

## РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ САЙТА ГРУЗЧИКОВ

Тарасова В.А., Лорий А.В.

Научные руководители – доцент Кулешов В.И.

Сибирский федеральный университет

В настоящее время количество новых сайтов увеличивается с неимоверной скоростью. Именно поэтому, основной задачей, ставящейся при разработке сайта – сделать его максимально привлекательным для потенциальных пользователей и придать ему индивидуальность. На заре развития интернета можно было привлечь достаточно большое количество посетителей на сайт, не прикладывая к его разработке больших усилий и без особых материальных затрат. Сейчас же, в условиях возросшей конкуренции, функциональность сайта, его стиль и запоминаемость приобретают все более возрастающее значение. Ведь независимо от того создается сайт для представления какой либо фирмы или просто для заработка на рекламе, основной его функцией является привлечение как можно большей аудитории. Поэтому для достижения успеха важен правильный подход к выбору оформления и исполнения сайта.

Первое, с чего посетители начинают оценку сайта, это его внешний вид, а уже потом делают выводы, изучая содержимое. Сайт – это первый контакт клиента с компанией, и качество (уровень) оформления сайта прямо показывает уровень уважения к клиенту, существующий в компании.

Для того чтобы иметь более общую картину об информационном содержании, об оформлении и исполнении сайта, можно проанализировать аналогичные сайты. Итак, чтобы выявить некоторые минусы в структуре сайтов, а также дать рекомендации по созданию, например, сайта грузчиков, рассмотрим следующие сайты: <http://www.pereezdoff24.ru> (городская служба грузчиков г. Красноярск), <http://www.cargo-avto.ru> («АвтоТранс» г. Москва), <http://www.liderpereezda.ru> («Лидер переезда» г. Москва).

О сайте Красноярской городской службы грузчиков (рисунок 18) можно сказать следующее: главная страница включает в себя шапку, меню и нижний (информационный) блок.



Рис. 18. Городская служба грузчиков г. Красноярск

Оформлен сайт достаточно просто, присутствуют три основных цвета: голубой, белый и черный. Посмотрев на шапку с названием ресурса и картинкой, соответствующей тематике, посетитель может сделать выводы о содержании и тематике сайта. Так же в верхней части страницы напрашивается логотип компании, но его нет. Сайт не загроможден изображениями, каждая картинка подобрана в соответствии с информацией. Но, на наш взгляд, разделы сайта содержат в себе минимальную информацию и возможно у клиентов могут возникнуть дополнительные вопросы. Верхняя строка ссылок, находящаяся под шапкой, явно выбивается своим прилипанием к левой стороне экрана и непонятно для чего три раза повторяются на одной странице одни и те же ссылки. Ссылки, которые сделаны в виде картинок, видны только после прокрутки, а они красивые и можно было их вместо простых ссылок поставить повыше, а остальные убрать. В целом можно сказать, что сайт особо ничем не запоминается, в нем нет изюминки, но в тоже время он не раздражает своим оформлением.

Второй сайт, который был рассмотрен – это сайт службы грузчиков компании «АвтоТранс» г. Москвы (рисунок 19). Сайт так же, как и первый, включает в себя шапку, меню и информационный блок. В отличие от первого примера, этот сайт представлен в виде четкого четырех колоночного листа, что приветствуется, так как модульные сетки никто не отменял. Также присутствует логотип и картинка, соответствующая тематике. В оформлении присутствуют три основных цвета: зеленый, белый и черный. Такое гармоничное сочетание цветов привлекает.

Каждый из разделов меню содержит достаточное количество информации, все подробно и ясно описано, но присутствует очень большое нагромождение ссылок, а их можно было сделать скрытыми до нажатия на раздел. Очень грамотно, сразу в шапке, располагаются прайс-листы и сопроводительные документы, а это удобно когда клиент уже знаком с компанией и, зайдя на сайт, хочет только узнать цены и не просматривать всю страницу. Здесь также имеется очень хороший элемент – это расчет стоимости услуг компании, но он еще не доработан, так как работает еще не на всех услугах компании. Сайт не загроможден изображениями, каждая картинка подобрана в соответствии с информацией и здесь присутствует также анимация. В целом сайт понравился.



Рис. 19. Служба грузчиков компании «АвтоТранс» г. Москва

Третий сайт, который хотелось бы описать – это сайт компании «Лидер переезда» г. Москвы (рисунок 20).



Рис. 20. Служба грузчиков компании «Лидер переезда» г. Москва

Здесь уже можно заметить, что как таковой шапки нет. Сверху располагается меню, а также его можно увидеть справа в нижнем углу. Очень хорошо подобрана цветовая гамма как гармоничное сочетание цветов: оранжевого, серого и черного. Имеется логотип компании в аналогичном цветовом исполнении.

Здесь уже можно отметить, что меню сайта выполнено с учетом особенностей технологии flash-сайтов меняющимся, если подвести курсор мышки к ссылкам. Так же как и во втором примере сайта, здесь явная четырех колоночная структура сайта и присутствует расчет стоимости услуг компании. Для каждого раздела сайта присутствует слоган, например: «Бережность доставки – наше «второе Я». – Ваше спокойствие!», но их размещение находится после статьи о разделе, а лучше их расположить сверху текста, или даже вообще в пустом месте шапки (для привлечения клиентов). Сайт оснащен удобной навигацией и каждый из разделов меню подробно описан. Сайт хорош как в оформлении, так и в исполнении и очень приятное оформление, которое соответствует тематике.

Подводя итоги, можно выделить несколько моментов, которых нужно придерживаться, чтобы разработать эффективно работающий и посещаемый сайт. Во-первых, дизайн сайта должен быть оригинальным: нельзя использовать шаблоны дизайна для страниц и цветовое оформление должно быть гармоничным, а страницы сайта должны быть выполнены в одном стиле. Во-вторых, не желательно, чтобы страница была переполнена различными картинками и изображениями, а все подобранные изображения должны соответствовать тематике. В-третьих, чтобы немного разнообразить сайт можно использовать анимацию и звуковое сопровождение, а навигация должна быть удобной. В-четвертых, особое внимание нужно уделять информационному блоку – все должно быть так изложено, чтобы у клиента не возникло никаких дополнительных вопросов. В-пятых, нужно использовать преимущества проанализированных сайтов, такие, например, как карта с расположением компании или расчет стоимости и т.д.