

Цели и задачи сайта

Цель сайта обеспечивает подкрепление для достижения компанией маркетинговых целей по привлечению клиентов и формированию имиджа

Задачи сайта обеспечивают достижение основных целей сайта.

В результате предварительного анализа бизнес-ниши Заказчика для сайта компании «МегаПром» выделены следующие цели и задачи:

Цель сайта:

- Увеличение эффективности сбыта продукции, предлагаемой компанией «МегаПром»

Задачи сайта:

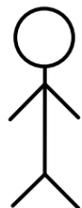
- Вывод клиента на контакт:
 - *Снижение коммуникационного барьера*
 - *Предоставление контактной информации*
- Формирование и поддержания позитивного имиджа компании:
 - *Публикация имиджевой информации о компании*
 - *Размещение имиджевой рекламы компании*
- Подтверждение качества оборудования и услуг:
 - *Предоставление информации по качеству продукции*
 - *Предоставление информации по сервисному центру*
 - *Обеспечение последующей поддержки клиентов*
- Информирование о свойствах продукции:
 - *Предоставление подробной информации по продукции*
 - *Предоставление дополнительной информации по продукции*
- Оптимизация процедуры заказа:
 - *Предоставление удобной системы уточнения характеристик продукции*
 - *Предоставление системы онлайн-заказа товаров*
 - *Предоставление корпоративным клиентам сопроводительной информации для оформления заказа*
 - *Предоставление физическим лицам сопроводительной информации для оформления заказа*
- Стимулирование продаж с сайта:
 - *Косвенное стимулирование продаж*
 - *Прямое стимулирование продаж*
- Формирование клиентской аудитории, лояльной к сайту и компании:
 - *Предоставление доступов к персональным функциям сайта*

Целевые группы сайта

Целевые группы сайта – это типовые группы взаимодействующих с помощью сайта людей.

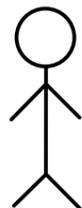
На основе предварительного маркетингового анализа отрасли для сайта компании «МегаПром» выделены следующие целевые группы:

Внутренние ЦЕЛЕВЫЕ группы:



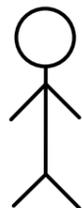
Группа: «Сбытовик»

Сотрудник, ответственный за сбыт оборудования на сайте



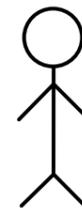
Группа: «Маркетолог»

Сотрудник, ответственный за маркетинговое продвижение компании в интернет



Группа: «Сотрудник сервисного центра»

Сотрудник, ответственный за дальнейшую поддержку клиентов



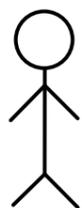
Группа: «HRM»

Лицо, ответственное за прием персонала с помощью сайта

Внутренние группы – это посетители сайта, являющиеся сотрудниками компании.

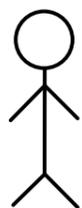
Внутренние нецелевые группы – это посетители сайта, являющиеся сотрудниками компании, с которыми не происходит активной работы на сайте

Внешние ЦЕЛЕВЫЕ группы:

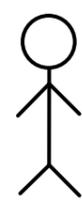


Группа: «Клиент: Корпоративный»

Внешние целевые группы – это посетители сайта, не являющиеся сотрудниками компании, с которыми происходит активная работа на сайте



Группа: «Клиент: Физическое лицо»



Группа: «Соискатель вакансий»

Внешние нецелевые группы – это посетители сайта, не являющиеся сотрудниками компании, с которыми не происходит активной работы на сайте

Описание портрета внутренних групп

Группы: Все внутренние группы

Целевая группа	Описание портрета группы (методом выделения персонажей)	Задачи, решаемые группой на сайте (перечислены в порядке приоритетов для каждой группы)
Внутренние группы – Сотрудники компании «МегаПром»		
Сбытовик (Сотрудник, ответственный за сбыт оборудования на сайте)	<ul style="list-style-type: none"> Менеджер компании «МегаПром», занимается активным сбытом оборудования, а также поддержкой клиентов на сайте 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Организация первичной консультации клиентов о покупке</u> с помощью «Онлайн-консультанта» <u>Предоставление подробной информации по оборудованию:</u> Более подробно ознакомить клиента с ассортиментом компании «МегаПром» с помощью размещения оборудования и информации по техническим характеристикам оборудования в каталоге <u>Прямое и косвенное стимулирование сбыта оборудования</u> с помощью размещения на сайте информации об акциях, скидках и программах лояльности, а также о спецпредложениях оборудования <u>Вывод клиента на контакт</u> (контакты, адреса, телефоны и т.д.) <u>Оперативное предоставление ведомым клиентам дополнительной информации для совершения заказа</u> для заключения сделки и подготовки договора (правила оформления заказа, типовые формы договоров, реквизиты «МегаПром» и т.д.), а также для осуществления заказа физическим лицом (способы доставки и оплаты, доставка в удалённые регионы и т.д.)
Сотрудник сервисного центра (Сотрудник, ответственный за дальнейшую поддержку клиентов)	<ul style="list-style-type: none"> Менеджер компании «МегаПром», занимается поддержкой клиентов на сайте 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Обеспечение дальнейшей поддержки клиентов</u> (информация по сервисному центру и обслуживанию, контакты), а также с помощью «Онлайн-консультанта»
Маркетолог (Сотрудник, ответственный за продвижение компании в интернет)	<ul style="list-style-type: none"> Менеджер компании «МегаПром», ответственный за управление маркетинговой стратегией и продвижение компании «МегаПром» в сети Интернет 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Формирование позитивного имиджа компании «МегаПром»</u> с помощью подачи на сайте информации о преимуществах и выгодах сотрудничества с компанией (история, партнеры, сертификация, команда, наличие выгодных условий сотрудничества, наличие сервисного центра, наличие демонстрационных стендов и т.д.) <u>Изучение потребностей клиентской аудитории</u> с помощью форм обратной связи и отзывов о товарах <u>Изучение результатов продвижения сайта</u> и статистику переходов с помощью счётчиков посещений <u>Формирование клиентской аудитории, лояльной к сайту</u>
HRM (Лицо, ответственное за прием персонала с помощью сайта)	<ul style="list-style-type: none"> Менеджер компании «МегаПром», ответственный за поиск и/или приём персонала 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Презентация вакансий соискателям</u> <u>Получение откликов на вакансию от соискателей</u>

Описание портрета внешних групп

Внешняя группа: «Клиент: корпоративный»

Целевая группа	Описание портрета группы (методом выделения персонажей)	Задачи, решаемые группой на сайте (перечислены в порядке приоритетов для каждой группы)
Внешние группы – Клиенты компании «МегаПром»		
Клиент: <i>Корпоративный</i>	<p><u>Персонажи группы:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Мужчина (чаще) или женщина (реже), возраст от 25 лет. <p><u>Характеристики персонажей:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Приходят на сайт в качестве представителей компаний, в которых выполняют обязанности инженера отдела снабжения или закупок, главного инженера, руководителя компании или аналогичные.• Пришли на сайт из поисковых систем или по рекомендации коллег/бизнес-партнёров с целью поиска и закупки оборудования для производственных нужд.• Профессионально занимаются закупкой оборудования, в технических характеристиках которого относительно хорошо осведомлены, склонны принимать решения о закупке на основании предварительного знакомства точными техническими характеристиками, с объективной информацией по качеству и сервису, а также с общей информацией о компании предполагаемого бизнес-партнёра.• При выборе оборудования на сайте будут более склонны полагаться на свой профессиональный опыт и самостоятельно отбирать оборудование без обращения за консультацией по техническим и эксплуатационным характеристикам.• Такие клиенты будут чувствительны к баннерной рекламе, нацеленной на представителей юридических лиц.• В случае удачной сделки могут оставить положительные отзывы о компании/оборудовании, либо будут рекомендовать сайт/компанию коллегам или бизнес-партнёрам.• Предполагаемый объём заказа таких посетителей – большой (наиболее вероятен крупный заказ либо пробный заказ и последующие повторные более крупные заказы того же или других типов оборудования).	<ul style="list-style-type: none">• <u>Подтверждение качества:</u> Получить предварительное впечатление о компании «МегаПром» как о надёжном потенциальном партнёре, предлагающем качественное оборудование, с помощью знакомства с общей информацией о компании и качестве продукции (история, партнеры, команда, выполненные работы, рекомендации, свидетельства, сертификаты, знаки качества)• <u>Знакомство с ассортиментом и выбор товара:</u> Более подробно ознакомиться с ассортиментом компании «МегаПром» с помощью поиска оборудования в каталоге, а также с помощью сравнения технических характеристик и цен на оборудование, а также с помощью знакомства с отзывами об оборудовании• <u>Знакомство с преимуществами сотрудничества:</u> Получить предварительное впечатление о преимуществах сотрудничества с компанией «МегаПром» с помощью знакомства с информацией по сервисному центру, гарантийному обслуживанию, условиям доставки товара, необходимым документам, и т.д., а также с помощью обращения к онлайн-консультанту• <u>Уточнение дополнительной информации для заключения договора, уточнение контактных данных и выход на контакт с целью заказа:</u> Уточнить типовые формы документов (договоров), найти контактные данные для связи с менеджером компании.• <u>Получение консультации по оборудованию.</u> Получение консультации по оборудованию с помощью онлайн-консультанта• <u>Сбор предварительного заказа и отправка заявки на коммерческое предложение:</u> Собрать предварительный заказ, отправить заявку на коммерческое предложение.• <u>Осуществление безвозмездной помощи другим потребителям в выборе товара:</u> Оставить отзывы о товаре.• <u>Получение поддержки по оборудованию.</u> Получение поддержки после покупки.• <u>Вход на сайт для осуществления повторного заказа.</u> Осуществление 2-го и последующих заказов.

Описание портрета внешних групп

Внешняя группа: «Клиент: физическое лицо»

Целевая группа	Описание портрета группы (методом выделения персонажей)	Задачи, решаемые группой на сайте (перечислены в порядке приоритетов для каждой группы)
Внешние группы – Клиенты компании «МегаПром»		
Клиент: Физическое лицо	<p><u>Персонаж группы:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Вероятнее всего, мужчина в возрасте от 25-30 до 60-70 лет, дачник или владелец коттеджа с ожидаемым уровнем дохода средним, выше среднего и высоким. <p><u>Характеристики персонажа:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Пришёл на сайт из поисковых систем или по рекомендации знакомых с целью поиска и покупки оборудования для личных нужд (для коттеджа/дачи). Скорее всего, имеет общие представления о том, оборудование какого типа ему нужно (приблизительная мощность, торговая марка, которая была рекомендована знакомыми или уже установлена у знакомых на даче или в коттедже, и т.д.). При этом вероятнее всего этот посетитель не обладает специальными знаниями для выбора оборудования по техническим характеристикам без помощи консультанта. При выборе оборудования на сайте будет более склонен изучать отзывы об оборудовании, а также обращаться за консультацией по техническим и эксплуатационным характеристикам. Такой клиент будет более чувствителен к баннерной рекламе, нацеленной на физических лиц. В случае удачной покупки, скорее всего, сам оставит положительные отзывы об оборудовании/компании, а также будет рекомендовать сайт/компанию знакомым. Предполагаемый объём заказа такого посетителя – небольшой (скорее всего, штучная покупка). 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Подтверждение качества:</u> Получить предварительное впечатление о компании «МегаПром» как о надёжном потенциальном партнёре, предлагающем качественное оборудование, с помощью знакомства с общей информацией о компании и качестве продукции (история, партнеры, команда, рекомендации, свидетельства, сертификаты, знаки качества) <u>Знакомство с ассортиментом и выбор товара:</u> Более подробно ознакомиться с ассортиментом компании «МегаПром» с помощью поиска оборудования в каталоге, а также с помощью сравнения технических характеристик и цен на оборудование, а также с помощью знакомства с отзывами об оборудовании <u>Сбор предварительного заказа и отправка запроса на покупку оборудования:</u> Собрать предварительный заказ, отправить заявку на оборудование. <u>Уточнение дополнительной информации для совершения заказа:</u> Уточнение информации о способах доставки, оплаты и т.д. <u>Уточнение контактных данных и выход на контакт с целью заказа:</u> Найти контактные данные для связи с менеджером компании. <u>Осуществление безвозмездной помощи другим потребителям в выборе товара:</u> Оставить отзывы о товаре. <u>Получение консультации по оборудованию.</u> Получение консультации по оборудованию с помощью онлайн-консультанта <u>Получение поддержки по оборудованию.</u> Получение поддержки после покупки. <u>Вход на сайт для осуществления повторного заказа.</u> Осуществление 2-го и последующих заказов.
Соискатель вакансий	<ul style="list-style-type: none"> Профессионал, заинтересованный в работе в компании «МегаПром» по своему профилю, узнал о компании «МегаПром» с помощью Google- или Яндекс-поиска, а также по рекомендации знакомых или из рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Ознакомление со списком вакансий</u> <u>Отправка резюме на вакансию</u> <u>Уточнение контактных данных и выход на контакт с целью устройства на работу</u>

Цели и задачи внутренних ЦГ на сайте

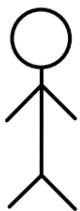
На основании целей и задач сайта с учётом приведённых портретов целевых групп выделены следующие **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ВНУТРЕННИХ ГРУПП** на сайте:

Цели и задачи внутренних ЦЕЛЕВЫХ групп:



Группа:
«Сбытовик»

- Оперативное предоставление контактной информации всем типам клиентов
- Предоставление подробной информации по оборудованию
- Прямое и косвенное стимулирование сбыта оборудования
- Организация первичной консультации клиентов о покупке
- Оперативное предоставление клиентам дополнительной информации для совершения заказа



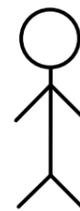
Группа:
«Маркетолог»

- Формирование позитивного имиджа компании «МегаПром»
- Подтверждение качества услуг и оборудования «МегаПром»
- Формирование клиентской аудитории, лояльной к сайту и компании



Группа: «Сотрудник
сервисного центра»

- Обеспечение поддержки клиентов



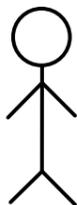
Группа: «HRM»

- Презентация вакансий соискателям
- Получение откликов на вакансию от соискателей

Целевые действия внешних ЦГ на сайте

На основании целей и задач сайта с учётом приведённых портретов целевых групп выделены следующие **ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ ВНЕШНИХ ГРУПП** на сайте:

Целевые действия, доступные для внешних ЦЕЛЕВЫХ групп:



Группа: «**Клиент: Корпоративный**»



Группа: «**Клиент: Физическое лицо**»

Целевые действия, доступные для внешних НЕЦЕЛЕВЫХ групп:



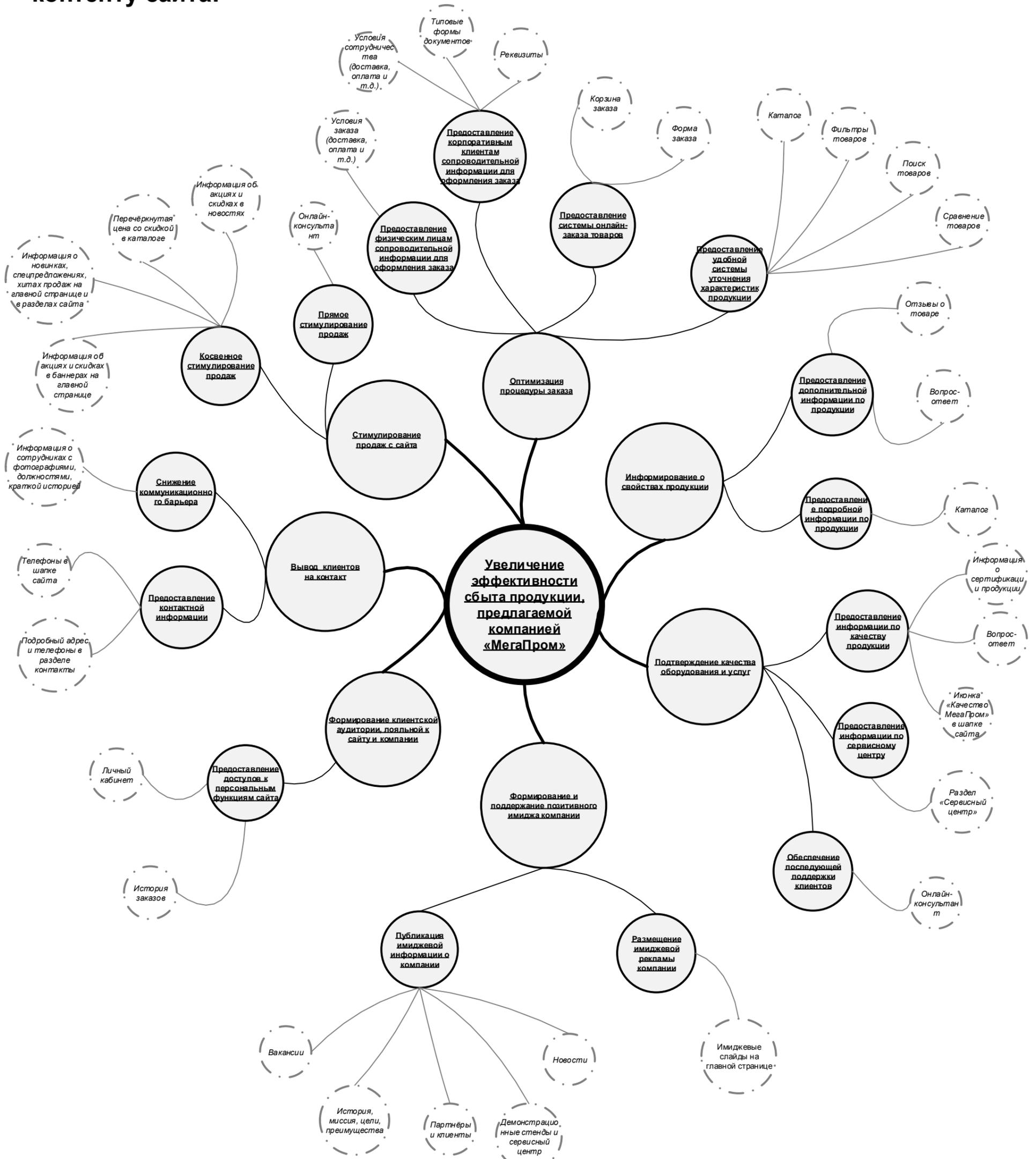
Группа: «**Соискатель вакансий**»

- Отправка запроса на покупку оборудования (оптом или в розницу)
- Сбор и отправка корзины заказа
- Уточнение дополнительной информации для совершения заказа
- Вход на сайт для доступа к истории заказов и осуществления повторного заказа
- Запрос обратного звонка
- Уточнение контактных данных
- Знакомство с ассортиментом
- Знакомство со спец.предложениями и новинками
- Подтверждение качества услуг и оборудования
- Знакомство с информацией о компании
- Получение консультации по оборудованию
- Получение поддержки по оборудованию

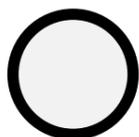
- Ознакомление со списком вакансий
- Отправка резюме на вакансию

Требования к контенту сайта

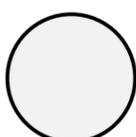
В соответствии с выделенными целями и задачами сайта, а также целями, задачами и целевыми действиями групп выделены следующие требования к контенту сайта:



Легенда:



Цель сайта



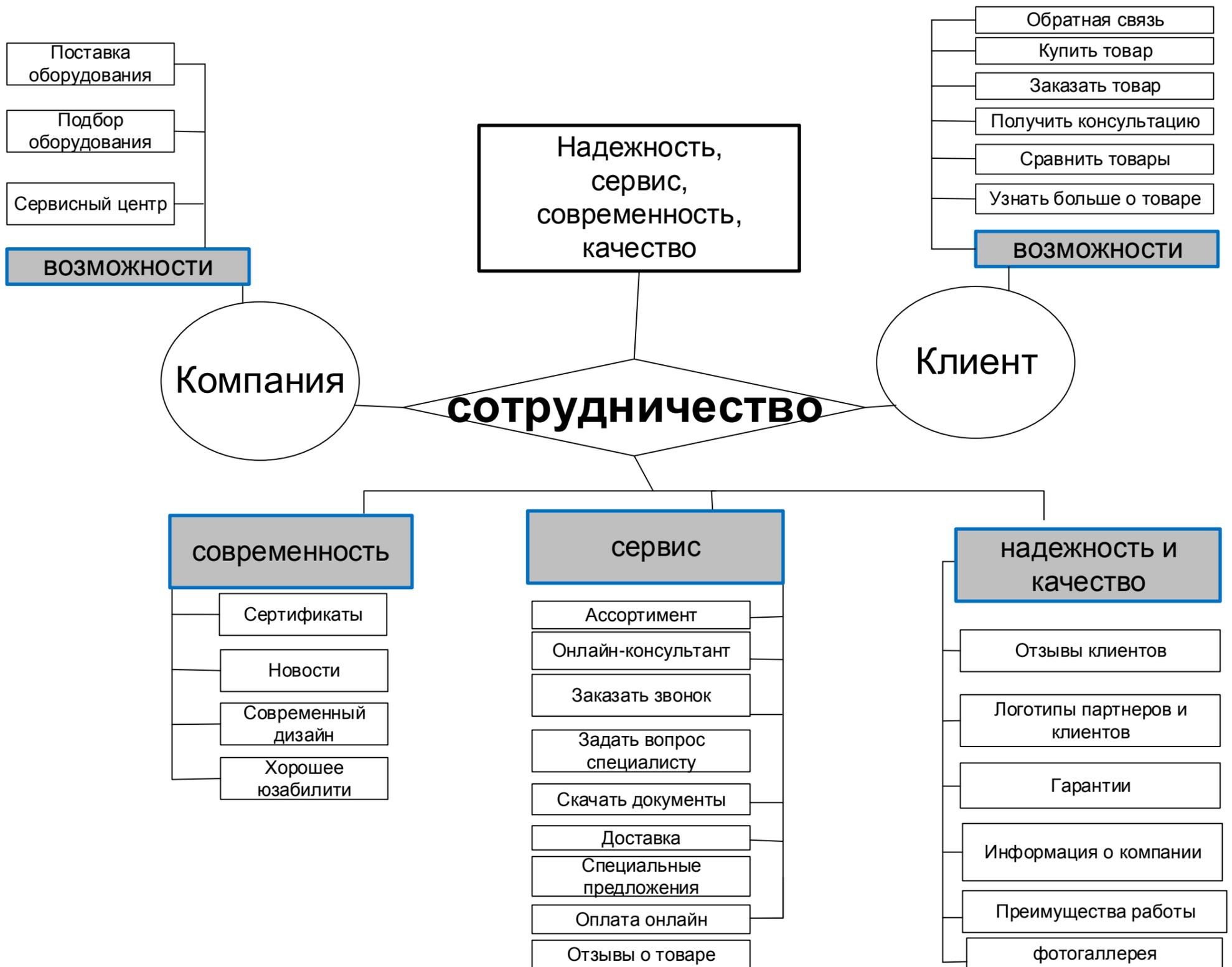
Задача сайта



Требования к контенту

Концепция сайта

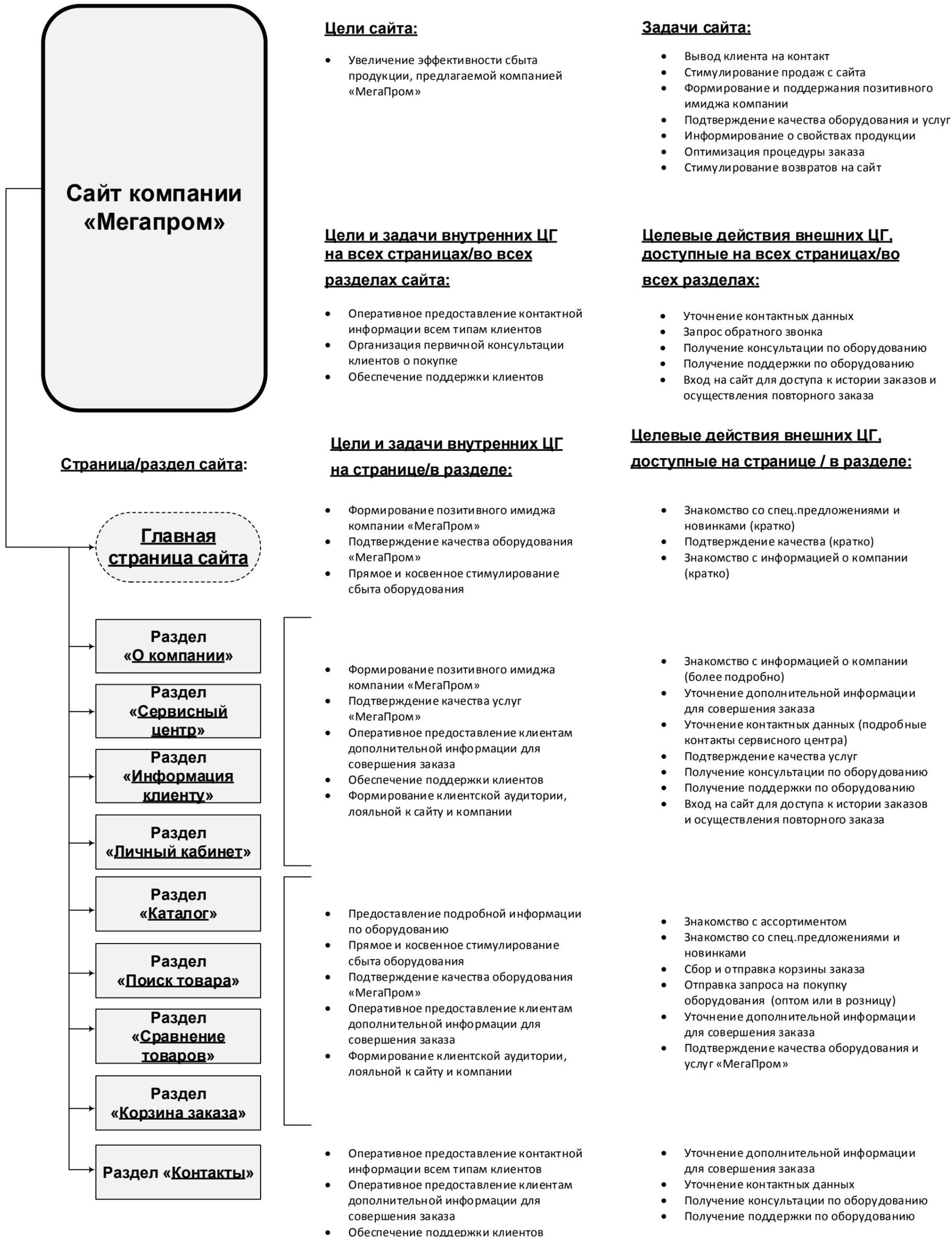
В соответствии с целями и задачами сайта, а также в соответствии с целями, задачами и целевыми действиями групп предложена следующая концепция сайта:



Рекомендовано формировать концепцию сайта компании «МегаПром» на основании акцента на сотрудничестве между клиентами и компанией «МегаПром», а также вокруг подробного раскрытия возможностей и преимуществ компании «МегаПром».

Базовая структура разделов сайта

В соответствии с выделенными целями и задачами сайта, а также целями, задачами и целевыми действиями групп предложена следующая базовая структура разделов сайта компании «МегаПром»:



Типовая сетка страниц сайта

Типовая сетка обеспечивает эффективную реализацию следующих целей, задач и целевых действий на сайте:

Цели и задачи внутренних ЦГ на всех страницах/во всех

разделах сайта:

- Оперативное предоставление контактной информации всем типам клиентов
- Организация первичной консультации клиентов о покупке
- Обеспечение поддержки клиентов

Целевые действия внешних ЦГ, доступные на всех страницах/во

всех разделах:

- Уточнение контактных данных
- Запрос обратного звонка
- Получение консультации по оборудованию
- Получение поддержки по оборудованию
- Вход на сайт для доступа к истории заказов и осуществления повторного заказа

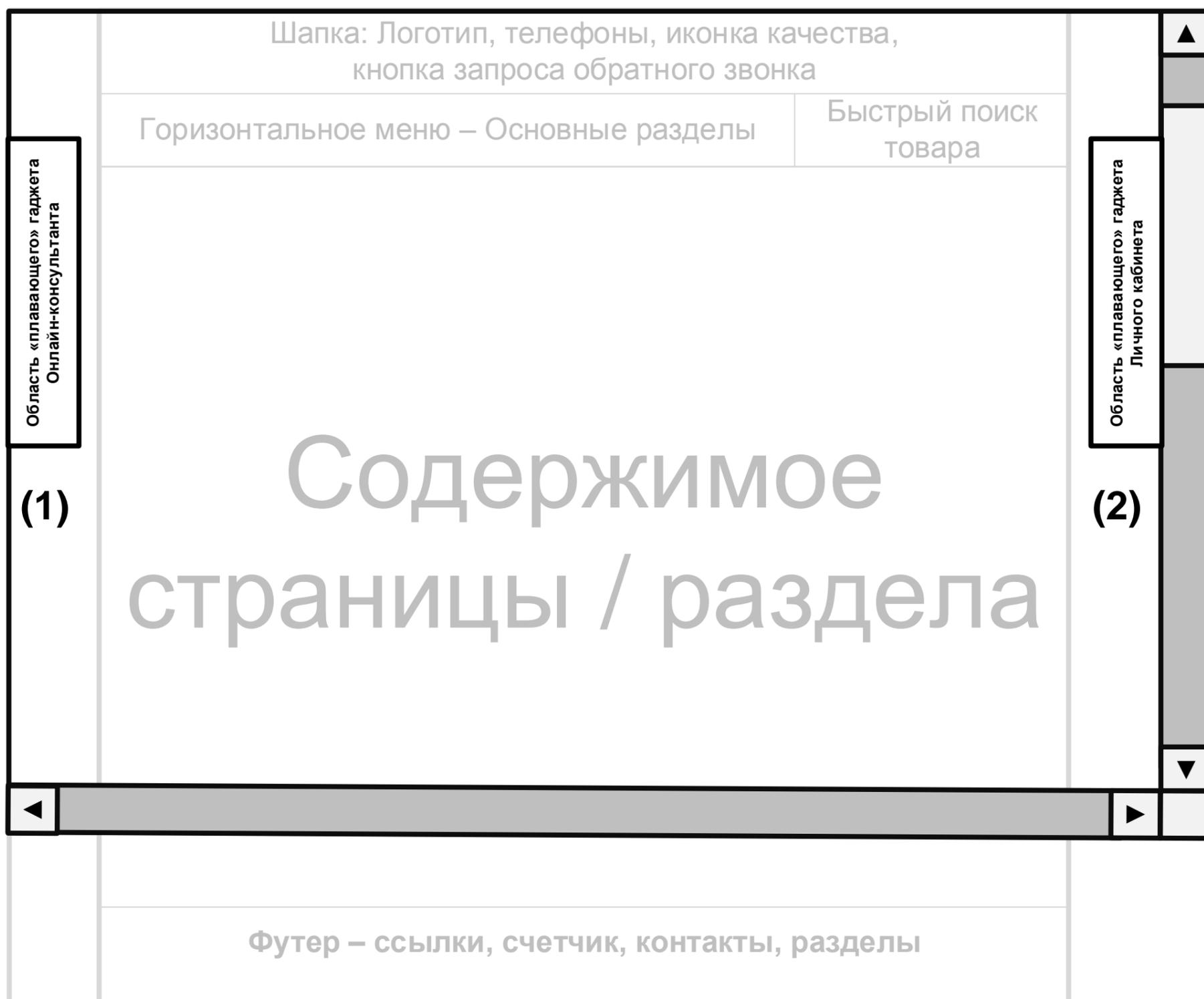
В результате анализа целей и возможностей сайта для сайта компании «МегаПром» рекомендована следующая типовая сетка страницы сайта:

	Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
	Горизонтальное меню – Основные разделы	Быстрый поиск товара
Область «плавающего» гаджета Онлайн-консультанта	Содержимое страницы / раздела	
	Область «плавающего» гаджета Личного кабинета	
Боковая область постоянной ширины для плавающего гаджета		
	Боковая область постоянной ширины для плавающего гаджета	
	Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Плавающие гаджеты сайта

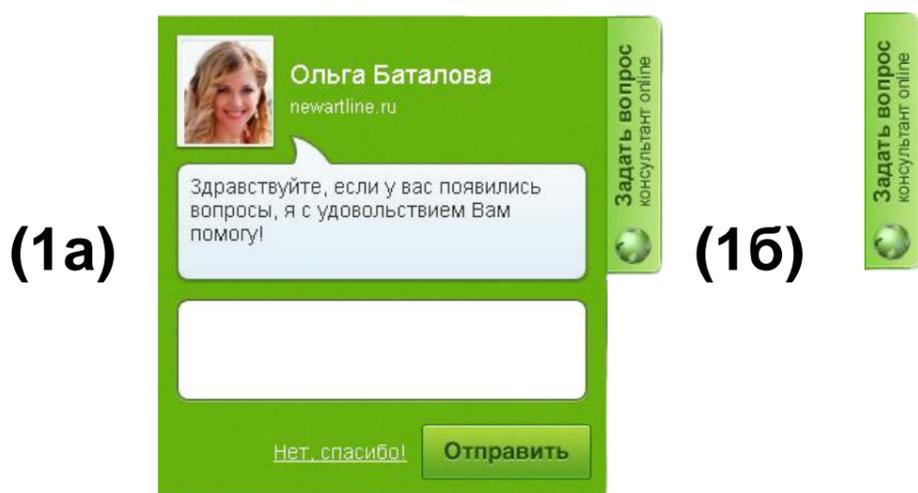
«Плавающие» гаджеты занимают постоянное место на экране обеспечивают удобный доступ к ключевым действиям сайта.

В результате анализа целей и возможностей сайта для сайта компании «МегаПром» рекомендован «плавающий» гаджет Личного кабинета и «Онлайн консультанта», которые будут располагаться на экране следующим образом:



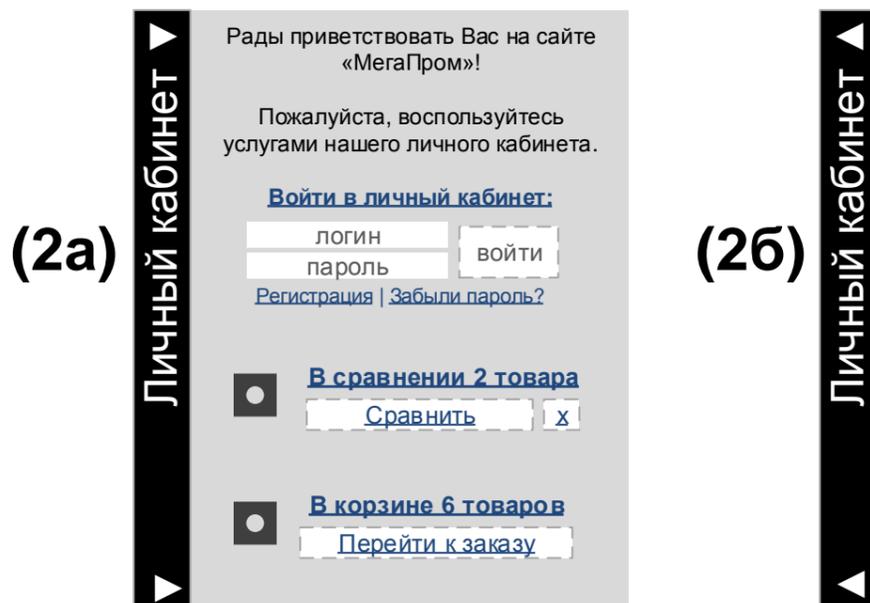
«Плавающий» гаджет Онлайн консультанта будет занимать левую часть экрана, будет создан на основании стандартных шаблонов оформления и позволит оперативный доступ к основным функциям онлайн консультаций.

Гаджет Онлайн консультанта будет отображаться на экране в двух состояниях: развёрнутом (1а) и свёрнутом (1б):



«Плавающий» гаджет Личного кабинета будет занимать правую часть экрана, будет оформлен дизайнером в стиле гаджета онлайн-консультанта и позволит оперативный доступ к основным функциям: Авторизации, Регистрации, Сравнению товаров и к Корзине товаров.

Гаджет Личного кабинета будет отображаться на экране в двух состояниях: развёрнутом (2а) и свёрнутом (2б):



Маркетинговые требования к главной странице сайта

Ожидания внутренних групп:

- Возможность предоставить первичную информацию о компании
- Возможность предоставить контактные данные
- Привлечение внимания к важной информации
- Формирование нужного первого впечатления

Ожидания внешних групп:

- Получение первичной информации о компании
- Возможность узнать контактные данные
- Возможность узнать о скидках и самых популярных товарах
- Возможность сформировать первое впечатление о компании

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Формирование позитивного имиджа компании «МегаПром»
- Подтверждение качества оборудования «МегаПром»
- Прямое и косвенное стимулирование сбыта оборудования

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Знакомство со спец.предложениями и новинками (кратко)
- Подтверждение качества (кратко)
- Знакомство с информацией о компании (кратко)

Целевое действие страницы/раздела:

Принять решение о дальнейшем знакомстве с сайтом

Базовая сетка главной страницы сайта

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Горизонтальное меню – Основные разделы	Быстрый поиск товара
Имиджевая анимация, дополнительная навигационная область	
Логотипы производителей оборудования	
Избранные новинки, хиты продаж, специальные предложения	
Информация о сервисном центре	Краткая информация об услугах
Кратка информация о компании	Избранные события
Избранные отзывы клиентов о компании	Избранные вакансии
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Маркетинговые требования к разделу «О компании»

Ожидания внутренних групп

- Возможность презентовать компанию: рассказать о преимуществах работы, создать имидж надежной компании, в которой работают профессионалы

Ожидания внешних групп:

- Получение подробной информации о компании: сколько лет на рынке, какими принципами руководствуется в работе, в чем преимущества работы с ней

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Формирование позитивного имиджа компании «МегаПром»
- Подтверждение качества услуг и оборудования «МегаПром»

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Знакомство с информацией о компании (более подробно)
- Уточнение дополнительной информации для совершения заказа
- Подтверждение качества услуг и оборудования «МегаПром»

Целевое действие страницы/раздела:

Подробно познакомиться с компанией, решить возможность дальнейшего сотрудничества и заказа

Базовая сетка главной страницы раздела «О компании»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка		
Основные разделы		Быстрый поиск товара
Навигация по подразделам	Информация о преимуществах компании и оказываемых услугах	Избранные фотографии фотогалереи
Избранная информация о коллективе компании		Избранные события
Избранные вакансии компании		
	Избранные отзывы клиентов о компании	
	Избранные свидетельства и сертификаты	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы		

Маркетинговые требования к разделу «Сервисный центр»

Ожидания внутренних групп:

- Возможность сделать акцент на сервисных услугах
- Возможность осуществлять техническую поддержку клиентов
- Возможность презентации работы сервисного центра

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Подтверждение качества услуг «МегаПром»
- Обеспечение поддержки клиентов

Ожидания внешних групп:

- Возможность узнать подробную информацию о сервисных услугах компании
- Возможность получить консультацию у специалиста или найти ответ на вопрос

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Уточнение контактных данных (подробные контакты сервисного центра)
- Подтверждение качества услуг «МегаПром»
- Получение поддержки по оборудованию

Целевое действие страницы/раздела:

Получить больше информации о сервисном центре и принять решение о сотрудничестве с компанией / обращении в сервисный центр

Базовая сетка главной страницы раздела «Сервисный центр»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	
Быстрый поиск товара	
Фотографии менеджеров сервисного центра	Расположение, телефоны, время работы
Запросы и ответы специалистов	Информация об услугах сервисного центра (текст, инфографика)
Задать вопрос специалисту	Фотографии работы сервисного центра
Футер ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Маркетинговые требования к разделу «Информация клиенту»

Ожидания внутренних групп:

- Возможность сделать акцент на работе с двумя типами клиентов: оптовыми и розничными
- Возможность описать условия сотрудничества

Ожидания внешних групп:

- Возможность подробно узнать об условиях сотрудничества

Цели и задачи внутренних ЦГ на странице/в разделе:

- Оперативное предоставление клиентам дополнительной информации для совершения заказа
- Обеспечение поддержки клиентов

Целевые действия внешних ЦГ, доступные на странице / в разделе:

- Уточнение дополнительной информации для совершения заказа
- Получение консультации по оборудованию

Целевое действие страницы/раздела:

Получить больше информации по условиям сотрудничества и принять решение о сотрудничестве с компанией

Базовая сетка главной страницы раздела «Информация клиенту»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка		
Основные разделы		Быстрый поиск товара
Фотографии менеджеров сервисного центра	Информация розничным покупателям	Информация оптовым покупателям
Запросы и ответы специалистов	Информация об условиях сотрудничества и сервисном центре	
Задать вопрос специалисту	Избранные отзывы о компании	
	Избранные свидетельства и сертификаты	
Футер ссылки, счетчик, контакты, разделы		

Маркетинговые требования к разделу «Личный кабинет»

Ожидания внутренних групп

- Возможность сформировать аудиторию, лояльную к сайту и компании
- Возможность предоставить типовые формы документов

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Формирование клиентской аудитории, лояльной к сайту и компании
- Обеспечение поддержки клиентов

Ожидания внешних групп:

- Возможность получить доступ к истории заказов, просмотру цен и типовых форм документов

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Вход на сайт для доступа к истории заказов и осуществления повторного заказа
- Получение консультации по оборудованию
- Получение поддержки по оборудованию

Целевое действие страницы/раздела:

Авторизоваться для доступа к статусам и истории заказов или повторного заказа

Базовая сетка главной страницы раздела «Личный кабинет»

(вид для неавторизованного посетителя)

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества	
Основные разделы	
Быстрый поиск товара	
Фотографии менеджеров сервисного центра	Авторизация и регистрация в личном кабинете
Запросы и ответы специалистов	
Задать вопрос специалисту	
Обращение к потенциальному заказчику	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Базовая сетка главной страницы раздела «Личный кабинет»

(вид для авторизованного посетителя)

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества		
Основные разделы		Быстрый поиск товара
Фотографии менеджеров сервисного центра	Список заказов клиента	Приветствие, адресованное клиенту, выход из личного кабинета
Запросы и ответы специалистов		
Задать вопрос специалисту	Список типовых документов	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы		

Маркетинговые требования к разделу «Каталог»

Ожидания внутренних групп

- Возможность презентовать товар, подробно рассказать о его свойствах и преимуществах
- Возможность продемонстрировать широкий выбор оборудования

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Предоставление подробной информации по оборудованию
- Прямое и косвенное стимулирование сбыта оборудования

Ожидания внешних групп:

- Возможность подробно ознакомиться с ассортиментом
- Возможность быстро сделать выбор

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Знакомство с ассортиментом
- Знакомство со спец.предложениями и новинками
- Сбор корзины заказа

Целевое действие страницы/раздела:

Подробно изучить ассортимент и осуществить сбор корзины заказа

Базовая сетка главной страницы раздела «Каталог»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	Быстрый поиск товара
Оглавление каталога (перечень подразделов с прямыми ссылками на подразделы и оформленными дизайнером фотографиями)	Логотипы производителей оборудования (с возможностью навигации к оборудованию каждого производителя)
	Избранные спецпредложения, новинки, хиты продаж
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Базовая сетка страницы «Каталог: Оглавление товарной группы»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	Быстрый поиск товара
Древовидное оглавление каталога и фильтр товаров	Текст о товарной группе
	Оглавление товарной группы (с фотографиями, краткими аннотациями подразделов и прямой навигацией на подразделы / модели)
Новинки, спецпредложе ния, хиты продаж	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Базовая сетка страницы «Каталог: Карточка товара»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка		
Основные разделы		Быстрый поиск товара
Древовидное оглавление каталога и фильтр товаров	Фото товара	Краткое описание товара, дополнительные модели модельного ряда, к которому принадлежит товар
	Подробные технические характеристики модели / модельного ряда (с возможностью сравнения)	
Новинки, спецпредложения, хиты продаж	Отзывы о модели/ модельном ряде	
	Оборудование, рекомендуемое к модели / модельному ряду	
	Другое оборудование раздела	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы		

Маркетинговые требования к разделу «Поиск товара»

Ожидания внутренних групп:

- Возможность обеспечить удобство выбора оборудования на сайте

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Предоставление подробной информации по оборудованию
- Прямое и косвенное стимулирование сбыта оборудования

Ожидания внешних групп:

- Возможность быстро и удобно найти нужное оборудование

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Знакомство с ассортиментом
- Знакомство со спец.предложениями и новинками

Целевое действие страницы/раздела:

Подробно изучить ассортимент и осуществить сбор корзины заказа

Базовая сетка главной страницы раздела «Поиск товара»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	
Быстрый поиск товара	
Древовидное оглавление каталога и фильтр товаров	Сворачиваемая область параметров поиска
	Область результатов поиска и дополнительной информации
Новинки, спецпредложения, хиты продаж	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Маркетинговые требования к разделу «Сравнение товаров»

Ожидания внутренних групп:

- Возможность обеспечить удобство выбора оборудования на сайте

Ожидания внешних групп:

- Возможность сравнить товары и быстро сделать выбор

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Предоставление подробной информации по оборудованию
- Прямое и косвенное стимулирование сбыта оборудования

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Знакомство с ассортиментом
- Знакомство со спец.предложениями и новинками

Целевое действие страницы/раздела:

Подробно изучить ассортимент и осуществить сбор корзины заказа

Базовая сетка главной страницы раздела «Сравнение товаров»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	Быстрый поиск товара
Древовидное оглавление каталога и фильтр товаров	Область вывода результатов сравнения и пояснительных текстов
Новинки, спецпредложения, хиты продаж	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Маркетинговые требования к разделу «Корзина заказа»

Ожидания внутренних групп:

- Возможность убедить клиента закончить оформление заказа и получить доступы к личному кабинету и просмотру цен

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Формирование клиентской аудитории, лояльной к сайту и компании

Ожидания внешних групп:

- Возможность отправить заказ

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Отправка запроса на покупку оборудования (оптом или в розницу)

Целевое действие страницы/раздела:

Отправить собранный заказ в компанию «МегаПром»
и получить доступы к личному кабинету и просмотру цен

Базовая сетка главной страницы раздела «Корзина заказа»

(вид пустой корзины)

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	Быстрый поиск товара
Обращение к потенциальному заказчику	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Базовая сетка главной страницы раздела «Корзина заказа»

(вид заполненной корзины)

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	Быстрый поиск товара
Список заказанного оборудования	
Кнопка отправки заявки на розничный заказ	Кнопка отправки заявки на оптовый заказ
Информация об условиях сотрудничества	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Маркетинговые требования к разделу «Контакты»

Ожидания внутренних групп:

- Предоставить контакты и реквизиты и сформировать желание обратиться в компанию «МегаПром»

Цели и задачи внутренних ЦГ

на странице/в разделе:

- Оперативное предоставление контактной информации всем типам клиентов
- Оперативное предоставление клиентам дополнительной информации для совершения заказа
- Обеспечение поддержки клиентов

Ожидания внешних групп:

- Уточнить контакты, место расположение офисов и реквизиты

Целевые действия внешних ЦГ,

доступные на странице / в разделе:

- Уточнение дополнительной информации для совершения заказа
- Уточнение контактных данных
- Получение консультации по оборудованию
- Получение поддержки по оборудованию

Целевое действие страницы/раздела:

Уточнить контакты и дополнительную информацию и обратиться в компанию «МегаПром»

Базовая сетка главной страницы раздела «Контакты»

Шапка: Логотип, телефоны, иконка качества, кнопка запроса обратного звонка	
Основные разделы	Быстрый поиск товара
Авторизация и регистрация в личном кабинете	
Футер – ссылки, счетчик, контакты, разделы	

Требования к цветовым решениям дизайна сайта

Проведён цветовой анализ сайта «Мегапром» и следующих ключевых конкурентов:

«МегаПром» http://mgprom.ru	«Конкордия» http://www.v-p-k.ru/	«Элен-техно» http://elen-nsk.ru/	«Компрессор-сервис» http://compressor-atlas.ru/	«КИОР» http://tk-kipor.ru/
<p><u>Фирменные цвета:</u> белый-синий-голубой</p> <p><u>Дополнительные цвета:</u> бордовый, желтый</p> <p><i>Дизайн сайта не выделяет компанию среди конкурентов.</i></p>	<p><u>Фирменные цвета:</u> Белый-голубой-синий</p> <p><i>Дизайн сайта удобный для восприятия, создает впечатление надежности и солидности</i></p>	<p><u>Фирменные цвета:</u> белый-голубой</p> <p><u>Дополнительные цвета:</u> серый, красный</p> <p><i>Дизайн сайта нестранный, но достаточно читаемый</i></p>	<p><u>Фирменные цвета:</u> белый-голубой-синий</p> <p><u>Дополнительные цвета:</u> серый</p> <p><i>Дизайн сайта не контрастный, серый и голубой шрифт на белом фоне сливаются</i></p>	<p><u>Фирменные цвета:</u> красный, серый,</p> <p><i>Дизайн сайта приятный, выделяется на фоне конкурентов. Информация хорошо читается</i></p>

Цветовые решения для тех товаров Заказчика, которые будут размещены на сайте:

- Основные цвета товаров: желтый + черный, синий + черный, белый, черный +оранжевый
- Вывод: Цветовое решение оборудования в основном ярких цветов (призванных привлечь внимание при работе в технически сложных условиях).

Рекомендации по дизайну:

- Дизайн сайта (носителя фирменного стиля) должен быть выполнен с использованием белого или светлого фона – также на этом фоне будут лучше всего смотреться товары.
- Футер и шапка должны быть достаточно контрастными, но не раздражающими.
- Следует избегать того, чтобы цвета дизайна интерферировали с цветами товара, поэтому следует избегать большого количества интенсивного желтого, красного, оранжевого цветов.
- Следует избегать того, чтобы дизайн сайта интерферировал с цветами сайтов-конкурентов, поэтому по возможности следует избегать сочетания Синий + белый+ голубой.
- Так как компания «Мегапром» продает оборудование разных брендов на рынке с высокой конкуренцией, дизайн баннера следует строить на ярких запоминающихся образах (тематика баннера приведена на схеме, надо раскрыть на баннере утверждения, которые расположены слева)

Требования к способам подачи преимуществ компании с помощью инфографики и анимации

Для усиления позиционирования и привлечения внимания к фирменному стилю компании рекомендовано выполнить на главной странице сайта имиджевую анимацию, раскрывающую следующие темы:



НАДЕЖНОСТЬ:

- 10 лет на рынке оборудования и сервиса

СОВРЕМЕННОСТЬ

- Гарант успешного производства – современное оборудование
- Мы постоянно обновляем ассортимент и предлагаем нашим клиентам новинки лидеров мирового рынка

МОНТАЖ И СЕРВИС:

- Профессиональные менеджеры и сотрудники сервисного центра помогут Вам на всех этапах – от подбора оборудования до монтажа и послегарантийного обслуживания

КАЧЕСТВО И ПРОФЕССИОНАЛИЗМ:

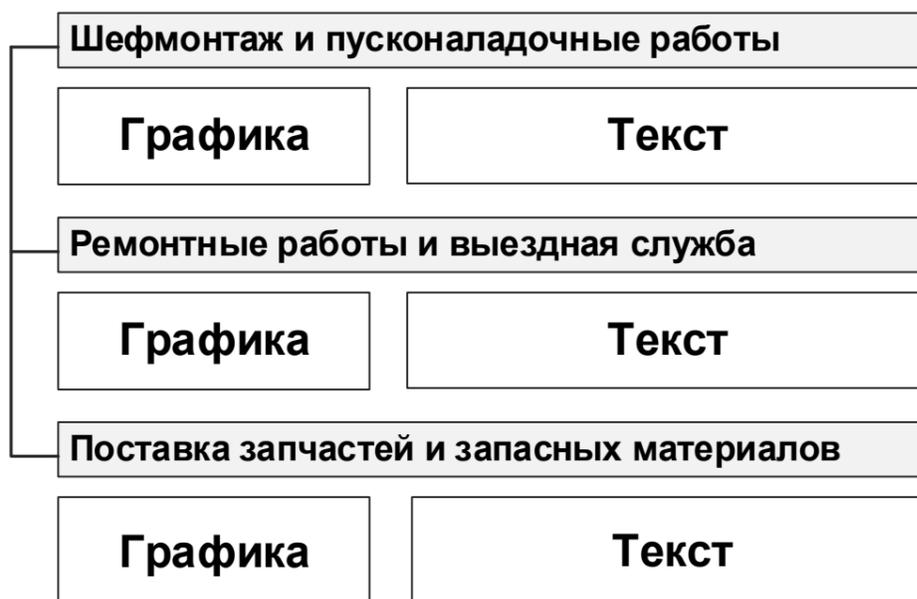
- Компания «МегаПром» – сертифицированный диллер мировых брендов промышленного и строительного оборудования
- Наши специалисты и менеджеры постоянно повышают свой профессионализм и могут дать профессиональные консультации по эксплуатации и монтажу оборудования

На главной и внутренних страницах сайта также рекомендовано использовать инфографику, отражающую преимущества компании:

Требования к содержанию инфографики о сервисном центре:

Шефмонтаж и пусконаладочные работы
Пояснительные графика, текст
Ремонтные работы и выездная служба
Пояснительные графика, текст
Поставка запчастей и запасных материалов
Пояснительные графика, текст

Вариант оформления 1



Вариант оформления 2

Требования к содержанию инфографики по преимуществам работы с компанией «МегаПром»

- **Ассортимент включает более 1000 моделей оборудования, запасных частей и комплектующих**
- **Все оборудование имеет российские сертификаты соответствия**
- **Профессиональные менеджеры подберут оптимальное для Ваших целей оборудование**
- **Собственный сервисный центр позволяет осуществлять гарантийное и послегарантийное обслуживание**

Требования к использованию образа логотипа

Использование образов логотипа и названия компании в шапке сайта:



Для усиления позиционирования и привлечения внимания к фирменному стилю компании рекомендовано выполнить в шапке сайта динамические трансформации логотипа по наведению мыши с использованием следующих трансформаций образов:



Также рекомендуется использовать на сайте другие способы брендирования – запоминающиеся графические элементы ассоциирующиеся с логотипом (маркированные списки, кнопки и т.д.)

- ❖ Элемент списка 1
- ❖ Элемент списка 2
- ❖ Элемент списка 3

