

БИЗНЕС ПО ПРАВИЛАМ

Региональный
рекламно-
информационный
журнал №4 (11)
07/2009

ПРАВИЛЬНЫЙ ПОДХОД К ДОСТИЖЕНИЮ УСПЕХА



COMPLEXED BUSINESS SOLUTIONS **комплексные бизнес решения**

ПРИОРИТ Σ T **облако**

САЙТАКТИВ **IBSolutions**

АПРИОРИ
группа компаний

Денис Нежданов:
Председатель совета CBS-group
Новые правила
эффективного бизнеса



foto: www.rubyline.com

Интернет-каталог: ОПТИМИЗАЦИЯ

Современный деловой мир развивается с огромной скоростью, не останавливаясь и не замедляя темпа. Практически стёрта грань между днём и ночью, бизнес не терпит медлительности и вальяжного отношения к себе, нет остановок даже на короткую передышку. Колоссальные денежные потоки, за одну ночь могут превратиться в небольшой ручеек и в точности наоборот.

В век инновационных технологий всё больше и больше обретает чёткие рамки другой мир – мир Интернета, который практически поглотил весь деловой мир. Скорость, огромная база данных, возможность соединения людей в любой точке мира, обмен информацией – это лишь малая часть достоинств, благодаря которым миллионы деловых людей делают ставку на Интернет.

Важной составляющей любой компании является имидж и репутация. В Интернете эту нагрузку несёт на себе официальный сайт компании или, как его называют, имиджевый сайт. Но не стоит забывать, что главная функция любого сайта – привлечение новой клиентуры и, как следствие, прибыли. А как сделать так, чтобы сайт «заработал»? Ведь сам по себе сайт – это красивая интерактивная картинка, которая содержит максимально полную информацию о своём владельце, но таких «картинок» на просторах Интернета миллионы, и как выделить именно этот сайт?

Для того чтобы сайт стал эффективным инструментом бизнеса, его необходимо оптимизировать. Вот тут, как раз, и стоит поговорить о тех предпринимателях, которые готовы вливать денежные потоки в Интернет-развитие, и тех, кто остался на берегу небольшого ручейка в результате этих вливаний.

Раскрутка

Итак, вариант первый. В настоящее время огромное количество Интернет-фирм предлагают свои услуги на рынке оптимизации сайтов: это и огромные фирмы с развитой инфраструктурой, и небольшие фирмы, только начинающие свой путь. В зависимости от развития и статусности ценовой диапазон у них также разнится от 4500 руб. в месяц до 90000 руб. на те или иные услуги. При этом, не нужно забывать, что эти суммы надо вносить ежемесячно, так как реальный эффект оптимизации возникает после полугодового обслуживания. Так что же именно предлагают «оптимизаторы»?

Зарегистрировать сайт в поисковых системах: совершенно неважно в скольких поисковых системах вы зарегистрированы и зарегистрированы ли вообще. Сам факт регистрации ещё не гарантирует целевых посетителей.

«Качественные e-mail рассылки 20 миллионам пользователей!» Как вы уже догадались, это ничто иное, как СПАМ. Проблема заключается в том, что вы отправляете письмо людям, которые не

хотят получать его. Множество людей будут с раздражением и злостью удалять ваше сообщение при получении, а большинство не получат письма вовсе, так как оно будет заблокировано специальными СПАМ-фильтрами. Но самое главное – это может навсегда подорвать вашу репутацию в глазах вашей целевой аудитории. Так что данный способ раскрутки может легко стать для вас последним.

10000 гарантированных посетителей всего за....Если вам предлагают получить N тысяч посетителей на ваш сайт за скромную сумму, то значит, вы наткнулись на систему активной раскрутки (САР). Подобные системы могут с лёгкостью раскрутить ваш счётчик посещений, однако самих посетителей вы не получите. О продажах в данном случае стоит забыть вовсе. Займите первую позицию в Яндексе по слову или словосочетанию... Вы можете заплатить небольшую сумму, чтобы занять позицию в поисковых системах по какому-то слову. Не исключено, что это слово не будет запрашиваемым. То есть вы будете находиться по нему на первой позиции, но не будете получать посетителей. Чтобы раскрутиться по более популярным запросам, вам придётся переплачивать оптимизаторам в несколько раз, причём за каждый месяц раскрутки.

Итак, что же в итоге мы получаем? Регистрация в поисковых системах сама по себе не эффективна, если не заниматься дополнительной оптимизацией сайта, то есть придётся платить не за одну услугу, а как минимум за две. Испорченная репутация из-за спамовой рассылки и, как водится, напрасная трата времени и денег на этот вид услуг. Недостоверная статистическая информация не даёт ни новых клиентов, ни, собственно, прибыли, а для того, чтоб занимать топовые места в поисковых системах, нужно быть готовым к тому, что это экономическая «чёрная дыра», ежемесячное финансирование которой всё равно не даёт гарантии на нахождение в первых строчках списка. Есть компании, которые сознательно идут на все эти риски, им важно осознавать свой приоритет и



Наш эксперт:
Толстоуцкий
Андрей Алексеевич,
Директор Интернет-каталога
www.StroyIP.ru

Чтобы
занимать
топовые места
в поисковых
системах,
нужно быть
готовым к тому,
что это –
экономическая
«чёрная дыра»,
ежемесячное
финансирование
которой
всё равно не
даёт гарантии
на нахождение
в первых
строчках списка

респектабельность, по отношению к своим конкурентам. С финансовой точки зрения – это не выгодно, так как, соревнуясь меж собой, эти компании забывают о других фирмах, которые выбрали другой метод оптимизации, гораздо менее затратный и наиболее экономически выгодный.

Сотрудничество

Поговорим об этом виде оптимизации. Речь идёт о различных тематических Интернет-каталогах, которые и выполняют функцию оптимизаторов. Суть существования подобных каталогов сводится к тому, что пользователь, зашедший на портал, видит всю интересующую его информацию в одном месте. Сотрудничество компании с каталогом позволяет ей стремиться к тому, чтобы информацию о компании просматривали заинтересованные люди. Основные посетители каталогов – это целевая аудитория. Самое важное на этапе сотрудничества – это достижение желаемого эффекта и профессионализм в сфере маркетинга услуг. Для этого внедряются новые популярные сервисы (одна из последних новинок – Интернет-телефон, фирмы, заказавшие эту услугу, будут получать звонки от своих клиентов прямо из Интернета, с любой точки мира бесплатно). Интернет-каталог продвигается в оф-лайн среде (присутствие на всех тематических выставках, печатных изданиях) и в он-лайне с учетом тенденций Интернет-рынка.

Давайте сравним услуги от оптимизаторов «имежевого» сайта и от Интернет-каталога.

Во-первых, Интернет-каталоги не производят регистрацию обратившихся к ним фирм в поисковых системах – это не требуется, так как каталог самостоятельно регистрируется и продвигается во всех поисковиках как отдельная единица, следовательно, весь его ресурс автоматически индексируется поисковыми роботами.

Во-вторых, Интернет-каталоги, зарекомендовавшие себя как серьёзные и действенные порталы, никогда не используют СПАМ. В этом случае принимается

более эффективная и работающая на репутацию рассылка – новостная. Почти у каждого портала имеются подписчики, и это именно те люди, которым важна рассылаемая информация. Никто из них не удалит письма, не прочитав его, потому что они целенаправленно подписывались на рассылку новостей для получения необходимой информации. Конечно, новостная рассылка не сравнится по объёму со СПАМовой, но её качество и процент читаемости превосходит в разы.

В-третьих, что, по сути, предлагает каждый Интернет-каталог? Конечно же, это его целевая аудитория. Посмотрев по достоверным счётчикам портала, каждый может легко увидеть посещаемость ресурса и посчитать, какую аудиторию и количество просмотров сможет получать его фирма.

Важным будет сказать, что предпочтение стоит отдавать тем каталогам, которые имеют небольшое количество фирм на балансе и хорошую посещаемость. К примеру: количество компаний – 200, посетителей – 1000 за день, значит, в среднем 1 пользователь просмотрел 5 компаний, и второй пример: количество компаний – 1800, посетителей – 1000, значит, в среднем на одну компанию приходится 0,5 посетителя. Это тоже не маловажный фактор при выборе Интернет-каталога.

Резюмировав всё вышесказанное, делаем вывод, что, обратившись один раз за услугами в Интернет-каталог, руководителю компании не придётся каждый день вкладывать средства в оптимизацию сайта, ломать голову над идеями, как же получше его раскрутить. Для компании теперь главное проводить мониторинг звонков и отслеживать Интернет-клиен-

тов, а как показывает практика, количество таких звонков увеличивается в разы, что является неотъемлемой заслугой Интернет-каталогов.

Конечно, каждый в праве выбирать самостоятельно, какой вариант оптимизации ему более подходит, но каждый должен знать и осознавать, что дорого – это не всегда хорошо, а быть в группе с кем-то – не всегда плохо.

Интернет-каталог www.STROYIP.RU

для бизнеса предлагает пакеты «ОН-ЛАЙН МЕНЕДЖЕР» «STROYIP.RU-BUSINESS» «STROYIP.RU-СТАНДАРТ» «STROYIP.RU-ЭКОНОМ» (343) 221-03-23, 221-03-24

