



**Подходы к проектированию**



# Что такое проект

---

Проблема, не имеющая **готового решения**

а также:

- последовательность этапов и действий
- распределение ролей и ресурсов
- синтез инструментов и сервисов
- учёт рисков
- бюджетирование



# Пять слагаемых успеха

---

- Ясно сформулированные цели и требования
- **Реалистичные ожидания**
- Поддержка со стороны руководства и быстрое принятие решений
- Участие ключевых сотрудников и пользователей
- Выделенный руководитель проекта



# Проблемы ожиданий

---

- Ожидания – это видение того, как это должно выглядеть или работать в будущем
- Часто именно по ним оценивается результат
- Бывают адекватные и неадекватные
- Они есть и у Заказчика и у Исполнителя

**Важная задача в проекте - совместить ожидания и сделать их адекватными**



# Важные знания

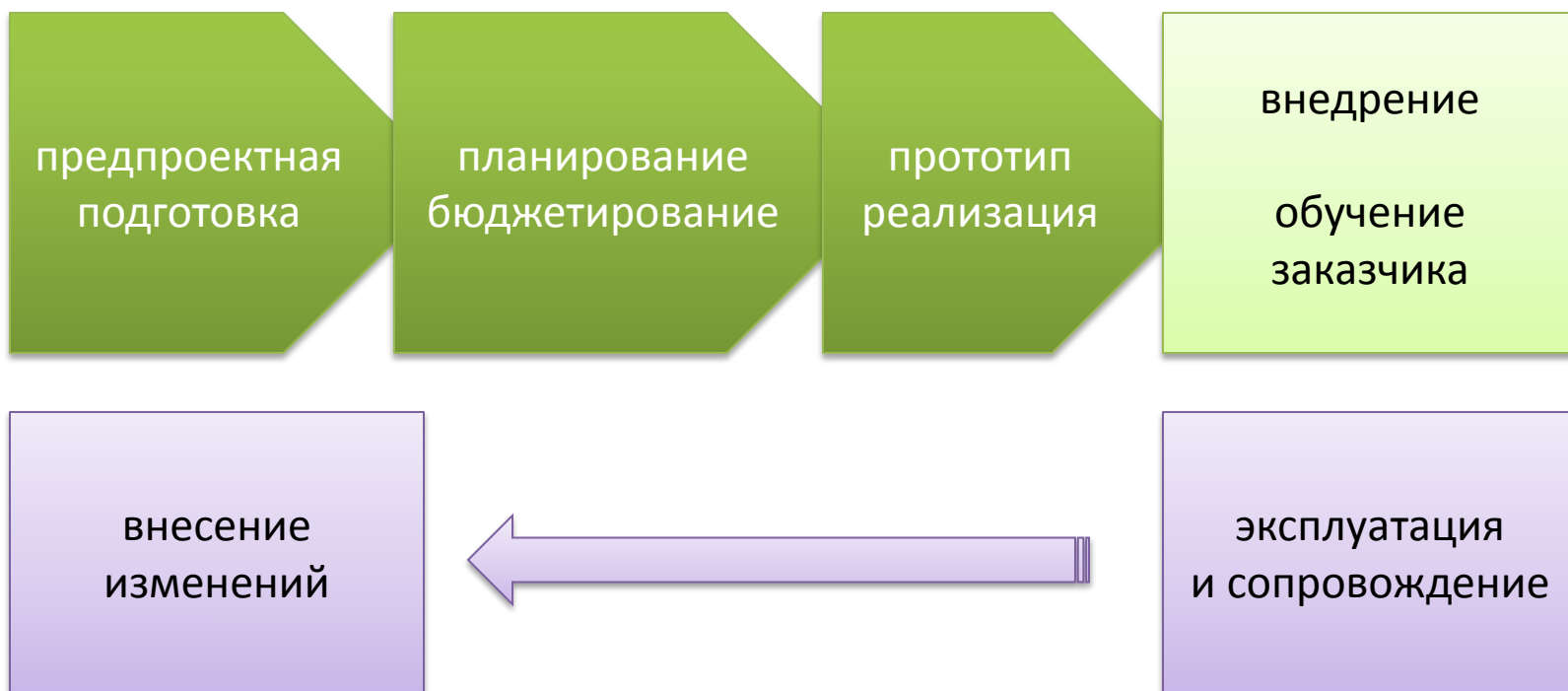
---

- Бизнес-модели и бизнес-процессы
- Болевые точки
- Лучшие практики, бенчмаркинг
- Функциональность
- Сценарии использования
- Методология внедрения

**Это отражено в вашем ТЗ?**



# Последовательность этапов





# Подготовка – важнейший этап

---

- Оценка ожиданий заказчика
- Оценка текущего состояния
- Оценка типовых процессов и сценариев
- **Выбор и обоснование методологии решения**
- **и только потом – ТЗ (или бэклог)**

а ещё:

- Обучение проектной команды
- Подготовка организационных изменений
- Особое внимание – стыкам процессов



# Стыки процессов

- **Письмо с сайта** – кто читает, кто отвечает
- **Звонок с сайта** – кто принимает, кто перезванивает, в какой срок, как фиксируется
- **Заказ с сайта** – кто принимает, как фиксирует и оформляет, куда передаёт
- **Электронный платеж на сайте** – кто удостоверяет факт оплаты, кто фиксирует заказ, кто извещает покупателя
- Как и кто вносит изменения в прайс-лист, каталог на сайте, как отслеживается актуальность информации
- Кто готовит описания и характеристики товаров для сайта, фотоматериалы...





# Проектные риски

---

- Частые изменения требований
- Отсутствие ресурсов и опыта
- Ошибки оценки трудоёмкости
- Забытые работы
- Контроль версий и бэкапы
  
- Юридические риски
- Риски информационной безопасности



---

# Процесс эффективной разработки

# Будем рациональны?

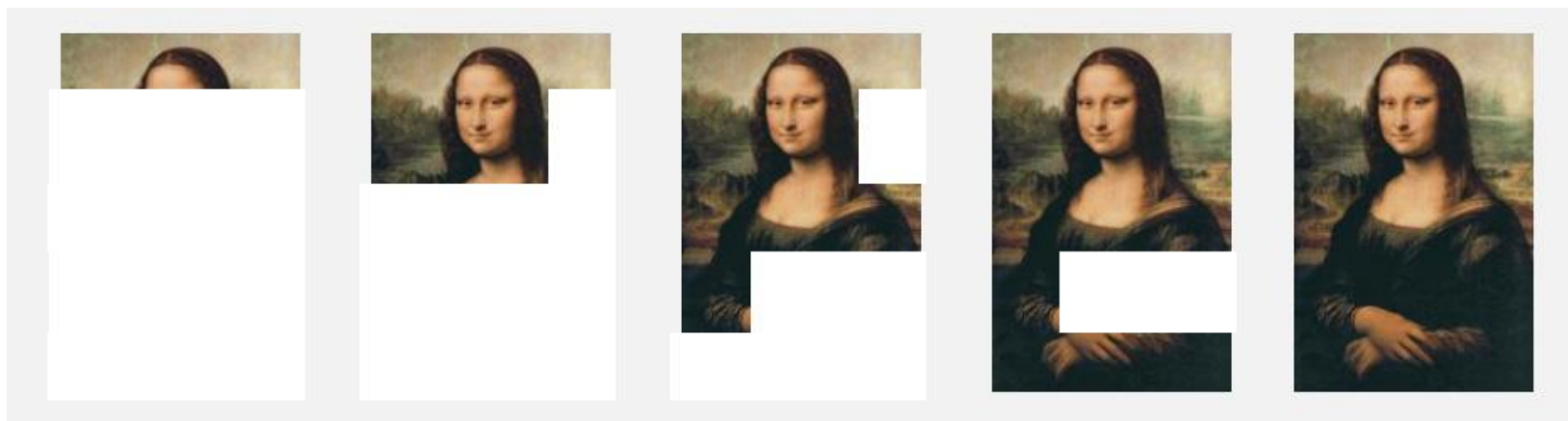
---



- США и Европа:  
80% - типовые проекты,  
20% - индивидуальные
- а угадайте, что в России?



# Каскадная разработка



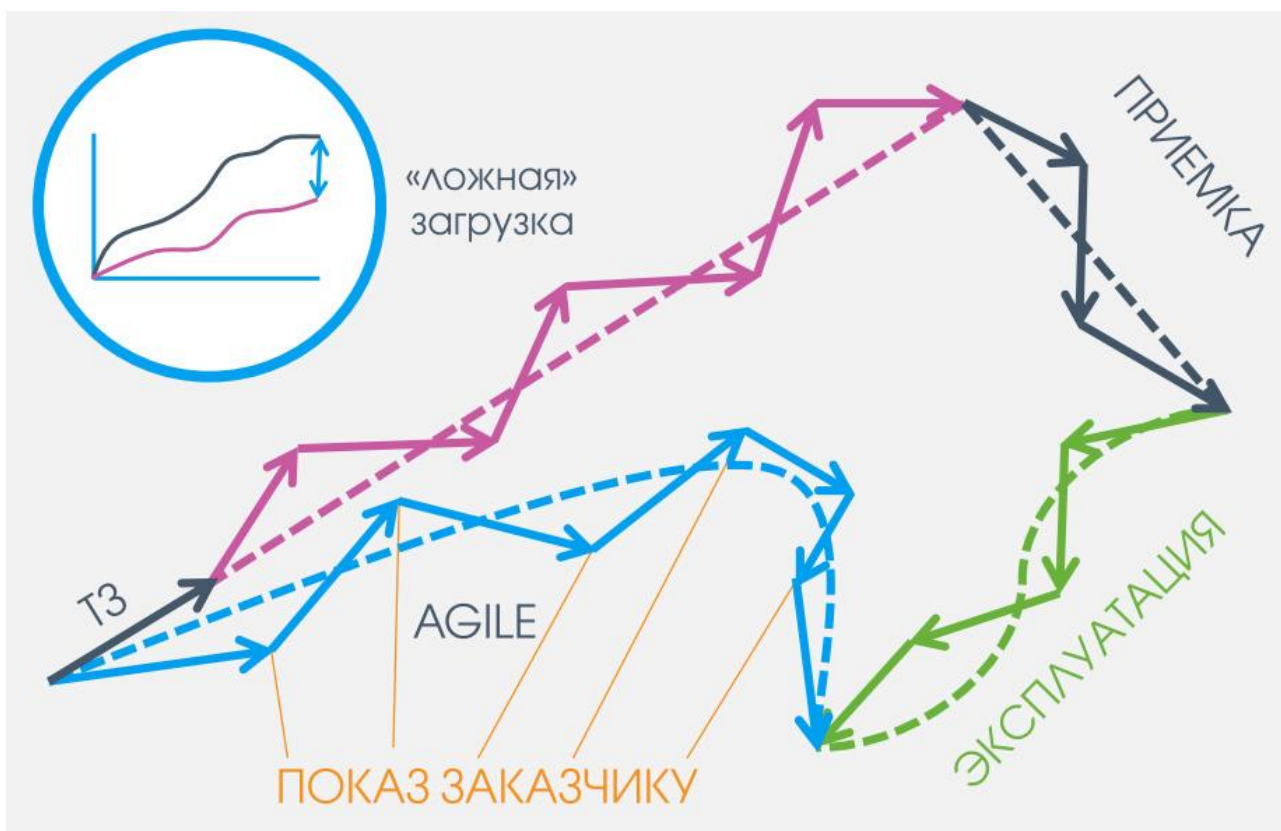
- Диаграмма Ганта
- Описанный результат
- Непредсказуемая работоспособность
- Переделки – долго и дорого

# Итеративная разработка



- **Возможность отхода от плана**
- **Неизвестный результат?**
- **Работоспособность гарантирована**
- **Переделки – недорого и быстро**

# Гибкая разработка (AGILE)



- Реакция на изменения важнее следования плану , главное - работоспособность сайта
- AGILE – методы: SCRUM, XP, LEAN, KANBAN, SCRUMBAN ...



# «Доска задач»



Разработчик должен продемонстрировать Заказчику компетенцию в какой-либо методике управления проектами.



# И не забудем по документацию

---

- Описание структуры сайта
- CSS-стили с комментариями
- Перечень скриптов: глобальных и локальных
- Данные по дизайну
- Данные по интегрированным сервисам
- Руководство по CMS: администратора и пользователя
- Дистрибутив на диске
- Контакты программистов и дизайнеров





# Система он-лайн продаж



# Задаём вопросы

---

- Есть ли возможность он-лайн продажи?
- Есть ли ограничения и запреты?
- Есть ли конкуренты в он-лайн?
- Есть ли товары-заменители?
- Для чего сайт нужен пользователям?
  
- Есть ли бизнес-модель он-лайн продаж?
- Есть ли специалисты для сопровождения он-лайн процессов?
- Готова ли логистика и бухгалтерия?



# Сайт – это...

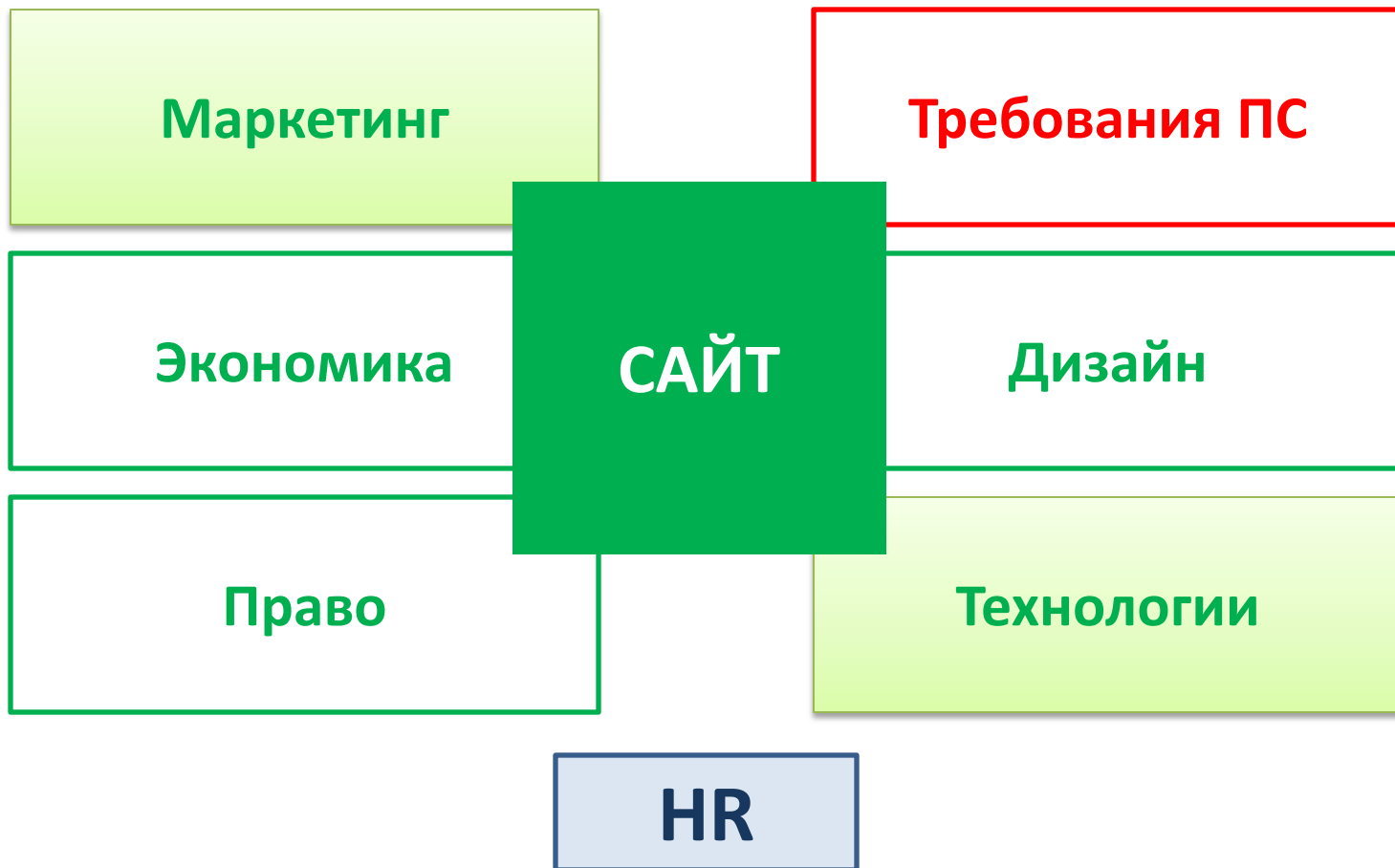
---

**... одна из частей  
системы он-лайн продаж**





# Решение на стыке





# Требования поисковых систем

# Читаем руководства



Яндекс

Помощь

Помощь вебмастеру

- > Как Яндекс индексирует сайты
- > Оформление результатов поиска
- ✓ Рекомендации по созданию сайтов
  - > Советы вебмастеру
    - Некачественные сайты
    - Видеотека
- > Яндекс.Вебмастер
- > Содержимое сайта и партнерские программы
- > Безопасность сайта
- > Сервисы Яндекса на вашем сайте

Google

## Справочный центр

- + Добро пожаловать в Search Console!
- + Изучите основы
- + Отчеты и функции
- **Структурируйте контент для сканеров**
  - Как добавить сайт в Google
  - Оптимизация сайтов для поисковых систем (SEO)
  - Сайты, оптимизированные для Google
  - Следуйте нашим рекомендациям
- + Академия для веб-мастеров

# Яндекс всемогущий



Чем отличается качественный сайт от некачественного с точки зрения Яндекса?

Яндекс стремится находить ответ на запрос пользователя, предоставляя на странице результатов информацию и ссылки на нее в интернете. Мы создали и развиваем поиск, исходя из нашего понимания, что нужно пользователям, и какая информация является ценной.

Поэтому следование рекомендациям, приведенным ниже, поможет в индексировании и лучшем ранжировании вашего сайта, в то время как применение обманных техник может привести к понижению его позиций или исключению его из поиска.

# Факторы ранжирования



Неизвестны точно )) , но «вычисляемы»

У Яндекса их около 150, у Гугла – 170

- Доменные факторы
- Контентные факторы
- Ссылочные факторы
- Поведенческие факторы
- Социальные факторы
- Брендовые факторы
- Спам-факторы



# SEO-проектирование



- Решаемая задача – обеспечение «видимости» сайта в поисковой выдаче
- Структура сайта строится на результатах обработки «семантического ядра» – статистики запросов пользователей к ПС
- Учёт «семантического ядра» фактически также ТЗ на контент и контекстную рекламу
- Основной процесс – сбор «семантического» ядра



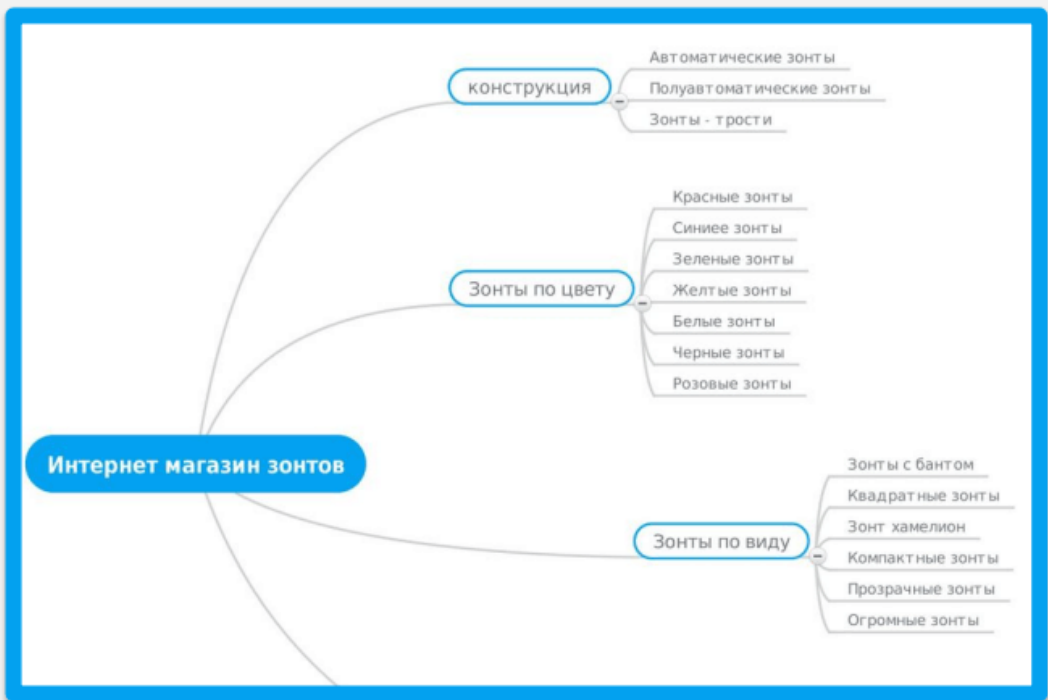
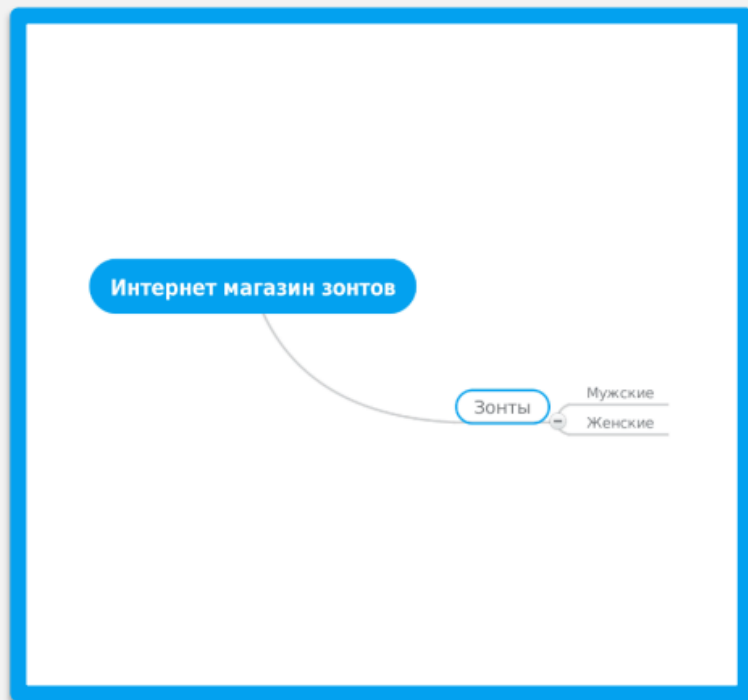
# Сбор семантического ядра

---

- Психология и лингвистика рулят ))
- Статистика запросов (ВЧ-СЧ-НЧ)
- «Длинный хвост» – НЧ запросы
- Поисковые подсказки
- Сайты в ТОП-10
- Тренды
- Анализ тематики и лексики общения в соцсетях, блогах, форумах



# Как это выглядит





# Маркетинговое проектирование

# Задаем себе вопросы

---



- Чего хотим: привлечь, удержать или сформировать будущего потребителя?
- Что уже делают конкуренты?
- Что должен сделать посетитель на сайте – «пользовательские траектории»
- Внутренняя и внешняя аналитика
- Возможные форматы он-лайн взаимодействия (точки контакта, каналы продвижения)
- Оценка стоимости рекламного контакта (прогноз бюджета ЯД)

# Как мы покупаем ?

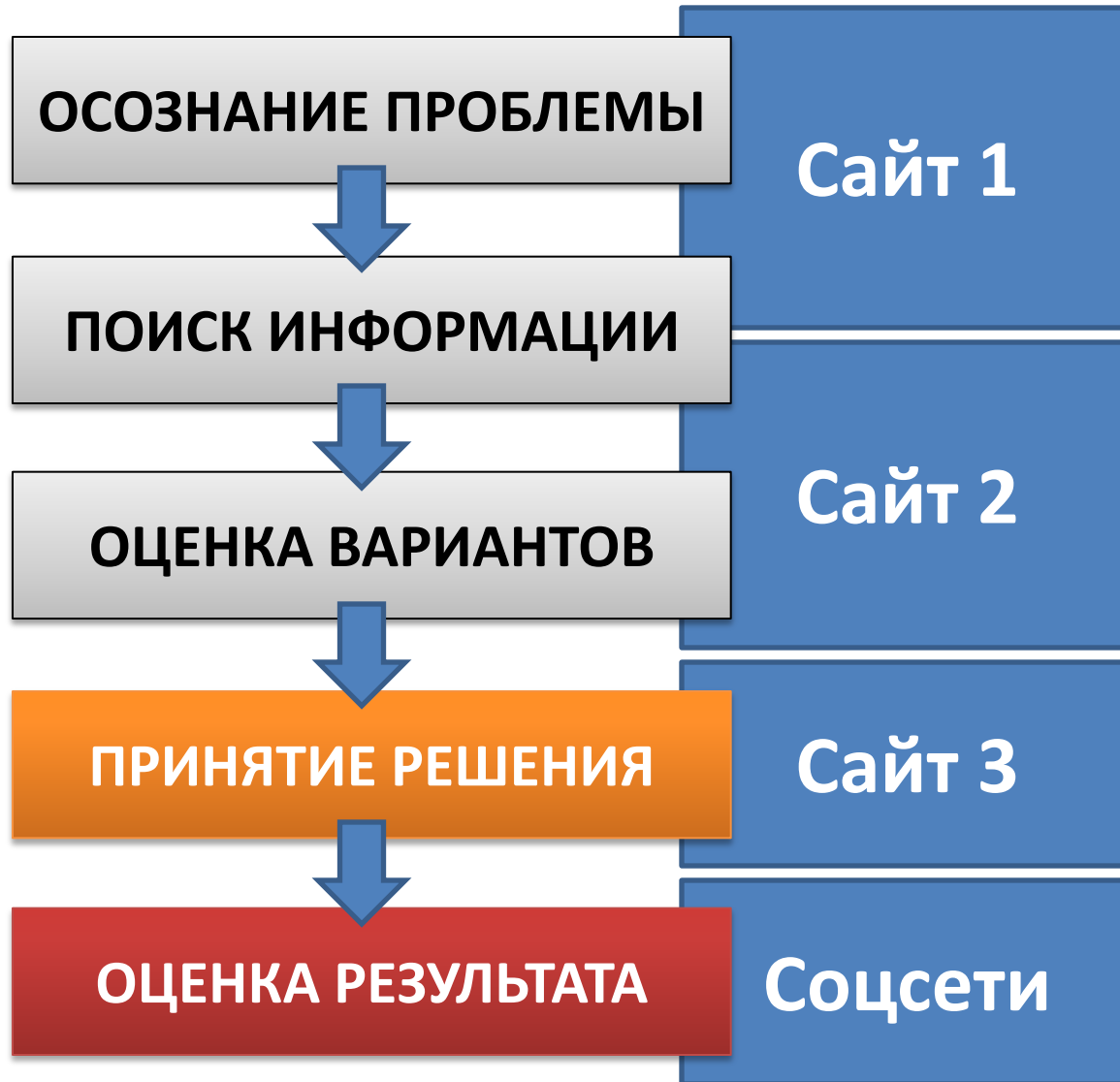




# Как продаём?



# А может быть нужно так?







# Цели коммерческих сайтов

---

## B2C

цели: стимулирование продаж,  
e-commerce, CRM

## B2B

цели: воздействие на «закупочный  
центр», партнёрская программа

## B2G

цели: информационная подготовка  
для участия в госзакупках и ГЧП

# Выбор доменного имени

---



- Соответствует ли имя виду бизнеса?
- Есть ли у него положительные ассоциации?
- Можно ли его запомнить верно на слух?
- Легко ли его продиктовать по телефону?
- Занята ли торговая марка с этим именем в моем виде деятельности?
  
- Аукционы доменных имен



# Проектирование дизайна



**Дизайн сайта –  
это дизайн  
нужной пользователю  
информации**



# Цели дизайна

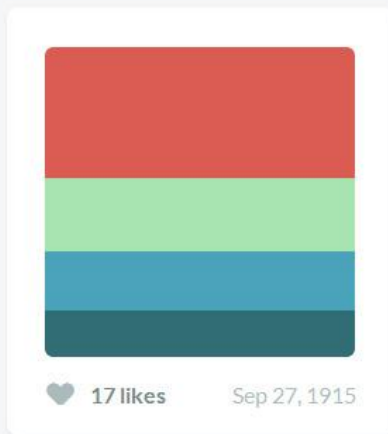
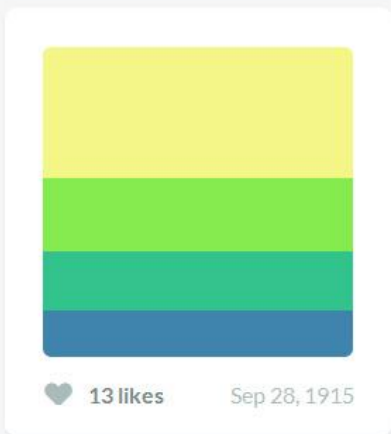
---

- визуализировать продукт/услугу
- облегчить процесс взаимодействия с сайтом
- сфокусировать внимание на главном
- подтолкнуть к целевым действиям
- создать позитивное эстетическое ощущение

# Этот спорный цвет



## Beautiful Colors, Every Day.





# Думаем об интерфейсе

---

- **Юзабилити** – удобство работы с интерфейсом сайта (UI – User Interface).
- Посетитель должен получать нужную ему информацию максимально просто, удобно для себя и с положительными эмоциями.
- А/В-тестирование
- Проектируем UX (User eXperience)– «пользовательский опыт», ощущения при взаимодействии с сайтом.



# UI & UX

---



**Ингредиенты – это интерфейс (UI)**

**Вкусовые ощущения - это пользовательский опыт (UX)**





# Креативные методики

---

## Методика персонажей

- Имя, пол, возраст, город, работа и доход
- Мотивация, цели, опасения
- «Реальные» высказывания и девиз

## Контекстный сценарий

- Описать ситуацию, в которой у пользователя возникает потребность в продукте
- Набор картинок, комикс, рассказ



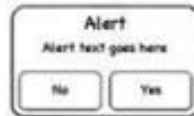
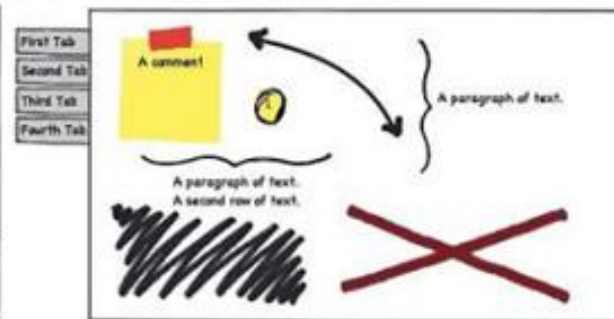
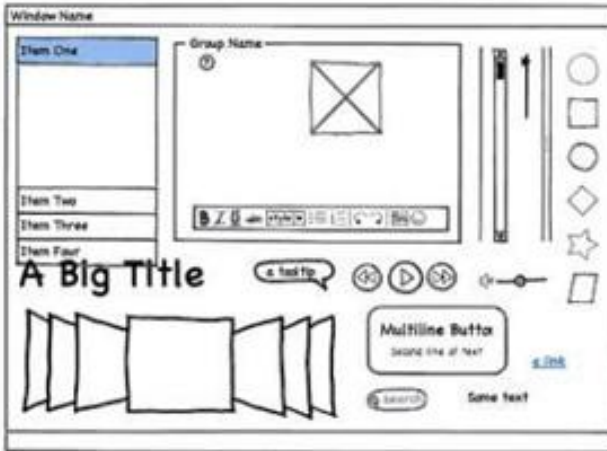
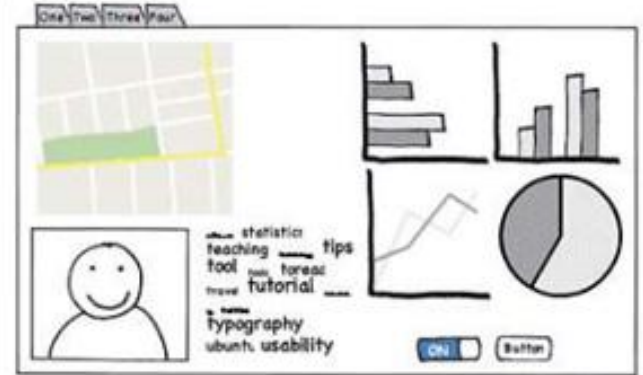
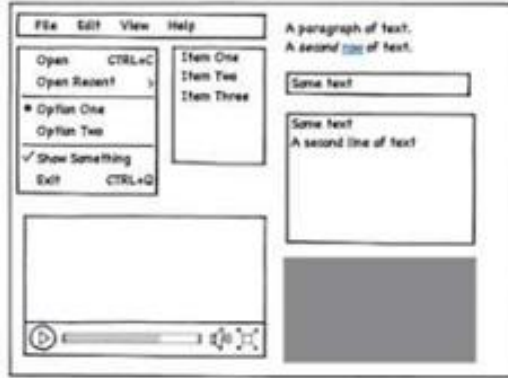
# Прототипирование

---

- без Фотошопа – быстро рисуем и быстро вносим изменения
- мокап-заготовки (экраны, окна, элементы)
- скетчи и скетч-бук
- специальные программы – кликабельный прототип, возможность тестирования на ЦА
  
- минимизация рисков «плохого» ТЗ
- позволяет Заказчику легче сформулировать свои требования



# Мокап (mockups)



# Уникальный дизайн?



- Что источник вдохновения ? (американские сайты? - другая культура, стандарты поведения, образ жизни, привычки...)
- «Мода» – маркетинговый ход ))
- Обязательно тестирование восприятия дизайна целевой аудиторией
- Креатив бессмысленен, если он не несет ценности для пользователя
- **Риск – самовыражение дизайнера для персонального портфолио**

# Не забываем документы

---



- Брендбук /стайлгайд для использования в интернет-коммуникациях
- Данные по дизайну (цвета, шрифты, размеры, форматы, модульная сетка...)
- Зафиксированные дизайнерские шаблоны (фреймворк)



# Думаем о разных пользователях

---

- Отсутствие навыков интернет-пользователя
- Плохое зрение
- Нарушенное цветовосприятие
- Нарушенная координация движений
- Психологические проблемы



# Экономика проекта



# Принципиальные вопросы

---

- Определение полной стоимости проекта
- Определение эксплуатационных расходов
  
- Прием платежей на сайте
- Использование электронных денег
- Бухгалтерские требования и процедуры
  
- Структура себестоимости он-лайн продаж





# Деньги любят счёт

- Полная стоимость разработки? Наличие «неявных» платежей и условий.
- «Форс-мажор» на стадии разработки, финансовые риски, неустойка за невыполнение.
- Стоимость инсталляции и внедрения.
- Стоимость услуг хостинга и внешних интернет-сервисов.
- Стоимость владения (лицензии, аренда ПО ...).
- Стоимость текущего обслуживания и поддержки.
- Стоимость ликвидации «аварийных» ситуаций.
- Оплата услуг обслуживающего персонала необходимой квалификации.

# Он-лайн бухгалтерия



- Наличие правильного кода ОКВЭД:  
52.61.2. Розничная торговля, осуществляемая через ... компьютерные сети
- Способы приема платежей на сайте.
- Стоимость обслуживания электронных денег.
- Оформление первичных документов.
- Соблюдение требований закона 115-ФЗ «О противодействии легализации...».
- Оформление возврата товара и денег.



# Юридические аспекты и риски



# Принципиальные вопросы

- Доменное имя и его законный владелец
- Защита доменного имени и фирменного наименования
- Оформление правовых отношений с партнёрами, разработчиками, дизайнерами, персоналом проекта
- Соглашение о неразглашении (NDA)
- Интеллектуальная собственность. Охраняемый и не охраняемый контент. Базы данных. Ноу-хау.
- Пользовательское и лицензионное соглашение
- **Обработка персональных данных**
- Публичная оферта. Договор продажи / оказания услуг потребителю.
- Электронная подпись и ЭДО
- Лицензирование услуг
- Соблюдение законодательства о рекламе



# Доменное имя

Самарская  
Филармония

```
domain:          FILARM.RU
nserver:         ns1.masterhost.ru.
nserver:         ns2.masterhost.ru.
nserver:         ns.masterhost.ru.
state:           REGISTERED, DELEGATED, UNVERIFIED
org:              Prom Info Consult
registrar:       RU-CENTER-RU
```

Туристический  
Портал Самары  
(ТИЦ)

```
domain:          GOSAMARA.RU
nserver:         ns.mustdie.ru.
nserver:         ns.webzavod.ru.
state:           REGISTERED, DELEGATED, UNVERIFIED
person:          Private Person
registrar:       REGTIME-RU
```

# Защита товарной марки



- **МКТУ** = Международная Классификация Товаров и Услуг
- с 1 по 34 классы МКТУ - товары,  
с 35 по 45 классы - услуги
- **Регистрируемые классы:**  
**9 - программы для ЭВМ,**  
**35 – розничная продажа товаров,**  
**42 – предоставление услуг**

**ООО с фирменным наименованием + товарный знак  
на 9, 35, 42 класс МКТУ**

# Оформление отношений



- Интеллектуальная собственность создается **только физическими лицами**
- С кем оформляем отношения: фрилансеры, подрядчики, сотрудники, вспомогательный персонал, учредители выполняющие трудовые функции.
- Точное указание трудовой функции, занимается интеллектуальной деятельностью или нет, обязанность соблюдать регламенты интеллектуальной деятельности и конфиденциальность
- Оформление служебных заданий и фактов передачи результатов



# Авторские права

---

- Договор на передачу авторских прав (ГК РФ, часть 4 )
- Авторское вознаграждение не входит в заработную плату, может иметь наложенные ограничения (сохранение в тайне ...)
- Размер вознаграждения законом не предусмотрен, но есть ориентир - утвержденные ставки на создание авторского произведения





## **Статья 1285 . Договор об отчуждении исключительного права на произведение**

По договору об отчуждении исключительного права на произведение автор или иной правообладатель передает или обязуется передать принадлежащее ему исключительное право на произведение в полном объеме приобретателю такого права.

При отсутствии в договоре как условий о вознаграждении, так и указания на безвозмездность договора, он будет считаться незаключенным, то есть любое использование произведения, осуществляемое на его основании, будет признаваться незаконным.



**Мы же только  
веб-программисты-дизайнеры...**



# Гражданский кодекс

---

## **Статья 437. Приглашение делать оферты. Публичная оферта**

1. Реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении.

**Давайте проверим?**



# Защита прав потребителей

---

## **Статья 26.1. Дистанционный способ продажи товара**

2. Продавцом до заключения договора должна быть предоставлена потребителю информация об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.



# Закон о рекламе

## **Статья 8. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи**

В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, ОГРНИП индивидуального предпринимателя.

## **Статья 18. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи**

1. Распространение рекламы по сетям электросвязи... допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.
2. Не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением ... автоматической рассылки.



# Сергей Логачёв

менеджер интернет-проектов

интернет-маркетолог

[mm2b.ru](http://mm2b.ru)

©2015