Проектиране на е-бизнес

проф. д-р инж. Венета Алексиева

Основни моменти

- Планиране и проектиране на онлайн бизнес.
- Методични въпроси и решения в е-бизнеса.
- Показатели за оценка на е-обект.
- Програмно осигуряване на системите за е-търговия.
- WEB-технологии за е-търговия.
- Приложни платформи за организиране на е-обекти.
- Оптимизация

Планиране на е-магазин - задачи

1. Вземане на стратегическо решение за откриване на е-магазин
2. Организация на сайта за е-магазин
3. Изпълнение на поръчките

....и в детайли...

Вземане на стратегическо решение за откриване на е-магазин

- Изследване състоянието на съществуващите системи за е-търговия по:
  - Дизайн на сайта
  - Функционалност – търсене, сравнение, статус на поръчки, доставки, отстъпки и промоции
  - Система за разплащания
  - Системи за сигурност
- Определяне на стоките и услугите, които ще се предлагат от гледна точка на:
  - Сервизна поддръжка
  - Продажба
  - Доставка
  - Гаранционно и следгаранционно обслужване
- Оценка за възможностите за е-търговия:
  - разходи,
  - продажби,
  - обратна връзка от клиентите,
  - разплащания

Анализ на конкуренцията

- Дефиниране на конкурентните сайтове:
  - Няма подобни (“УРА!!!!”)
  - Има, но сайтовете не предлагат всичко необходимо (“Все още не е страшно!”)
  - Има много и повечето предлагат точно каквото трябва (“Ще се намери ли пазарно място за още един?!?”)
- Постоянно събиране на информация
- Проучване на решение чрез:
  - Универсален посредник на услуги
  - Сайт-консорциум на няколко производителя и много клиенти
  - Сайт с готова платформа
  - Участие в B2B сайт
  - ...

Анализ на е-потребителите

- Разучаване на потребителите – количествено и качествено изследване и създаване на профил на потребителите, сегментиране на потребителите
- Предвиждане на потребителските нужди
  - “Сайтът ви не е център на потребителската вселена“
- Средства за изследване на потребителското поведение
  - “ Потребителят не мисли като мен “
  - Предпочитано време за ползване на Интернет за разглеждане на продукти
  - Предпочитани сайтове
  - Средно време, в което се задържа на страницата
  - Линк, от който се насочва потребителя
  - Средна стойност на покупките за месец, които прави потребителят
  - Възраст, брой, дейност в сайта (само разглеждат, разглеждат, купуват, оплакват се, коментират, питат...).
- Отзивите на клиента -какво искат клиентите, колко, кога ...
- Място за рекламодатели - Печелене на пари от рекламиране ?!?
- Да се създават ли абонаменти – кой ще плати потребителски такси , защо и колко време ще бъде задържан като абонат ?!?

Планиране на сайта

За самия сайт:

- Фирма, регистратор на Интернет имена, за да се регистрира име на домейн;
- Фирма за хостване на Вашия уеб сайт или колокация на Вашия собствен уеб сървър;
- В случай, че е собствен сървър (колокация) , е необходим и доставчик на хардуер и комуникационно оборудване, откъдето да се закупи сървъра, както и да се наеме някой да инсталира и конфигурира системният софтуер, така, че сървърът да е готов да поеме инсталирането на уеб сайта;
- Фирма, която да проектира и да разработи самият уеб сайт, да извърши инсталирането на самото Интернет приложение (програма или софтуер) за електронна търговия
- Фирма или лице, което да администрира този сървър

Планиране на сайта

За търговската дейност:

- Фирма, лицензирана за издаване на цифрови сертификати (само в случай, че ще се използват разплащания с кредитни карти)
- Фирма или банка издаваща и обслужваща сметки за електронни разплащания в Интернет (само в случай, че ще се използват разплащания с кредитни карти)
- Фирма за обслужване на транспортирането на стоките от физически склад до заявителя / получателя;

Избор на стратегия за сайта

Изборът зависи от ресурсите - време, пари, персонал, готов да се справи с отделните задачи....

- **Със свои ресурси**
  - Ако дейността са продукти от информационните технологии, целият процес може да се извърши без наемане на външни услуги.
- **Outsourcing** към фирма, която може да предостави или контрактира всички необходими услуги
  - Ако е чисто търговска фирма.
- **System integrators (**системни интегратори**) -** фирми, които познават целия процес в детайли и могат да го осъществят за сметка на възложителя и от негово име интегрират различни технологии и продукти в единна работеща система, която му предоставят и го обучават да работи с нея.

Специализирани софтуерни средства за е-магазин

- Платформи за разработка
  - Създаване и редактиране на онлайн каталог
  - Количка за пазаруване
  - Система за поръчки
  - Система за разплащания
  - Управление на ценообразуването
  - Маркетингови инструменти
  - Статиситки и анализи
- Готови програмни продукти
  - Изграждане на сайтове с оригинален дизайн
  - Функционални кошници за покупки
  - Поддръжка на клиентски профили
  - Интеграция с модули за разплащания
  - Интеграция с модули за проследяване на доставка
- Онлайн системи за изграждане на виртуални щандове
  - Това са сайтове, които срещу заплащане предоставят хостинг, поддомейни и системи за създаване на е-магазин
  - Създава се каталог
  - Избира се от настройки система за разплащане
  - Избира се от настройки условия за доставка
  - Подходящ за начинаещи търговци или малки фирми

Проектиране на сайта

- Установяване на приоритети – потребителите да постигнат целите си
- Изготвяне на разширен списък и идентифициране на най-важните характеристики
- Съставяне на продуктов план
- Да има ясно предназначение
- Да се зарежда бързо
- Да изглежда еднакво добре в различни браузери
- Да се разпознава по стила
- Да спазва уебконвенциите

Структура на сайта

- Основна услуга
- Промоции на продукти
- Продажби на свързани продукти (cross-sell)
- Продажба на подобрени продукти (up-sell)
- Линкове към съпътстващи услуги – партньори, сервиз, аксесоари...
- Блог/ Форум
- FAQs
- Новини
- Персонализация на страницата
- Услуги като e-mail, място за хостинг, безплатен софтуер към предлаганите продукти...
- Културна и спортна хроника ?!?
- Развлекателна информация ?!?
- ...

Back-end системата

- Динамични цени на продуктите:
  - За определено време
  - За определена група клиенти
- Актуална документация за продуктите – инсталиране, експлоатация, гаранционни условия...
- Обработка на процесите в реално време:
  - Поддържане на стокови наличности на склад
  - Форми на плащане
  - Доставка на стоки на адрес
  - Рекламации/връщане на стоки
  - Клиентска поддръжка
  - Препратка към техническа поддръжка от производителя
- Системи за сигурност
- Системи за комуникация с клиентите:
  - E-mail
  - Блог
  - Форми за обратна връзка

Процесите “зад back-end системата”

- Сайтът не трябва да бъде само за представяне на продуктите, а да стимулира към покупки.
- Предимство имат фирми, които вече имат изградена мрежа от магазини за директни продажби.
- Нужен е опит в изпълнение на поръчки “по пощата”.
- Наличие на щатен персонал, който поддържа е-магазина, а не наемане на външен специалист.

Дизайн

- Дизайнът зависи от избраното софтуерно средство.
- Графичният дизайн трябва да подчертава идентичността на фирмата:
  - Логото на фирмата
  - Инструменти за лесна навигация, падащи менюта, навигационни ленти, панели, табове...
  - Да изпъкват промоциите
  - Лесен достъп до продуктите
  - Контекстно значими линкове, които се появяват в подходящ момент и помагат на купувачите да се ориентират по добре и да бъдат стимулирани да посещават страници, водещи до покупката на дадена стока
  - Линковете да са кратки, интуитивни, добре структурирани
  - Вътрешните страници да са в същия стил

Функционалност (1)

- Продуктовият каталог е основен елемент:
- Да се обособят продуктови групи и категории
- Търсенето и навигацията да бъде лесно и бързо
  - По ключови думи
  - По последователен избор на параметри- производител, доставчик, цена, размер...
- Продуктите да имат:
  - Изображения, показващи всички детайли
  - Подробно текстово описание

Функционалност (2)

- Промоции на продукти на специални цени с определен срок на валидност за дадена стока:
  - Може да се извежда списък на стоките в промоция и това да става в началото на основния списък от стоки
  - Някои промоции да бъдат за всички клиенти, а други – за определени клиенти (закупили определен артикул, редовни клиенти...)
- Да се прави извадка на стоките, които най-много се търгуват и те да се извеждат в раздела “най-търсени стоки”

Функционалност (3)

- Поръчката от клиента да се прави на стъпки:
  - Вход в системата /регистрация
  - Избор на начин на доставка (радиобутони)
  - Избор на начин на заплащане (радиобутони)
  - Преглед на поръчката
  - Потвърждение/отказ на поръчката
- Възможност за връщане назад на всяка от стъпките на поръчката
- Възможност за промени в количката:
  - Изтриване/добавяне на артикул
  - Промяна на избраното количество за артикул
- Сумата на артикулите в количката да се променя автоматично при добавяне/ изтриване на артикул

Функционалност (4)

- Да се проследява индивидуалната клиентска активност, за да му се извежда “напомнящ” списък от стоки, от които той се е интересувал при предишните си посещения:
  - купените от него стоки
  - посещаваните и вече разглежданите от него стоки
- Да се прави извадка за даден клиент какво друго са си купили останалите, освен него, клиенти, които от своя страна са купували същите стоки, които и той е купувал:
  - да се предположи какви стоки биха представлявали интерес за въпросния клиент, като се отчете опита от продажби на всички останалите клиенти със сходни интереси (например: ако си купите мотика, системата да ви предложи да си купите и лопата, при положение, че вече друг клиент го е направил)
  - какво най-вече “върви” да се купи в комплекта с вече закупена стока (ако си купите чанта, системата може да ви предложи да си купите обувки и колан в същия десен, защото вече друг клиент преди това го е направил);
- Да се предлагат стоки с по-добри параметри, от тези на стоките, които вече са избрани от купувача (ако е избран 17” монитор, да се предложи 19“ от същия модел или 17” от друга марка)

Функционалност (5)

- След потвърждение на поръчката клиентът да получи мейл с фактурата
- Да може да се проследява статуса на поръчката – кога е обработена, кога е изпратена, кога ще бъде получена
- Условията за доставка да са ясно написани - заплаща ли се доставката от клиента и при какви условия
- Клиентът да може да избира между няколко варианта за доставка- бърза (по-скъпа) и бавна (по-евтина)

Системи за разплащане

- Добре е сайтът да има интегрирани няколко системи за разплащане:
  - Чрез системите ePay.bg; eBG.bg; PayPal
  - Чрез банков превод
  - Чрез пощенски запис
  - Чрез наложен платеж
  - Чрез кредитни карти
- Търговецът трябва да има сметка в банка, която обслужва картови разплащания и да има договор за виртуален POS терминал, по който да получават плащания с български дебитни карти и международни кредитни карти

Пример: чрез ePay.bg

- Трябва да се регистрира търговецът и да получи от ePay.bg търговски идентификационен номер в тяхната система
- Трябва да се сключи договор с “Датамакс” АД
- Трябва данните за неговия виртуален POS терминал, получени от банката, да се пратят на support@datamax.bg
- Трябва да се изтегли от ePay.bg клиентски софтуер за комуникация
- Трябва да плати и такси за регистрация и месечен абонамент, който зависи от броя на транзакциите

Системи за сигурност

- Сигурност на съхранение на личните данни на клиента
- Сигурност при разплащане

Осъществяват се с:

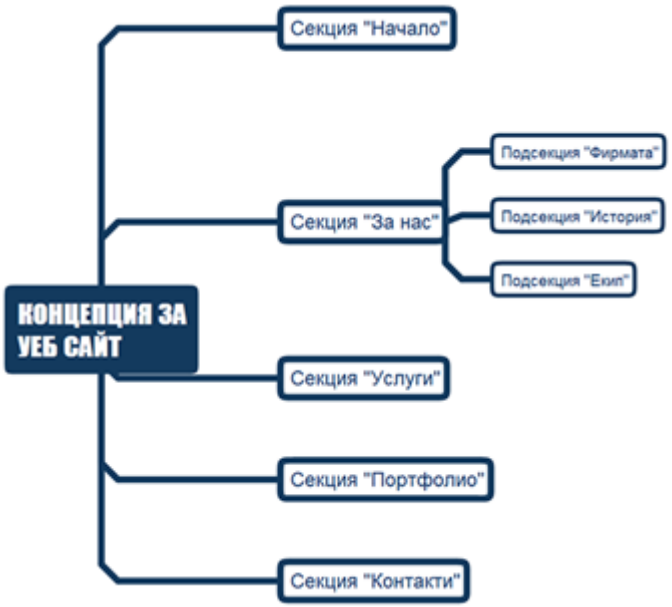
- Криптографски алгоритми
- Електронен подпис

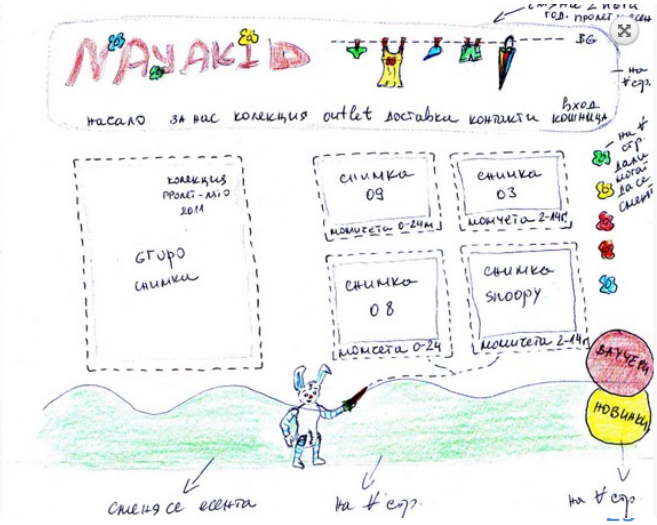
" - Откъде да започна, Ваше Величество? - попита Белия заек.
- Започни от началото - отвърна кралят рязко - продължи по-нататък, докато стигнеш до края. Тогава спри. "

Луис Карол “Алиса в страната на чудесата”

“Започни от началото...”

- Организация на сайта
  - По категории
  - По потребители
  - По дата или ред на обявите
  - По задачи
  - По корпоративни отдели
  - По език и местоположение
- Създаване на карта на сайта
- Схема на началната страница
  - Дизайн
  - Цветова гама
  - Типография – тип, цвят, размер на шрифта и дължина на реда





“продължи по-нататък…”

- Навигация на сайта
  - За глобалната навигация – показва на потребителя къде се намира на сайта и как да отиде на други места
    - панел ляво; панел дясно; табове; падащи менюта;
    - главина и списъци, линеен път, лента за търсене;
    - път през много страници, карта с изображения, списък с препратки...
  - За локална навигация – предоставя инструменти за придвижване в отделен раздел
    - панел ляво; панел дясно; табове; падащи менюта;
    - главина и списъци, линеен път, лента за търсене;
    - път през много страници, карта с изображения, списък с препратки...
  - За мрежова навигация – предоставя препратки към други сайтове
- Име на сайта и разделите в него
  - Какво ще изразява името на сайта
  - Какви са имената на конкурентите
  - .com име, .bg име, необичайно име, комбинирано име
  - Имената на разделите – само съществителни или само глаголи в повелителна форма; да са само с главни/малки букви; на един език; сходно дълги имена

“…докато стигнеш до края”

- Основна функционалност
- Начини на разплащане
- База данни – продукти, клиенти, поръчки, доставчици, доставки...
  - Автоматично обновяване на продукти
  - Регистрация на потребители
  - Изпращане на мейли
  - Търсене
  - Анализ на потребителско поведение

“Тогава спри” и оптимизирай...

...За бързодействие:

- Премахване на екстрите – анимациите са досадни
- Компресиране на изображенията и мултимедията
- Замяна на изображенията с текст
- Използване на изображенията повторно
- Използване на стилове, а не тагове за шрифт
- Спазване на конвенциите за дизайн

и оптимизирай...

….За търсачките: Google, HotBot, Alta Vista, Yahoo…

- Релевантност на съдържанието
- Релевантност на изходящите линкове
- Повече линкове към сайта с подходящи ключови думи
- Page Rank
- Избор на коректни ключови думи
- Оптимизиране на заглавния таг
- Оптимизиране на копието на страницата
- Оптимизиране на метатаговете
- Създаване на файла robots.txt
- Задаване на “Alt”атрибут за изображенията
- Често обновяване на съдържанието на сайта
- Избягване на потенциални проблеми от дизайна и настройката на сайта

и популяризирай...

- Стратегии за свързване – препратки към сайта – листинги на машини за търсене; листинги на директории; препратки на други сайтове; платени препратки; рекламни банери; “съвети” на други сайтове
- Онлайн реклами
- E-mail стратегии
- Партньорски програми
- Вирусен маркетинг
- link bait - комерсиална дейност с цел почти безплатно естествено привличане на линкове към уеб сайт - привличане на фенове във Фейсбук, за последователи в Google+ и др.п.

OnPage SEO- цели

- Да зарежда бързо
- Да има мобилна версия
- Да има уникално, кратко заглавие (включва бранда или домейна в него).
- Да има напълно уникално (и релевантно) съдържание.
- Да има кратък URL адрес в основния домейн, а не в поддомейн.
- Да има custom URL адрес, който съдържа ключовите думи.
- Да няма реклама в съдържанието (сваля ранкинга).
- Да обхваща всичко по темата или поне всичко най-важно.

SEO текст

- Копирайтинг (copywriting) е процесът на написване на текстове за поставне в Интернет сайтове, TV и аудио реклама.
- SEO копирайтинг е написването на специфични текстове по специален начин за поставне в уеб сайтове, така че те да се класират добре в търсачките. Тези текстове трябва да са уникални.
- Текстове, които вече са индексирани от търсачките (вече са постнати в някакъв сайт) не се класират добре.
- Може да се провери уникалност на: http://articlespinner.eu

Видове копирайтинг

- За поставне на текста в основния сайт
  - По-скъп, изисква по-високо качество и задълбочено проучване преди написването на текстовете
- За поставне в партньорски сайтове и директории за статии
  - По-скъп, изисква по-високо качество и над 400 думи дължина на текстовете.
- За поставне в други сайтове
  - По-евтин, повечето пъти не се изисква задълбочено проучване преди написването на текстовете.
- За поставне в социални мрежи Фейсбук, Twitter и Google+.
  - По-евтин, кратки текстове от едно-две изречения
- За поставне в директории
  - По-евтин, кратки текстове от едно-две изречения

OnPage SEO – ключови думи

- Ключовата дума да я има на няколко места:
  - в началото на текста
  - в първите 2 параграфа;
  - по средата на текста;
  - в края на текста
  - да има ед. и мн. число на ключовите ви думи
  - да съдържа думите членувани
- Ако ключовата дума е израз от две и повече думи, трябва думите да ги има и поотделно.
- Да съдържа и други думи и изрази, за които пишат и другите сайтове по същата тема.

OnPage SEO- Мета тагове

- Title - най-важен, до 60-70 символа

<title> Мета тагове и Seo оптимизация </title>

- Description – второстепенен, до 120-150 символа

<meta name="description" content="....." />

Трябва “call to action” meta description да е различен от заглавието.

- Keywords - не работи в Google

<meta name="keywords" content="..." />

- Author

<meta name="author" content="....." />

- Robots - търсачките да не индексират страницата или да не проследяват връзките на страницата

<meta name="robots" content="index, follow" />

<meta name="robots" content="noindex, follow" />

<meta name="robots" content="noindex, nofollow" />

OnPage SEO - линкове

- Към страницата да сочат голям брой вътрешни (и външни) линкове (със stopwords).
- Да има линкове в съдържанието към полезни за потребителя ресурси по темата.
- Да има вътрешни линкове към други страници по темата в сайта, и външни линкове към други сайтове, които не са конкуренти.
- Разполагане на линка в страницата - по-нагоре в кода на страницата

- И още интересно на: https://moz.com/learn/seo/on-page-factors

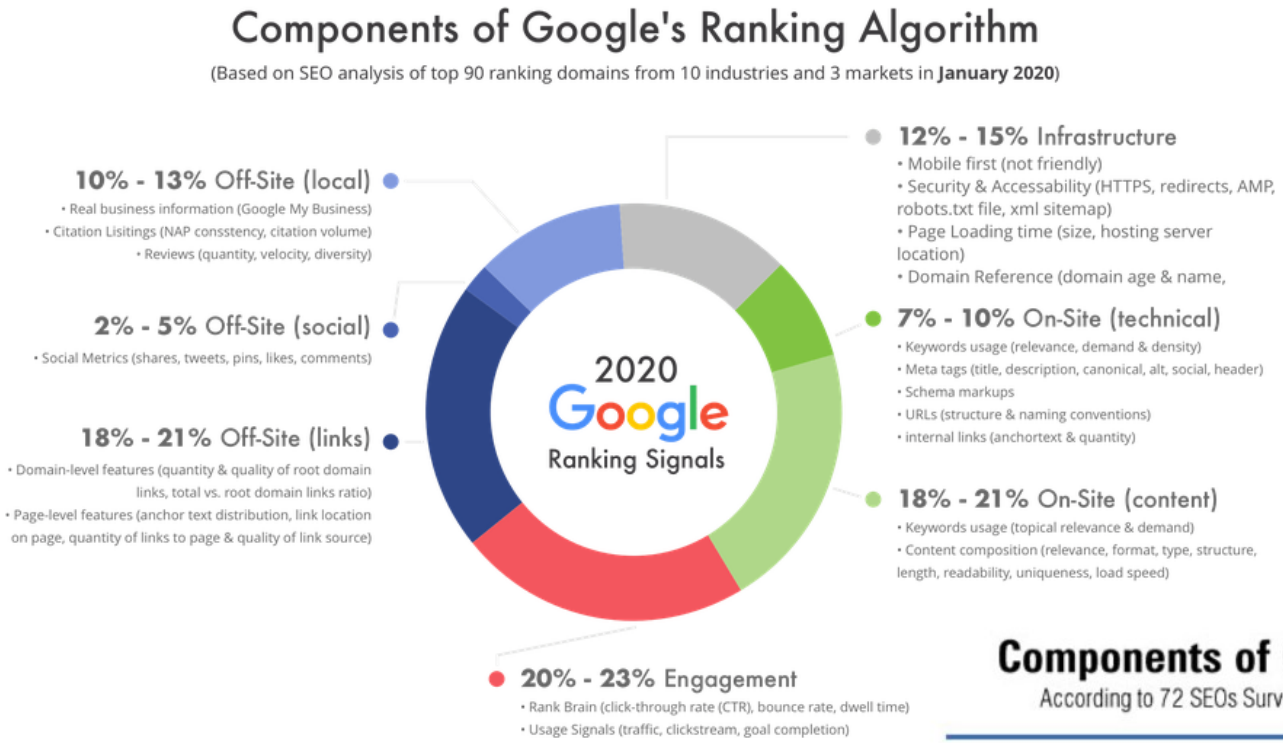
Влияние на съдържанието върху ранкинга

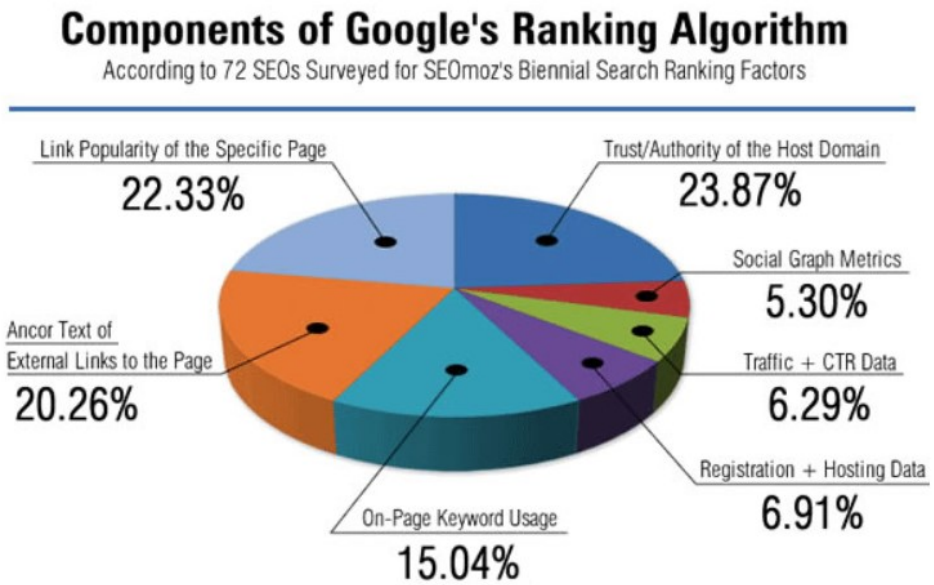
- Скорост на зареждане
- Ключови думи в title
- Дължина на URL
- H2
- H1
- Description
- Интегриране на видео
- Ключови думи в Description
- URL не е поддомейн
- Ключови думи в URL
- Flash
- Ключови думи в Domain Name

Влияние на технически фактори върху ранкинга

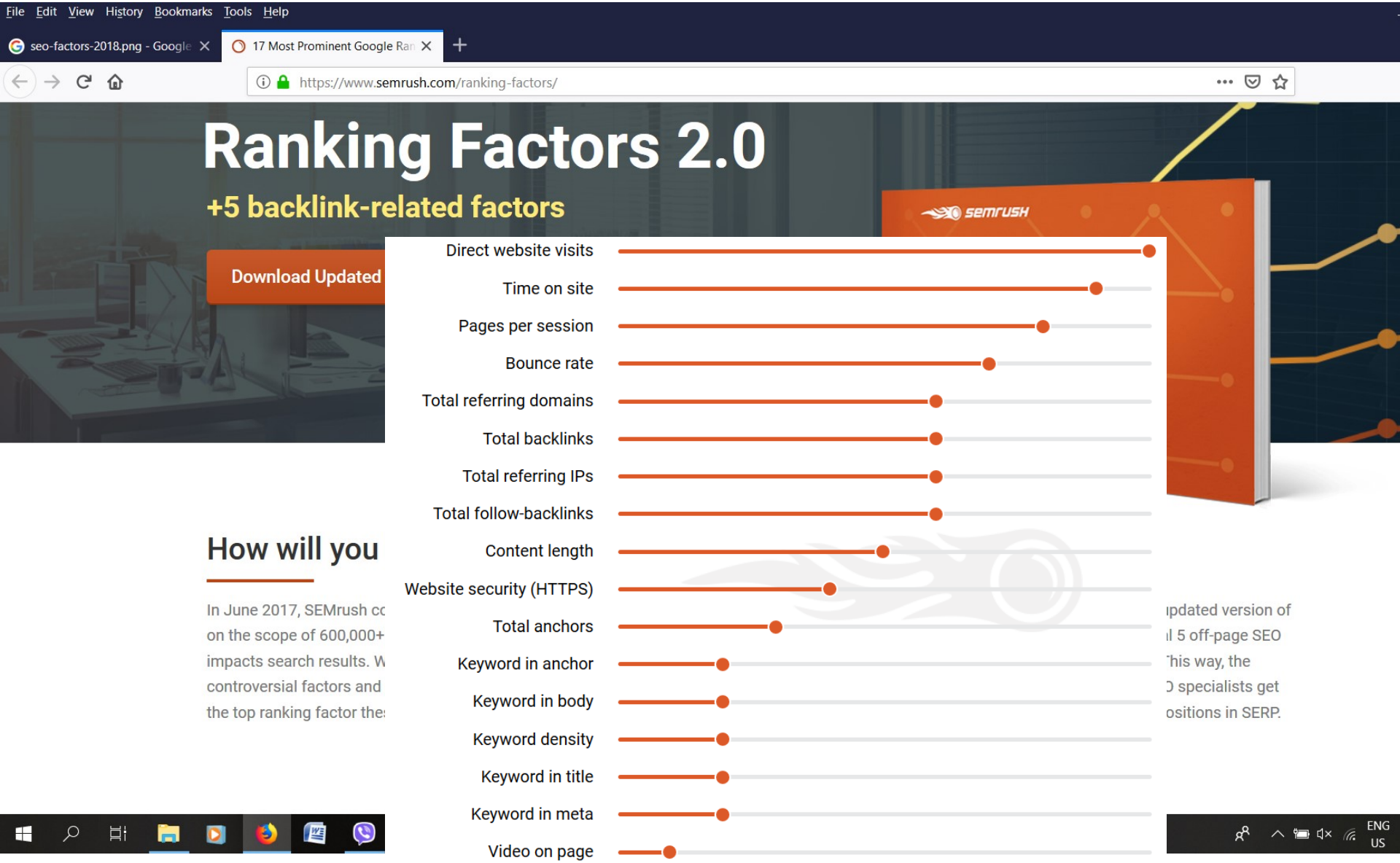
- Подходящи термини
- Брой интернет ликове
- Ключови думи в Body
- Дължина на HTML
- Брой думи
- Ключови думи във вътрешните линкове
- Брой изречения
- Ключови думи във външните линкове
- Брой вътрешни линкове
- Брой изображения
- Брой ключови думи в H2
- Flash
- Дължина на title
- Блокове за реклама (AdSense)
- Брой ключови думи в H1
- реклама (AdSense)

Класиране на сайта в Google





https://www.semrush.com/ranking-factors/



https://www.briggsby.com/reverse-engineering-youtube-search

File Edit View History Bookmarks Tools Help

seo-factors-2018.png - Google | YouTube SEO: How to Rank You

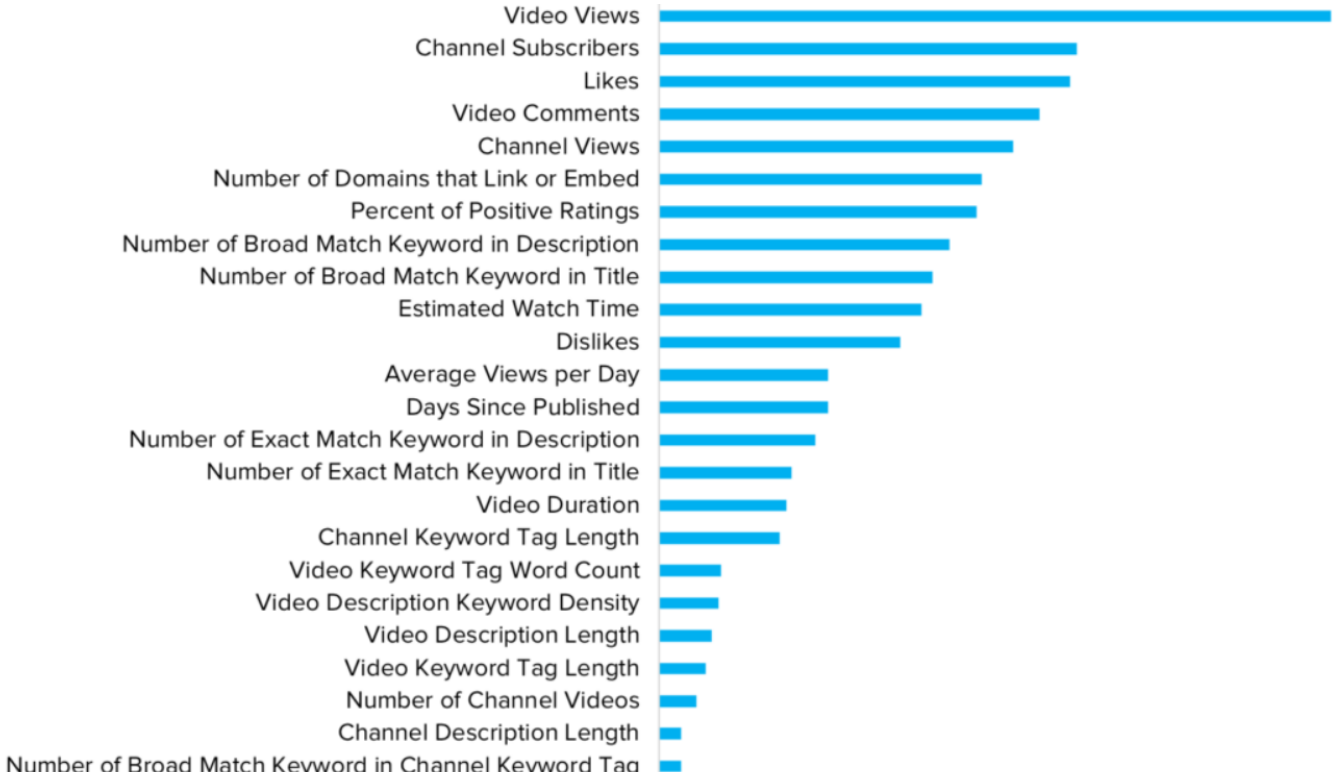
https://www.briggsby.com/reverse-engineering-youtube-search

BRIGGSBY

Blog

YouTube SEO Ranking Factor Study

March 26, 2018 by Justin



ENG US

И някои интересни факти:

- Най-търсените думи за деня в Google, Yahoo, Ask, amazon, YouTube: http://soovle.com/top/
- Top Reverse Image search engines: TinEye, Google Images, Multi-Service image search, Image Raider, Yandex, Baidu, Karma Decay….
- Top Image Search Sites: Photoxpress, Twitcaps, Feelimage, Xcavator, Picsearch…

Въпроси ?

Благодаря за вниманието !

За справка:

- Джун Коен, «Необичайно полезна книга за Web», изд.СофтПрес, София, сс.376, 2004г., ISBN 9546852953
- П.Илиев, М.Кашева, С.Сълова, “Електронен бизнес 1 част”, изд.”Наука и икономика” ИУ-Варна, 2011г.
- С.Сълова, “Електронен бизнес 1 част. Ръководство за упражнения”, изд.”Наука и икономика” ИУ-Варна, 2011г.
- https://softuni.bg/trainings/1100/Digital-Marketing-and-SEO-March-2015
- http://www.datamax.bg/bg/?p=about_bg
- http://3dwebdesign.org
- http://backlinko.com/on-page-seo
- https://moz.com/learn/seo/on-page-factors
- http://seo.corpus.bg/
- http://www.theseo.bg/seo-copywriting.html?gclid=COnAmPPXhccCFafLtAodjI4NaA
- http://articlespinner.eu

За самопроверка:

- Кои са основните стъпки при планиране на е-магазин?
- Кои са основните задачи при планиране на е-магазин?
- По какви показатели се оценява дали и как да се създаде е-магазин?
- Каква е препоръчителната структура на сайт за е-магазин?
- Какви са основните технологични решения за създаване на сайт за е-магазин?
- По какви показатели се оценяват сайтовете на конкуренцията?
- Какви характеристики трябва да притежава front end системата на сайта? А back-end?
- На какви критерии трябва да отговаря системата за сигурност?
- По какви начини могат да се направят разплащанията?
- Какво е характерно за ползването на ePay.bg?
- Каква препоръчителна функционалност трябва да притежава сайта за е-търговия?
- Начинът на доставка на поръчаните стоки как влияе върху посещаемостта на сайта за е-търговия?
- Как се избира име на сайта?
- Как се избират имена на отделните раздели на сайта?
- Как се повишава рейтингът на сайта при търсене?
- Кои са средствата за оптимизация на сайта за търсещите машини?