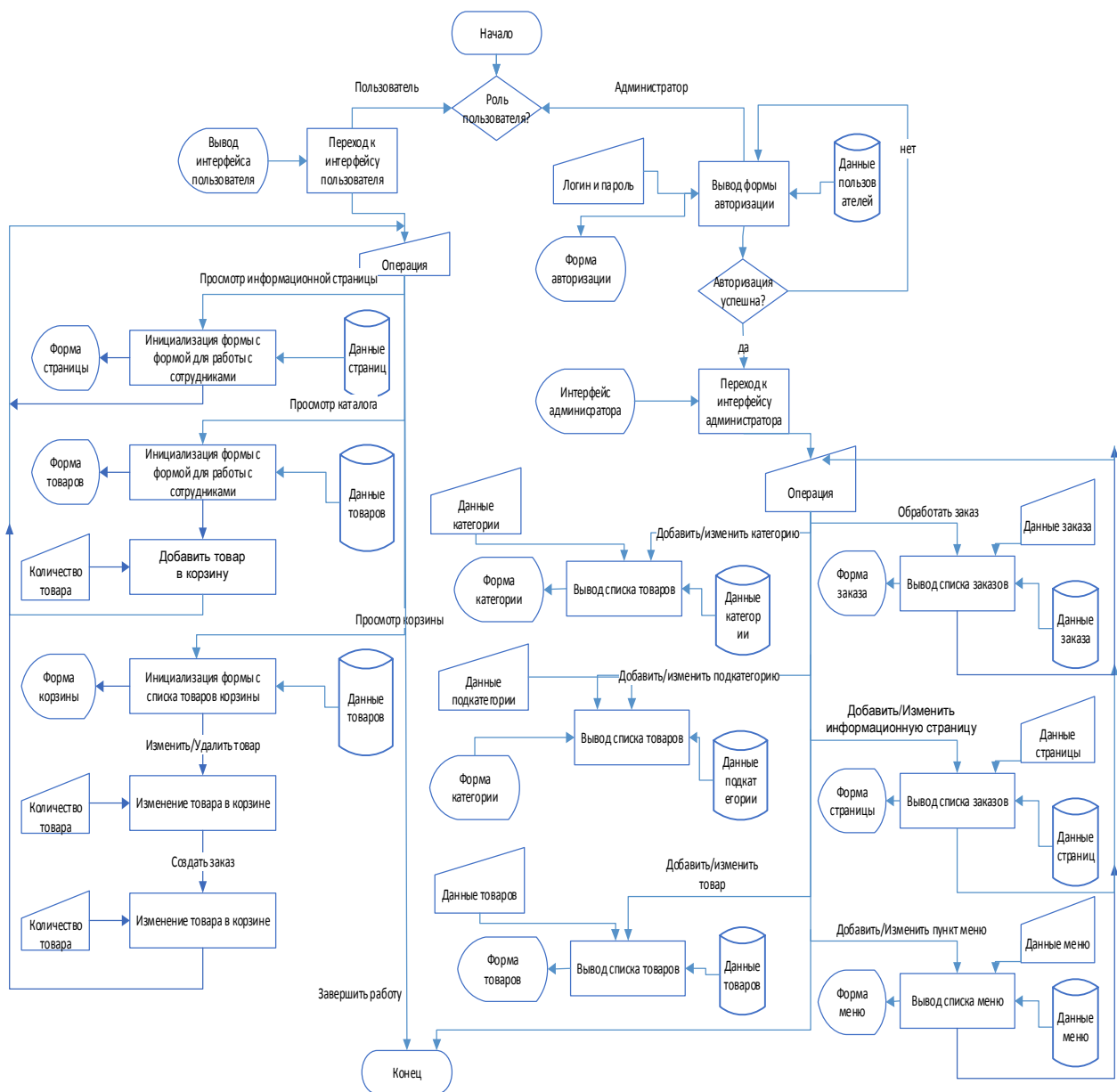


Рисунок 1 – Алгоритм работы сайта для пользователей и администратора строительно-монтажной организации

Проектирование интерфейса позволяет разработать дизайн и структуру веб-сайта таким образом, чтобы сделать интерфейс запоминающимся и интуитивно понятным для пользователей. В интерфейсе будет присутствовать все, что необходимо для ответа на поставленные задачи, при этом избыточная информация, отвлекающая внимание, отсутствует.

Пользовательский интерфейс покупателя представляет собой набор динамических веб-страниц, оформленных единообразно.

Переход по страницам сайта осуществляется с помощью горизонтального меню (рисунок 2).



Рисунок 2 – Структура меню сайта строительного-монтажной организации

Каталог представлен в виде табличной формы, что приятно для глаза пользователей. Таблица включает пиктограммы изображений товаров, его наименование и цену. По гиперссылке названия товара можно перейти к подробному его описанию. Также товар может быть сразу добавлен в корзину.

Для большего удобства товары можно отсортировать по различным критериям, что позволяет ускорить процесс выбора товара (рисунок 3).

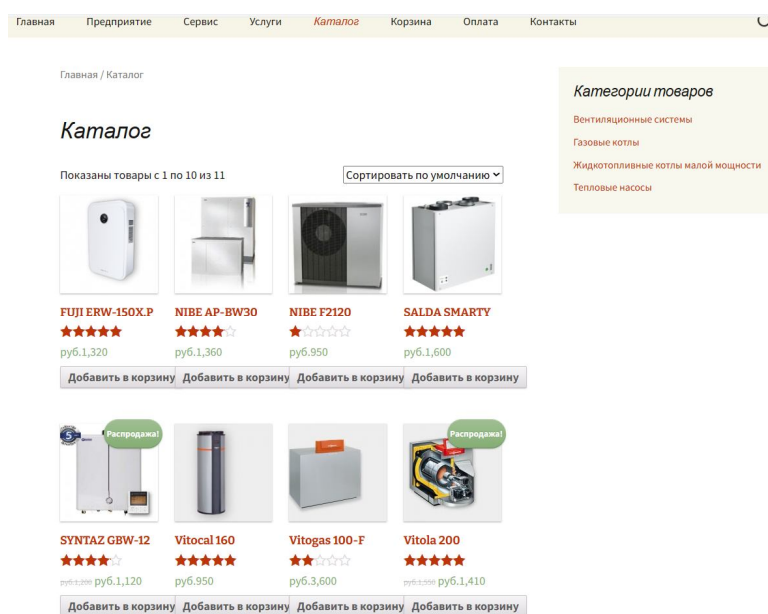


Рисунок 3 – Результат формирования каталога

Целевая аудитория – это люди, которые заинтересованы в поиске сайта для приобретения товаров и услуг. Для того чтобы привлечь целевую аудиторию, требуется проводить продвижение сайта посредством поисковой оптимизации сайта.