

Сайт в Интернете так же необходим любой компании, как номер телефона. Даже тем компаниям, бизнес которых непосредственно не связан с Интернетом, приходится считаться с тем, что их клиенты и партнеры рассчитывают найти информацию о них в Сети. Сайт должен содержать адрес компании, рассказывать о ее деятельности и продукции, сообщать заинтересованной аудитории необходимые новости. Если компания предлагает товары или услуги, ищет сотрудников, добровольцев, партнеров, инвесторов или спонсоров, сайт необходим для распространения этой информации.

### Разработка веб-сайта

Создание простейшего веб-сайта - это разработка структуры сайта, верстка всех его страниц, создание системы навигации, графических элементов оформления, установка программного обеспечения, позволяющего сотрудникам компании наполнять страницы сайта информацией. На сайте небольшой компании может быть каталог продукции, привязанный к складской базе данных для отражения складских остатков, интернет-магазин для оформления заказов, а также форум или блог компании для общения с аудиторией.

Наименее затратный способ создания веб-сайта - самостоятельная разработка. В Интернете существуют бесплатные системы управления содержимым, то есть программы для наполнения страниц сайта информацией (наиболее распространенные: WordPress, Joomla и Drupal), и готовые шаблоны веб-сайтов. Их установка и настройка не требуют высокой квалификации. Если сделать это самостоятельно не удастся, можно найти компанию или веб-мастера, который наладит простой шаблонный веб-сайт за вознаграждение в пределах 10 тысяч рублей. Если в вашей компании нет веб-мастеров, непрофессионализм самодельного веб-сайта будет бросаться в глаза, между тем посетители будут составлять по такому сайту мнение о вашей компании.

Разработку сайта можно заказать в веб-студии или у фрилансеров. Самые известные российские веб-студии ориентируются на средний и крупный бизнес и не берутся за заказы дешевле нескольких десятков тысяч долларов. Более скромные компании работают с малым и средним бизнесом. Ни у одной компании нет официальных расценок на разработку сайтов, стоимость каждого проекта рассчитывается индивидуально, исходя из временных затрат специалистов: дизайнеров, верстальщиков, программистов и тестировщиков. Поэтому определить ориентировочную стоимость разработки веб-сайтов можно только по оценкам работников отрасли. Принято считать, что за

сумму от 20 до 30 тысяч рублей московская веб-студия может сделать лишь сайт, требующий минимальных вложений труда, не более нескольких часов работы. По исследованию аналитического портала CMS Magazine, средняя стоимость разработки сайта в 1-м квартале 2010 года в Москве составила около 180 тысяч рублей, в регионах - 60-90 тысяч. Соответственно, разработка качественного сайта для малого бизнеса в московских веб-студиях может стоить около 80-180 тысяч, в региональных - около 50-90 тысяч. При более значительном бюджете разработчик может предложить не только веб-сайт, но и общую стратегию продвижения бизнеса в Интернете.

Распространено мнение, что фрилансеры, работающие в этой области, - это студенты, которые клепают нехитрые сайты в свободное от учебы время, но на самом деле среди частных веб-мастеров немало настоящих профессионалов, которые ушли из студий в свободное плавание. Фрилансеры нередко работают командами, практикующими такое же разделение труда, которое существует в крупных компаниях. По оценке работников отрасли, за сравнимый объем работ фрилансеры берут в 2-3 раза меньше, чем веб-студии. Московские фрилансеры обычно берутся за сайты бюджетом от 30 тысяч рублей. Однако сотрудничество с фрилансерами сопряжено с определенными рисками и неудобствами: заказчик должен сам контролировать ход работы и сроки сдачи, ему придется выплачивать гонорар физическому лицу, а при наличии претензий с фрилансера труднее взыскать неустойку.

При выборе человека или компании, которая будет разрабатывать ваш веб-сайт, надо познакомиться с их готовыми работами. Веб-разработчики охотно демонстрируют заказчикам свои портфели готовых проектов, но часто бывает достаточно взглянуть на собственный сайт веб-студии, оформленный в стиле «вырви глаз», чтобы понять, что такой подрядчик вас не устраивает.

Но самая сложная задача для заказчика – грамотно составить техническое задание. В него надо включить все возможные задачи, которые вы будете решать с помощью веб-сайта, с прицелом на будущее, чтобы потом не приходилось снова обращаться к разработчикам для добавления новых функций и разделов. Кроме того, необходимо продумать, кто в компании будет отвечать за наполнение сайта информацией.

### **Доменное имя и хостинг**

Помимо расходов на разработку сайта владельцу приходится платить за доменное имя

(это адрес сайта в Интернете, например `vasha-kompanya.ru`) и за услуги хостинга, то есть за размещение сайта в Интернете (услуги хостинга включают также поддержку электронной почты на вашем домене, например адресов вида `info@vasha-kompanya.ru`).

Регистрация доменного имени в зоне.ru стоит 400-600 рублей, ежегодный платеж за доменное имя составляет порядка 400-450 рублей. При регистрации доменного имени следует обратить внимание на то, чтобы домен был записан на имя вашей компании, а не на кого-то из посредников.

Стоимость хостинга зависит от объема, посещаемости и функциональности вашего сайта. Для большинства некрупных компаний подойдет самый простой вариант хостинга, который называется виртуальный хостинг (это значит, что ваш сайт будет работать на одном сервере с другими сайтами). Услуги виртуального хостинга на платформе Unix (на которую рассчитано большинство веб-приложений) с поддержкой всех стандартных технологий, которые необходимы для работы сайта (базы данных MySQL, скриптовые языки PHP и Perl, доступ по SSH), и электронной почты могут стоить у крупнейших российских хостинг-провайдеров (таких как «Мастерхост», «Хостинг-центр», «Зенон Н.С.П.», «Агава») от 2400 рублей в год. В некоторых случаях социальные предприниматели могут сэкономить на хостинге: многие хостинг-провайдеры предлагают бесплатный хостинг для сайтов некоммерческих учебных организаций, а некоторые - и для социально ориентированных компаний широкого профиля.

Кроме того, существуют сайты бесплатного хостинга, такие как uCoz, «Яндекс.Народ» и Google Sites. Они предлагают средства для удобного создания простых домашних страниц, но для коммерческого применения практически бесполезны. Они не позволяют иметь собственное доменное имя, обладают ограниченными техническими возможностями, которые не дают разместить на них полнофункциональный веб-сайт.

Не все хостинг-провайдеры оказывают услуги высокого качества, поэтому к выбору хостинга следует подойти внимательно, с учетом отзывов других пользователей. Но каким бы надежным ни был хостинг-провайдер, необходимо регулярно делать полные резервные копии своего веб-сайта, чтобы средства, вложенные в его разработку и поддержку, не пропали в одночасье из-за непредвиденных обстоятельств.

### Поддержка и продвижение сайта

Чтобы у посетителей веб-сайта не складывалось впечатление, что деятельность вашей компании «заглохла», надо регулярно обновлять выложенную информацию. В свою очередь разработчик вашего веб-сайта должен предоставить доступные для неспециалистов средства для редактирования и дополнения содержимого веб-сайта.

Если вы хотите с помощью веб-сайта не только информировать аудиторию, интересующуюся вашей компанией, но и расширять ее, можно использовать различные средства интернет-маркетинга: размещение рекламы или поисковую оптимизацию.

Основные виды рекламы в Интернете - контекстная и медийная. Контекстная реклама – это размещение текстовых рекламных объявлений в результатах поиска и на страницах с ключевыми словами, которые вы задали (например, если вы производите мягкую мебель, вы можете «купить» ключевые слова «кресла», «диваны» и т.п.). Основные поставщики контекстной рекламы в России – это Google (сервис AdWords), «Яндекс» («Яндекс.Директ») и «Бегун».

Медийная реклама -это размещение графической (баннеры) и видеорекламы (флеш-баннеры) на крупных порталах, тематических сайтах или в баннерообменных сетях. Медийная реклама работает менее прицельно и требует значительно больших затрат, чем контекстная, поэтому она больше подходит для крупного бизнеса и интернет-компаний.

Задача поисковой оптимизации (SEO) - поднять ваш сайт в списках, которые выдаются поисковыми системами по значимым для вашего бизнеса запросам. Компании, которые занимаются поисковой оптимизацией, редактируют содержимое вашего сайта таким образом, чтобы программы поисковых систем получали более адекватное представление о его содержимом. Некоторые также прибегают к «черным» методам поисковой оптимизации, пытаясь обмануть алгоритмы поисковых систем, однако такие методы чреваты тем, что ведущие поисковые системы могут исключить ваш сайт из результатов поиска. Не стоит обманываться кажущейся дешевизной поисковой оптимизации по сравнению с рекламой.