

Предисловие

Свой первый серьезный сайт я написала около пятнадцати лет назад. Тогда были очень популярны Shockwave*, а также большие картинки, которые приходилось скачивать через модем со скоростью 14,4 Кбит/с. Люди в то время были терпеливее, а сам способ передачи информации — настолько непривычным и вызывал такой интерес, что ожидание никого не смущало. Для компаний главным было просто завести веб-сайт. Мы запустили первый интернет-магазин развлекательных товаров и объявили его успешным, когда 24 человека заглянули на сайт, посмотрели и ушли, ничего не купив. С тех пор многое изменилось.

Сегодня веб-сайты должны приносить доход и реальные результаты. Теперь нужны сайты, которые повышают эффективность компании, безусловно работают и предоставляют доступ к услугам, которые нужны посетителям. Такие сайты называются «ориентированными на пользователя», и создавать их — дело непростое. Компаниям, напрямую зависящим от продаж и клиентов, которые заходят через сайт, необходим комплексный подход. Запуск сайта теперь является не главной целью, а лишь первым этапом стратегического развития в Интернете.

* Adobe Shockwave — мультимедийная платформа и плагин для интернет-браузеров компании Adobe (до 2005 года — Macromedia Shockwave), часто применявшаяся при создании интерактивных приложений и игр в сети Интернет. *Прим. пер.*

И вот появилась книга «Проектирование прибыльных веб-сайтов». Нередко веб-консультанты и компании стараются не говорить об «окупаемости» в Интернете, потому что не пытаются (или не могут) точно измерить результаты. Но Лэнс и Сандра не такие. Их решение — сосредоточиться на «оптимизации конверсии», в которой сочетаются стратегии электронной коммерции и оптимизации поисковых систем с юзабилити и дизайном, ориентированным на пользователя. Здесь нет волшебства. Секрет в том, чтобы удовлетворять нужды клиентов, внимательно относиться к деталям и при помощи системы количественных показателей вносить небольшие изменения в дизайн сайта — непрерывно, но с установкой на опережение.

При правильном подходе это приведет к росту доходов и увеличению числа клиентов, приходящих через сайт. Просто? Может быть. Прочитайте книгу, примените на практике ее советы и, возможно, вы поймете, что это действительно довольно просто.

Вот мой совет: читайте, думайте, применяйте на практике и измеряйте результаты. Оно того стоит.

Келли Гото

Сентябрь 2007 г.