

Секция «Современные Интернет-коммуникации»

Исследование эффективности профессиональных сайтов на примере сайта «РАСО-Пермь».

Коломыцев Иван Дмитриевич

Студент (бакалавр)

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермский край, Россия

E-mail: study.ivan@gmail.com

Тема актуальна для круга специалистов отделов связей с общественностью, PR-менеджеров, экономистов, социологов, искусствоведов, разработчиков сайтов, а также студентов.

Цель исследования - изучить эффективность сайтов и их влияние на коммуникацию.

Значимым преимуществом сайта является возможность сегментации аудитории и индивидуальных обращений (рассылки, опросы) к каждому посетителю веб-ресурса.

Важной в стратегическом аспекте является возможность проведения с помощью сайта исследований (посредством анкетирования, опросов, анализа статистики посещений), позволяющих оптимизировать стратегические цели компании и адаптировать их к векторам развития макросреды. Это обеспечивает компании конкурентное преимущество в виде гибкости и адаптивности к внешним факторам.

В настоящее время РАСО имеет 15 представительств. Три из них имеют свои веб-сайты: Северо-Западный федеральный округ (СЗФО - <http://www.nwraso.ru>), Ростов-на-Дону (РАСО-ЮГ - <http://raso-ug.ru>), Пермь (РАСО-Пермь - <http://raso.perm.ru>). Федеральный сайт - <http://www.raso.ru> принадлежит РАСО.

1 этап исследования - создание поисковых строк в поисковых машинах «Google» и «Яндекс».

Результаты исследования поисковой машины «Яндекс» показали, что по запросу РАСО: 1 позицию занимает федеральный сайт, а сайт РАСО-Пермь занимает 4 позицию, остальные сайты показаны по данному запросу не были. Данные по остальным запросам информационно не показательны.

Результаты исследования поисковой машины «Google» показали, что по запросу РАСО: федеральный сайт 1 место, РАСО-Пермь 5 место, СЗФО 2 позиция, РАСО-ЮГ 6 позиция.

По данным исследования эффективнее всего работает с поисковыми системами федеральный сайт.

2 этап исследования - анализ структуры сайтов. Были выделены следующие критерии оценки: адаптация для мобильных устройств, SEO оптимизация, частота обновления новостей, количество рабочих рубрик, оформление, иллюстрация новостей, разделы для студентов.

Результаты эффективности сайтов по показателям:

- Федеральный сайт РАСО - SEO оптимизация, обновление новостей, иллюстрация новостей, разделы для студентов;
- РАСО-Пермь - обновление новостей, оформление, количество рубрик;
- СЗФО - разделы для студентов, адаптация для мобильных устройств;
- РАСО-ЮГ - количество рубрик, иллюстрации новостей, разделы для студентов.

3 этап исследования - анкетирование студентов 1-5 курсов специальности «Реклама и связи с общественностью» ПНИПУ.

Максимальные показатели информированности студентов о РАСО и возможности вступления в некоммерческое партнерство РАСО-Пермь приходятся на 4 курс - 90% и 64%, а минимальные - на 2 курс - 54% и 6%, соответственно.

Максимальные показатели по посещению сайтов www.gaso.ru и www.gaso.perm.ru приходятся на 5 курс. Причем лидирующее место по посещаемости занимает сайт www.gaso.ru. Самые низкие показатели снова у студентов 2 курса.

4 этап исследования - анкетирование среднего и малого бизнеса города Перми.

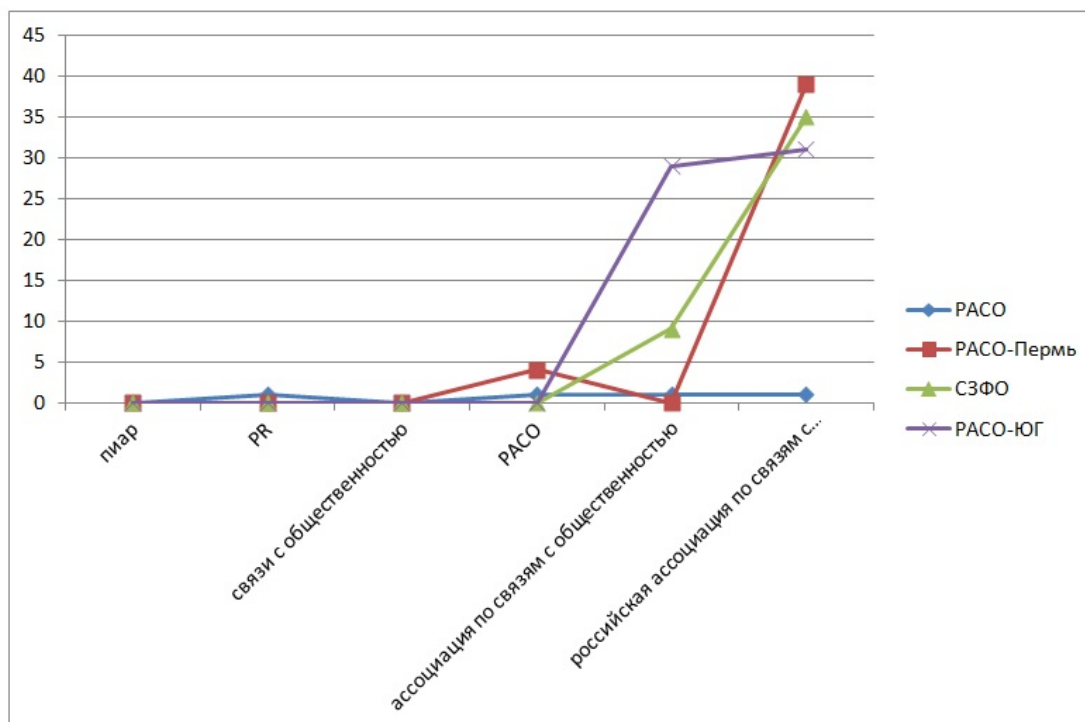
Результаты исследований показали, что всего лишь 14% организаций знают о сайте РАСО-Пермь, и 21% организаций - о федеральном сайте. Таким образом, мы видим, что предприниматели среднего и малого бизнеса также мало информированы о деятельности профессионального сообщества в сфере связей с общественностью.

Результаты исследований свидетельствуют о снижении эффективности сайта РАСО-Пермь. Сайт РАСО-Пермь неэффективен по:

- SEO оптимизации;
- Адаптации для мобильных устройств;
- Иллюстрации новостей;
- Информированности будущих специалистов;
- Информированности среднего и малого бизнеса.

Иллюстрации

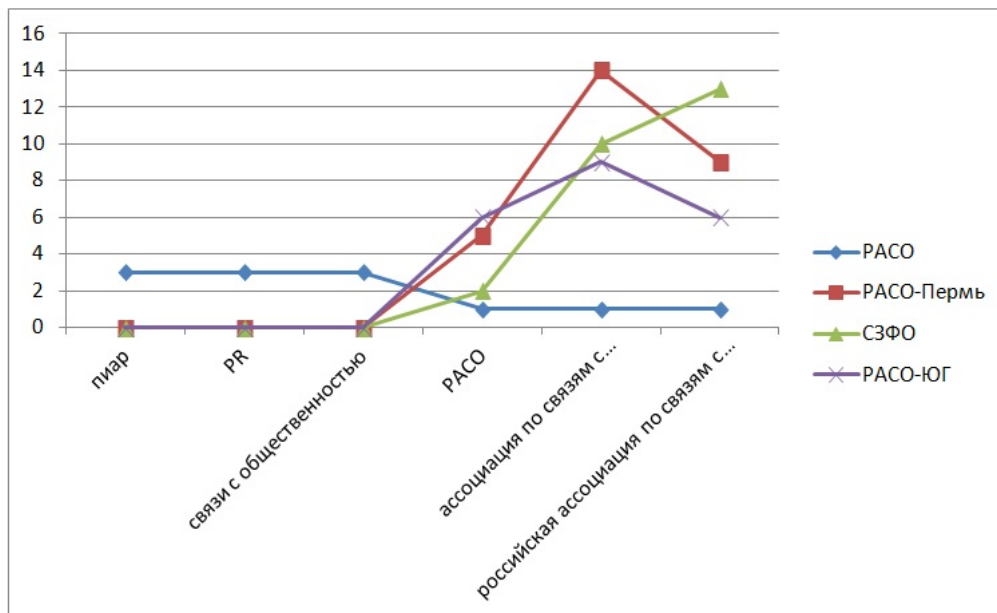
Результаты исследования в поисковой системе «Яндекс»



*Результаты, стремящиеся к нулю, но не касающиеся его, – наиболее эффективные.

Рис. 1. Результаты исследования в поисковой системе Яндекс

Результаты исследования в поисковой системе «Google»



*Результаты, стремящиеся к нулю, но не касающиеся его, – наиболее эффективные.

Рис. 2. Результаты исследования в поисковой системе Google

Информированность студентов

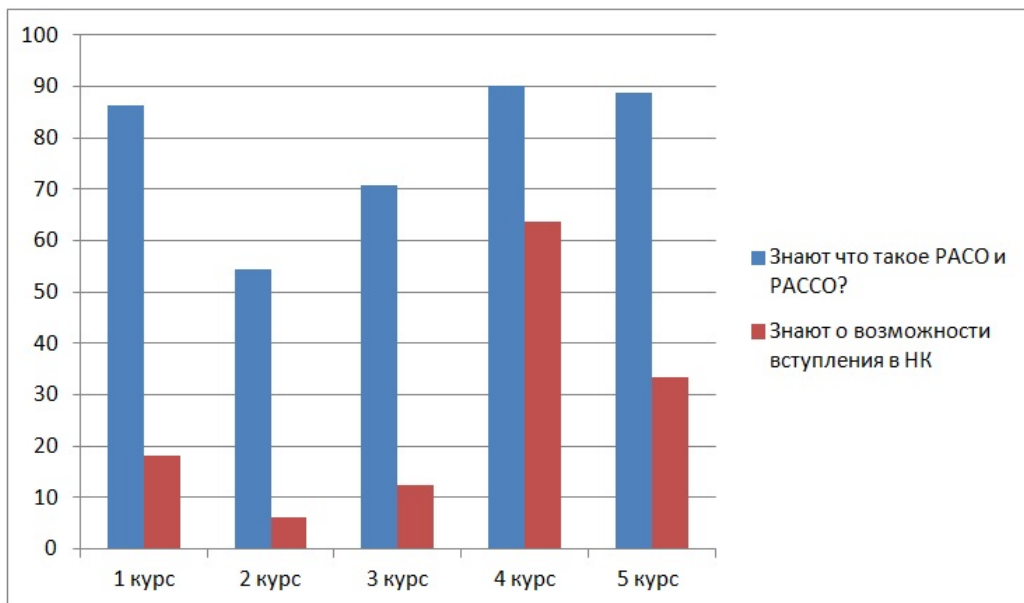


Рис. 3. Информированность студентов

Посещение сайтов студентами

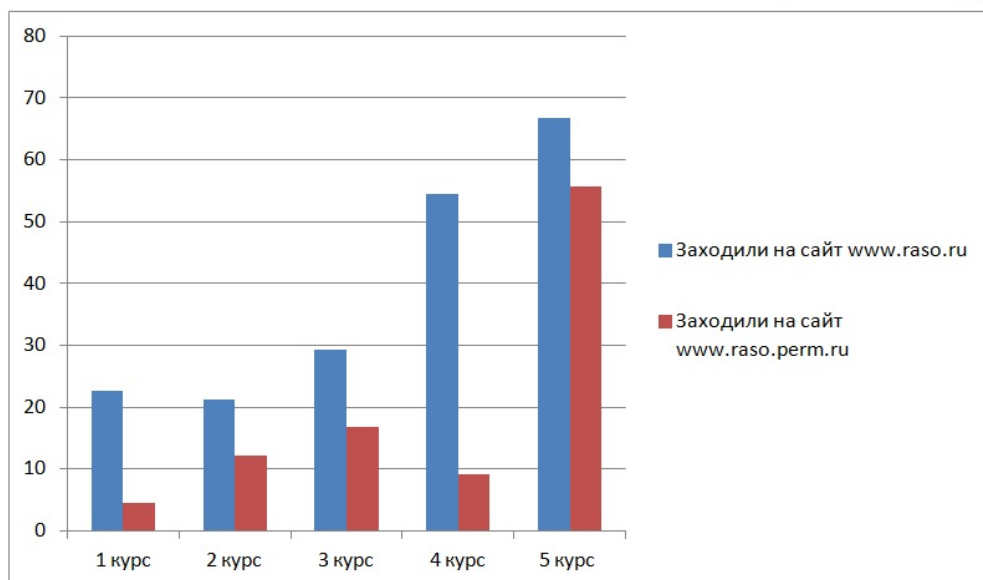


Рис. 4. Посещение сайтов студентами

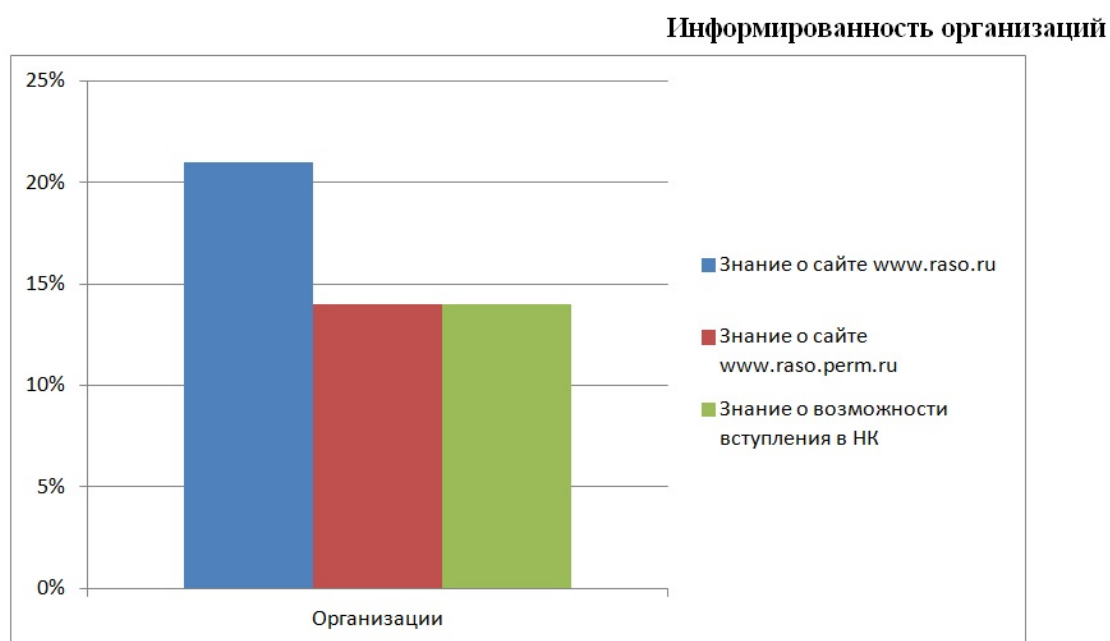


Рис. 5. Информированность организаций