

ЕЛЕНА
ПОНКРАТОВА

ШИРЕ ВСЕЛЕННОЙ

ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО РАСШИРЯЕТСЯ НЕ ПО ДНЯМ, А ПО ЧАСАМ. ПО ДАННЫМ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКСПЕРТОВ, УЖЕ СЕЙЧАС ЧИСЛО АКТИВНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СЕТИ ВЫРОСЛО ДО МИЛЛИАРДА ЧЕЛОВЕК ПО ВСЕМУ МИРУ. ОНИ ИЩУТ В ИНТЕРНЕТЕ НЕОБХОДИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ОБЩАЮТСЯ В ЧАТАХ, СОЗДАЮТ СВОИ САЙТЫ, РАЗМЕЩАЮТ РЕКЛАМУ И СОБСТВЕННОЕ ТВОРЧЕСТВО.

Кемерово в этом смысле отстает от остального «прогрессивного мира». Кемеровское интернет-пространство имеет крайне небольшой «ареал обитания», инфраструктура сети выражена слабо. Кемеровский рынок услуг веб-дизайна пока отстает от общероссийских тенденций. По городским справочным системам можно найти не более двух десятков фирм, которые занимаются разработкой сайтов для коммерческих организаций, причем профессионально это делают единицы. Как правило, созданием сайтов занимаются специализированные студии, рекламные агентства и даже компьютерные фирмы. Но какую-то часть работы выполняют «одиночки», дизайнеры или программисты, готовые за весьма скромный гонорар изготовить сайт любой сложности. И это, по мнению руководителя отдела автоматизации бизнеса Центра разработки программного обеспечения Edison Евгения Сомова, создает ложное впечатление о рынке разработки сайтов и расценок на подобные услуги.

— В чем-то работа кустарей служит для развития этого рынка, но зачастую возникают ситуации, когда неграмотно изготовленный сайт просто разочаровывает заказчика и отпугивает его от самой идеи что-то вообще размещать в Интернете, — убежден он. — Для изготовления функционального и нестандартного сайта требуются усилия нескольких специалистов. Конечно, и одиночкам можно изготовить шаблон-

ный web-продукт, скучный, неэффективный, но это пещерный век Интернета. А можно ведь сконструировать целый информационный портал, с уникальным интерфейсом, разработанным специально под нужды заказчика.

Есть и другая точка зрения. Генеральный директор ООО «Сильверхост» Андрей Максименко считает, что кустари-одиночки в целом рынку не мешают. Они работают со своим сегментом рынка над скромными и малобюджетными проектами. Не все кустари делают некачественные продукты, так же, как далеко не все специализированные компании могут предложить заказчику качественные сайты.

Отдельные куски от кемеровского веб-пирога активно режут московские и новосибирские фирмы, уже заработавшие себе имя и авторитет. Обратиться в известную веб-мастерскую к именитым разработчикам — вопрос престижа, нежели необходимости. Местные умельцы способны разрабатывать вполне конкурентоспособные сайты. Все дело в стоимости. Брендовым мастерским придется переплатить «за имя», в остальном конечный продукт будут обсчитывать, исходя от сложности выполнения работ и запросов клиента. Ценовой маятник даже у кемеровских веб-разработчиков весьма раскачан. Простейший интернет-продукт, одностраничный



сайт-визитку, с минимальной информацией о компании и без дополнительных функций можно получить и за 4 тысячи рублей, и за 400 долларов. Сайт представительского класса с несколькими разделами и обратной связью с посетителями обойдется заказчику в 10–30 тысяч рублей, а полноценный информационный портал «потянет» за 40 тысяч рублей.

Хостерим помаленьку?

Как заметил Евгений Сомов, разработать сайт — это самое простое дело. Успех — в грамотном продвижении и дальнейшей поддержке сайта. Практически все компании, занимающиеся предоставлением веб-услуг, предлагают хостинг и техническую поддержку. Хостинг — это предоставление места на сервере, имеющем круглосуточный выход в Интернет. Немногие кемеровские компании предлагают разместить сайт клиента на собственном сервере. Большинство заключает договоры с провайдерами хостинга в Москве или даже за границей и размещает сайты на серверах этих компаний.

Техподдержка подразумевает, помимо обновления, еще модернизацию и поддержку работоспособности. Впрочем, если сайт спроектирован грамотно, то в его работе бывает мало сбоев, а обновлять информацию может и сам заказчик. В этом случае необходимость в технической поддержке отпадает.

Заветное слово

Отдельная песня — «раскрутка» сайта, его продвижение в поисковых системах по ключевым словам. Поисковая реклама — наиболее эффективная в Интернете. Реклама в поисковых системах обеспечивает точное попадание на целевую аудиторию, следовательно, хорошую отдачу. Оптимизация веб-сайта для поисковых систем и контекстная реклама — основные инструменты для привлечения целевых посетителей.

Веб-мастерские по-разному подходят к подобной работе. Один из способов — это наращивание так называемой «ссылочной массы». Сайт, на который ссылается много других сай-

казывает руководитель отдела рекламы ООО «А.42.ru» Ольга Антонова: «Интернет-пространство нашего города находится на этапе становления. Как правило, средняя продолжительность «жизни» сайта — один год. Это связано с аудиторией. Если людям не интересен сайт, то он пустует. Счетчик посещений показывает цифру 0».

«Собственные сайты жизненно необходимы компаниям, занимающимся реализацией либо производством продукции для потребителей (на уровне B2B), — убежден Андрей Максименко. — Наличие интернет-окна поможет им донести информацию о своем бизнесе клиентам из других регионов, обойдя временные и географические границы». Кроме того, сайты полезны компаниям с широким номенклатурным перечнем предлагаемых товаров и услуг. Имиджевые сайты также востребованы и необходимы фактически любой сформировавшейся компании.

Альтернатива всему

Кемеровский Интернет представлен также несколькими информационными сайтами. В их числе — кемеровский городской сайт keminfo.ru и информационно-развлекательный портал a42.ru. Это частные компании, функционирующие только за счет рекламы, размещаемой на принадлежащих им интернет-ресурсах. Отличие этих порталов от всех остальных — масса совершенно разнотипной информации о жизни нашего города и, как правило, собственная редакция. Собственно, порталы являются электронными СМИ города, весьма востребованными как частными посетителями, так и журналистами из печатных и телевизионных средств массовой информации региона. Ольга Антонова утверждает: «Отличие сайтов с доменом a42.ru — это аудитория. Нас посещает более 1 100 уникальных пользователей в сутки. Я имею в виду посещение портала в целом. Если рассматривать посещаемость по каждому отдельному сайту (а у нас их более 20) — в среднем около 1 100–1 250 уникальных пользователей в сутки. В чем отличие «уникальных пользователей» от посещения сайта в целом? На каждом сайте внизу главной страницы есть счетчик. Их могут предоставлять и независимые сервисы, к примеру, Live Internet. Счетчик считывает IP-адрес пользователя и в течение месяца не

ФЕДЕРАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ ОСОЗНАЛИ, ЧТО РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ САЙТАХ МОЖЕТ БЫТЬ БОЛЕЕ ВЫГОДНО. ПОТРЕБИТЕЛИ БОЛЕЕ ЛОЯЛЬНО ОТНОСЯТСЯ К ТАКОМУ ВИДУ РЕКЛАМЫ

Теоретически любая компания может обзавестись собственным сервером и разместить на нем сайт. «Такой подход неэффективен, — утверждает директор ООО «Деловой Телеграф. Интернет-проекты» Максим Шипачев. — Стоимость сервера составит довольно солидную сумму, а задействовать его ресурсы полностью, размещая на нем один сайт, вряд ли удастся. К тому же для бесперебойной работы сервера будут необходимы услуги системного администратора. Стоимость же так называемого виртуального хостинга начинается от 300 рублей в месяц, и его возможностей более чем достаточно для функционирования обычного сайта». Кроме того, чтобы «содержать» сайт, необходимы услуги профессионала, который будет не только обновлять информацию на сайте, но и оказывать техническую поддержку продукту.

тов, расценивается поисковыми системами как более полезный для посетителя. Но стоит заметить, что поручать подобное продвижение непрофессионалам неразумно. Они могут использовать запрещенные методы раскрутки, в том числе спам, и поисковые системы попросту наложат запрет на подобный сайт и перестанут его замечать. В таком случае «проштрафившийся» веб-продукт невозможно будет найти с помощью поисковика, спасет только перерегистрация доменного имени.

В последнее время обзаводятся собственными сайтами множество «продвинутых» компаний. Как отметил Андрей Максименко, сайты сегодня есть почти у всех ресторанов, банков, промышленных предприятий, крупных оптовых компаний. Рынок растет постепенно, улучшается качество сайтов и запросы к ним. Другое мнение выс-



учитывает вход с данного адреса. Это и есть «уникальный пользователь». А вот общая цифра посещений отображает количество входов на сайт, поскольку один и тот же человек может несколько раз заходить на страницу».

На посещаемость (читай — популярность) информационного сайта работает наполнение ленты новостей интересными, а главное — эксклюзивными материалами, а также возможность обсуждения представленной новости. Кроме того, посетителей привлекает вероятность общения в чатах и многое другое.

Не корысти ради, а токмо пользы для...

Сайты можно разделить на два вида: представительские и информационные. Первые являются стопроцентным рекламным интернет-продуктом, призванным повысить продажи

предлагаемых товаров и услуг. Вторые являются носителями как собственной, так и «чужой» рекламы.

Кемеровский рынок интернет-рекламы появился относительно недавно. Еще каких-то три-четыре года назад его не было вовсе. Во-первых, Кемерово характеризовалось низким уровнем проникновения Интернета вообще. Во-вторых, в городе не было площадок, способных привлечь рекламодателя. По словам г-на Шипачева, до 2006 года федеральные рекламодатели, как правило, не делили рекламный бюджет на региональные и федеральные компании. Региональное размещение заключалось в продвижении рекламы на федеральных интернет-ресурсах с геотаргетингом (это возможность показа информации вообще и рекламы, в частности, на определенной территории, например, в Сибири). Но сравнительно недавно

По справочникам можно найти не более двух десятков фирм, занимающихся разработкой сайтов для коммерческих организаций, причем профессионально это делают единицы.



ситуация изменилась. Федеральные компании осознали, что размещение рекламы на региональных сайтах может быть более выгодно. Потребители лояльней относятся к такому виду рекламы. Как следствие, региональные рекламные интернет-кампании более эффективны».

Вслед за федеральными рекламодателями пользу интернет-рекламы стали понимать и местные предприятия. Реклама на интернет-ресурсах имеет несколько существенных плюсов: возможность охватить недоступную через печатные СМИ аудиторию и скромную в сравнении с ТВ-рекламой стоимость. Кроме того, в Интернете существует реальная возможность отслеживания статистики показов баннеров и заходов на сайт рекламодателя. Что касается эффективности рекламы на кемеровских сайтах, то, как отмечает Андрей Максименко, об этом можно говорить только в ряде случаев. Например, когда целевая аудитория совпадает с аудиторией местного ресурса, на котором размещена реклама. Вал посещаемости приходится на развлекательные и информационные сайты, на которые заходит молодая и активная аудитория.

Руководитель кемеровского городского сайта keminfo.ru Максим Шипачев считает, что немаловажным плюсом интернет-рекламы является интерактив. «На нашем сайте есть возможность размещения в рубрике «Консультация специалистов», — говорит Максим Шипачев. — Ведущие сотрудники кемеровских компаний в режиме онлайн отвечают на вопросы посетителей сайта и не просто рекламируют таким образом свои услуги, но и, безусловно, работают на повышение лояльности к своей компании».

Возможности Интернета как в области рекламы, так и во всех других областях практически безграничны. Нужно только уметь грамотно пользоваться предоставляемыми возможностями. В этом случае даже о самой маленькой и скромной компании из провинциального Кемерова узнает весь мир. ■