

В.Крюкова (6 курс, СПбГМТУ), В.И.Чуркин, к.т.н., доц.

ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ И РАЗРАБОТКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Стремительное развитие Интернет привело к осознанию того, что фирмам необходимо иметь своё представительство в глобальной сети. Например, представительство в виде Интернет-магазина, который реализовывал бы такие функции как: продвижение товаров и услуг компании в Интернет; расширение клиентской базы; формирование дилерской сети, привлечение организаций-франчайзи; организация имиджа компании; поддержка клиентов и партнеров; использование страницы для взаимодействия различных её подразделений.

Интернет-магазин – это web-сайт или множество взаимосвязанных web-страниц. Рассмотрим структуру и содержание этих страниц.

Структура: главная страница; система навигации по сайту; информация о компании; информация об услугах, товарах и продукции; прайс-лист; система регистрации и авторизации; раздел для партнеров; система online-заказа и его обработки; новости компании; раздел для общения с клиентами; разделы конкурсов.

Оформление **главной страницы** осуществляется с использованием фирменных стиля и цветов компании. На этой странице располагается необходимая информация для навигации по сайту. На ней размещается также информация в виде анонсов о рекламных акциях, розыгрышах призов, презентациях новых продуктов и других мероприятиях, проводимых компаний.

Раздел информации о компании состоит из: контактной информация; истории фирмы; лицензий; патентов; публичных финансовых документов.

Раздел информации о продукции, товарах и услугах представляет собой каталог, содержащий названия и краткие характеристики товаров.

Иногда на сайтах некоторых фирм создаются **информационные разделы**, содержащие информацию, не имеющую прямого отношения к компании-владельцу сайта и её продукции. Это сведения об общем состоянии дел отрасли, просто интересная информация, которая может заинтересовать и простых посетителей, и профессионалов.

Раздел новости компании необходим для того, чтобы, заходя на сайт, посетитель видел, что сайтом занимаются, что он обновлялся совсем недавно, поскольку последняя новость датирована вчерашним или даже сегодняшним числом. Кроме того, он видит, что в компании постоянно происходит что-то положительное, идет бурная деятельность. Это тоже благоприятствует формированию положительного имиджа компании.

Раздел общения с клиентами. Создается книги отзывов или, лучше, форум (разделы, где любой посетитель может оставить своё сообщение или отзыв о продукции, ответить на уже существующее мнение и поучаствовать в обсуждении).

Раздел конкурсов, розыгрышей призов и рекламных акций. Приводится информация о конкурсах и розыгрышах призов, организуемых компаниями среди покупателей её продукции, и эти акции анонсируются посредством рекламы. Сайт компании должен раньше всех средств массовой информации отразить происходящие в фирме события. На этих страницах публикуется подробная информация об условиях участия, дается перечень разыгрываемых призов, указываются места, где эти призы можно получить, публикуются данные о победителях, их фотографии и интервью с ними.

Особую роль для корпоративного сайта играет выбор доменного имени (***.ru, ***.com). При наличии корпоративного сайта, название компании уже существует. В этом случае существует несколько возможных путей. Можно попробовать выкупить имя у лица,

которое его зарегистрировало. Если выкупить или отсудить доменное имя не удалось, то можно использовать сокращенное имя компании или удлинить его.

Для автоматизации разработки Интернет-магазинов существуют специальные программы. Рассмотрим разработку фирмы 3Dcubed (www.3d3.com), одного из ведущих в разработчиков в этой области. Она выпустила программу ShopFactory для создания он-лайн-магазинов, включающих поддержку евровалюты, а также более 60 национальных валют. Система для разработки интернет-магазинов и прочих коммерческих сайтов имеет более 120 000 пользователей по всему миру! Содержит модули для управления баннерной рекламой, интеграции с различными платежными системами и сервисами доставки. Легко настраивается, содержит более сотни готовых шаблонов и WYSIWYG HTML редактор. Российскому пользователю ShopFactory интересен тем, что имеет встроенную поддержку русского языка, что является большой редкостью для программных продуктов этого направления.

Программа ShopFactory работает на 35 языках мира, в т.ч. русском, не требует навыков программирования, имеет простой интерфейс обновления товаров и цен, позволяет размещать анимированную 3D графику. Она надежна в работе, испытана тысячами пользователей по всему миру, позволяет принимать оплату по кредитным картам, рассчитывает стоимость в различных валютах, подходит практически для любых видов товаров и услуг (одежда, обувь, продукты питания, туристические услуги, техника и др.).

Как видно, эта программа имеет ряд неоспоримых преимуществ, но кроме приведенного выше, с ее помощью возможно создавать любое количество магазинов без оплаты дополнительной лицензии.

Программа создаёт не только многоуровневый каталог товаров, но и все необходимые страницы - титульную, контактов и т.п. Кроме привычных атрибутов товара (цвет, размер, цена) можно добавлять свои. Пользователь разрабатывает сколько угодно вариантов доставки для любых регионов и с разной ценой. Возможно создание магазинов даже не имея опыта программирования. Дизайнерские решения выбираются из 60 вариантов. Главное - программа адаптирована к самым разным языкам и видам валют.

Приведём пример построения страниц в ПО Shop Factory V5.5. При попытке создания нового магазина, SF предлагает ввести название компании, и описания. Затем появляется окно, где вводится вся необходимая контактная информация: адрес фирмы, телефон, факс, страна, город, область, email и др. Затем предлагается выбрать вид страницы. Для каждого дизайнерского решения предлагается ещё выбрать четыре оттенка фона. Затем программа предлагает выбрать предмет торговли и соответственно, настроить параметры оплаты. Сохранив набранную информацию, пользователь немедленно получает возможность просмотреть, как эта страница выглядит в данный момент. Программа уже сама создаст страницы заказа, просмотра заказа, контактную информацию, сроки и условия поставки, систему поиска по сайту.

В Интернете на Российском пространстве существуют несколько магазинов построенных на основе SF. Яркий пример интересного магазина - мебельный магазин по адресу <http://gct.narod.ru/>. Там представлена различная мебель с описанием продукта с его стоимостью с фотографиями. Очень удобный поиск по сайту.