

ПРОЕКТИРОВАНИЕ САЙТА ПОРТФОЛИО ФОТОГРАФА.

Д.А. Мячин, студент гр.8ИМ22

*Научный руководитель Кухта М.С., д.филол.н., профессор
Томский политехнический университет, 634050, г.Томск, пр.Ленина,30,
тел.(3822)-444-555*

E-mail: HYPERLINK <mailto:dam63@tpu.ru> dam63@tpu.ru

В данной статье рассмотрены цели проектирования сайта портфолио. Проведен анализ целевого сегмента и представлен вывод о необходимости проектирования сайта.

На текущий момент одним из важных инструментов для продажи услуг и развития бизнеса является веб-сайт. Все больше современных организаций, предоставляющих различного рода услуги, применяют информационные технологии. На сегодняшний день для успешной рекламной компании необходимо иметь свою страницу в сети интернет, с описанием предоставляемых услуг.

Выявление целей создания сайта и постановка проблемы:

Перед началом проектирования сайта-портфолио необходимо определить цели, от них будет зависеть дальнейшая судьба сайта. Зачастую при неправильной постановке задач сайт не приносит пользы и становится попросту бесполезным.

Перед началом проектирования сайта-портфолио был тщательно проведен анализ аналогичных сайтов. На текущий момент большинство сайтов имеют схожий интерфейс и набор функционала.

Проектирование сайта фотографа преследует следующие цели:

- ❧ привлечь внимание новых клиентов;
- ❧ увеличить количество потребителей предоставляемых услуг;
- ❧ стать инструментом распространения информации о фотографе;
- ❧ сконцентрировать внимание на лучших работах;
- ❧ улучшить репутацию среди имеющихся клиентов.

Веб-сайт для фотографа часто является средством для получения новых клиентов и дополнительной работы. Если сайт не соответствует определенным требованиям, то это может привести к потере возможностей в продвижении своего имени.

Одна из проблем, которую решает сайт – это возможность размещения фотографий, разбивая их по категориям. Поскольку основным содержанием сайта являются изображения, размещать их в одном месте нелогично. Необходимо разбить материал на темы и отображать его в галерее с возможностью переключения между категориями. Это не только упрощает восприятие фотогалерей, но и помогает в навигации.

Портфолио – это главный раздел сайта фотографа. Основываясь на нем, посетители решают, нравится ли им стиль, поэтому в галерею необходимо добавить свои лучшие работы, передающие видение и мастерство, а также регулярно обновлять веб-сайт, чтобы контент оставался актуальным для поддержания интереса поклонников.

Немаловажным является раздел с услугами фотографа, потому что посетители часто уходят с сайта, если не могут найти информацию о ценах на предлагаемую услугу. Необходимо спроектировать страницу с тарифами на различного рода услуги с подробной информацией и с возможностью быстро оставить заявку. Детальная информация повысит доверие пользователей и позволит определить свой бюджет.

Определение целевого сегмента потребителей:

Определение целевой аудитории является основным вопросом при проектировании сайта. От него будут зависеть остальные решения в бизнесе: как осуществлять поддержку,

где искать новых клиентов, как составить маркетинговый план. Чтобы решать эти задачи эффективно, нужно знать портрет своего клиента [1].

Целевой рынок для фотографии довольно широк и включает в себя разнообразную группу людей. Один из лучших способов по-настоящему понять целевой рынок – проанализировать мотивы клиентов.

Первым этапом в обеспечении того, чтобы бизнес привлекал нужных клиентов, является понимание того, кто является идеальным клиентом. Чтобы успешно продавать фотоуслуги заказчикам, необходимо понимать, кто они, и это приводит к пониманию, что им нравится.

Обязательно нужно собирать информацию о клиентах из разных источников, включая социальные сети. Необходимо понять за решением какой проблемы клиент приходит и что он хочет получить. Благодаря сбору статистики, отзывов, анализу аудитории, можно определить конкретный сегмент целевого рынка.

Самое важное – это научиться составлять общее описание целевой аудитории, затем сегментировать, а в дальнейшем разрабатывать подход к каждому сегменту, предлагая свое решение. Такой путь эффективнее, чем попытка объединить абсолютно разных клиентов в одну группу. Следуя этому, получится найти подход к людям с разными потребностями [2].

Следуя процессу сегментации, получилось определить следующую целевую аудиторию:

- ☞ люди, которым нужна фотография продукта;
- ☞ люди, которым нужна студийная фотография;
- ☞ любители автомобильной фотографии.

Исходя из этого, был сделан вывод, что на сайте в первую очередь необходимо добавить вышеперечисленные услуги, а также разместить лучшие работы в галерею из этих сегментов.

Итоги предпроектного анализа:

В ходе анализа был сделан вывод, что необходимо представить портфолио в интернет с наиболее полной информацией для этого помимо фотогалереи, на сайте должно быть размещено описание деятельности, прайс-лист, контактная информация, способы связи, запись на услуги и т.д.

Требуется спроектировать сайт портфолио фотографа, который должен соответствовать следующим требованиям:

- ☞ иметь раздел портфолио в виде фотогалереи со слайдером;
- ☞ иметь возможность записи на услугу;
- ☞ иметь раздел с отзывами;
- ☞ иметь раздел с контактной информацией;
- ☞ иметь мобильную версию сайта;
- ☞ содержать админ панель для редактирования содержимого сайта.

Помимо этого, необходимо отобразить информацию о объектах съемки, подчеркнуть на фотографиях особенности объекта съемки, отобразить визуально стиль фотографа по примерам его работ.

Список литературы:

1. Определение целевой аудитории [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.vigbo.com/kak-opredelit-tselevuju-auditoriju-sovety-ot-sozdatelja-vigbo>
2. Анализ целевой аудитории [Электронный ресурс]. URL: <https://serviceproekt.ru/internet/analiz-celevoi-auditorii-fotografa-primer-vy-sozdaete-kontent-dlya-mashin/>