

Разработка вэб-представительства ателье мод «Эксклюзив»

Дашутина Анастасия Валерьевна

студент, 5 курс, институт информатики инноваций и бизнес систем

Кийкова Елена Валерьевна

научный руководитель, информатики инноваций и бизнес систем, ст. преподаватель

кафедры информационных систем и прикладной информатики

ФГБОУ ВПО Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,

Владивосток, Россия

E-mail: nassty1919@gmail.ru

Создание вэб-представительства фирмы является серьезной опорой в создании конкурентоспособного имиджа и средством выведения предприятия на новый уровень.

Объектом исследования является ателье мод «Эксклюзив» города Владивостока. Проанализировав деятельность компании, были выявлены следующие недостатки:

- реклама фирмы осуществляется в журнале «Обломoff». Других способов осуществления рекламы ателье мод не ведёт;
- ателье мод имеет возможность обслуживать большее количество клиентов, но на данный момент количество клиентов меньше, чем возможности ателье мод;
- работа менеджера по заказам с одним клиентом занимает около полутора часов, тем самым отнимая большое количество времени у клиентов и сокращая их поток за день в разы.

Решению данных проблем поможет создание вэб-представительства. Вэб-представительство ателье мод «Эксклюзив» позволит:

- дать дополнительную возможность клиентам, осуществлять поиск ателье мод через интернет;
- расширить круг потенциально новых клиентов и партнеров;
- осуществлять запись на прием и расчет метража необходимой ткани в любое время, когда удобно клиенту, что в разы сократит работу менеджера по заказам и сэкономит время клиента;
- дать возможность для дополнительной рекламы, по средством размещения адреса интернет – ресурса в интернет-справочниках о компаниях города и на рекламе в журналах или визитках.

Для того чтобы определиться какую информацию будет содержать вэб-представительство и каким образом оно должно быть оформлено был проведен анализ трех вэб-представительств ателье мод: «Вилора», «Швейное ателье мод», «Богема» [2-4].

Для анализа были выбраны следующие критерии [1]: цветовая гамма; навигация; ссылки; содержание.

Результаты проведенного анализа по перечисленным выше критериям представлены в таблице 1.

Таблица 1

Анализ вэб-представительств по критериям

Критерии	Сайт Ателье мод «Богема»	Сайт ателье мод «Вилора»	Сайт «Швейное ателье мод»
Цветовая гамма	угнетает	приятная	приятная
Навигация	удобная, но в ней легко запутаться	удобная	удобная
Ссылки	работают	работают	работают
Содержание	несколько перегружено информацией	обычное, отражает самое нужное	обычное, отражает самое нужное

По результатам проведенного анализа был разработан макет главной страницы веб-представительства, который представлен на рисунке 1.

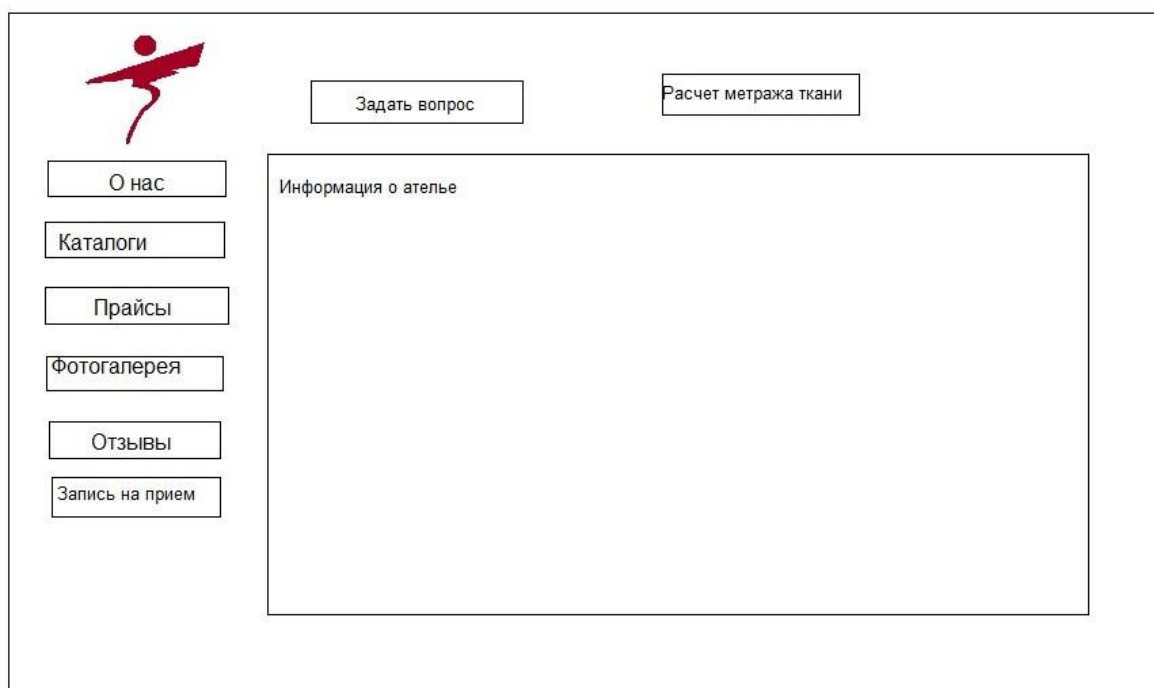


Рисунок 1 - Главная страница веб-представительства

Главная страница содержит информацию о ателье мод, контактные данные. С главной страницы возможен переход в разделы каталоги, прайс-листы, фотогалерея. На сайте можно осуществить расчет метража ткани и оставить свой отзыв на сайте о выполненном заказе. Также с главной страницы можно перейти в раздел записи на прием и раздел, где есть возможность задать интересующий тебя вопрос.

В процессе исследования деятельности ателье мод «Эксклюзив»:

- были выявлены проблемы, препятствующие продвижению компании и расширению базы клиентов;
- рассмотрены пути их решения;
- была обоснована необходимость создания веб-представительства компании;
- разработана структура будущего веб-представительства и продумано его информационное наполнение.

Литература

1. Критерии оценивания Вэб-сайта Челябинский государственный университет. – Режим доступа: http://www.cspu.ru/informka/kriteri_7.htm
2. Вэб-представительство Швейное ателье мод. – Режим доступа: <http://spb-mod.ru/>
3. Вэб-представительство Ателье мод Богема. – Режим доступа: <http://fashionbogema.ru/>
4. Вэб-представительство Ателье мод Вилор. – Режим доступа: <http://wilor.ru/>