

ВСТУП

Бакалаврська робота присвячена аналізу та розробці інформаційного сайту приватного підприємства. Я обрав сферу онлайн сайту книгарні.

Дипломна робота актуальна, тому що ми не тільки проведемо аналіз ринку сайтів (включаючи оптимізацію і код сайту), але і розробимо свій усуваючи помилки конкурентів. Безпосередньо ми також будемо оцінювати дизайн і стиль сайту, його життєвість і зручність використання. Об'єктом дослідження даної роботи є інформаційний сайт приватного підприємства, що буде реалізований у вигляді магазину з продажу книжок.

Предметом дослідження виступає системний аналіз конкурентів сайтів книгарень, їх програмного коду, дизайну та оптимізації.

Мета роботи передбачає використання покращеного книжкового сайту приватним підприємством для поліпшення рівня продажів.

Поставлена мета вимагає рішення таких питань:

- Провести аналіз сайтів конкурентів
- Визначення недоліків конкурентів
- Обрати технологію реалізації семантичного ядра інформаційного сайту.
- Обрати технологію реалізації та зареєструвати семантичне ядро сайту, які зроблять доменне ім'я (URL-адресу сайту) релевантними для високочастотного запиту. Для останнього існують спеціальні онлайн-інструменти.
- Обрати стабільний і швидкий хостинг для сайту, розрахований на високочастотний доступ 24/7 з панеллю керування у нашому випадку - cPanel та ISPmanager.
- Обрати систему управління контентом, якою у нашому випадку є одна з найпопулярніших і найбільш зручних систем - безкоштовна CMS WordPress.

- Створення сайту в CMS WordPress.

Вирішення цієї проблеми зможуть надати зручного та естетичного сайту приватного підприємства.

1. СПЕЦИФІКА САЙТІВ КНИГАРЕНЬ ТА АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ

1.1 Специфіка сайтів книгарень

Можна сміливо стверджувати, що зараз будь-яка сфера людської діяльності відчуває на собі вплив сучасних технологій. Книговидавництво і книготоргівля не стали винятком. Багато видавництв усвідомили, що зберегти читача і споживача можна, тільки застосовуючи новітні досягнення в галузі науки і техніки. Прикладом використання сучасних технологій у видавничій справі є книжкові інтернет-магазини. Поширення книг на сучасному етапі пов'язане з ІТ-технологіями, і тому виникає необхідність не тільки в практичних рекомендаціях, що переповнюють інтернет, а й в науковому осмисленні проблеми, яке знаходиться на початковому етапі. Цим обумовлена актуальність моєї роботи. Ціль цього розділу не тільки вказати специфіку галузі, а і проаналізувати особливості функціонування сайтів книжкових магазинів з точки зору сучасних видавничих стратегій. Досягнення цієї мети передбачає вирішення кількох завдань, а саме: простежити історію виникнення цього явища, визначити якісні характеристики сайту книжкового інтернет-магазину, проаналізувати його структуру і принципи роботи. Об'єктом нашого дослідження є сайт книжкового інтернет-магазину «Уакабоо». Предметом - його структурні особливості та специфіку функціонування на сучасному етапі розвитку видавничої справи та книготоргівлі.

В умовах високих темпів розвитку науково-технічного прогресу новостворювані інформаційно-комунікаційні кошти не витискають вже сформовані форми комунікації, а шикуються разом з ними в певний континуум, що дає можливість людині все більш ефективно працювати в інформаційному просторі, що постійно ускладнюється. Яскравим прикладом тут може служити все більш глибоке проникнення комп'ютерних технологій в редакційно-видавничий процес, а також в процеси книгодрукування. Українські вчені також не залишилися в стороні від цієї проблеми. Останнім часом з'явилося багато робіт, присвячених новітнім явищам у сфері

книжкової комунікації (В. Ф. Іванов, Н. В. Зелінська, В. В. Різун та ін.). Особливо слід відзначити роботи В. І. Теремко, в яких автор дає аналіз ситуації у вітчизняній видавничій сфері, говорить про необхідність перегляду традиційних видавничих практик, розглядає адаптаційні моделі діяльності сучасного видавництва. Проте, як зазначає сам дослідник, цілісного бачення проблематики, стратегічного контексту книговидання в електронну еру вітчизняна наука, на відмінну від зарубіжної, не запропонувала. Я хочу розглянути невелику частину цього питання, що стосується маркетингової діяльності видавництва в умовах нового інформаційного простору, а саме - проаналізувати сайт книгарні з точки зору ефективності його функціонування. Проблема ця ставиться багатьма дослідниками, але більша частина їх обходиться лише констатацією факту про необхідність заповнювати цю нішу.

Книжковий інтернет-магазин - один з різновидів інтернет-магазину. Іншими словами, це інтернет-сайт, який продає книги через Інтернет. Цікаво, що перший інтернет-магазин, що з'явився в Америці в 1994 р, мав книжкову спеціалізацію. Більш того, майже всі закордонні інтернет-магазини стартували саме з продажу книг.

Популярність книг як віртуального товару в усьому світі пов'язана з ідеальним збігом переваг онлайн магазинів з характером наданої продукції: для книг практично немає терміну зберігання, величезна кількість найменувань вимагає реальної інформаційної системи, коло споживачів спочатку передбачає готовність до використання якогось набору знань. Звичайно, у традиційній торгівлі є багато плюсів, якими не може похвалитися інтернет-комерція. Там книгу беруть в руки, оцінюють якість поліграфічного виконання, вибір ілюстрацій та інше. В Інтернеті читач позбавлений такої переваги (він може тільки переглянути фрагмент книги для ознайомлення), зате він економить час і гроші. На Заході продаж книг через інтернет, мабуть, головна інновація в книжковому бізнесі за останні десятиліття. Інтернет-продажі книг в Україні поки не дотягують до цього

рівня (за різними оцінками, на них 2-4% ринку). Причини цього - нерозвиненість електронних платежів, всезагальне піратство в мережі, слабка правова база, бідність населення, відносна дешевизна паперових видань, культурні традиції. Проте в українському віртуальному просторі існує деяка кількість книжних магазинів, які працюють вже не перший рік і заявляють про свою успішність (yakaboo.ua, bukva.ua, book-ye.com.ua, bookclub.ua (Клуб сімейного дозвілля), bookinist.net.ua, lavkababuin.com). Однак більшість учасників ринку не вважає зміщення попиту в інтернеті визначальною тенденцією. Також не можна забувати, що значна конкуренція і невисока вартість книг призводить до низької, а часто негативної рентабельності перших етапів роботи книжкових віртуальних магазинів. Але, незважаючи на це, будь-який книжковий інтернет-магазин може знайти свого покупця, що на пряму залежить від якості опрацювання сайту. Слово «сайт» в перекладі з англійської означає «місце». Інтернет-сайт, або веб-сайт (web-сайт), - це «сегмент, місце, частина в мережі». Сайт - це сукупність електронних документів (файлів) приватної особи або організації в комп'ютерній мережі, об'єднаних під однією адресою (доменним ім'ям або IP-адресою). Всі сайти в сукупності складають всесвітню павутину, де комунікація (павутина) об'єднує сегменти інформації світової спільноти в єдине ціле - базу даних і комунікації планетарного масштабу. Таким чином, сайт - це каталог, який можна перегорнути в будь-якому куточку земної кулі. І від того, наскільки кваліфіковано він розроблений, залежить ефективність його функціонування. Вдалих web-сайт - це надзвичайно ефективний інструмент торгівлі, він здатний захоплювати увагу аудиторії. Тому величезне, якщо не найважливіше значення має розуміння його структури. Вона залишається однаковою для будь-якого виду продукції. Сайт складається з двох - публічної і адміністративної - частин. Публічна частина доступна всім користувачам, які заходять на сайт. Публічна частина включає в себе головну сторінку, присвячену ознайомленню з сайтом; контактну інформацію; історію магазину; допомога в роботі з сайтом; каталог. Адміністративна

частина включає додавання нових користувачів; додавання нових товарів; додавання нових сторінок сайту; обробку заказів. Технічне, програмне, інформаційне забезпечення повинно бути повним, відповідати стандартам того підприємства, на якому воно використовується, а також державним стандартам, і постійно обновлятися. На сайт книгарні щодня заходить безліч користувачів, і кожен користувач, можливо, хоче щось купити. Для цього перш за все необхідно реалізувати головні компоненти сайту, такі як головна сторінка; каталог товарів; Пошукова система; призначена для користувача корзина; реєстраційна форма; форма відправки замовлення.

Як і будь-який інший маркетинговий інструмент, заснований на принципі безпосереднього відгуку, найважливіше він має зацікавити відвідувача, а потім спонукати його на певні дії. Однак більшість компаній не звертають уваги на цю особливість головної сторінки, що часто призводить до того, що відвідувачі довго не затримуються на сайті і залишають його, ледь зайшовши. Такі web-сайти, нехай навіть містять іноді величезну кількість корисних порад та статей, але практично ніколи не досягають передбачуваного піку відвідуваності, не говорячи вже про продажі.

Зробивши лише кілька незначних змін, простий сайт можна перетворити в вельми надійний і ефективний інструмент. Важливо пам'ятати, що кожного дня на потенційних клієнтів обрушується потік інформації, різних рекламних повідомлень і в плані завоювання їх уваги існує різноманітна та жорстка конкуренція. Web-сайт, здатний не тільки привернути увагу, а і викликати цікавість, спонукає клієнтів переглянути сторінки і робити покупки, а також рекомендувати своїм друзям і знайомим.

Каталог представляє із себе багаторівневу структуру даних, яка повинна простим і зрозумілим способом робити упорядкування товарів. Простіше за все такий каталог представити у вигляді дерева об'єктів, верхній рівень якого складається зі списку розділів. Розділи можуть містити підрозділи або посилання на конкретний товар. Таке упорядкування просто необхідне для зручного і швидкого пошуку і замовлення товарів. Основний і

найбільш трудомісткою частиною інтернет магазину є каталог продукції. Для досягнення максимального ефекту кожна книга повинна бути представлена з розширеним рефератом, скановані зображенням обкладинки, типовими стандартизована вихідними даними. Без зазначених елементів різко падає привабливість такого магазину, оскільки користувач буде позбавлений звичної технології вибору книги, при якій основна увага приділяється увазі книги і її короткого опису.

Пошукова система є далеко не останнім елементом динамічного каталогу і реалізується на стороні сервера. Не дивлячись на те, що каталог забезпечує упорядкування та групування даних, пошукова система дає користувачеві можливість швидкого пошуку інформації, і це надзвичайно важливо в тому випадку, коли каталог являє собою досить розгалужену структуру даних з великою кількістю розділів, підрозділів і товарів; часто користувач погано уявляє, в якому саме розділі може знаходитися потрібний йому товар і чи є він в каталозі взагалі. Пошукова система в деяких випадках дозволяє значно скоротити кількість переходів між сторінками каталогу для доступу до потрібної інформації. Особливість реалізації пошуку в інтернеті полягає в тому, що тут відбувається вибірка всіх записів, які задовольняють умовам запиту (даний механізм пошуку називають пошуком з надлишком). У разі великої вибірки даних висновок результатів пошуку здійснюється посторінково, для того щоб відвідувачам не доводилося довго чекати завантаження всієї вибірки, яка може включати в себе сотні, тисячі і більше записів. Як правило, відвідувачі не переглядають всі сторінки вибірки, обмежуючись двома або трьома. Тому даний механізм пошуку в багатьох випадках працює вкрай повільно і не ефективно. Однак він дозволяє здійснити вибірку однакових товарів від різних постачальників, порівняти їх параметри між собою і вибрати оптимальний варіант.

1.2 Трафік сайтів конкурентів

При аналізі сайтів конкурентів, в нашому випадку це книжкові сайти, ми розглянемо найпопулярніші з них і дамо їм оцінку.

Найпопулярнішими книжковими сайтами в Україні є: yakaboo.ua, bukva.ua, book-ye.com.ua, bookclub.ua (Клуб сімейного дозвілля), bookinist.net.ua, lavkababuin.com. Нижче ми розглянемо трафік сайтів конкурентів (Рис.1.1).

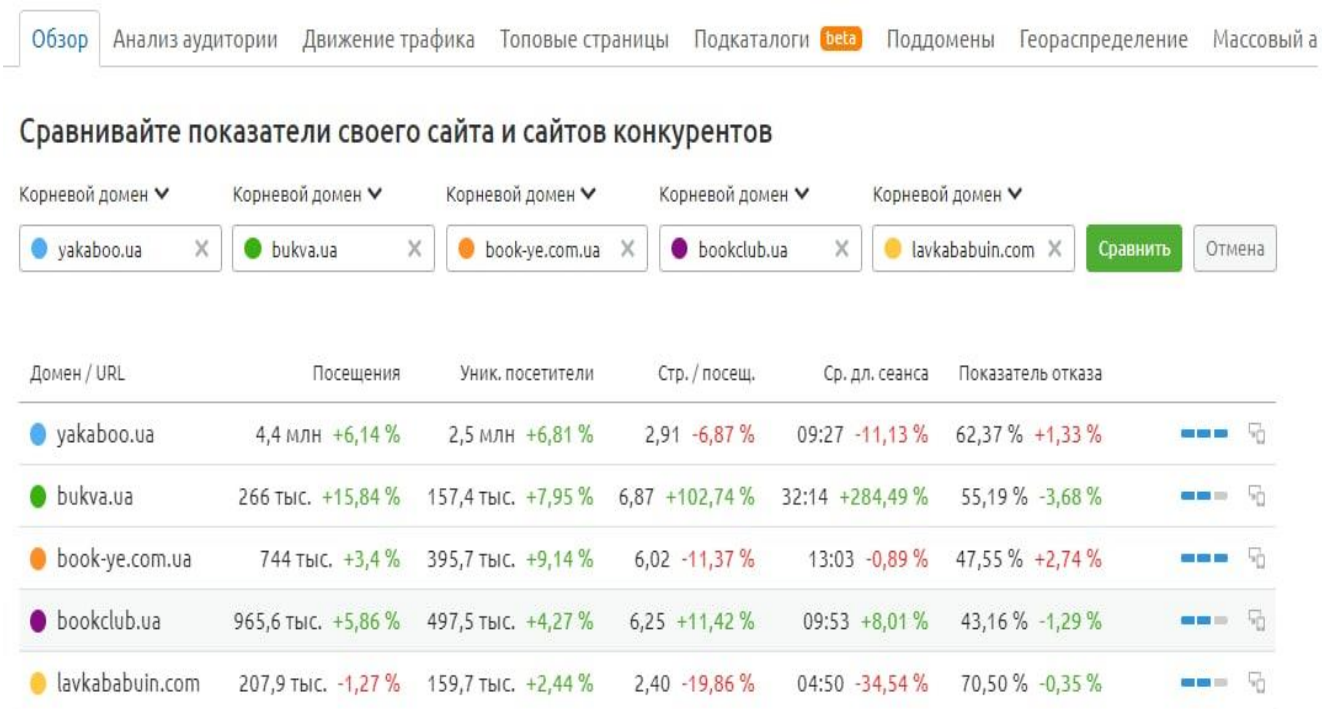


Рис. 1.1 Трафік конкурентів (semrush.com)

На рисунку показаному вище ми бачимо домен сайту (URL) відсоток зростання відвідувачів, унікальність відвідувачів, частоту відвідування сторінок, середню довжину сеансу і показник відмови. Ми можемо зробити простий висновок, що найпопулярнішими з них є yakaboo.ua (4.4 млн), bookclub.ua (965.6 тис) і book-ye.com.ua (744 тис), після них вже йдуть bukva.ua (266 тис) і lavkababuin.com (207.9 тис). Також по малюнку можна зрозуміти, що найактивніші користувачі серед всіх вище вказаних сайтів на bukva.ua, частота відвідування сторінок 102,74 відсотка, а середня довжина сеансу аж 284,49 відсотка.

Якщо робити невеликий прогноз, то безумовно лідером ринку на найближчі пару років залишиться yakaboo.ua, так як у нього просто величезна кількість постійних користувачів. Нижче ми розглянемо сайти більш детально.

1.3 Аналіз сайту yakaboo.ua

При оцінці сайту ми повинні враховувати його дизайн, зручність використання (usability), стиль тексту, зміст сайту, верстку, SEO-оптимізацію і життєвість (оновлення контенту).



Рис. 1.2 Сторінка сайту yakaboo.ua

Дизайн сайту цілком простий, в синіх тонах, що тільки заспокоює людину і створює приємну атмосферу. Сайт досить простий у використанні. Я швидко зміг знайти цікаву для мене книгу, яку в принципі рідко можна знайти в продажу.

Я вважаю великим плюсом робити пошуковик великим, щоб кожен міг швидко знайти потрібну йому книгу, бо деякі сайти роблять його непомітним, що явно ускладнює пошук товарів людям з поганим зором. В даному випадку все зроблено добре. Трохи нижче пошукача ми бачимо розділи зі знижками і культовими книгами, що в принципі досить зручно,

якщо ми хочемо придбати книги давно оцінені співтовариством і явно не прогадали б у виборі. Лівіше розташовані різноманітні розділи, які спрощують пошук цікавих для нас книг, вибір великий, від художньої літератури і саморозвитку, до бізнес аналітики і мемуарів. Хотів би ще підкреслити список бажаного в правому лівому кутку, у конкурентів такого немає, а це є цікавою і зручною фішкою.

Обов'язковий критерій оцінки сайту - це тексти, так як це друге джерело донесення інформації після зображень. І тому тексти повинні бути знову ж підходящими, як і картинки. Тобто вони повинні бути написані словами клієнтів, повинні враховувати властивості-переваги-вигоди, що тут і враховується.

Зміст сайту, якщо казати про цей блок, то може з'явитися відчуття, що правильний портал це той, який розкриває все про себе. Але це не так, треба розкривати 90 відсотків інформації, інше залишити, щоб клієнт все ж вирішив зателефонувати.

Про магазин

Доставка

- [Загальні положення](#)
- [Книгарня](#)
- [Сановивіз](#)
- [Доставка по Києву](#)
- [Доставка по Україні](#)
- [Міжнародна доставка](#)

Оплата

Повернення товару/Гарантія

Безпека та захист даних

Правила публікації відгуків і рецензій

Бонусна програма

Контакти

Умови використання сайту

Подарункові сертифікати

Питання по e-books

Yakaboo.ua — найбільша книгарня України.

- Компанія Yakaboo була **створена у 2004 році**. Спочатку ми займалися прокатом та продажем ліцензійних CD-дисків з доставкою додому. І тільки у 2009-му почали продавати книги. Сьогодні ми — **лідер на ринку**.
- Профіль Yakaboo — книжки. Наша **вузька спеціалізація** дозволяє бути найкращими в даному сегменті, зростати і вдосконалюватись, фокусуючи увагу тільки на головному.
- Наш асортимент становить понад **300 тисяч найменувань книг 71 мовою**. Ми працюємо з більш ніж 500 українськими та іноземними видавництвами.
- Yakaboo продає **паперові, електронні та аудіокниги**. Також ми готуємо реліз власного мобільного додатку для купівлі і читання електронних книг та прослуховування аудіокнижок.
- Нам довіряють. Клієнтська база в **2,5 млн. клієнтів** демонструє довіру споживачів. Це підтверджують **нагороди**: Переможець премії E-awards 2018: вибір клієнтів в номінації «Найкращий книжковий Інтернет-магазин».
- Ми маємо власний склад та кур'єрську службу, що забезпечує **доставку день-у-день** по Києву.
- Ми не просто продаємо книги, у нас є **власне видавництво — Yakaboo Publishing**, пріоритетним напрямком якого є перекладна non-fiction література.
- У нас **крута команда**, яка любить свою роботу. У Yakaboo працюють понад 200 людей. Це співробітники колл-центру, маркетологи, менеджери з продажів, працівники складу, кур'єри, бухгалтери, програмісти — ті люди, які роблять все, щоб ви могли отримати улюблені книжки вчасно.
- Ми любимо комунікацію з нашими клієнтами. Ми реагуємо на всі запити однаково **якісно і швидко** як в соцмережах, так і в колл-центрі. Ми доступні для комунікації через пошту, Facebook, Instagram та Telegram, телефон та сайт.
- Yakaboo — соціально відповідальний бізнес. Ми прагнемо активно **популяризувати читання**: маємо власний блог, співорганізуємо Літературний Кураж Базар та проводимо інші події, аби залучати все більше і більше людей до читання.

3 цікавих факти про Yakaboo:

- Найпопулярнішою за історію існування Yakaboo була книга **«100 експрес-уроків української»**. Продано понад 6000 екземплярів. На другому місці за кількістю продажів — **«Горсалори з Васюківки»**, на третьому — **«Зниці цей шведеник»**, потім — **біографія Ілона Маска**, на п'ятому — **«Гаррі Поттер і прокляте дитя»**.
- Коли засновники шукали назву для нової компанії, під час одного з мозкових штурмів на задньому фоні по телевізору йшла трансляція чемпіонату з футболу в Англії. Раптом пролунав шалено радісний крик коментатора матчу. Це був гол. Гарний гол. Його забив нападник, якого звали Якубу. Вся кімната була наповнена захопленими криками коментаторів: «Гоооо!!! Якубу!!! Чудово!!!». Так народилася назва для нової компанії — «Якабу».
- Найдешевша книга, яку у нас купили, коштувала 2 гривні, найдорожча покупка — 350 тисяч гривень — це була **«Бібліотека зарубіжної літератури в 100 томах»**.

Бажайте знижку 50 грн!

Чат

Рис. 1.3 Зміст сайту та його історія

Сайт yakaboo.ua дотримується цієї тенденції, вони повністю вказали свою історію і всі інші необхідні дані, що тільки зближує продавця і клієнта. Говорячи про верстку сайту ми маємо на увазі його програмний код, при використанні і перевірці yakaboo.ua я зробив висновок, що він працює

коректно, всі сторінки перемикаються, пошуковик працює відмінно, в загальному все добре, хоча при перевірці програмного коду на validator.w3.org все-таки виявилися деякі помилки. Не сказав би, що це якоесь глобально впливає на сайт, але підкреслити варто (Рис.1.4).

8. **Ошибка** значение атрибута label элемента должно быть идентификатором не скрытого элемента управления формы.
Из строки 1843 , столбец 33 ; к строке 1843 , столбцу 86
`<label class="control-label" for="wishlist_list_name">Електр`

9. **Ошибка** значение атрибута label элемента должно быть идентификатором не скрытого элемента управления формы.
Из строки 1847 , столбец 33 ; к строке 1847 , столбцу 86
`<label class="control-label" for="wishlist_list_name">Пароль`

10. **Ошибка** itemprop
Из строки 1511 , столбца 21 ; к строке 1511 , столбцу 119
`<ul class="breadcrumb" itemprop="breadcrumb" itemscope itemType="http://schema.org/BreadcrumbList">`

11. **Ошибка** itemprop
Из строки 1512 , столбца 57 ; в строку 1512 , столбец 148
`<li class="home" itemprop="itemListElement" itemscope itemType="http://schema.org/ListItem">`

12. **Ошибка** itemprop
Из строки 1514 , столбец 45 ; в строку 1514 , столбец 148
``

13. **Ошибка** itemprop
Из строки 1515 , столбца 29 ; к строке 1515 , столбцу 50
`Інтерн`

14. **Ошибка** itemprop
Из строки 1517 , столбец 25 ; в строку 1517 , столбец 64
`<meta itemprop="position" content="1" />`

Рис. 1.4 Помилки в кодї сайту

SEO-оптимізація, спочатку коротко що це взагалі таке. Сайт повинен бути адаптований під ключові запити і адаптований для зручного сприйняття пошуковими системами, наприклад, він повинен швидко завантажуватися. Все це і є SEO-оптимізація. Нижче ми розглянемо SEO-оптимізацію yakaboo.ua використовуючи developers.google.com.

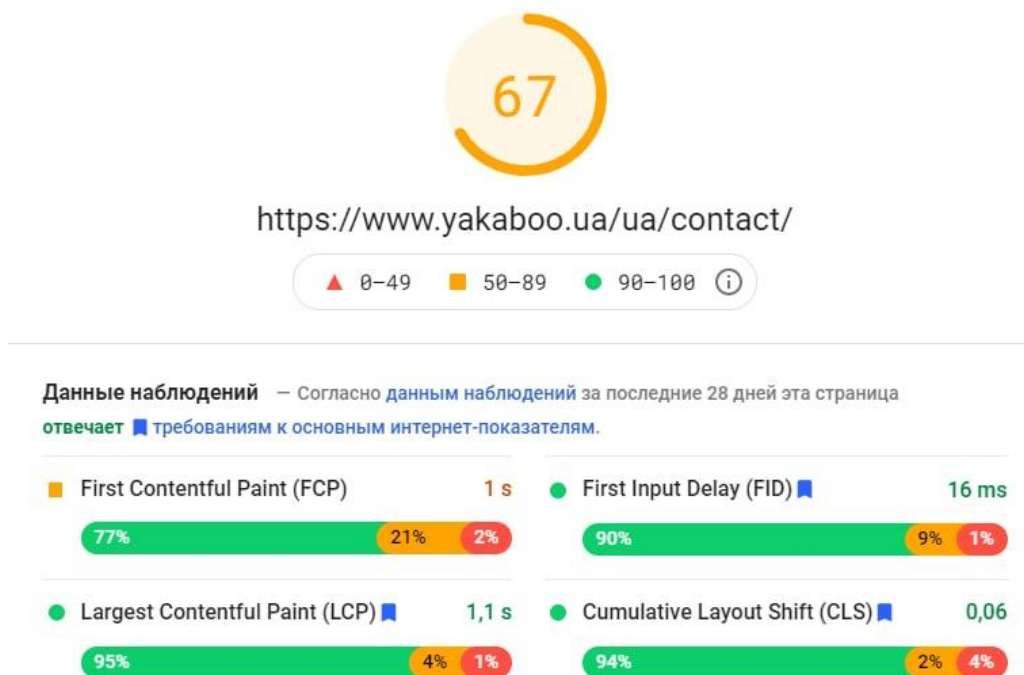


Рис. 1.5 SEO-оптимізація уакабоо.ua для мобільних пристроїв

На рисунку приведенному вище (Рис.1.5) ми бачимо дані спостережень за останні двадцять вісім днів. Згідно з даними спостережень ця сторінка відповідає вимогам до основних інтернет-показників.

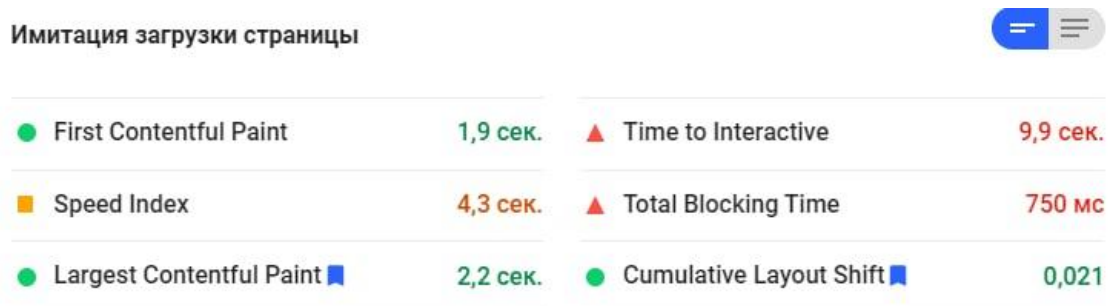


Рис. 1.6 Імітація завантаження сторінки уакабоо.ua для мобільних пристроїв.

Значення приблизні і можуть змінюватися. Рівень продуктивності розраховується безпосередньо на підставі цих показників (Рис.1.6).

Нижче ми розглянемо SEO-оптимізація уакабоо.ua для комп'ютерів.

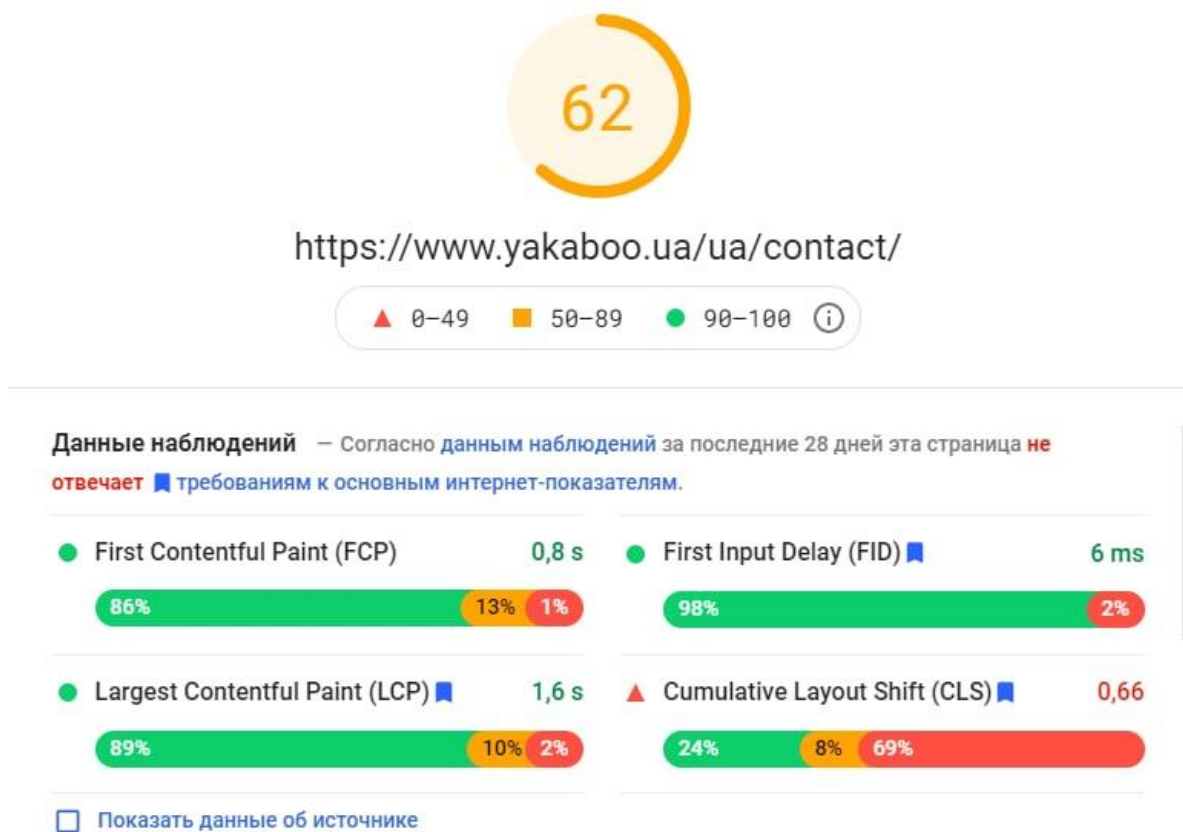


Рис. 1.7 SEO-оптимізація yakaboo.ua для комп'ютерів

На рисунку приведенному вище (Рис.1.7) ми бачимо, що ця сторінка не відповідає вимогам основних інтернет-показників.

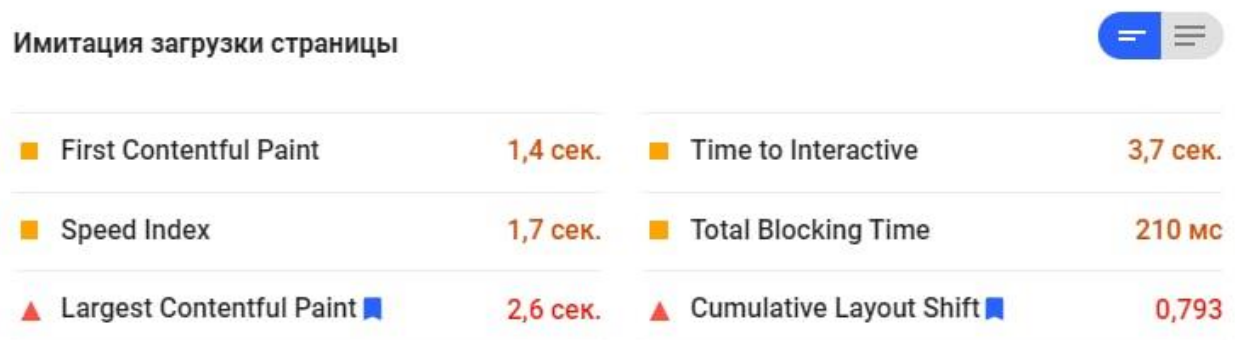


Рис. 1.8 Імітація завантаження сторінки yakaboo.ua для комп'ютерів

На рисунку 8 ми бачимо імітацію завантаження сторінки yakaboo.ua для комп'ютерів, яка гірше ніж імітація для мобільних пристроїв цього ж сайту.

Тепер перейдемо к оновлення контенту даного сайту. Зазвичай такою ознакою серед сайтів є новинна стрічка, яка повинна оновлюватися. У випадку з yakaboo.ua замість новинної стрічки у них цілий блог з окремим сайтом. Ми можемо перейти туди натиснувши на "блог" в правому верхньому кутку.

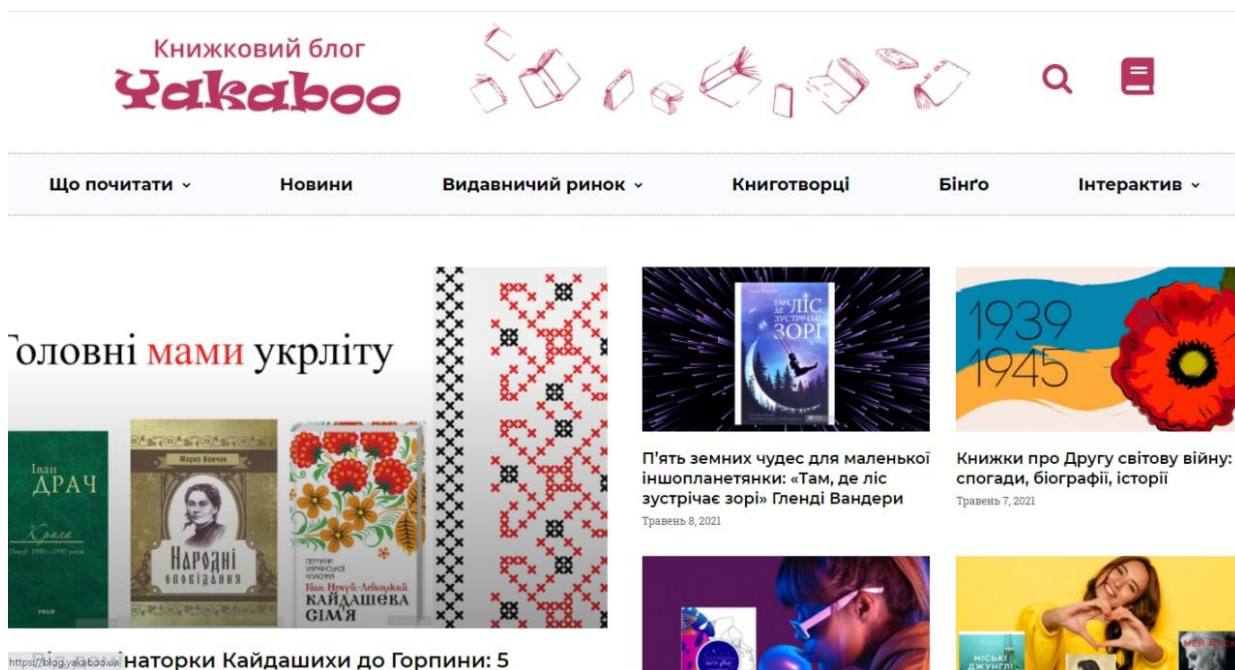


Рис. 1.9 Книжковий блог yakaboo.ua

Роблячи оцінку блогу можна зробити очевидний висновок, що інформація регулярно оновлюється, з'являються нові цікаві теми різного формату в свою чергу це пов'язує [yakaboo](http://yakaboo.ua) з їх аудиторією.

Тепер розглянемо аудиторію і відгуки даного сайту.

Основна аудиторія сайту представлена такими категоріями людей:

- школярі (навчальна література та художня);
- студенти (методичні посібники та тематичні книги);
- батьки (матеріали по вихованню та дитяча література);
- фахівці (друковані видання, спрямовані на підвищення кваліфікації або особистісний ріст);
- домогосподарки;

Відгуки у сайту в основному хороші, середній бал 4,2 з 5

1.4 Аналіз сайту bukva.ua

Зараз ми перейдемо до аналізу сайту bukva.ua і розглянемо всі сім критеріїв (дизайн, зручність використання (usability), стиль тексту, зміст сайту, верстку, SEO-оптимізацію і життєвість (оновлення контенту)).

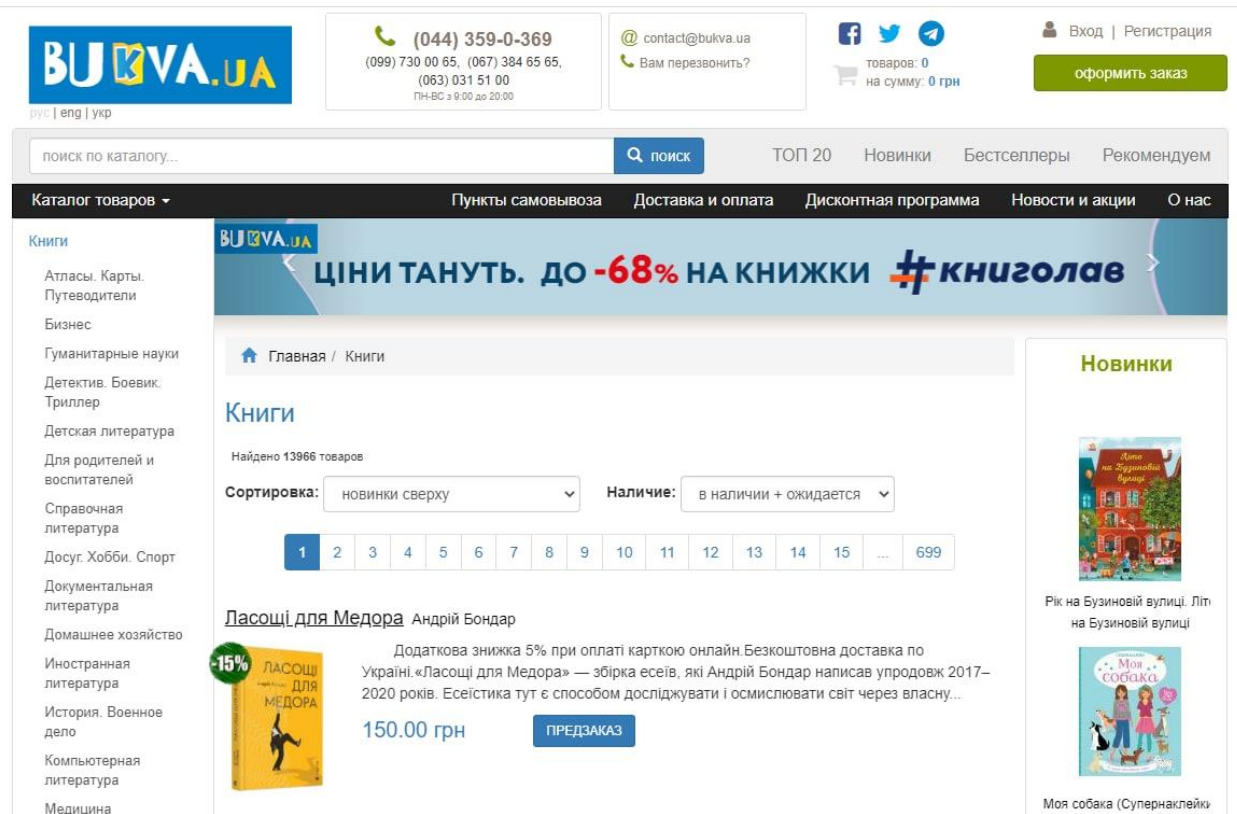


Рис. 1.10 Сторінка сайту bukva.ua

Дизайн сайту зроблений в стриманому консервативному стилі, що не є мінусом. Тут є класичне розташування сторінки, використовується F-подібний шаблон. Вже давно доведено різними дослідженнями, що люди водять по сторінці поглядом, як би описуючи букву F з англійського алфавіту. Тому найбільш значущу інформацію поміщають як правило, повторюючи силует цієї літери. Пошуковик знову таки широкий (як і на ukaboo.ua), вважаю це явним плюсом.

Сайт зручний у використанні, я знайшов потрібну мені книгу. Вибирати книги серед каталогу теж досить зручно, не сказав щоб прям ідеально, але цілком добре. Текст сайту цілком стандартний, стриманий.

Подарунки

Сумки, рюкзаки, чохли

Солодощі

Про компанію Буква

Про компанію

БУКВА – лідер на ринку дистрибуції товарів культурного призначення з унікальною спадщиною та легендарною історією.

Для мільйонів клієнтів, **БУКВА** є провідником у світі культури, гарантією доброго смаку та високого рівня обслуговування, пропонуючи унікальне поєднання товарів, які є предметами інтелектуального надбання, становлять основу знань у різних галузях, а водночас дозволяють присмачити вільний час (книжки, ексклюзивні видання в шкіряній палітурі, канцелярські товари, сувенірна продукція, настільні ігри, набори для творчості та ін.).

Про інтернет-магазин


БУКВА.ua - один із найбільших книжкових інтернет-магазинів в Україні! Затишний світ книг та захопливих розваг. У нас ви знайдете для себе те, що потрібно саме вам!

Для вас, любі наші книжкові гурмани, ми пропонуємо великий асортимент книг різних жанрів із розмаїттям тематичного наповнення за доступними цінами. У нас ви зможете підібрати вражаючий, цінний подарунок, відкривши для себе світ ексклюзивних подарункових шкіряних видань. Саме в нашому магазині ви знайдете захоплюючі ігри, як для дітей, так і для дорослих, а також, канцелярські товари високої якості. Звертайтеся - ми завжди знайдемо чим вас зацікавити!


Здійснювати покупки в **БУКВА.ua** зручно, приємно та комфортно: ви заходите до нашого інтернет-магазину, або телефонуйте за багатоканальним номером нашого call-центру (044) 359-0-369, обираєте товар, створюєте замовлення і ми доставляємо його зручним для вас способом.

Доставка замовлень здійснюється по всій Україні та за її межами.


Для постійних клієнтів діє дисконтна програма. З її детальними умовами ви можете ознайомитися перейшовши за посиланням



Химия навсегда. О гороховом супе, опасности



Моя собака (Супернаклейки)



Рік на Бузиновій вулиці. Літ на Бузиновій вулиці

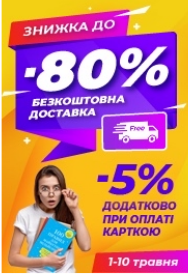




Рис. 1.11 Зміст сайту та його історія

Сайт bukva.ua не йде за сучасною тенденцією, а за старим стилем вказує недостатньо інформації про себе. Я б не сказав що це надзвичайно важливо, як правило це не сильно впливає на продаж, але люди тепер шанують сайти які відкривають досить інформації про себе.

Використовуючи bukva.ua ніяких багів не було виявлено, всі сторінки добре перемикаються, пошуковик працює теж добре, хоча при перевірці програмного коду на validator.w3.org я виявив аж 240 помилок, хоча вони і не сильно впливають на сайт, але це все рівно помилки (Рис.1.12).

```

nter>=<table style="margin:0; padding:0;" cellpadding="0" cellspacing="0" border="0">=<
234. Ошибка Вместо этого используйте CSS valign tr
Из строки 1062 , столбец 84 ; к строке 1063 , столбцу 24
order="0">=<tr valign="middle">=<
235. Внимание type
Из строки 1084 , столбец 1 ; к строке 1084 , столбцу 31
lytics-->=<script type="text/javascript">=<var
236. Внимание type
Из строки 1256 , столбец 1 ; к строке 1256 , столбцу 31
eral] -->=<script type="text/javascript">=<windo
237. Ошибка Вместо этого используйте CSS font
Из строки 1271 , столбец 1 ; в строку 1271 , столбец 20
eral] -->=<font color="white">render
238. Ошибка конечный тег для body видимого, но есть незакрытые элементы.
Из строки 1273 , столбец 1 ; в строку 1273 , столбец 7
v>=</div>=</body>=</html>
239. Ошибка незакрытый элемент div
Из строки 113 , столбец 1 ; в строку 113 , столбец 29
-->=</head>=<div class="container-fluid">=<
240. Ошибка случайный конечный тег div
Из строки 1274 , столбец 1 ; в строку 1274 , столбец 13
>=</body>=</html>=</div>=<

```

Рис. 1.12 Помилки в кодї сайту

Перейдемо знову до SEO-оптимізації, тільки зараз ми будемо аналізувати bukva.ua.

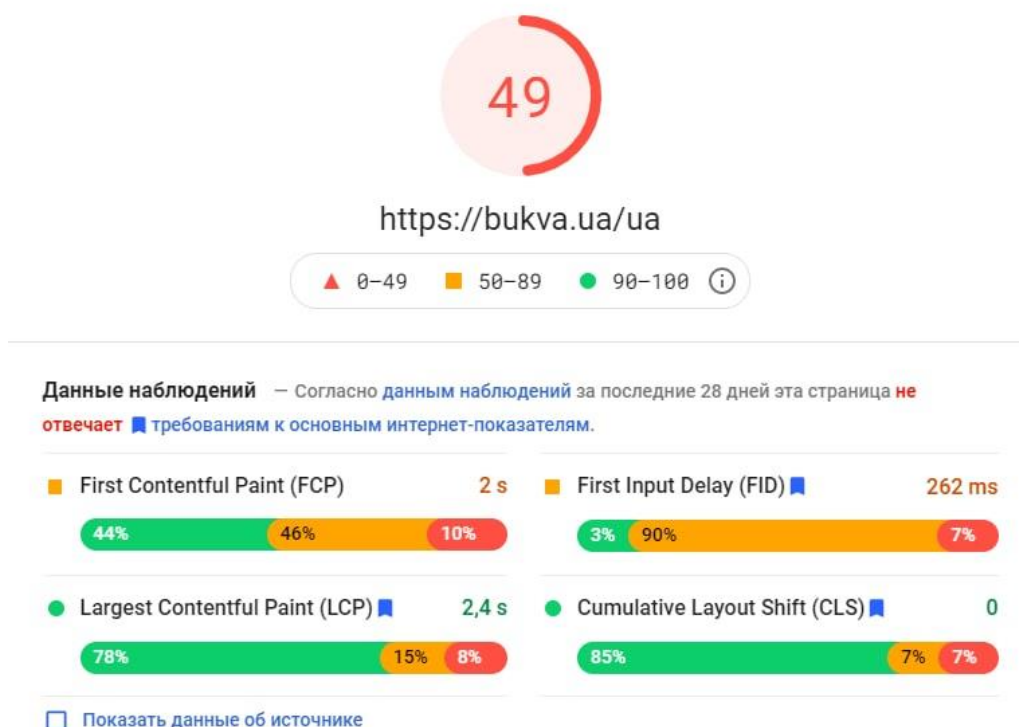


Рис. 1.13 SEO-оптимізація bukva.ua для мобільних пристроїв

На вище приведенному рисунку ми бачимо, що згідно з даними спостережень за останні 28 днів ця сторінка не відповідає вимогам до основних інтернет-показників.



Рис. 1.14 Імітація завантаження сторінки bukva.ua для мобільних пристроїв.

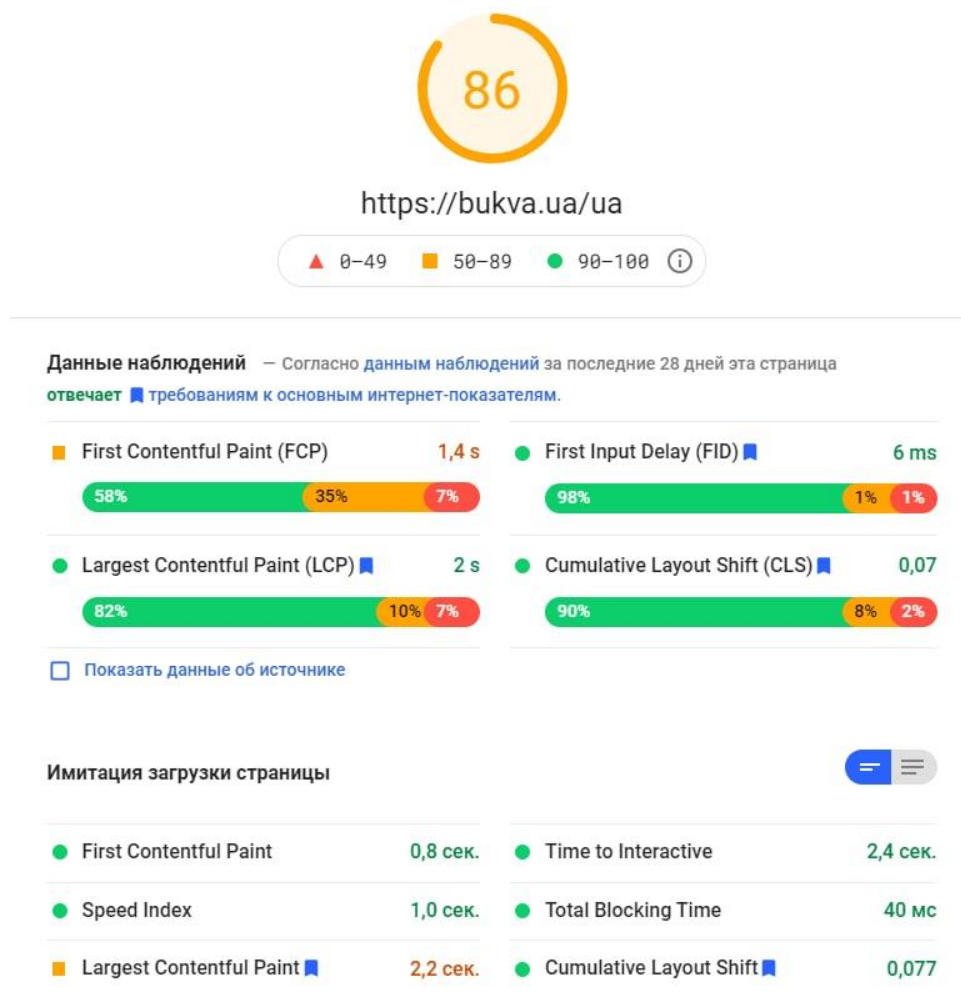


Рис. 1.15 SEO-оптимізація bukva.ua для ПК

На рисунку приведенному вище (Рис.1.15) ми бачимо, що ця сторінка відповідає вимогам основних інтернет-показників. Імітація завантаження сторінки задовільна.

Кажучи про оновлення контенту bukva.ua можна зробити чіткий висновок, що інформація оновлюється, але не досить часто і в основному це лише рекламні акції (Рис.1.16). Магазин не сильно налаштований на активний зв'язок з клієнтом, можливо це пов'язано з тим, що магазин більш активно продає книжки офлайн.

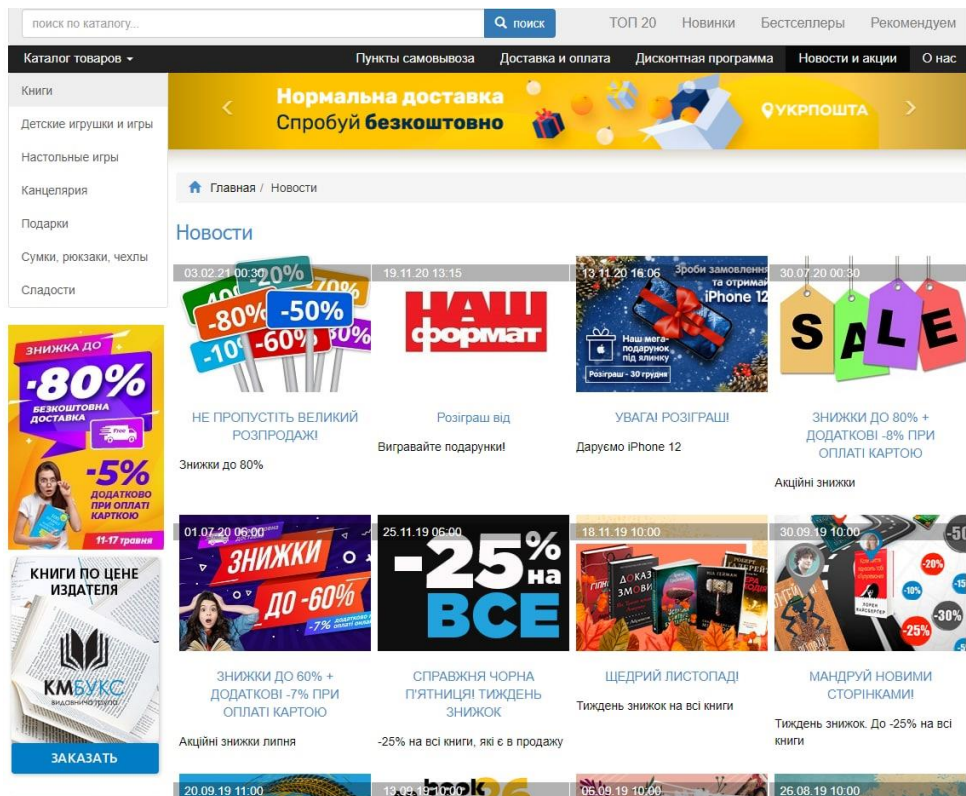


Рис. 1.16 Новинна сторінка bukva.ua

Тепер розглянемо аудиторію і відгуки даного сайту.

Основна аудиторія сайту представлена такими категоріями людей:

- школярі (навчальна література та художня);
- студенти (методичні посібники та тематичні книги);
- батьки (матеріали по вихованню та дитяча література);
- фахівці (друковані видання, спрямовані на підвищення кваліфікації або особистісний ріст);
- домогосподарки;

Відгуки у сайту в основному нейтральні, середній бал 3 з 5

1.5 Аналіз сайту book-ye.com.ua

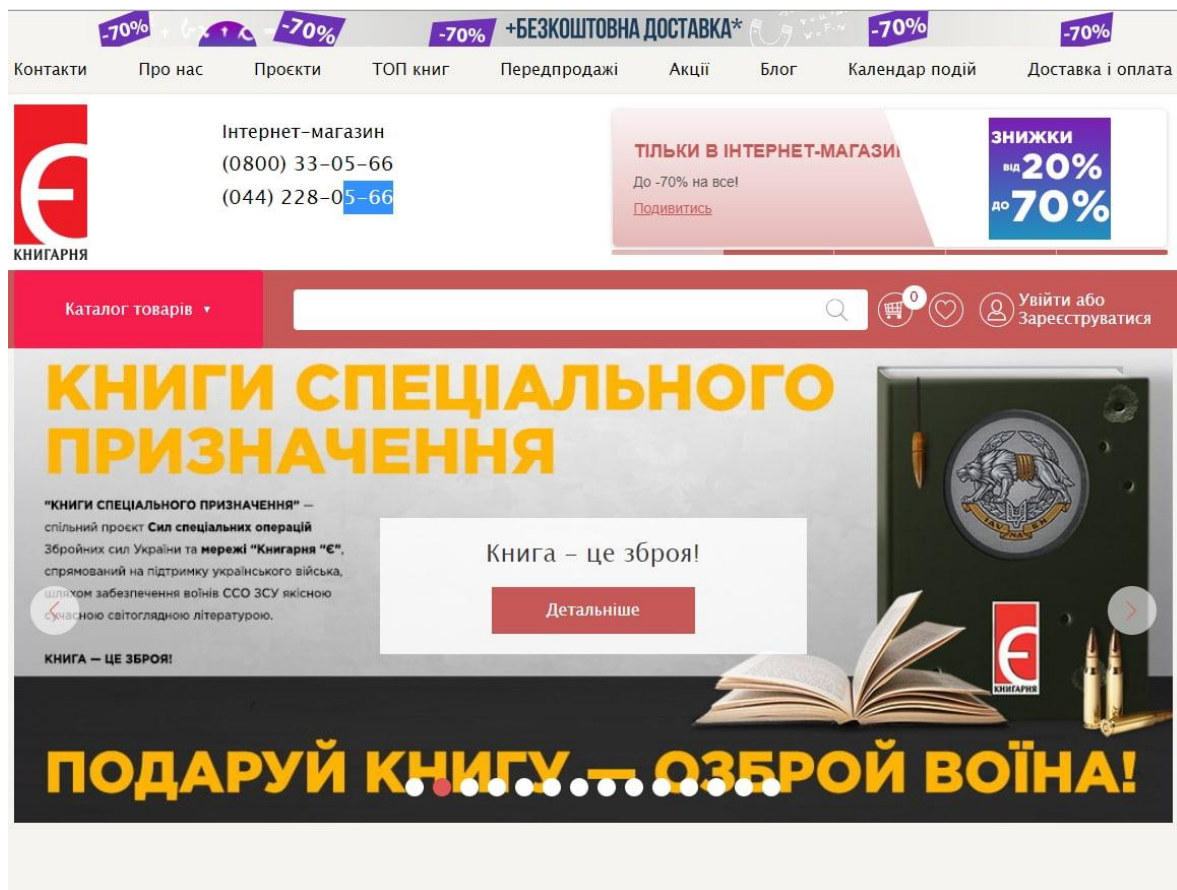


Рис. 1.17 Сторінка сайту book-ye.com.ua

На рисунку 1.17 ми бачимо найбільш затребуваний в веб-дизайні - класичний стиль.

Класичний дизайн сайтів розробляється на основі вже створених фірмових елементів стилю компанії: логотипі, існуючої поліграфії.

Можливі кольори дизайну сайту повинні поєднуватися з вже використовуваними кольорами в логотипі, а поліграфія дає відповідь на питання - які типи шрифтів можуть бути використані для оформлення текстового контенту.

Використання вже знайомих, для цільової аудиторії, елементів дизайну, сприяє швидкому формуванню впізнаваності нового або модернізованого веб-ресурсу.

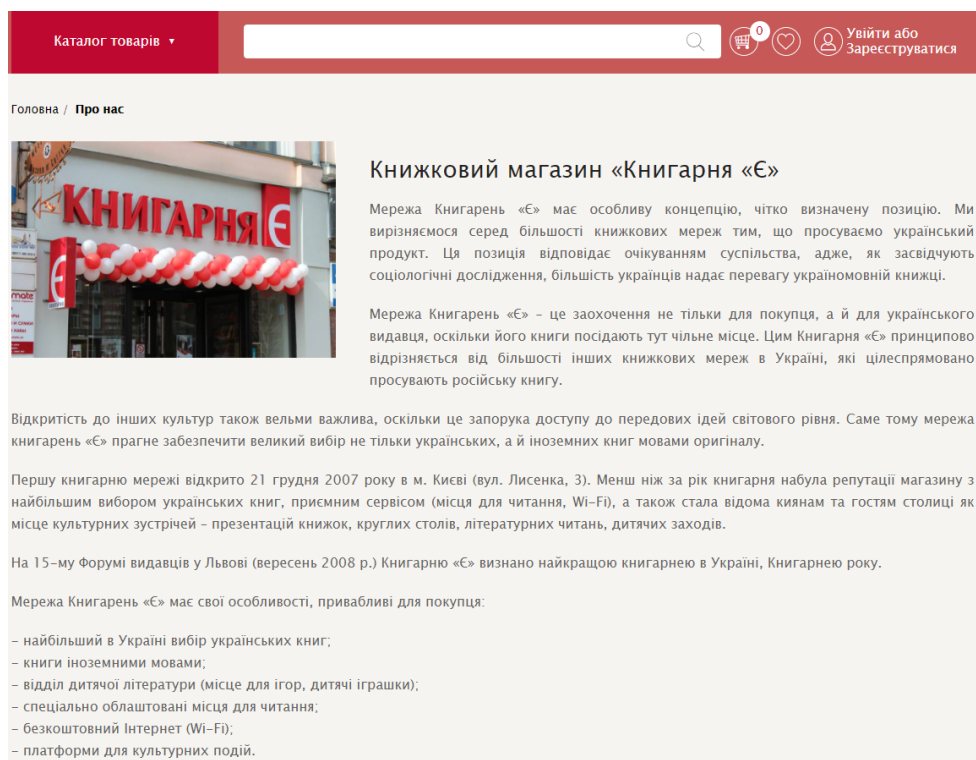
Як правило, класичний дизайн сайту використовують, створюючи веб-ресурс для бізнесу (компаній і корпорацій). При цьому, акцентують увагу на

логотипі (найбільш яскравому і приваблює увагу, колірному зображенні) - найбільш пізнаваному елементі бізнесу.

Розглядаючи сайт ми бачимо різноманітні пропозиції та акції, але хочу підкреслити, що для переходу на пропозицію треба натиснути «докладніше», а не на саму сторінку, мало того, коли ми перейшли на пропозицію нам висвічується не самі книги, а просто інформація про акцію, потім нам знову треба натиснути на кнопку переходу «Повний перелік книг». Вважаю такий перехід не зручним для користувача.

Пошуковик сайту досить зручний, я знайшов необхідну для мене книгу, та і сам пошуковик легко помітити, як я і казав раніше це явний плюс, бо не всі сайти роблять його достатньо помітним. Знову хочу підкреслити список бажань, безслівно це класна фішка, не у всіх сайтів, що продають книги вона є, але ми це бачили на uakaboo.ua. Всі сторінки сайту працюють справно, ніяких багів не виявлено. Ще одним плюсом сайту є передпродажі, можна замовити книгу яка вийде наприклад через два місяці, але за більш привабливою ціною. У інших сайтів такої фішки не було.

Текст сайту Lucida Sans Unicode, що підходить стилістиці сайту.



Каталог товарів ▾

Увійти або Зареєструватися

Головна / Про нас

Книжковий магазин «Книгарня «Є»

Мережа Книгарень «Є» має особливу концепцію, чітко визначену позицію. Ми вирізняємося серед більшості книжкових мереж тим, що просуваємо український продукт. Ця позиція відповідає очікуванням суспільства, адже, як засвідчують соціологічні дослідження, більшість українців надає перевагу україномовній книжці.

Мережа Книгарень «Є» – це заохочення не тільки для покупця, а й для українського видавця, оскільки його книги посідають тут чільне місце. Цим Книгарня «Є» принципово відрізняється від більшості інших книжкових мереж в Україні, які цілеспрямовано просувають російську книгу.

Відкритість до інших культур також вельми важлива, оскільки це запорука доступу до передових ідей світового рівня. Саме тому мережа книгарень «Є» прагне забезпечити великий вибір не тільки українських, а й іноземних книг мовами оригіналу.

Першу книгарню мережі відкрито 21 грудня 2007 року в м. Києві (вул. Лисенка, 3). Менш ніж за рік книгарня набула репутації магазину з найбільшим вибором українських книг, приємним сервісом (місце для читання, Wi-Fi), а також стала відома киянам та гостям столиці як місце культурних зустрічей – презентації книжок, круглих столів, літературних читань, дитячих заходів.

На 15-му Форумі видавців у Львові (вересень 2008 р.) Книгарню «Є» визнано найкращою книгарнею в Україні, Книгарнею року.

Мережа Книгарень «Є» має свої особливості, привабливі для покупця:

- найбільший в Україні вибір українських книг;
- книги іноземними мовами;
- відділ дитячої літератури (місце для ігор, дитячі іграшки);
- спеціально облаштовані місця для читання;
- безкоштовний Інтернет (Wi-Fi);
- платформи для культурних подій.

Рис. 1.18 Зміст сайту book-ye.com.ua та його історія

Компанія повністю виказує свою позицію, та не скриває своєї історії від клієнта, що на мою думку є перевагою. Як ми можемо побачити на рисунку 18 book-ye.com.ua відає перевагу українським книжкам та має солідне визнання серед української громади, в «Книгарня «Є» (book-ye.com.ua) найбільший в Україні вибір українських книг, це трохи відрізняє аудиторію від інших сайтів, незначно, але все-таки відрізняє. Ми розглянемо це трохи нижче.

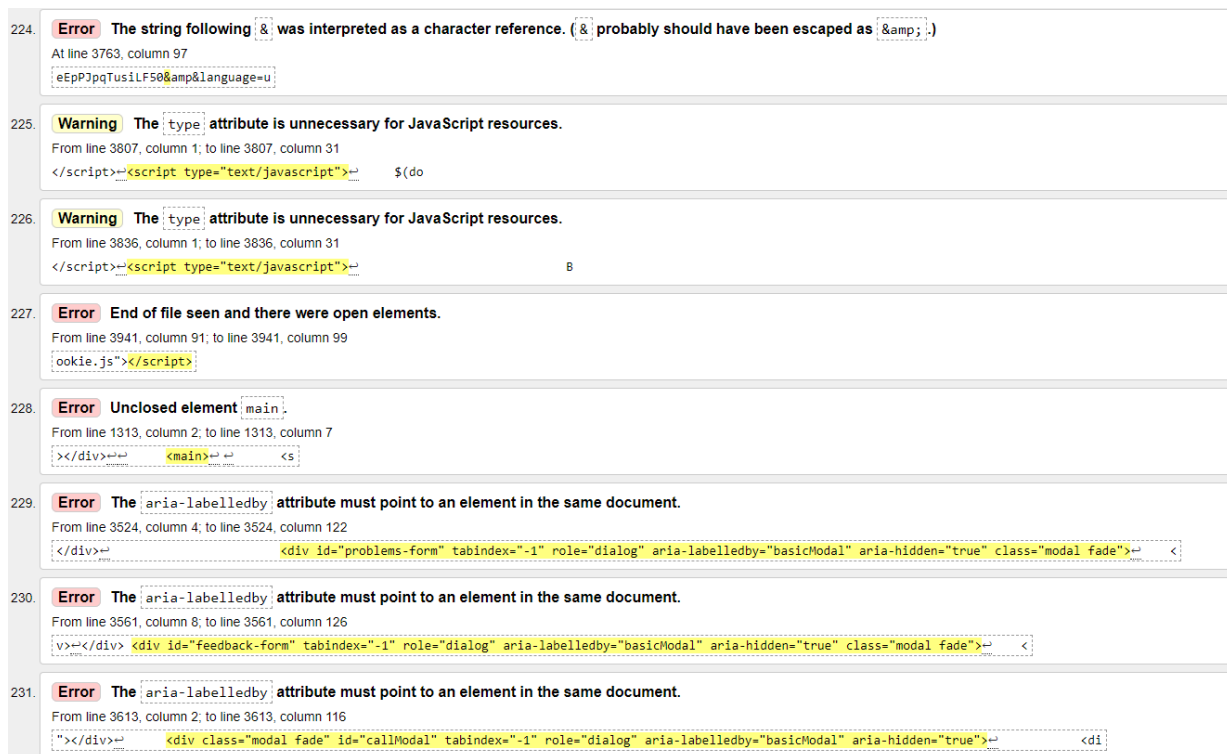


Рис. 1.19 Помилки сайту book-ye.com.ua

При пошуку помилок сайту їх виявилось не мало, аж двісті тридцять одна помилка, в основному вони синтаксичні та не сильно впливають на зручність використання сайту та його працездатність, але є помилки які можуть заважати користувачу використовувати сайт. Нижче ми розглянемо як це може нашкодити сайту.

Які проблеми можуть виникнути через помилки в HTML-кодi:

- сторінки завантажуються повільно;
- сайт некоректно відображається на різних пристроях або в браузерах;
- відвідувачі бачать не весь контент;

- програміст не помічає приховану рекламу і шкідливий код.

В даному випадку проблема може полягати в більш повільній загрузці сайту та прихованій рекламі.

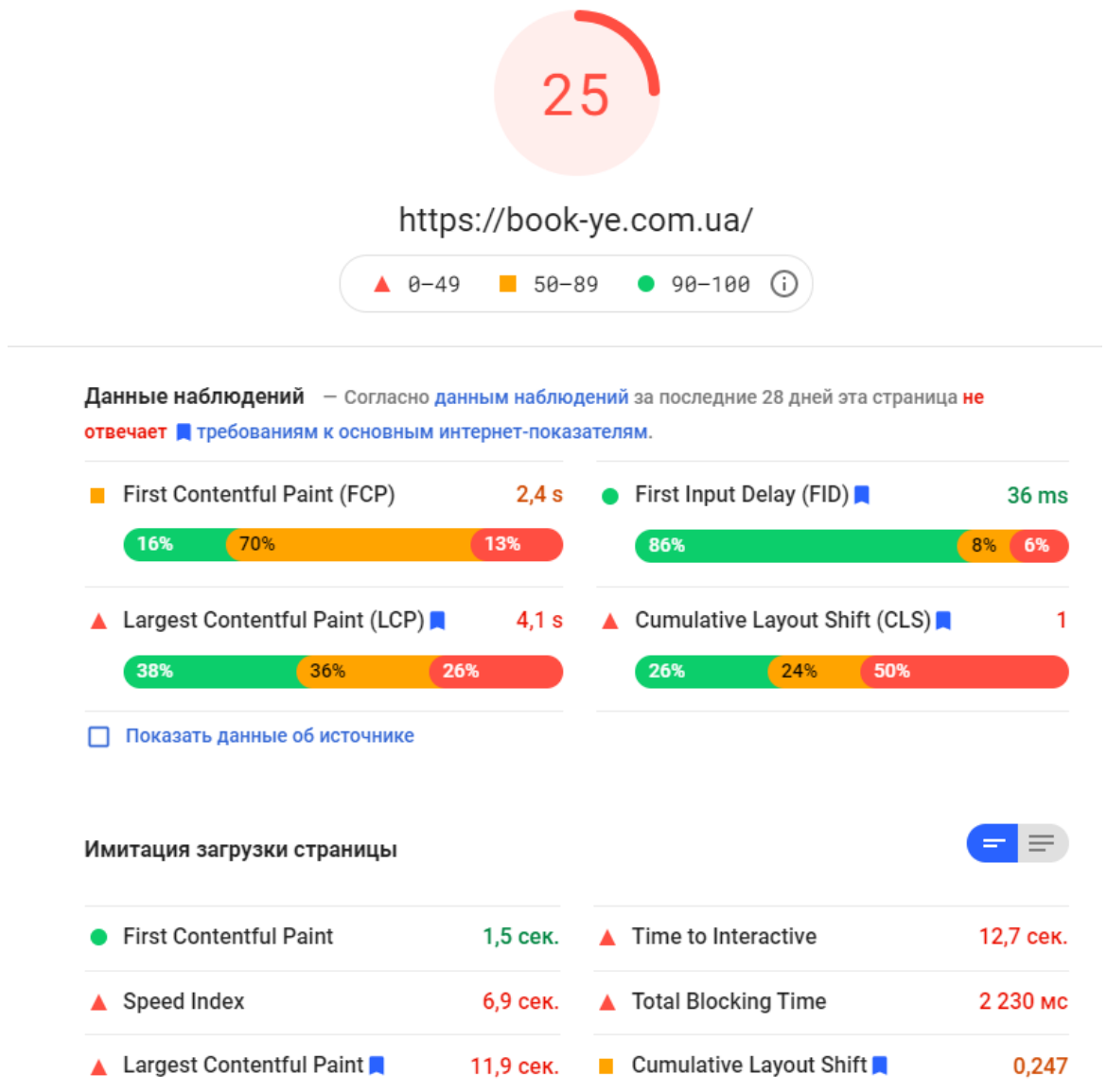


Рис. 1.20 SEO-оптимізація book-ye.com.ua для мобільних пристроїв

SEO-оптимізація даного сайту явно не відповідає вимогам, вона навіть дуже низька, можливо деякі помилки коду на це повпливали (Рис. 1.19).

Валідність не є фактором ранжирування в Google, так що безпосередньо вона не впливає на позиції сайту у видачі пошукових систем. Вона впливає на мобільну придатність сайту і на те, як пошукові боти сприймають розмітку, а від цього побічно можуть постраждати позиції або трафік.

Нижче ми розглянемо SEO-оптимізація для ПК.

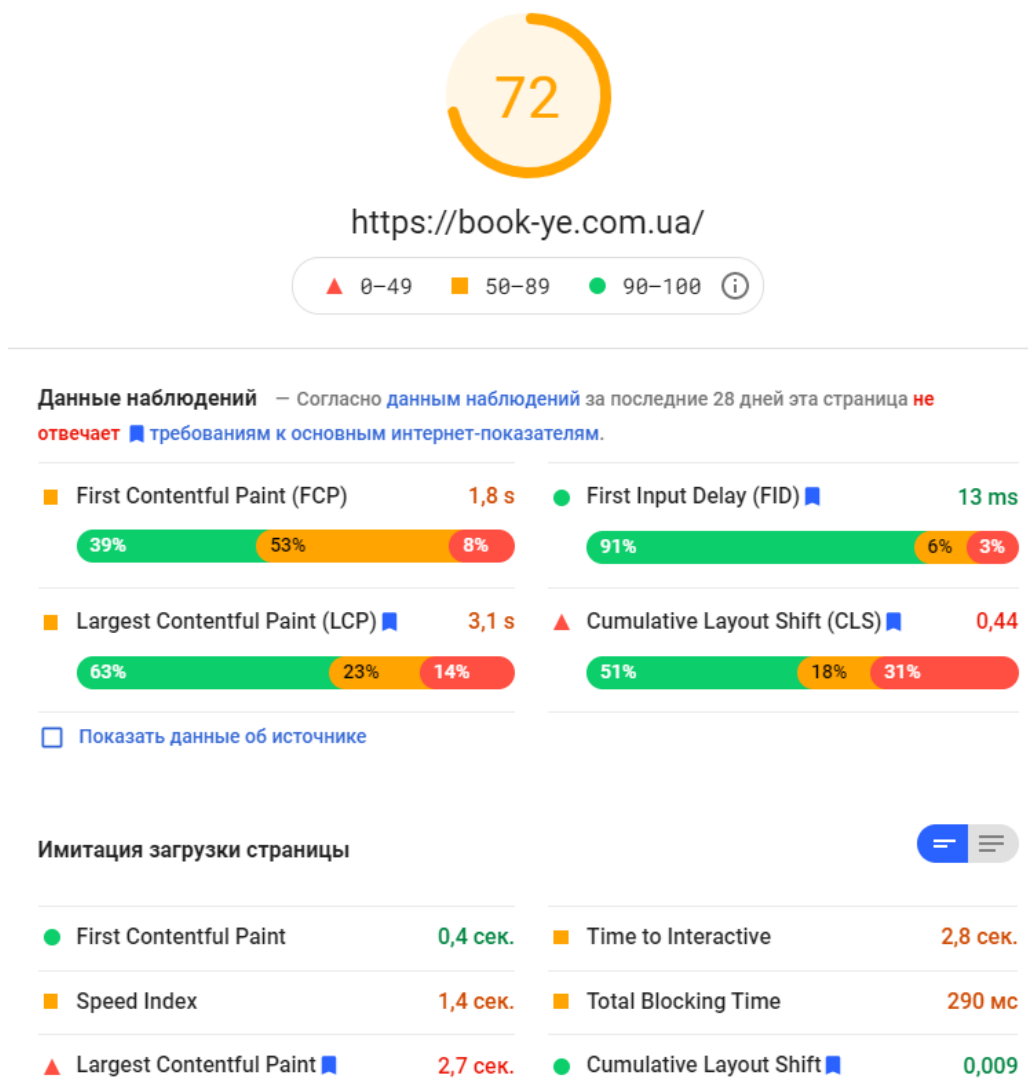


Рис. 1.21 SEO-оптимізація book-ye.com.ua для ПК.

SEO-оптимізація для ПК теж не відповідає загальним вимогам, але вона набагато краща ніж для мобільних пристроїв, якщо б не поганий бал в CLS то сайт би відповідав вимогам.

Я все-таки вважаю, що саме помилки в HTML коді заважають скануванню сайту пошуковим ботам, визначенню структурованої розмітки на сторінці, рендерингу на мобільних пристроях і кросбраузерності. В цілому бал не критичний і повинне бути лише бажання виправити помилки сайту щоб все працювало справно.

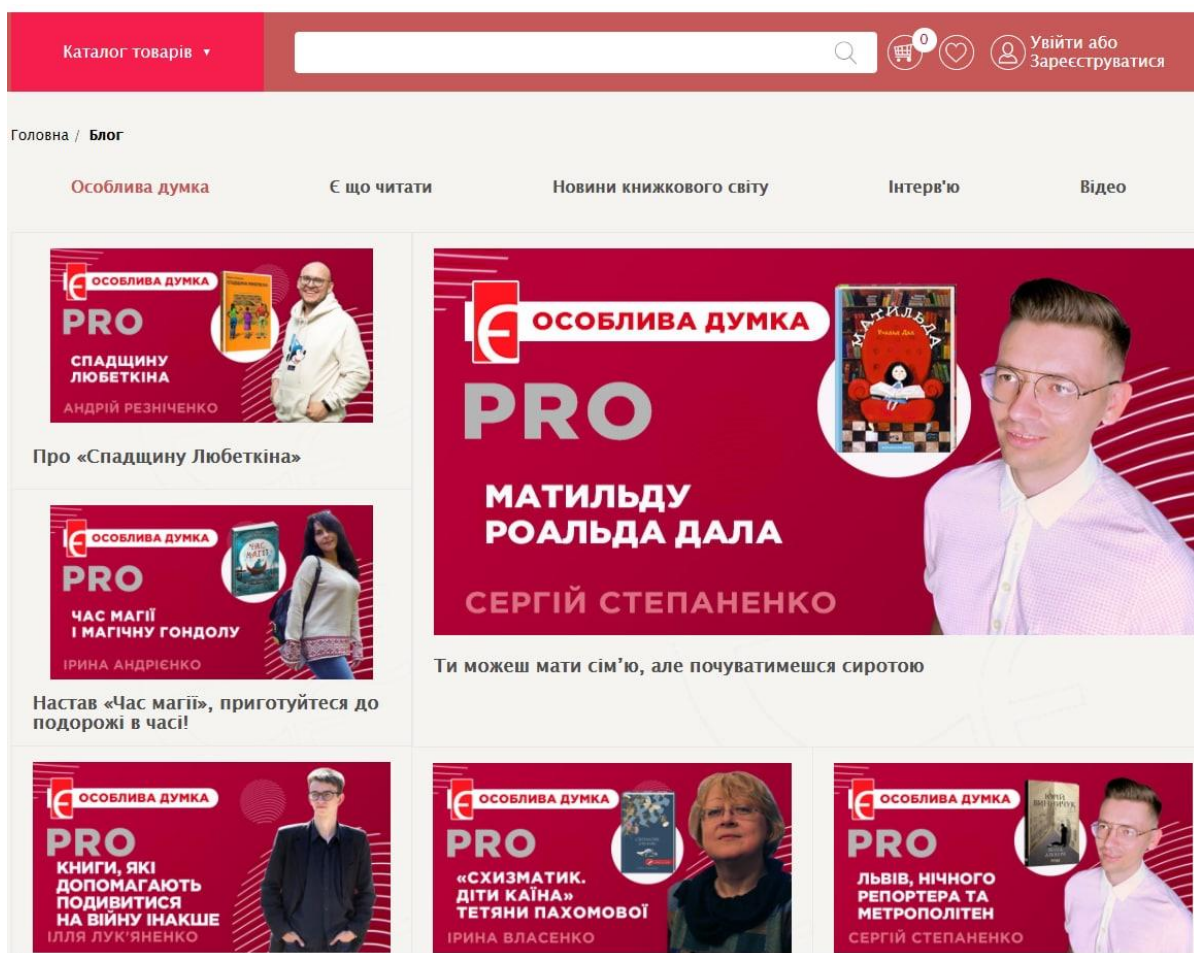


Рис. 1.22 Книжковий блог book-ye.com.ua

«Книгарня «Є» (book-ye.com.ua) веде дуже активний блог, теми різноманітні, але звичайно ж в основному про книги, наприклад невеличка стаття про книги які допомагають подивитися на війну інакше, на мою думку тема дуже цікава, та і таких тем в них чимало, що звичайно є великим плюсом для сайту. Безперечно кажучи про активність сайту можна сказати впевнено, на book-ye.com.ua майже найчастіше оновлюється подібний контент (можливо лише yakaboo.ua кращий в цьому плані).

Аудиторія:

Дуже різнорідна аудиторія навіть у віковому плані. Як казав один із директорів компанії Лазуткін, «жінки від 15 до 45». «Нас же відвідують люди віком від 15 і до останніх днів життя» (с) Ігор Зарудко арт-менеджер book-ye.com.ua.

1.6 Аналіз сайту bookinist.net.ua

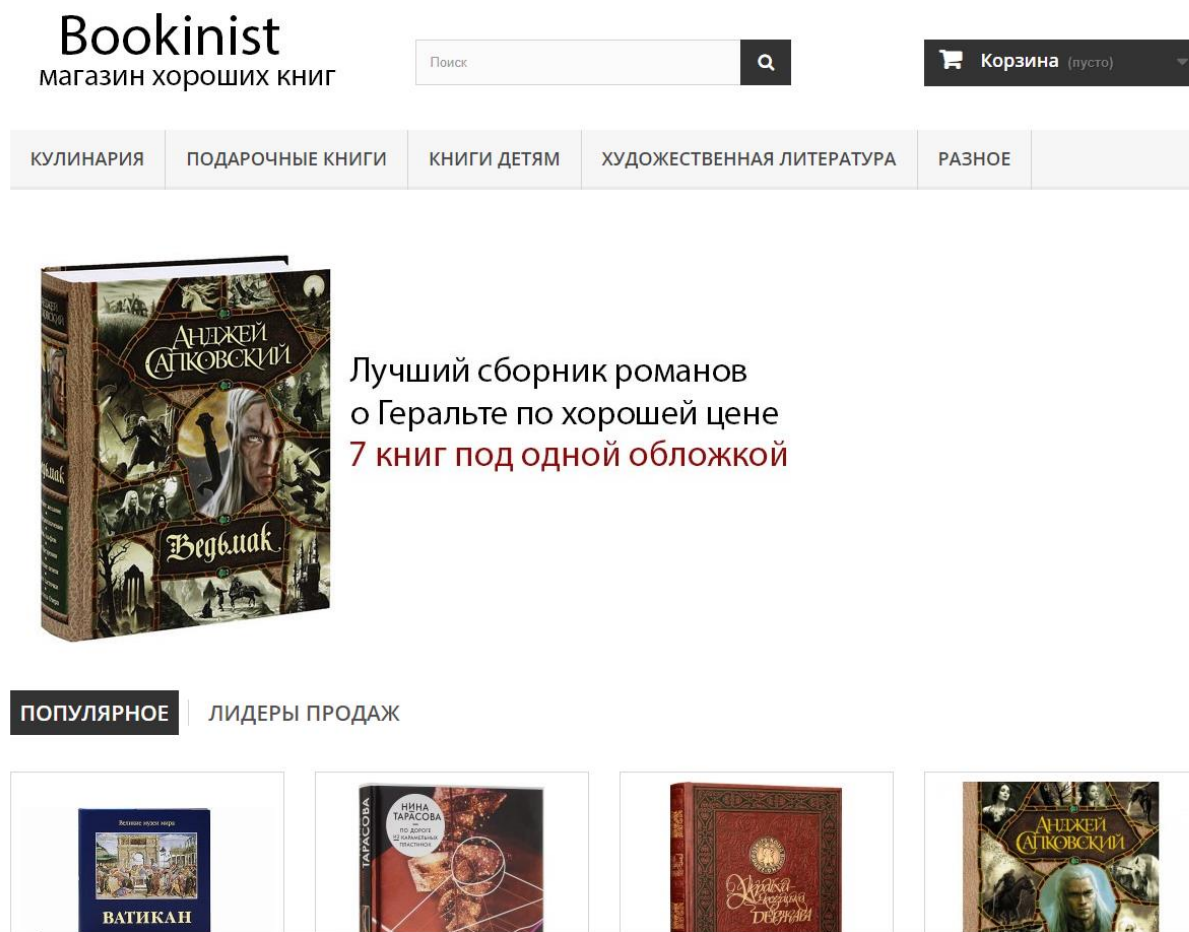


Рис. 1.23 Сторінка сайту bookinist.net.ua

Дизайн сайту bookinist.net.ua серед усіх перерахованих сайтах виконаний в най мінімалістичному стилі, але він вписується в тематику сайту. Тобто це і не мінус, і не плюс, сайт також можна віднести до класики. Класичний дизайн сайтів, найчастіше, виконаний в строгому стилі, колірна гамма - нейтральна, без надміру чванливих кольорів.

Сайт в основному працює коректно, але пошуковик іноді видає невірні результати, особливо коли я шукаю книги які взагалі не часто зустрічаються, як правило результатом такого пошуку являється випадковий набір книг. Звичайно класичну літературу він швидко знаходить. Розділи с різними жанрами не зручний, на сайті взагалі всього п'ять основних розділів: Кулінарія, подарункові книги, книжки дітям, художня література, різне. В головних розділах є свої підрозділи, наприклад коли ми вибираємо розділ художня література нам видає п'ять підрозділів: Фантастика, історія,

графічні романи, мемуари, трилери. Даючи оцінку зручності сайту можна зробити простий висновок, він гірший серед всіх сайтів що я розглядав.

Стиль тексту сайту inherit, він підходить до сірої гами сайту та вписується в загальну картину.

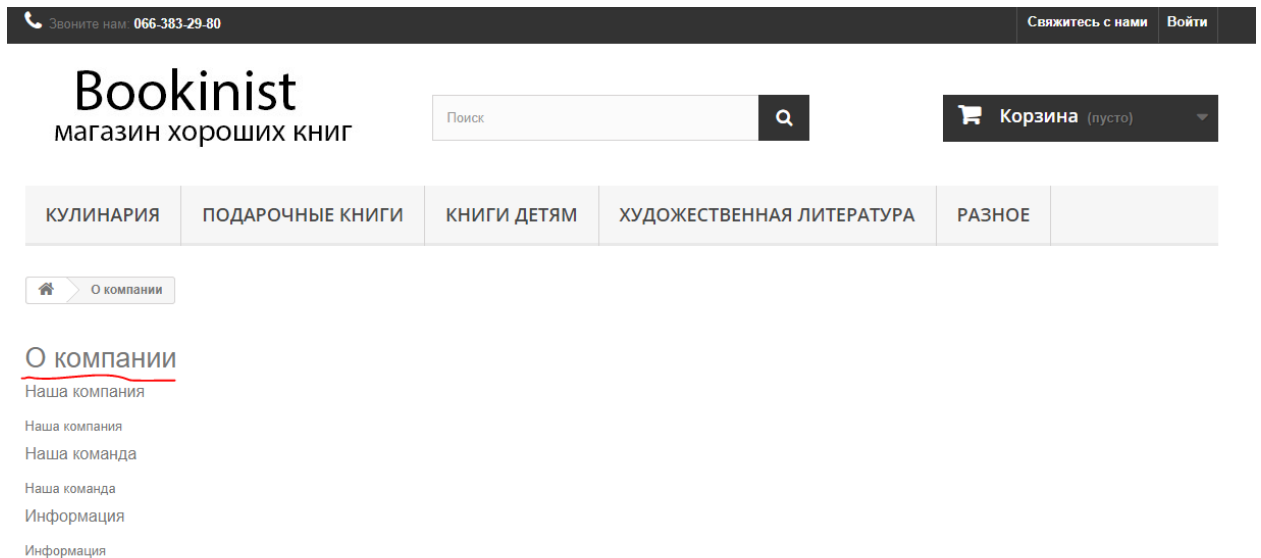


Рис. 1.24 Зміст сайту bookinist.net.ua та його історія

Як ми можемо побачити на рисунку 1.24 компанія взагалі нічого не вказала про себе. Якщо перекласти це в HTML код, то там буде написано: `<h1> Про компанію</h1>`, `<h2> Наша компанія</h2>` і так далі, це просто заголовки, тут іншого тексту немає. Це явний мінус для сайту.

Давайте розглянемо навіщо насправді потрібен текст «Про компанію», бо bookinist.net.ua взагалі знехтував цим правилом.

Для пошукачів важлива якість контенту. У Google для визначення якості є багато факторів, частина з яких - фактори E-A-T, що розшифровується як expertise, authoritativeness, trustworthiness - експертність, авторитетність і достовірність. Особливо вони важливі сайтам з категорії YMYL - «Your Money or Your Life», пов'язаними з питаннями здоров'я і фінансів. Але й іншим сайтам буде не зайвим розкрити ці фактори на своїх сторінках.

Текст про компанію може допомогти розкрити E-A-T, а саме експертність і авторитетність ресурсу. У цьому розділі можна написати, яким

сертифікатам якості відповідає продукція, які перевірки пройшла, які має нагороди, і докласти скріншоти документів для доказів. Якщо для діяльності компанії потрібні ліцензії, їх теж можна викласти в розділі «Про нас».

З вище приведених фактів ми можемо зробити висновок, що вказувати інформацію про компанію необхідно. Далі ми розглянемо програмний код сайту.

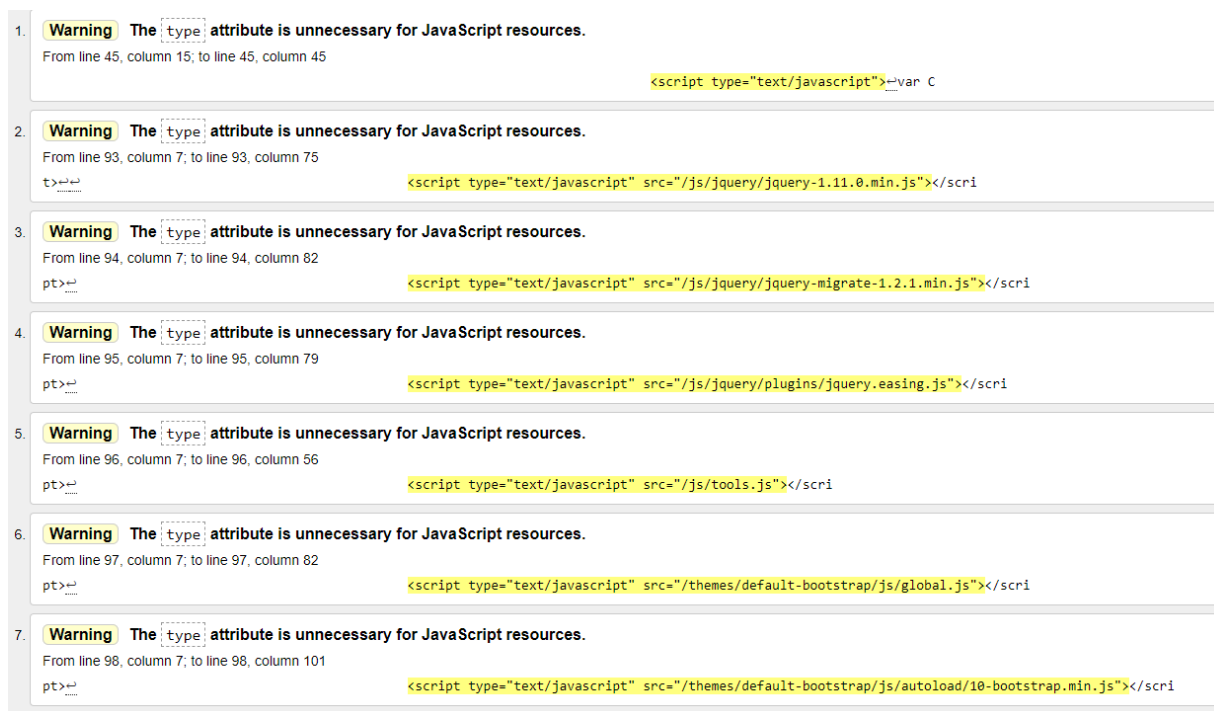


Рис. 1.25 Помилки сайту bookinist.net.ua

На мій великий подив сайт не має глобальних помилок, можливо це зв'язане з його простотою, хоча при пошуку книг він трохи зависав. Далі ми розглянемо SEO-оптимізацію, що більш глибоко розкриє структуру сайту.

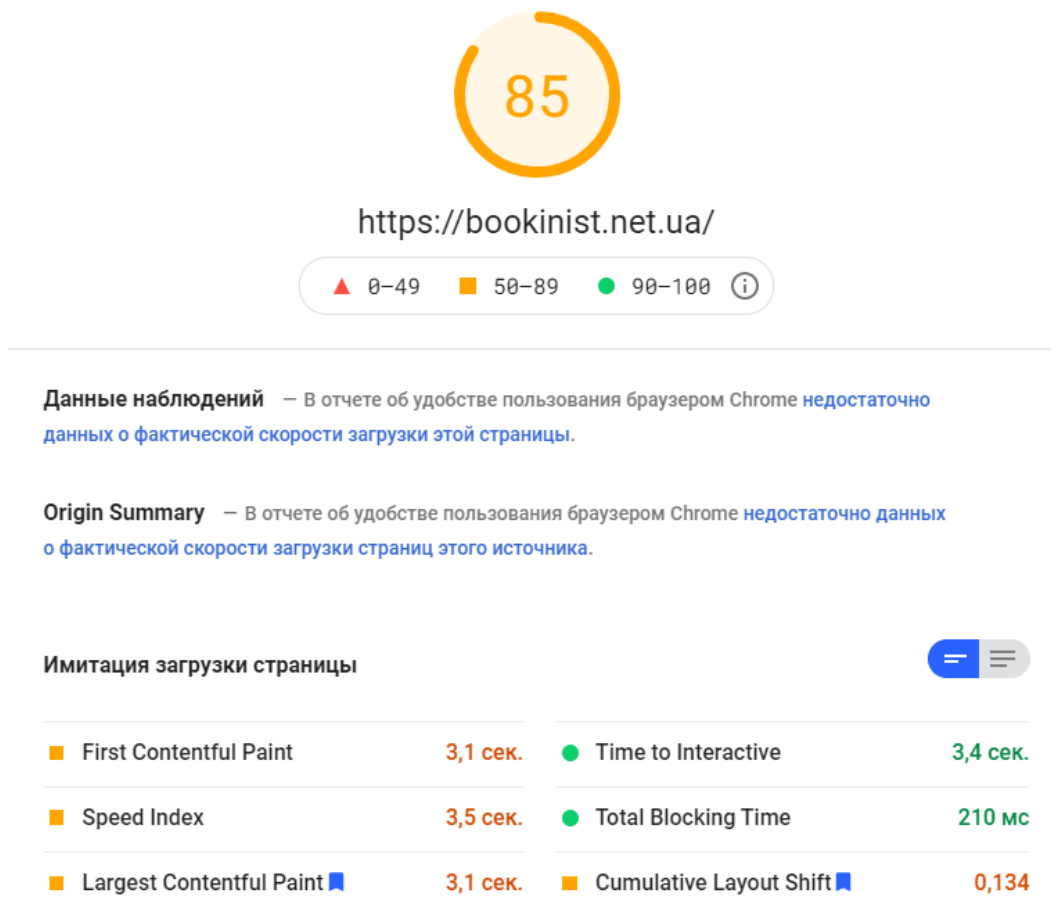


Рис. 1.26 SEO-оптимізація bookinist.net.ua

На превеликий жаль у Google недостатньо інформації про bookinist.net.ua, але по деяким критеріям у сайту добрий результат, хоча ми і не можемо в повному обсязі оцінити SEO-оптимізацію сайту.

Тепер перейдемо до оновлення сайту його життєвість. Ніякого блогу чи інформаційної сторінки тут взагалі немає, хочу нагадати, що bookinist.net.ua входить в топ шість найпопулярніших книжкових сайтів, а достойної реалізації сайту немає.

Цільова аудиторія:

- школярі (навчальна література та художня);
- студенти (методичні посібники та тематичні книги);
- батьки (матеріали по вихованню та дитяча література);
- фахівці (друковані видання, спрямовані на підвищення кваліфікації або особистісний ріст);
- домогосподарки;

1.7 Аналіз сайту lavkababuin.com

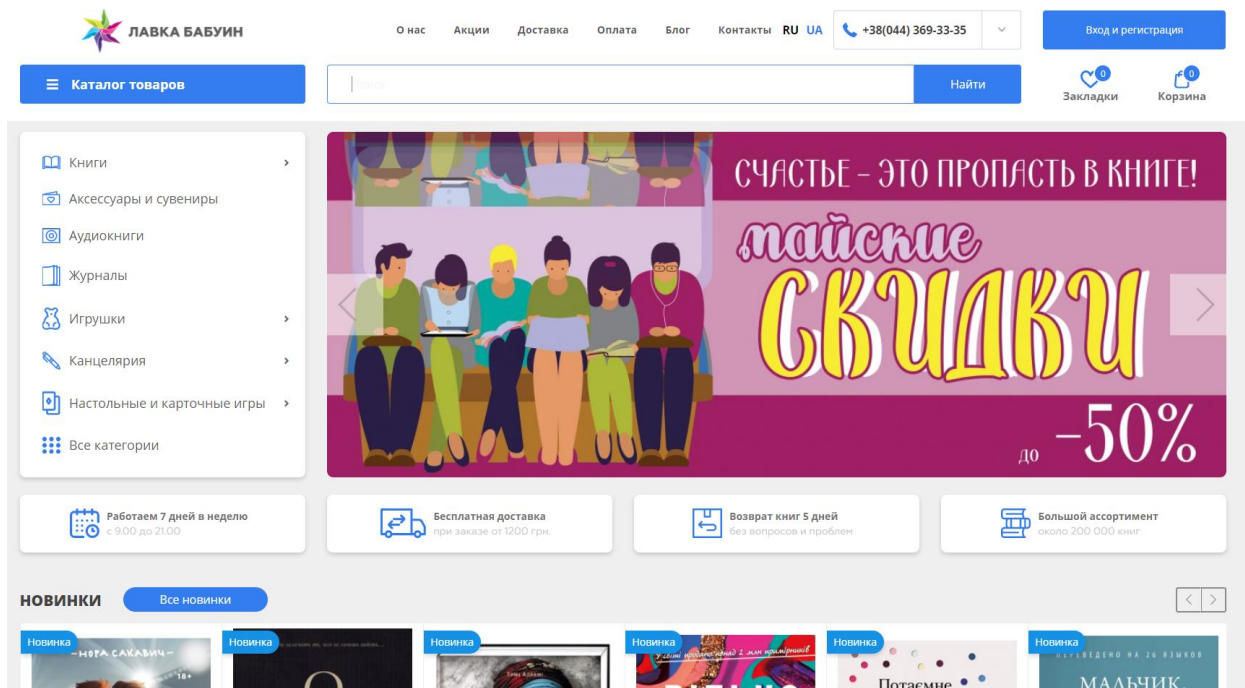


Рис. 1.27 Сторінка сайту lavkababuin.com

Знову F подібний сайт, в класичному стилі. Цей шаблон характеризується великою кількістю зорових фіксацій, сконцентрованих у верхній і лівій частині сторінки. Відповідно до цієї моделі сприйняття контенту протікає в три етапи:

1. Погляд користувачів спочатку ковзає горизонтально, зазвичай по верхній частині контенту.
2. Потім користувачі переміщуються трохи вниз по сторінці і знову читають матеріал по горизонталі, але охоплюють вже меншу в порівнянні з попереднім рухом область.
3. Нарешті, вони завершують вивчення контенту вертикальним рухом по лівій частині сторінки. Іноді цей фінальний етап відбувається набагато повільніше і на тепловій карті відображається суцільний червоною лінією. Буває, що користувачі переміщують погляд набагато швидше, в результаті чого на мапі залишається пунктирна риса.

Сайт дуже зручний для використання, я би сказав один із найзручніших, дуже легко знашов цікаву для мене книгу, пошуковик

надзвичайно задовольнив мене. Розділи розподілені рівномірно, просто знайти цікавий для покупця підрозділ. Знизу сайту можна побачити переглянуті товари, що спрощує повернення до цікавих книг. Як і прийнято для хороших сайтів тут присутній закладки, що теж зручно.

Про нас

ЛАВКА БАБУЇН - ЛІТЕРАТУРА І ПОДАРУНКИ ДЛЯ ВСІЄЇ РОДИНИ

Інтернет-магазин Лавка Бабуїн — це майданчик, де Ви можете недорого замовити журнали, книги, у тому числі дитячу та подарункову літературу, а також сувеніри та подарунки. Багато хто забуває, що таке яскрава і захоплююча література. Діти та дорослі можуть занурюватися в яскравий світ книг, огортати себе новими емоціями і враженнями. Наш книжковий магазин — це Ваше «вікно» в літературу, де додатково представлені якісні блокноти і канцтовари, а також аудіокниги.

Наша команда слідує всім сучасним трендам, тому продукція з каталогу завжди відповідає вимогам аудиторії.

ЦІННІСТЬ ЛІТЕРАТУРИ І ПОДАРУНКІВ З АСОТИМЕНТУ ЛАВКИ БАБУЇН

Інтернет магазин книг Лавка Бабуїн орієнтується не тільки на вітчизняних, а й на зарубіжних авторів. На головній сторінці представлені новинки та популярні книги, які цінуються покупцями найбільше. Зручність покупок у нашому інтернет-магазині базується на релевантних результатах пошуку. Ми оновили і оптимізували систему фільтрації і додали кожному товару детальний та інформативний опис.

Книжковий сайт - це не тільки місце, де можна купити те чи інше видання за вказаною ціною. Наша команда готова відкрити Вам цілий літературний всесвіт з величезним асортиментом для дітей і дорослих. Тут представлені видання у всіх жанрах, включаючи:

- Дитячу літературу;
- Художню літературу;
- Книги по бізнесу та саморозвитку;
- Науково-популярну літературу;
- Фотоальбоми;
- Біографії та мемуари;
- Артбуки.

Ми слідуємо за тим, щоб продаж видань здійснювався тільки за вигідною вартістю та зі зручними умовами доставки по Україні. Неважливо, в якому місті Ви живете (будь то Львів, Київ, Харків чи Запоріжжя, Дніпро або Одеса). Ми відправимо товар в будь-яку точку країни.

Перевага покупки у Лавка Бабуїн полягає в інформативності. Ми додаємо реальні фото до кожного товару, публікуємо незалежні відгуки від покупців і надаємо текстовий огляд на продукцію.

Лавка Бабуїн пропонує товари, які припадуть до смаку як дорослим, так і дітям. З нами Ви навчите дітей читанню, письму та рахунку, прищепите любов до літератури та інтерес до різних видів мистецтва і наук.

Рис. 1.28 Зміст сайту lavkababuin.com та його історія

Безумовно сайт не розкриває багато інформації про себе, а в основному розкриває свою позицію, підкреслюючи свій один з найбільших асортимент в Україні. Звичайно їм слід більше розкрили себе покупцеві щоб укоренити довіру до компанії.

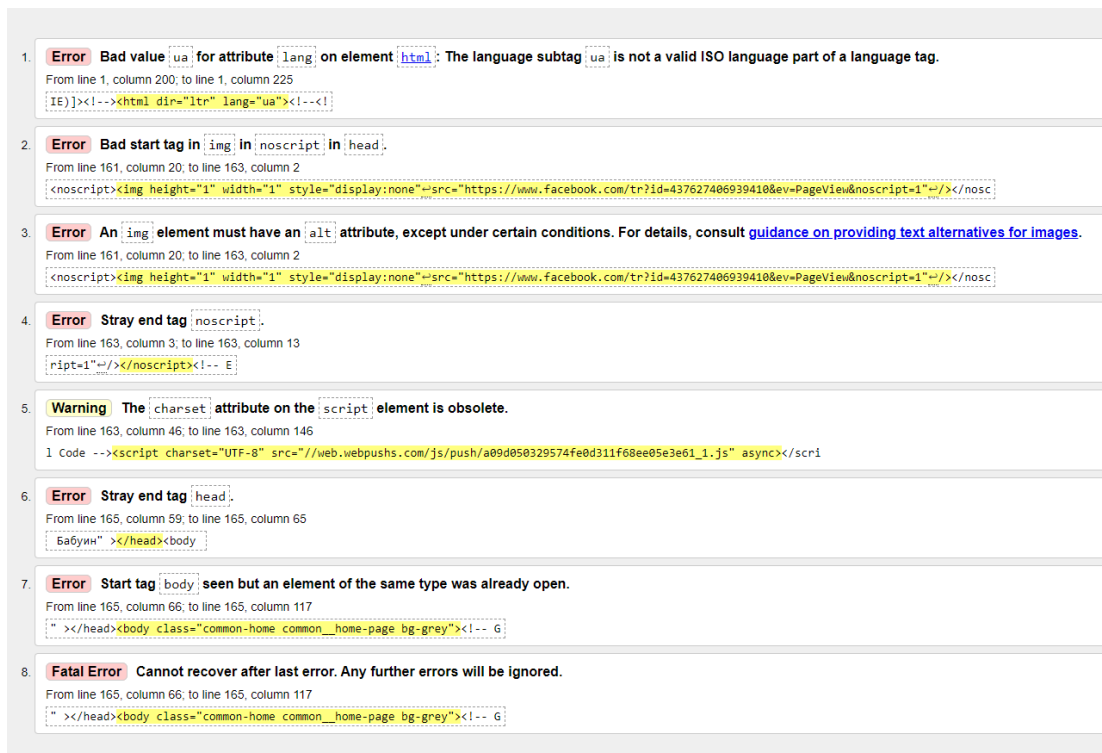


Рис. 1.29 Помилки сайту lavkababuin.com

В кодї сайту мало помилок, та і вони не значні. Наприклад елемент `img` повинен мати атрибут `alt`, за винятком певних умов, чи помилкове значення `ua` для атрибута `lang` на елементі `html`: Мовний підтег `ua` не є допустимою мовною частиною тегу. Але не зважаючи на ці помилки і зображення, і мовна розкладка працює справно.

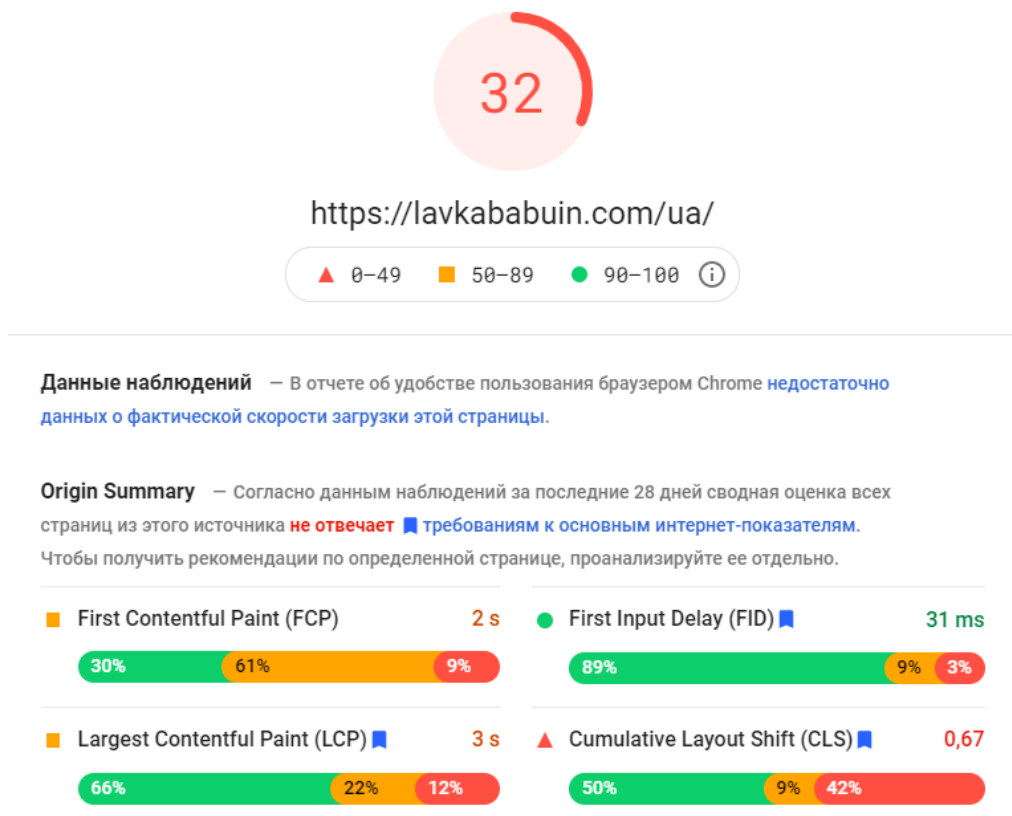


Рис. 1.30 SEO-оптимізація lavkababuin.com для мобільних пристроїв

Згідно з даними спостережень за останні 28 днів зведена оцінка всіх сторінок з цього джерела не відповідає вимогам до основних інтернет-показників.

На жаль JavaScript виконується довше норми, а виконання роботи на основному потоці потрібно мінімізувати. Пасивні прослуховувачі подій не використовуються для поліпшення продуктивності при прокручуванні. Також в даному випадку потрібно намагатися не допускати створення ланцюжків критичних запитів.

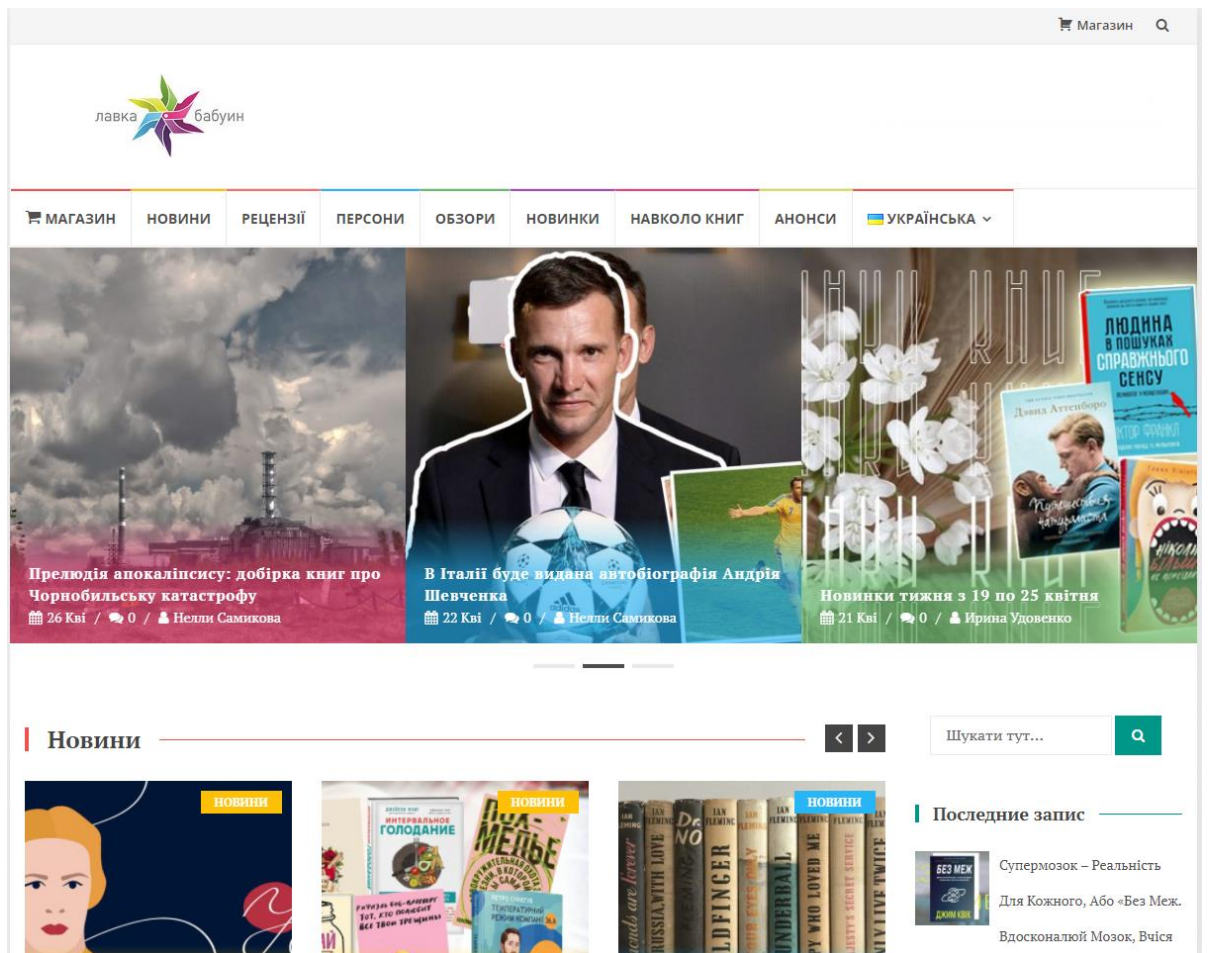


Рис. 1.31 Книжковий блог lavkababuin.com

Даний сайт веде достатньо активний блог, що підкреслює його активність в цьому плані. Різноманітні біографі, новинки літератури, та історичні книги, можна знайти тему на будь який смак. Нагадаю, що блог невід'ємна частина сайту, якщо говорити максимально простими і зрозумілими словами, то блог сайту потрібен для того, щоб «оживити його», вчасно інформувати клієнтів про випуск нових товарів і послуг, для залучення аудиторії до ресурсу. Сайт lavkababuin.com дотримується цих тенденцій.

Цільова аудиторія:

- школярі (навчальна література та художня);
- студенти (методичні посібники та тематичні книги);
- батьки (матеріали по вихованню та дитяча література);
- фахівці (друковані видання, спрямовані на підвищення кваліфікації або особистісний ріст);

2. СТВОРЕННЯ САЙТУ КНИГАРНІ ТА СЕМАНТИЧНОГО ЯДРА

2.1 Сутність семантичного ядра

Семантичне ядро - це набір слів і словосполучень, які користувачі вводять для пошуку необхідної їм інформації. Їх називають ключові слова і ключові фрази відповідно або, коротше, ключі.

Ключі відображають тематику і структуру сайту і зіставляються з одним конкретним адресом URL. У зворотний бік - один URL може бути пов'язаний з декількома ключовими словами. У процесі створення семантичного ядра можна продумати і сформуванати структуру нового сайту, а також доопрацювати та поліпшити наявний. Структура повинна бути зрозумілою і зручною для відвідувачів. А ключі знадобляться для коректної настройки метатегів сторінок, щоб ті були зрозумілими і зручними для пошукових алгоритмів.

При подальшій роботі з семантичним ядром під час просування, можна побачити ряд проблем сайту. Наприклад, що під запит користувачів на сайті відсутня релевантна сторінка і її потрібно створити. Або сторінка яку просувають може не відповідати ранжируванню, тобто яку знаходить пошукова система.

Запити користувачів дадуть ідеї для вдалого контенту. Щоб залучати користувачів на сайт, ключі повинні бути органічно розподілені по комерційним і інформаційним текстам. А самі тексти повинні відповідати на запити користувачів. Правильна робота з семантичним ядром забезпечить приріст якісного органічного, тобто безкоштовного трафіку на сайт. Цим, в свою чергу, можна поліпшити позиції в пошуковій видачі.

2.2 Класифікація запитів семантичного ядра

Щодня сотні мільйонів користувачів шукають в інтернеті різну інформацію. Люди хочуть купити товар або послугу, отримати довідку, подивитися фільм або послухати музику, спланувати, куди поїхати у

відпустку, як розважити себе в вихідні та багато іншого. Ключі - це і є ті фрази або окремі слова, за якими користувачі шукають те, що їм необхідно.

Попри всю різноманітність запитів, їх можна об'єднати в кілька груп. Коли зрозуміло, до якої групи належить конкретний запит, збирати ключові слова і скласти семантичне ядро сайту стає значно легше.

2.3 Часті та рідкісні запити

Високочастотні запити - слова, які користувачі вбивають в рядок пошуку. Наприклад, «відпочинок в Туреччині». У цій фразі мало конкретики, а просто говориться про закордонному відпочинку на морі. Частота повторів - понад 10 тисяч.

Середньочастотні запити - їх ще називають уточнюючими. До основної фрази високочастотного запиту додаються 1-2-3 слова, які детально уточнюють потребу. Наприклад, «забронювати відпочинок у Туреччині» або «замовити відпочинок в Туреччині». Частота повторів - кілька тисяч.

Низькочастотні запити - складаються з 3-7 слів і конкретизують потребу. Наприклад, «забронювати відпочинок до Туреччини в Кемер з Москви в травні». Чим конкретніше запит, тим менше його частота. Наприклад, такий детальний запит зазвичай з'являється в Інтернеті до 100 разів на місяць.

Потрібно пам'ятати, що частотність - це відносна величина. Для різних бізнесів, різних регіонів і різних запитів цифри будуть різні. Наприклад, у запиту «купити iPhone 11» 70. 911 показів на місяць, але його швидше можна віднести до середньочастотних.

2.4 Створення семантичного ядра

Спочатку визначимо навіщо нам потрібно семантичне ядро. Воно потрібне для підвищення видимості сторінок сайту. Зробити так, щоб пошукові роботи Google почали знаходити по запитах користувачів сторінки саме нашого сайту. Безумовно, збір ключових слів (складання семантики) -

перший крок до цієї мети. Далі накидається умовний «скелет» для розподілу ключових слів за різними посадковим сторінкам. А потім вже пишуться і впроваджуються статті та метатеги.

Далі ми розглянемо послідовне створення семантичного ядра

Підбір семантичного ядра проходить в кілька етапів:

1. У відкритому розділі слід вибрати «Пошук нових ключових слів по фразі».
2. Блок розгорнеться і в ньому з'явиться вікно, в яке можна вписати фрази, що характеризують сайт. Наприклад: «дитяча література», «книжки для дітей», «книжки для дівчаток».
3. У розділі «Орієнтування» необхідно виставити регіон, в якому планується просуватися сайт. При зборі ключів Google буде орієнтуватися на задану країну і мову. Якщо продукція реалізується в декількох країнах, рекомендується збирати ключові слова для них усіх.
4. Після натискання на кнопку «Отримати варіанти» відкриється новий розділ, в ньому друга вкладка - «Варіанти ключів», там знаходиться більш детальна інформація за запитами. З цим списком і потрібно буде працювати надалі.

Нижче я приведу приклади створення семантичного ядра (Рис.2.1, Рис.2.2)

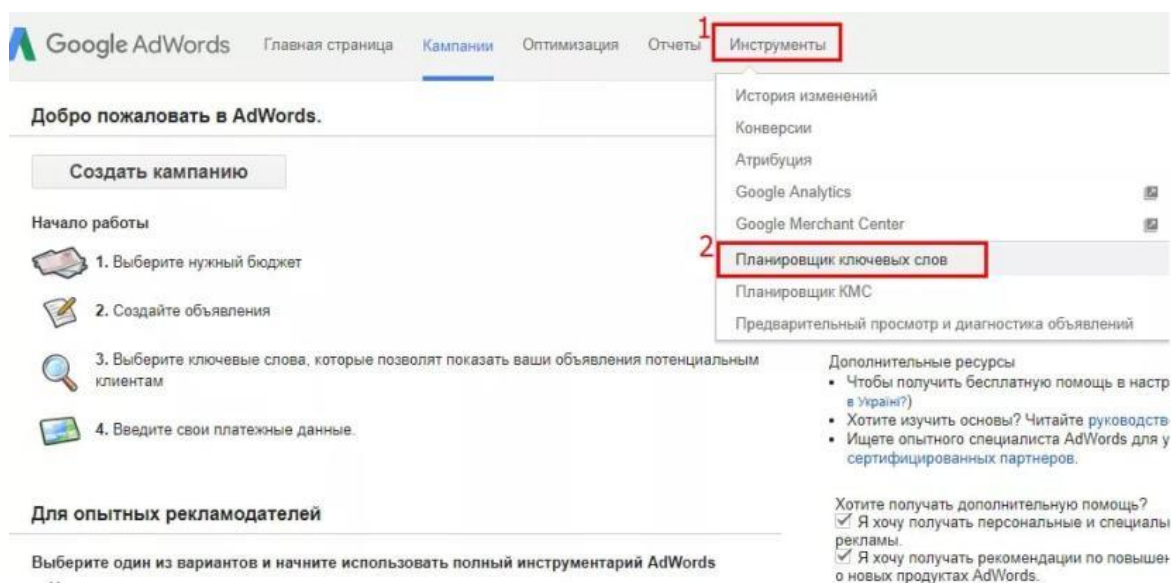
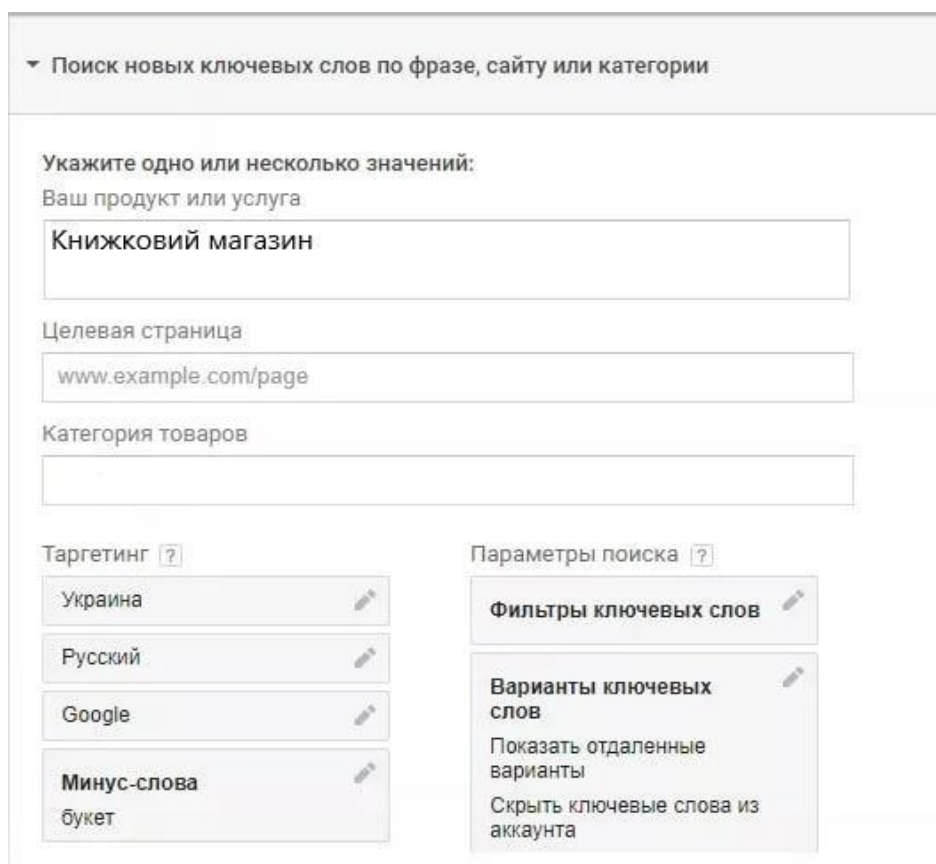


Рис. 2.1 Створення семантичного ядра

Все насправді інтуїтивно просто, ми вибираємо планування слів, після чого вказуємо необхідні для нас слова (Рис.2.2)



▼ Поиск новых ключевых слов по фразе, сайту или категории

Укажите одно или несколько значений:
Ваш продукт или услуга
Книжковий магазин

Целевая страница
www.example.com/page

Категория товаров

Таргетинг ?

- Украина
- Русский
- Google
- Минус-слова
букет

Параметры поиска ?

- Фильтры ключевых слов
- Варианты ключевых слов
Показать отдаленные варианты
Скрыть ключевые слова из аккаунта

Рис. 2.2 Створення семантичного ядра

2.5 Доменне ім'я та його створення

Доменне ім'я - це текстове представлення адреси сайту в інтернеті, наприклад mybook.ua. За допомогою цього імені DNS визначає IP-адресу сервера, на якому розташовується сайт.

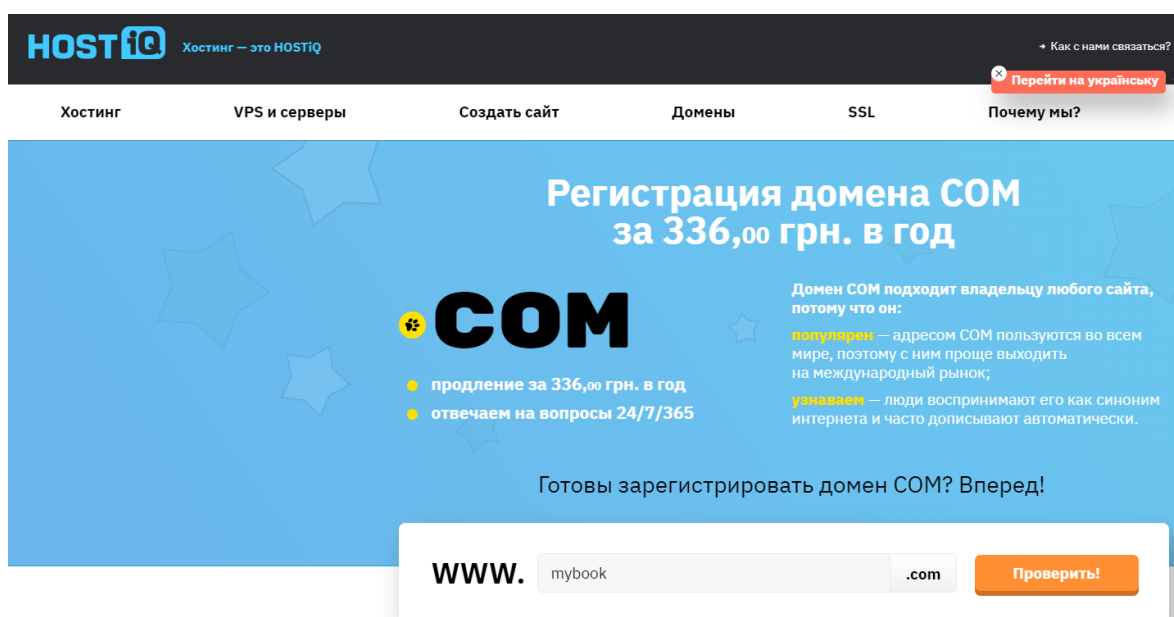
Доменне ім'я ділиться на рівні, які розділяються крапкою і відраховуються з кінця. Перший рівень доменного імені - це зона. Зони бувають територіальні (ua, by і так далі) і інші (com, org, net і так далі). Частина «ua» в доменному імені mybook.ua говорить про те, що сайт належить до України.

Другий рівень доменного імені - саме ім'я домену, в нашому прикладі це «mybook». Будь-який бажаючий може зареєструвати собі домен в

більшості зон за умови, що він вільний для реєстрації. Крім першого і другого існують і більш глибокі рівні.

Створення інформаційного сайту потребує від нас вибір доменного імені. Краще не економити на ньому і реєструвати на сайтах перевірених, відомих сервісів. Інакше зекономлені 2-3 долари в підсумку призведуть до втрати домену в майбутньому.

Доменне ім'я повинне відповідати тематиці нашого сайту, але не варто робити його занадто довгим або використовувати ключові фрази в ньому.



The screenshot shows the HOSTIQ website's domain registration page for .COM. The header includes the logo and navigation links: Хостинг, VPS и серверы, Создать сайт, Домены, SSL, and Почему мы?. A red button in the top right corner says 'Перейти на українську'. The main content area has a blue background with stars and the text 'Регистрация домена COM за 336,00 грн. в год'. Below this is the '.COM' logo and two bullet points: 'продление за 336,00 грн. в год' and 'отвечаем на вопросы 24/7/365'. To the right, there is a short explanation of the .COM domain. At the bottom, there is a registration form with the text 'Готовы зарегистрировать домен COM? Вперед!' and a search bar containing 'WWW. mybook .com' and a 'Проверить!' button.

Рис. 2.3 Реєстрація доменного імені

На рисунку 2.3 видно, що я вибрав для реєстрації доменного імені перевірений сервіс HOST.Iq, їм користуються багато відомих українських брендів.

1. Настройте пакет > 2. Заполните контакты >

Зарегистрировать или перенести домен

Я хочу зарегистрировать новый домен
 Хочу перенести (затрансферить) свой домен к вам ?

www.

✓ Поздравляем! Домен доступен для регистрации.

Введите дополнительные параметры для регистрации домена

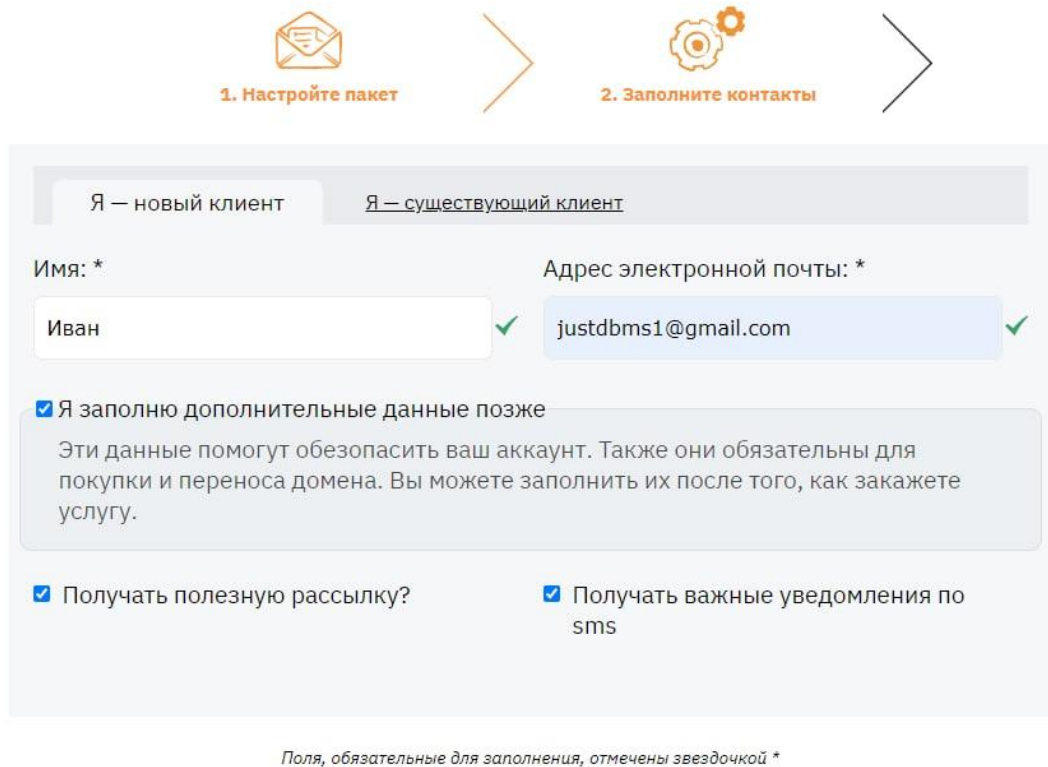
Регистрационный период: ▾

Стоимость продления 1 год за 266.00грн.

Получить 1 месяц хостинга и конструктор сайтов в подарок
[Детали ▾](#)

Рис. 2.4 Реєстрація доменного імені

На рисунку 2.4 ми перевіряємо чи зайняте найменування сайту, просто вказуємо доменне ім'я, якщо воно вільне, то ми його реєструємо.



The image shows a registration form with two steps: 1. Настройте пакет (Configure package) and 2. Заполните контакты (Fill in contacts). The form has two tabs: 'Я — новый клиент' (I am a new client) and 'Я — существующий клиент' (I am an existing client). The 'Имя: *' (Name: *) field contains 'Иван' (Ivan) and the 'Адрес электронной почты: *' (Email address: *) field contains 'justdbms1@gmail.com'. Both fields have green checkmarks. There are two checkboxes: 'Я заполню дополнительные данные позже' (I will fill in additional data later) and 'Получать полезную рассылку?' (Receive useful newsletter?). There are also two checkboxes for receiving notifications: 'Получать важные уведомления по sms' (Receive important notifications via sms). A note at the bottom states: 'Поля, обязательные для заполнения, отмечены звездочкой *' (Fields required for completion are marked with an asterisk *).

Рис. 2.5 Реєстрація доменного імені

Вказуємо ім'я та пошту, потім оплачуємо послугу і все, домен зареєстровано.

2.6 Вибір хостингу та системи управління контентом (CMS)

Хостинг надають спеціалізовані компанії. Вибирати його потрібно також уважно, щоб сайт працював, як годинник, був завжди доступний для наших відвідувачів.

В даному випадку я вибрав той же сайт hostiq.ua де можна скористатися цією послугою.

HQ10

Идеален для старта

SSD 25 ГБ




Неограниченный трафик

10 сайтов

Домен бесплатно: ✓

Выделенный IP: \$2 в месяц

Essential SSL бесплатно ✗
от **COMODO**

Датацентры:   

от **136,22** грн. в месяц

Рис. 2.6 Вибір хостингу для сайту

Я вибрав найоптимальніший стартовий набір, так як великої кількості інформації мій сайт не буде використовувати. Гарним плюсом також є використання SSD накопичувачів, що пришвидшує роботу сайту.

Вибираємо систему управління контентом (CMS).

Наступний етап - це вибір платформи або системи управління сайтом (CMS). Серед таких можна виділити кілька безкоштовних або умовно-безкоштовних:

- Joomla;
- Drupal;
- 1С-Бітрікс;
- WordPress.

Кожна з платформ має свої переваги і недоліки. Але серед усіх існуючих CMS особисто я віддаю перевагу WordPress.



Рис. 2.7 SEO-оптимізація IDF0

Всі перераховані вище дії і формують SEO-оптимізацію сайту.

2.7 Створення сайту в WordPress

На даний момент WordPress система одна із найзручніших та найпопулярніших на сьогодні, вона ідеально підходить для інформаційних сайтів усіх типів. Серед відомих брендів її вибрали такі видання, як Bloomberg, The New York Times, Reuters.

Нижче я буду описувати як я створював сайт книгарні в WordPress.

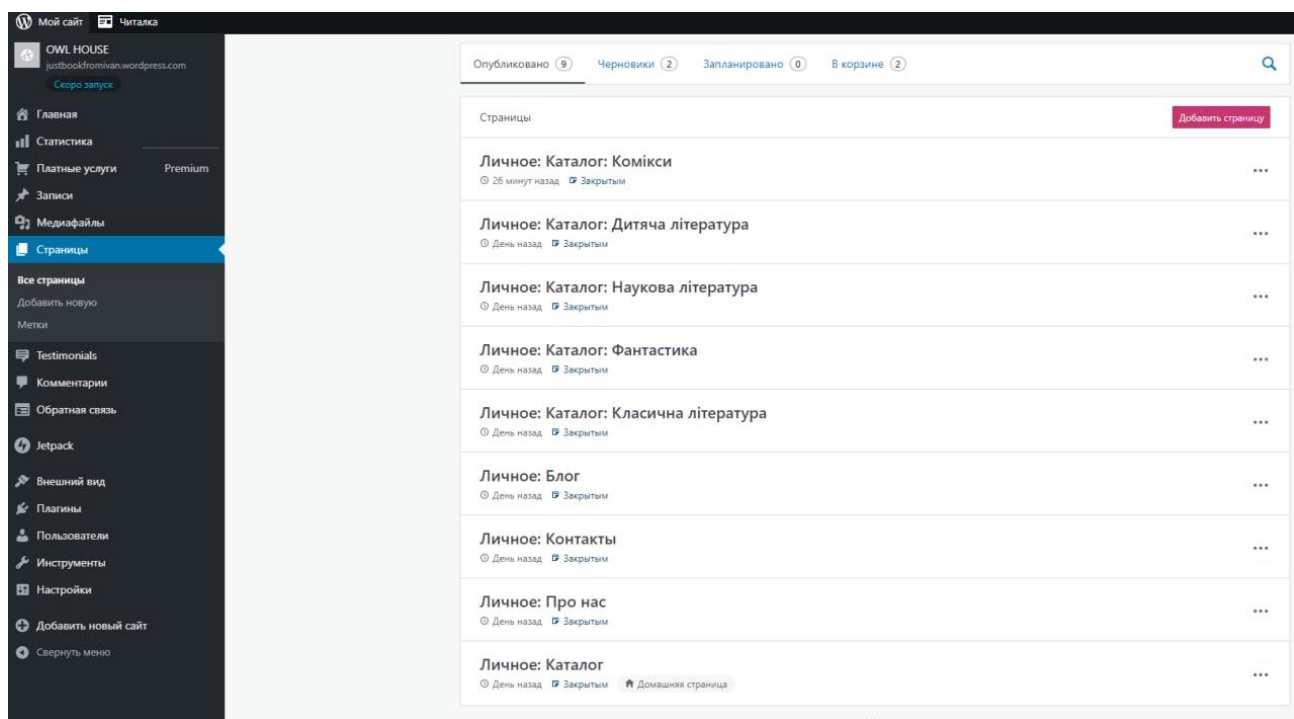


Рис. 2.8 Розподіл сторінок

В першу чергу я створив акаунт в WordPress. Потім безпосередньо перейшов до створення сторінок, ми можемо побачити кількість сторінок на малюнку 39. Для створення сторінки нам просто потрібно натиснути "дати нову" в розділі сторінки, наступний крок це наповнення сторінки ми побачимо це на малюнку 40. Кожну сторінку я додав в "особисте" щоб випадково її не викласти, це допомагає краще структурувати систему роботи з сторінками.

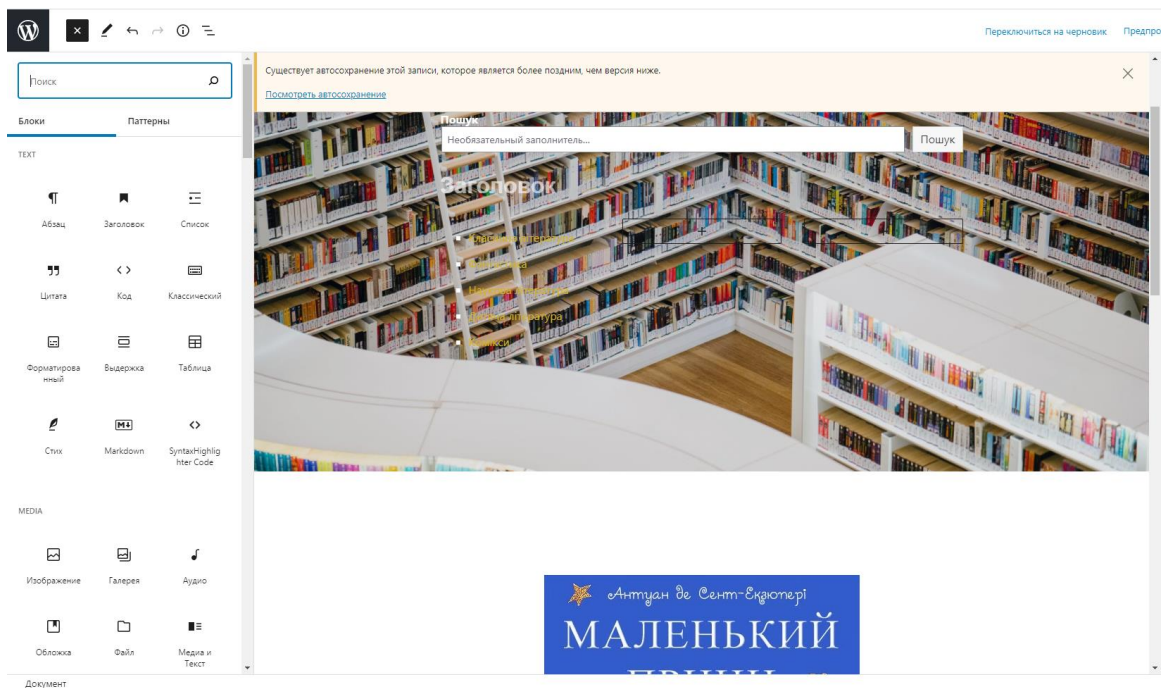


Рис. 2.9 Работа в WordPress

В лівому кутку WordPress ми бачимо панель за допомогою якої можна додати заголовок, абзац, таблицю, пошуковик, зображення, файли, обкладинку і навіть відео. На рисунку 2.9 зображена головна сторінка сайту (Каталог), де я вже вибрав актуальну заставку (книжкову полицю), додав пошуковик і розділи. На рисунку нижче ми зробимо попередній перегляд сторінки і оцінемо її.



OWL HOUSE

КАТАЛОГ БЛОГ ПРО НАС КОНТАКТИ



Рис. 2.10 Верхня частина головної сторінки

Безпосередньо так виглядає шапка головної сторінки (каталог) мого сайту (малюнок 2.10). Я вирішив придумати найменування книгарні пов'язаної з вибраною темою "OWL HOUSE" і зробив логотипом сайту афінську сову, бо вона століттями була символом мудрості. У правому верхньому кутку ми можемо побачити невелике меню, де є можливість перейти на такі сторінки як: "каталог", "блог", "про нас" та "контакти". Нижче ми більш детально розглянемо їх.



Личное: Про нас



Творець сайту

OWL HOUSE

Ми усвідомлюємо свою відповідальність і свою роль в поверненні книзі її місця в культурному просторі сучасної людини, так як саме в цих нових формах взаємодії видавця, книгопродавця і читача закладені основи для відродження книги не тільки як товару, який приносить гарний прибуток, але і духовного продукту, покликаного зберегти людину в новому технологічному світі.

Рис. 2.11 Сторінка «Про нас»

У розділі "про нас" я намагався досить точно визначити мету книгарні, а саме повернути книзі її цінність. Біля назви розділу можна побачити визначення "особисте" це означає, що тільки я поки можу дивитися свій сайт (як адміністратор).

Розглядаючи розроблений мною сайт ми краще зрозуміємо роботу WordPress, хоч створення сторінок полягає в розташуванні і настройках абзаців, розділів, заголовків, зображень, але і тут є свої особливості.

Як ви могли помітити раніше у верхній частині головної сторінки є розділи, давайте розглянемо їх краще.



Личное: Каталог: Дитяча література



- «Маленький Принц» (1943) — найвідоміший його твір — став підсумком життєвого досвіду письменника. Ця мудра і людяна казка-притча просто і проникливо розповідає про найважливіше — про дружбу і любов, про красу і нетерпимість до зла. Читаючи її, відчуваєш дитиною і починаєш дивитися на навколишній світ зовсім іншими очима. «Усі ми родом з дитинства», — нагадує Сент-Екзюпері, знайомлячи читачів з Маленьким Принцом — найзагадковшим і найзворушливішим героєм світової літератури.

КУПИТИ

Рис. 2.12 Сторінка «Дитяча література»

На малюнку вище (Рисунок 2.12) можна побачити розділ дитячої літератури мого сайту, я не став заповнювати цю сторінку великою кількістю книг, так як ключове завдання полягає саме в створенні сайту. Я додав опис до книги, а також безпосередньо кнопку "купити" для його придбання.

Шаблон ▼

🕒 3 редакції

Постоянная ссылка ▲

Ярлык URL

Последняя часть URL. [Прочитайте о постоянных ссылках](#) ↗

Просмотреть страницу

<https://justbookfromivan.wordpress.com/дитяча-література/> ↗

Метки ▼

Рис. 2.13 Приєднання HTML якоря

Для того щоб з каталогу я міг переходити в розділ дитячої літератури я зробив якір і пов'язав сторінки. Все це можна зробити в правому блоці налаштувань WordPress (Рисунок 2.13).

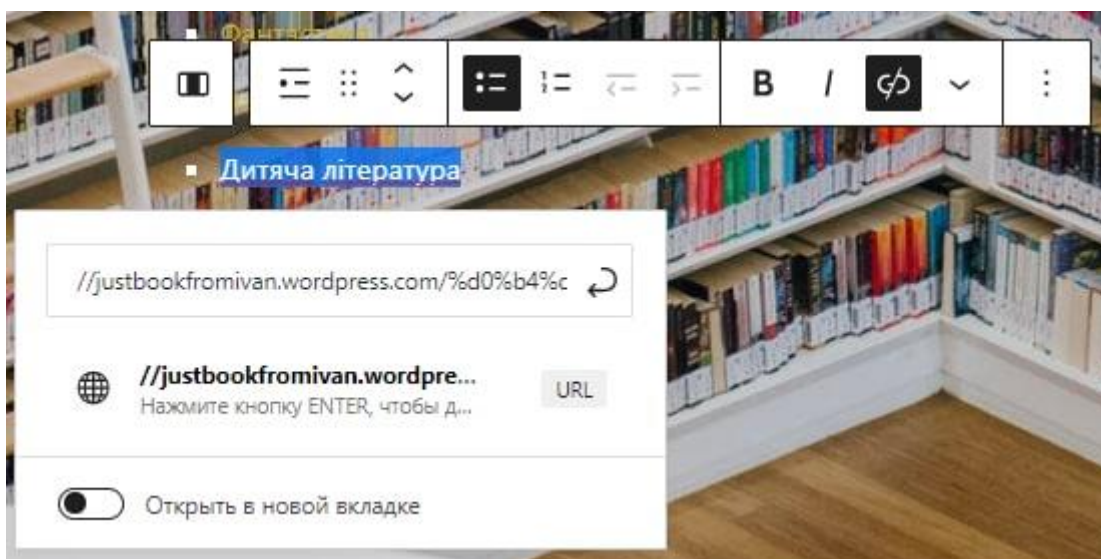


Рис. 2.14 Приєднання HTML якоря

Як ми можемо побачити, розділ літератури безпосередньо пов'язані зі сторінкою певного розділу, в даному випадку дитячої літератури (Рисунок 2.14).

Далі ми розглянемо створення меню сайту. При створенні і розподілі меню в WordPress потрібно зайти в розділ "зовнішній вигляд", а потім "меню" (Рисунок 2.15).

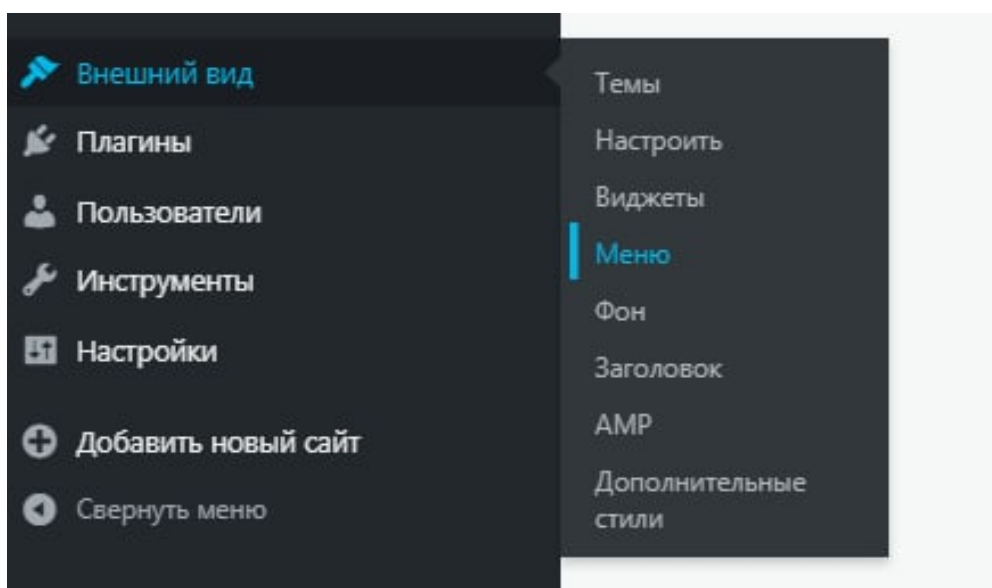


Рис. 2.15 Створення меню

Наприклад в шапці сайту ми раніше бачили такі сторінки як "каталог", "блог", "про нас" та "контакти". Все це ми і вказуємо в розділі меню. Попередньо даємо найменування меню, а потім приєднуємо сторінки (Рисунок 2.16).

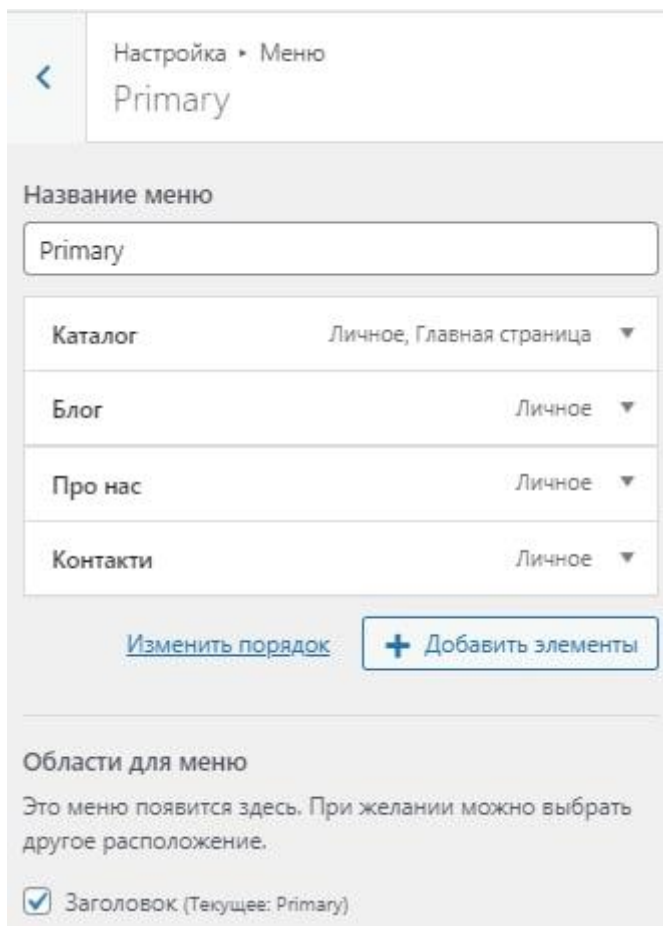


Рис. 2.16 Створення меню

В процесі розробки ми можемо додавати нові сторінки, натиснувши на "дати сторінку", потім вже наповнювати нову сторінку розділами та контентом. Також ми можемо визначити область для меню, чи буде то заголовок або меню соціальних посилань.

Нижче ми розглянемо сторінку "Контакти", після чого більш детально ознайомимося з головною сторінкою сайту (Каталог).

Личное: Контакты

Давайте спілкуватися. Зв'яжіться з нами, використовуючи контактні дані нижче.

Зв'язатися з нами

Вулиця Тараса Шевченка, будинок 30

Київ, Київська область Індекс: 93854

Україна

nosferatugor@gmail.com

(044) 557-7777



Надіслати повідомлення

Ім'я

Email

Повідомлення

Рис. 2.17 Контакти

Я зробив цю сторінку щоб клієнт міг зв'язатися безпосередньо з компанією, вказав свої побажання при покупці, ну або просто для певних уточнень. Для цього потрібно лише вказати ім'я, email та повідомлення.

Перш за все, детальна вказівка контактної інформації - один з комерційних чинників, за якими може оцінюватися сайт. Погано заповнена сторінка контактів може бути тим мінусом, який не дасть обійти конкурентів або потрапити на першу сторінку видачі. Друга причина - це довіра користувачів. Безумовно людина віддасть більш охоче гроші компанії яка відкрила більше інформації про себе.



Підпишіться та
отримайте нові
знижки !

Введіть свій адрес електронної пошти

ПІДПИСАТЯ

Рис. 2.18 Середина головної сторінки

В середині сайту я вказав актуальні пропозиції зі знижками (це звичайна практика), безумовно їх можна перегортати стрілками вправо і вліво, нижче я зробив рядок для підписки.

На різних ресурсах форми захоплення email-адрес реалізовані по-різному. Найбільш вдалий формат залежить від особливостей аудиторії.

Зазвичай форма підписки складається з таких компонентів:

- Тема - що і навіщо ви пропонуєте за підписку.
- Поля для заповнення користувачем. Це може бути тільки пошта або ім'я і пошта.
- Чекбокс - необов'язковий елемент.
- Кнопка.

Підпишіться та
отримайте нові
знижки !

Введіть свій адрес електронної пошти

ПІДПИСАТЯ

Навіщо купувати паперові книги

В книгах можна знайти все — від дитячих віршиків до наукових робіт з ядерної фізики. Людина, яка прагне вчитися, обов'язково любить читати — вдумливо, натхненно. З такими людьми цікаво спілкуватися, у них широкий кругозір і цікаві думки про різні речі. Факт: сьогодні книгам все складніше конкурувати з гаджетами. Але, якщо порівняти читання книг з іншими способами отримання інформації, то воно набагато корисніше — активізує декілька найважливіших відділів головного мозку, підсилюючи наш розумовий потенціал. А ще читання: інформує, розширює словниковий запас, «прокачує» розмовні навички, поліпшує ерудицію, це одна з активностей в процесі вивчення іноземних мов; отримана інформація використовується нами при прийнятті рішень (прямо чи опосередковано); хороша книга мотивує, знімає стрес, поліпшує сон; це відмінне хобі і проведення часу!

Рис. 2.19 Низ головної сторінки

Тут я досить точно сформулював свою точку зору в плані паперових книг, адже книга це їжа для розуму, частина нашого життя яка повинна спонукати нас до розвитку.

Сподіваюся це послання послужить деяким поштовхом до покупки книги на моєму сайті, адже це не тільки прибуток, але і блага мета, книга повинна дарувати радість людям.



Личное: Каталог: Наукова література



- У підручнику запропоновано концептуальні, методологічні та методичні положення економіки будівельного підприємства. Розглянуто основи підприємницької діяльності у будівництві. Визначено сутність та специфіку використання факторів виробництва на будівельних підприємствах. Приділено увагу ціноутворенню, бухгалтерському обліку та оподаткуванню у будівництві. Для викладачів та студентів економічних та технічних спеціальностей.

КУПИТИ

Рис. 2.20 Розділ наукової літератури

HTML якір працює справно так як на всі розділи можна спокійно перейти, безумовно можна додати багато різноманітних розділів, все залежить від потреб. Можна також поміняти підсвічування розділів, їх розмір і черговість.

Підводячи підсумки хочу сказати, що мій сайт зроблений в консервативному стриманому стилі, що не є мінусом в цій сфері. Ярких кольорів я не додавав щоб не дратувати очі клієнтів. Каталог товарів зроблений акуратно з коротким описом товарів, кнопки я оформив в легкому золотистому стилі. Розділи я розподілив відразу під пошукачем щоб клієнт явно їх помітив, розділи можна розширювати і змінювати. Також я враховував недоліки конкурентів і намагався усунути їх при реалізації мого сайту.

3. ЕКОНОМІЧНА ОБГРУНТОВАНІСТЬ ПРОЕКТУ.

3.1 Витрати на розробку сайту

В даному розділі я вкажу витрати на мій сайт. Головні вимоги до нього - виготовлення з урахуванням всіх базових правил пошукової оптимізації та наявність зручної панелі адміністрування (щоб управляти контентом).

Основними витратами при створенні сайту були:

- Реєстрація домену - 266 грн. (рік)
- Реєстрація хостингу - 1632 грн. (рік)
- Придбання WordPress преміум - 2615 грн. (рік)

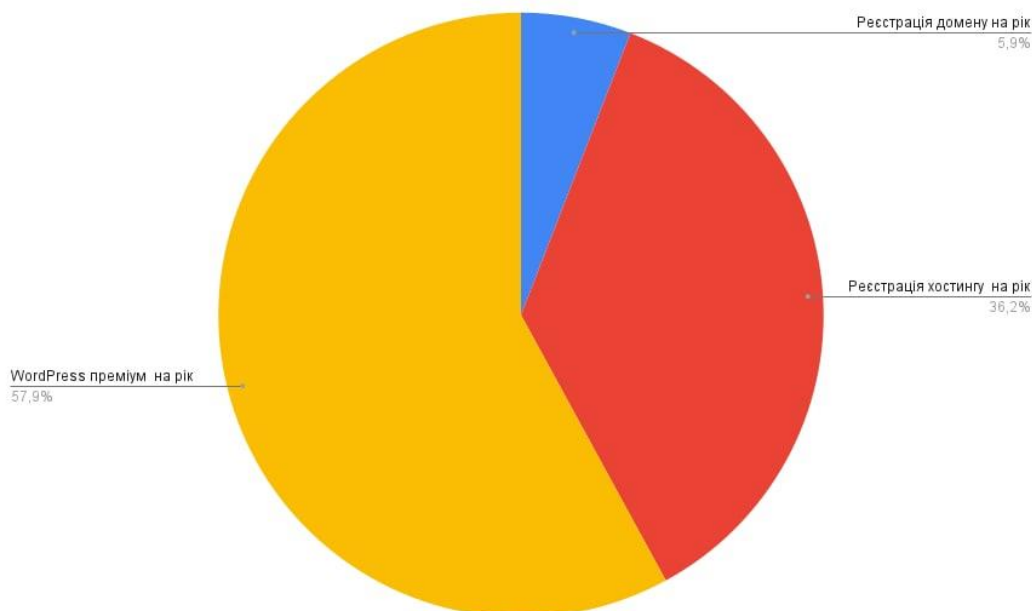


Рис. 3.1 Графік витрат при створенні сайту

Як ми бачимо на вищенаведеному графіку, основні витрати, а саме 57,9% всіх витрат йдуть на послуги WordPress преміум. Я вже згадував, що WordPress можна використовувати безкоштовно, але тоді всю SEO-оптимізацію ми повинні підтримувати самостійно, це затратно в плані часу, а час далеко не самий дешевий ресурс. Також я отримую не тільки підтримку SEO-оптимізації, а й інтеграцію з Google Analytics, більш різноманітний функціонал WordPress, розширене керування публікаціями в соціальних мережах та монетизацію сайту, саме тому ці витрати обґрунтовані.

3.2 Витрати і вигода для книжкового підприємства

Інтернет несе багато переваг нам прямо в руки. Це відмінний канал збуту товарів і послуг. Навіть якщо магазин буде стояти в самому жвавому торговому центрі якогось великого міста типу Одеси, його прибуток не зрівняється з прибутком інтернет-магазину Amazon, який тільки за 1 годину продає товарів на 10 млн. доларів. Витрати на утримання сайту при цьому набагато нижче оренди площі в бізнес-центрі.

Інтернет розширює і глобалізує всі галузі ринку. Створивши свій сайт, ми отримаємо доступ до величезної кількості людей, зацікавлених в товарах і послугах саме нашої фірми, тих людей, які заради наших послуги розлучаться зі своїми грошима набагато швидше і простіше, ніж покупці з міста.

Безумовно старт сайту у всіх йде по-різному, у когось швидше, у когось повільніше, все залежить від різноманітних чинників. У будь-якому випадку я як розробник сайту у вигоді, бо як мінімум отримаю понад моїх витрат ще приблизно 400-500 доларів, сам же підприємець може отримати більший прибуток, йому лише слід правильно використовувати сайт і ресурси, вкластися в рекламу і підтримувати роботу сайту.

Давайте розрахуємо приблизні витрати і вигоди книжкового підприємства, в даному випадку ми ще будемо враховувати не маленьку закупівлю товару.

Основні витрати це:

- Оренда приміщення (за 2 місяці) – 35000 грн.
- Закупівля партії товару – 80000 грн.
- Просування сайту – 40000 грн.
- Грошовий резерв – 10000 грн.

Націнка на книги в роздрібних магазинах може доходити до 100%.

Заробіток:

- Припустимо, середній чек - 200 грн.
- При 70 покупців в день, виручка складе 400 000 грн. на місяць.
- Після вирахування щомісячних витрат - 60 000 грн.

Окупність бізнесу в ідеальних умовах стабільних продажів - 6 місяців.

Експерти називають рентабельність бізнесу на рівні 15-20 відсотків.

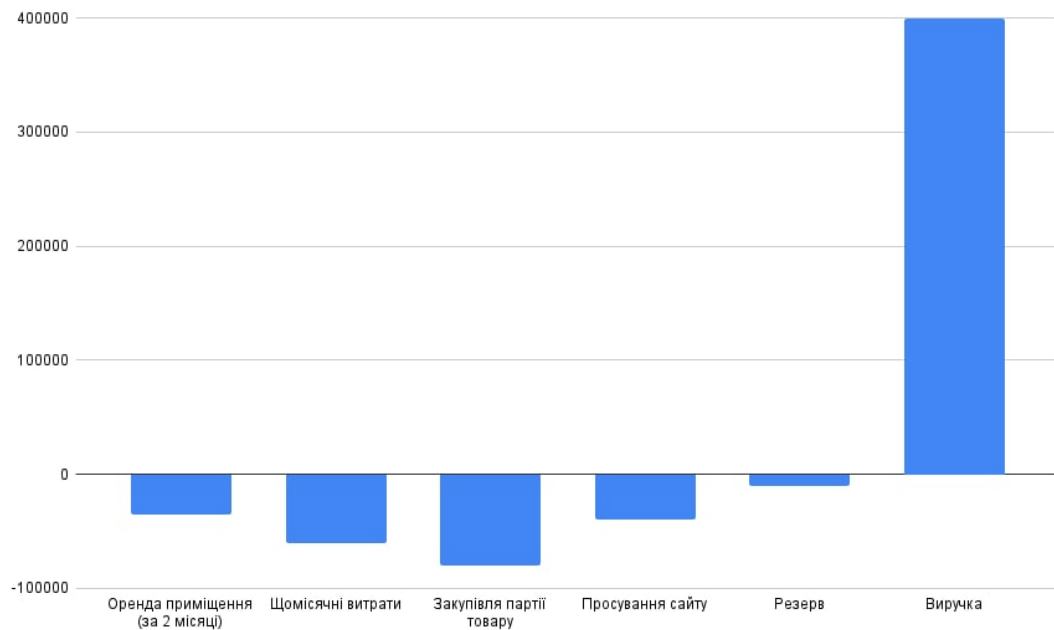


Рис. 3.2 Витрати і вигода для книжкового підприємства

Всі перераховані витрати приблизні, вони можуть трохи змінювати значення.

ВИСНОВКИ

Наступ цифрових технологій у всіх сферах життя диктує необхідність кардинальних змін і у видавничій галузі. Вірність традиціям, навіть консерватизм, властивий здавна цієї галузі, робить все більше поступок інноваційності як передумові виживання в нових умовах. Адекватною відповіддю на виклики нового інформаційного простору являються серед іншого і можливість для читача отримати доступ до книги за допомогою нових технологій. Ця можливість може бути реалізована за допомогою інтернет-сайту книгарні. Не випадково історія інтернет-торгівлі починається з відкриття саме книгарень, бо книга являється одним з найбільш зручних товарів в епоху цифрових технологій. Будь-який сайт інтернет-магазину має чітко організовану структуру, яка властива і книжковим веб-сайтам. Головними компонентами сайту є головна сторінка, каталог товарів, пошукова система, реєстраційна форма, форма відправки замовлення. Досконало з точки зору бізнесу реалізація цієї структури дозволяє не тільки зробити даний проект успішним для його власника, але також швидко і якісно задовольнити читацький попит. Творці більшості сайтів не усвідомлюють своєї відповідальності і своєї ролі в поверненні книзі її місця в культурному просторі сучасної людини, тоді як саме в цих нових формах взаємодії видавця, книгопродавця і читача закладені основи для відродження книги не тільки як товару, який приносить гарний прибуток, але і духовного продукту, покликаного зберегти людини в новому технологічному світі.

В даній дипломній роботі мною проведений системний аналіз сайтів книгарень, оцінена їх SEO-оптимізація, дизайн, верстка, життєвість, контент і аудиторія. Також був створений сайт книгарні, в якому були враховані помилки сайтів конкурентів.