

Тема уроку: Типи сайтів та їх особливості. Цільова аудиторія

1. Типи сайтів

Класифікація сайтів розділяється по цілі на два типи:

- комерційні розроблені з метою отримання прибутку;
- некомерційні — основне завдання яких не пов'язана з зароблянням грошей.

Для розвитку комерційних сайтів знання цільової аудиторії особливо важливо, і визначитися в цьому допомагає наступна класифікація:

- тематичні (про авто, будівництві, туризмі, медицині);
- портали (веб-сайти з великим об'ємом інформації на різні або схожі теми);
- прості (сайти-візитки і продають сторінки).

Тип ресурсу залежить і від його фізичного розташування. Локальні сайти працюють тільки в межах обмеженої мережі, загальнодоступні ж відкриті для користувачів з усього світу, якщо не введені додаткові параметри.

Деякі загальнодоступні сайти все ж обмежують отримання користувачем інформації. Це призводить до ще однієї класифікації по доступності:

- Відкриті — вся інформація на них доступна для будь-якого користувача.
- Напівзакриті — ресурси, для користування якими необхідно пройти реєстрацію (Вконтакте, Facebook). Також напівзакритий тип може вимагати реєстрації тільки для користування якоюсь особливою функцією, наприклад, додаванням власної статті.
- Закриті — сайти з доступом тільки для певних осіб (ресурси, що належать військовим, поліції, секретним службам тощо).

За складністю оформлення і функціоналу виділяється кілька типів:

- статичні;
- динамічні;
- сайти на флеш-технології.

2. Види сайтів і їх категорії

Виділяється п'ять категорій сайтів, кожна з яких підрозділяється на види сайтів та підкатегорії:

- Інформаційні сайти.
- Сайти корпоративного напрямку.
- Комерційні сайти.
- Соціальні ресурси.
- Інтернет-сервіси.

2.1. Інформаційні ресурси

До інформаційних сайтів належать: тематичні та новинні ресурси, блоги.

Перші (тематичні та новинні ресурси) присвячені одній або кільком тематиками (частіше однієї конкретної ніші). Незважаючи на те, що ці сайти не продають нічого безпосередньо і не надають послуги, з них теж можна отримувати прибуток за допомогою реклами і продажу посилань. На таких ресурсах може бути зібрана корисна інформація, інструкції, описи та інше.

Призначення новинних сайтів ясно — донесення інформації про останні події. Крім того, інтернет-ЗМІ можуть містити аналітику і думки фахівців.

Блоги — найрізноманітніший вид інформаційних сайтів. Вести блог може як одна особа, так і ціла команда від особи великої компанії.

Ці ресурси містять новини, спостереження, особисту оцінку того, що відбувається, міркування. Корпоративні блоги описують нові розробки, технології, які застосовуються, порівнюють свою продукцію, просувають власний бренд.

Блог може бути присвячений одній темі або спрямований відразу на все, особливо якщо представлений у вигляді онлайн-щоденника.

Професійні в якій-небудь області теж ведуть свої блоги, звертаючи це на користь. Стаючи популярнішим конкурентів, легше отримати дорогий замовлення.

2.2. Сайти корпоративного напрямку

До цієї категорії належать:

- корпоративні сайти;
- сайти-візитки;
- онлайн-портфоліо.

Корпоративні сайти, в свою чергу, поділяються на іміджеві та інформаційні.

Іміджеві сайти спрямовані на те, щоб рекламувати пропоновані послуги або товар.

Такі сайти спонукають зробити дзвінок і довідатися подробиці, пропонують відвідувачу ознайомитись з новинами, умовами проведених акцій. З цієї причини їх дизайну приділяється дуже багато уваги. Він повинен бути яскравим.

Інформаційні корпоративні сайти потрібні для налагодження роботи між філіями однієї компанії. З допомогою цих ресурсів з'являється обмін документами, вирішуються питання з кадрами. Користувачам, які не є працівниками цих організацій, такі сайти нічим не допоможуть.

Сайти-візитки призначені для подання невеликої фірми, тільки набирає популярність.

Вони можуть складатися з 2-3 сторінок, найбільші розкидають інформацію по 20 сторінок. Ці сайти швидко створюються, з-за чого і ціна на них невелика. Завдяки невеликому обсягом контенту управління ними теж полегшується.

Сайти-портфоліо містять інформацію про раніше виконані проекти певної компанії.

Найкраще такі сайти підходять для фотосалонів, веб-розробників і людей, що працюють з графікою.

2.3. Комерційні сайти

Сайти-вітрини, промо-сайти, інтернет-магазини — все це приклади підкатегорії комерційних сайтів.

Інтернет-магазини пропонують ті ж послуги, що і звичайні магазини.

Читайте також: Як відкрити інтернет магазин по посиланню.

Сайти-вітрини відрізняються від них тим, що купити на них що-небудь неможливо — вказана тільки інформація про товар.

Промо-сайти (наприклад, лендінгем-пейдж) являють собою ще один різновид веб-реклами. Служать вони для барвистого представлення товару або послуги, масштабної піар-акції. Ці сайти не можуть похвалитися довгим існуванням — представивши товар, вони зникають, коли той втрачає популярність.

2.4. Соціальні сайти

Виділяється 2 види соціальних ресурсів:

- форуми;
- соціальні мережі.

Форуми створені для спілкування на різні теми. Весь контент створюють користувачі своїми повідомленнями.

Форуми найчастіше присвячені якій-небудь одній темі або галузі.

Існують форуми з оплатою за повідомлення, на яких активність підтримується з допомогою фінансової мотивації. Іноді форум прикріплений до сайту, який і є основним проектом.

Соціальні мережі теж бувають вузькоспрямованими і общенаправленими, і в цій підкатегорії популярністю користуються саме останні.

Вузькоспрямовані соцмережі пропонують спілкування між людьми будь-якої професії або об'єднаних за інтересами, і тому не набирають багато користувачів.

Як і форуми, соцмережі призначені для спілкування, але при цьому користувачі мають власні сторінки з детальною інформацією, а розмови ведуться приватно.

2.5. Веб-сервіси

Інтернет-сервіси — різноманітна і корисна категорія сайтів. Найчастіше користувачі звертаються за допомогою до таких проектів:

- Хостинги — сайти, що пропонують хостингові послуги.
- Пошукові системи — сервіси для пошуку інформації.
- Поштові системи — служби для відправлення та отримання електронних листів.
- Каталоги — сайти, що містять структуровані посилання на інші проекти з коротким їх описом.
- Дошки оголошень — інтернет-ресурси, що містять різноманітні оголошення від користувачів.

Визначення цільової аудиторії

Важливим для створення успішного сайту є аналіз контингенту людей, на чию відвідуваність він найбільше розраховує. Необхідно виявити основні потреби цільової аудиторії, після чого впорядкувати їх за ступенем важливості.

Аудиторію любого сайту в загальному можна поділити:

- **Цільова аудиторія сайту** - це відвідувачі, на яких розраховано проект і яким повинен бути цікавий наданий матеріал.
- **Побічна аудиторія сайту** - це різновид цільової аудиторії, але не настільки явно виражений. Це люди, які заходять на сайт за «побічними» запитамі, що певним чином збіглися з тематикою сторінки. Вони заходять на нього, і якщо це нецільовий клієнт, то він піде майже відразу, якщо цільовий, то він залишиться. З цього випливає, що побічна аудиторія сайту - теж цільова і варта уваги.
- **Випадкова аудиторія сайту** - це люди, які заходять за випадковими нетематичними запитамі, які чомусь потрапили в топ пошукової системи. Така аудиторія здебільшого інтересу не представляє, зазвичай, ці люди просто покидають сайт.

В залежності від того, які саме матеріали містить сайт, можна спрогнозувати загальні риси представників цільової аудиторії і скласти «портрет клієнта».

Портрет клієнта - це впорядкована інформація про пересічного представника цільової аудиторії: вік, стать, соціальний рівень, життєві інтереси. Згідно з цим, слід визначати колірну гаму, стиль сайту, складати відповідні тексти, подачу матеріалів і рівень спілкування.

Деталізуємо які бувають види веб сайтів?

- Landing Page
- Сайт візитка
- Форум
- Блог
- Сайт новин
- Інформаційний сайт
- Корпоративний сайт
- Інтернет-магазин
- Портал
- Онлайн-сервіс

Це далеко не повний список. Існують ще такі види: дошки оголошень, сайт новин, форуми, файлообмінники, портали і багато інших. Є ще й специфічні типи, такі як сателіти, MFA і MFS-сайти, але не будемо забивати вам голову зайвою інформацією.

Тепер докладніше розглянемо список основних видів сайтів і їх призначення.

Landing Page

Сторінка-вітрина, також **лендінг** (англ.. *Landing page*) – це завершальна сторінка воронки продаж, також – веб-сторінка, яка відкривається при натисканні на рекламне оголошення чи ланку (лінк). «Цільова сторінка» є логічним продовженням рекламного оголошення або посилання. Часто «лендінги» пов'язані з соціальними медіа, розсилками електронною поштою або маркетинговими кампаніями пошукових двигунів (контекстною рекламою) з метою підвищення ефективності реклами. «Лендінг» може бути будь-якою сторінкою сайту або спеціально створеною окремою сторінкою. Загальна мета «лендінгу» перетворення (конверсії) відвідувачів сайту в потенційних покупців, тому її ще часто називають «приманка для клієнтів».

В залежності від маркетингової стратегії, процес перетворення, передбачає виконання користувачем певних дій, як-от:

- оформити замовлення на покупку
- продати конкретний продукт в конкретній ситуації (розпродаж, промоакція)
- залишити контактну інформацію (зазвичай: адреса електронної пошти або номера телефону)
- підписатися на розсилку
- реєстрація на сайті
- інформація для інших користувачів / оголошення про цільову сторінку
- віра в бренд – витратити достатньо часу на сайті, дивитися фільми, читати листівки
- завантажити або встановити якусь програму

Відсоток конверсії відвідувачів є показником ефективності сторінки-вітрини, в залежності від галузі він коливається в межах 2-3 відсотків. Це означає, що, наприклад, із 1000 осіб які відвідали «лендінг» - 20-30 зробили якусь із вищевказаних дій.

Сайт-візитка

Сайт-візитка найчастіше складається з декількох сторінок:

- інформація про фахівця;

- сторінка з послугами та цінами;
- сторінка з відгуками про роботу і портфоліо;
- контактна інформація для зв'язку.

Зараз даний вид сайтів менш популярний, так як майже кожен може створити собі повноцінний сайт для кращої пошукової оптимізації, а фахівці, які запускають свій сайт або представляють новий проект, часто використовують Landing Page.

Форум

Перші форуми з'явилися на початку 2000-х, але все ще залишаються популярним місцем спілкування. Форум – це сайт для спілкування, тут створюють теми і допомагають один одному в рамках однієї загальної тематики.

Найчастіше форуми створюють на наступні, в основному, вузькі теми:

- сім'я та діти;
- відносини;
- стиль;
- гри;
- фінанси;
- і інші популярні теми.

Блог

Блог можна охарактеризувати як онлайн-щоденник і спосіб ділитися корисною інформацією (контентом). Хтось пише про своє життя, хтось ділиться життєвим досвідом і навчає свою аудиторію. Блог це ще й діалог між автором і читачами.

Фахівці створюють блог, щоб ділитися своїм професійним досвідом з читачами. Такий блог служить хорошим інструментом для самопіару і реклами своїх послуг (не тільки для компаній, але і для приватних фахівців).

Блоги створюються для:

- самовираження;
- самопіару і залучення уваги;
- заробітку прямими або непрямыми методами.

На блозі можна заробляти продаючи рекламу і публікуючи рекламні пости або продавати товари і послуги.

Почати вести блог досить просто. Наприклад, на платформі livejournal або blogger. Можна замовити розробку блогу у фрілансера або у веб-студії.

Сайти новин

Відмінна риса сайту новин – відвідуваність (понад 3 000 відвідувачів на добу) і вид контенту. Залежно від охоплення і масштабу можна поділити на міські, обласні новинні сайти, новинні сайти в масштабах держави і світу.

Можна ще виділити вузькотематичні ресурси, наприклад: новини фондових і валютних ринків. Існують великі портали новин про високі технології, фінанси, бізнес, бухгалтерію, ігри, спорт і т. д.

Вузька тематика обмежує обсяг трафіку на сайт новин, однак, найчастіше, аудиторія таких сайтів більше лояльна.

Інформаційні сайти

Інформаційні сайти (ще називають SEO-сайти) мають дуже схожий вигляд на сайт новин, але мають ряд відмінностей. SEO-сайти створюються для надання відвідувачам того, що цікавить їх.

Основне завдання SEO-сайту – вихід в ТОП пошукової видачі за певними запитами. З цією метою пишуться і оптимізуються статті, складається ядро сайту, проводиться аналіз і моніторинг для поліпшення ресурсу і контенту.

Корпоративні сайти

Сайт для середніх і великих компаній.

Створюється для публікації такої інформації:

- Про компанію;
- Про вакансії;
- Про товари, послуги;
- Про партнерів;
- Про контактної інформації.

Досить часто на корпоративних сайтах присутній каталог продукції з актуальними цінами і новини компанії. На деяких сайтах присутні додаткові сервіси для клієнтів, закриті розділи сайту, в які можна потрапити тільки після реєстрації. Наприклад: сайти дистриб'юторів надають доступ в b2b-розділ, де можна здійснювати замовлення продукції за оптовими цінами.

Інтернет-магазини

Назва говорить сама за себе. Інтернет-магазин (онлайн-магазин) – це платформа, де ви розміщуєте свої товари, а відвідувачі купують товар, оформляючи замовлення і оплачуючи покупку в режимі онлайн. Завдяки інтернет-магазину, спрощуються процеси покупки, оплати і отримання замовлень.

Інтернет-магазини набули широкого поширення, тому що дозволяють стартувати без значних капітальних вкладень в інфраструктуру, персонал, склади і торгові платформи.

Інтернет-портали

Інтернет-портал – тип сайту, який містить різні блоки, сервіси, новини і корисні матеріали. Найбільш популярний формат порталів – міські портали. Міські портали надають різну інформацію про те чи інше в місті чи області: новини, прогноз погоди, вакансії, каталоги компаній, оголошення та ін.

Портали досить складний в розробці вид сайту, тому що вимагає великої команди фахівців.

Онлайн-сервіси

Онлайн-сервіси дещо відрізняються від інших видів сайтів. Головне завдання такого сайту – здійснення певних процесів онлайн.

Найбільш популярні і, ті що мають великий попит онлайн-сервіси:

- Фріланс-біржі;
- Органайзери та календарі;
- Кредитні калькулятори;
- Редактори документів;
- Онлайн-бухгалтерія;
- Онлайн CRM-системи
- Хмарні файлові сховища.

Онлайн-сервіси можуть бути як самостійними, так і бути частиною масштабних проєктів (Google Disk, Google Docs і т.п.).

Цільова аудиторія сайту

Цільова аудиторія сайту («цільові відвідувачі», «цільовий трафік», «цільова відвідуваність») – так називаються відвідувачі певного сайту, для яких призначений зміст інтернет-ресурсу.

Класифікація цільових аудиторій сайту

У зв'язку з цілями відвідування сайту серед цільових аудиторій виділяються наступні типи:

1. Аудиторія, яка зацікавлена в інформації, наявної на сайті;
2. Коло користувачів, яким цікаві товари і послуги, представлені на сайті;
3. Відвідувачі, зацікавлені в тому, щоб придбати товари та послуги, представлені на сайті.

Відповідно до термінології з теорії перекладу, аудиторія може бути відкритою і закритою. Якщо говорити про відвідувачів сайту, то це означає наступне:

- Закрита аудиторія - користувачі без зворотного зв'язку;
- Відкрита аудиторія - користувачі, що володіють якоюсь організацією і можливістю зворотного зв'язку (форуми, відгуки, коментарі).

Аудиторія другого типу має ряд переваг:

1. Користувачі проводять значно більшу кількість часу на сайті при спілкуванні між собою і адміністраторами;
2. Відвідувачі більше довіряють ресурсу, отримуючи відповіді на питання від власників, адміністрації або сторонніх користувачів;
3. З'являється бажання з'являтися на сайті знову для того, щоб продовжити спілкування, або отримати інформацію в індивідуальному порядку.

Популярність соціальних мереж давно поза всякими сумнівами. Принципи побудови їх застосовні до будь-яких ресурсів для залучення аудиторії. Це незмінно дасть позитивні результати.

Як визначається цільова аудиторія сайту? Портрет цільового відвідувача

Для визначення цільової аудиторії конкретного сайту, спочатку слід скласти приблизний портрет цільового відвідувача. В якості основних характеристик відвідувачів виступають:

- Веб-браузери;
- Вік;
- Місце проживання;
- Стать;
- Соціальний статус;
- Статистика поведінки на сайті;
- Сфера зайнятості;
- Тип мережевого підключення;
- Рівень освіти;

- Фінансове положення;
- Характеристики відповідно до специфіки конкретного сайту;
- Частота використання інтернету.

Орієнтування на портрет цільових відвідувачів сайту слід проводити в момент розробки дизайну сайту з наповненням його контентом.