

СТО СМК 73.11.11. Управление созданием и продвижением сайта

РАЗРАБОТАН И ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ **ДАТА ВВЕДЕНИЯ В ДЕЙСТВИЕ**: « » 20 г.

1. НАЗНАЧЕНИЕ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Данный Стандарт организации системы менеджмента качества (далее – СТО) устанавливает:

- цели, задачи и принципы управления созданием сайта;
- цели, задачи и принципы управления продвижением сайта;
- общие правила создания и продвижения сайта.

1.2. Требования данного СТО распространяются и обязательны для исполнения стороной по договору, имеющей ЭП и присоединившейся к соглашению об аккредитации (далее Участник ИС), а также сотрудниками структурного подразделения консалтинговой организации:

- осуществляющего функции по продвижению продукции/услуг, рекламе, связям с общественностью (далее – сотрудники ОРКСО);
- осуществляющего функции по сопровождению программного обеспечения и баз данных (далее – сотрудники технической поддержки);

в рамках существующих договорных отношений.

2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

2.1. СТО разработан с учетом требований следующих нормативных документов:

- «Продвижение сайта в поисковых системах»
- ...
- СТО СМК 70.22.11 Стандартизация. Порядок создания, управления и применения стандартов
- СТО СМК 82.19.13 Управление договорами
- СТО СМК 62.02.30 Сопровождение программного обеспечения и баз данных. Требования к компьютерному оборудованию (с изменениями №2)

2.2. При пользовании настоящим СТО целесообразно проверить действие ссылочных стандартов, указанных в нем. Если ссылочный документ заменен (изменен), то при пользовании настоящим СТО следует руководствоваться замененным (измененным) стандартом. Если ссылочный документ отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, применяется в части, не затрагивающей эту ссылку.

3. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

3.1. Термины и определения:

3.1.1. **Баннерная реклама:** один из преобладающих форматов интернет-рекламы. Баннер представляет собой графическое изображение, аналогичное рекламному модулю в прессе, но способное содержать анимированные (редко видео-) элементы, а также являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя или страницу с дополнительной информацией.

3.1.2. **Контекстная реклама:** размещение интернет-рекламы, основанное на соответствии содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет-страницы, на которой размещается рекламный блок.

3.1.3. **Сайт:** совокупность электронных документов (файлов) частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом (доменным именем или IP-адресом).

3.1.4. **Создание сайта (веб-разработка):** процесс создания веб-сайта или веб-приложения, включающий разработку веб-дизайна, программирование, а также конфигурирование веб-сервера.

3.1.5. **Поисковая оптимизация (SEO оптимизация):** комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей.

3.1.6. **Продвижение сайта:** комплекс мер по обеспечению посещаемости сайта целевыми посетителями.

3.2. Сокращения:

БД – база данных.

ИС – информационная система.

ОРИСО – отдел рекламы и связи с общественностью.

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

4.1. Ответственность за выполнение требований данного СТО в процессе продвижения сайта несут:

- сотрудники ОРИСО;

- сотрудники технической поддержки;

4.2. Контроль над соблюдением требований данного СТО осуществляет руководитель организации, в структуру которой входит ОРИСО.

5. ОСНОВНЫЕ НОРМАТИВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

5.1. Цели управления созданием и продвижением сайта:

– формирование и поддержка имиджа компании;

- рекламное и маркетинговое продвижение бренда, товаров, работ и услуг;
- увеличение продаж товаров, работ и услуг компании.

5.2. Задачи управления созданием сайта:

- Помощь Участнику ИС в поддержании старых и установлении новых связей на рынке.
- Создание инструмента распространения информации об Участнике ИС и его бизнесе.
- Информационная и сервисная поддержка Участника ИС в процессе работы с сайтом.
- Реализация удаленной демонстрации товаров и услуг Участника ИС для продвижения продаж (sales-promotion).
- Создание инструмента обучения и повышения квалификации сотрудников Участника ИС, его сотрудников, партнеров и клиентов.
- Обеспечение круглосуточного предоставления услуг клиентам и партнерам.
- Реализация оперативной обратной связи с клиентами и партнерами Участника ИС.
- Взаимодействие с традиционными и электронными средствами массовой информации.

5.2.1. Основные этапы создания сайта:

- Проектирование сайта или веб-приложения (сбор и анализ требований, разработка технического задания, проектирование интерфейсов)
- Разработка креативной концепции сайта
- Программирование (разработка функциональных инструментов) или интеграция в систему управления содержимым (CMS)
- Создание дизайн-концепции сайта
- Создание макетов страниц
- Создание мультимедиа и FLASH-элементов
- Верстка шаблонов и страниц
- Оптимизация и размещение материалов сайта
- Тестирование и внесение корректировок
- Открытие проекта на публичной площадке
- Обслуживание работающего сайта или его программной основы.

5.3. Задачи управления продвижением сайта:

1. Сделайте сайт доступным для посетителей, для поисковых систем.
2. Увеличение посещаемости сайта целевой аудиторией, в том числе по заданным ключевым словам.
3. Обеспечение нахождения сайта в поисковых системах по нужным для Участника ИС ключевым словам.
4. Увеличение конверсии посетителей сайта в конечных покупателей продуктов Участника ИС.
5. Увеличение популярности компании Участника ИС в сети Интернет, повышение узнаваемости бренда компании Участника ИС.

5.3.1. Инструменты продвижения сайта:

- Поисковая оптимизация
- Контекстная реклама
- Баннерная реклама
- Обновление контента
- Написание и публикация пресс-релизов и статей.

5.4. Процесс управления продвижением состоит из основных этапов:

- мониторинг подрядчиков;
- заключение договора и утверждение графика работ;
- реализация графика работ.

Карта жизненного цикла процесса управления созданием и продвижением сайта приведена в Приложении А.

6. ОПИСАНИЕ ПРОЦЕССА

6.1. Мониторинг подрядчиков

6.1.1. Участник ИС при обращении к сотруднику ОРисО письмом в БД «Канцелярия» указывает:

- цели и конкретные задачи по разработке и/или продвижению сайта;
- желаемые сроки выполнения работ;
- ответственное лицо для взаимодействия с сотрудниками ОРисО.

6.1.2. Исполнение заявки возможно при условии, если указанные Участником ИС сроки выполнения работ совпадают с технологическими сроками по конкретным работам. В случае, если сроки не совпадают, Участник ИС обязан их пересмотреть с учетом предложенных сотрудником ОРисО вариантов.

6.1.3. По факту предоставления информации и согласования сроков

выполнения работ сотрудник ОРисО формирует бриф (Приложение А), который совместно с уточняющими вопросами и комментариями направляет на рассмотрение Участнику ИС письмом в БД «Канцелярия».

6.1.4. Участник ИС рассматривает бриф, вносит дополнительную информацию и коррективы по указанным в брифе пунктам, а также ответы на вопросы и комментарии сотрудника ОРисО.

6.1.5. По факту согласования брифа сотрудник ОРисО готовит запрос не менее 3-х коммерческих предложений от контрагентов.

6.1.6. На основе полученных коммерческих предложений сотрудник ОРисО проводит мониторинг контрагентов либо запрашивает дополнительную информацию у Участника ИС.

6.1.7. Подбор контрагентов сотрудником ОРисО осуществляется на основании общего мониторинга рынка, предыдущего опыта работы с различными контрагентами, а также на основании рейтингов.

6.1.8. По результатам предварительных запросов сотрудником ОРисО выбирается не менее трех контрагентов, предложивших лучшие варианты работы по:

- стоимости;
- срокам работы;
- а также по гарантируемым результатам.

6.1.9. На основе предложенных ОРисО вариантов подрядчиков Участник ИС принимает решение о необходимости дополнительного поиска либо согласовании одного из предложенных вариантов.

6.1.10. По результатам согласованного выбора подрядчика сотрудник ОРисО запрашивает у контрагента договор и направляет ему согласованную редакцию брифа.

6.1.11. В случае, если Участник ИС принимает решение о продолжении работ с подрядчиком самостоятельно, стороны подписывают акт выполненных работ по факту потраченных сотрудником ОРисО часов на выполнение работ по п.6.1.1-6.1.9.

6.2. Заключение договора и утверждение графика работ

6.2.1. На основании согласованного брифа контрагентом готовится договор с приложениями, а также график работ и график платежей.

6.2.2. На основании полученной от сотрудника ОРисО информации контрагент составляет график работ.

6.2.3. Сотрудник ОРисО рассматривает подготовленный график работ, в случае необходимости комментирует, указывает на необходимость доработок контрагентом.

6.2.4. Участник ИС рассматривает и утверждает представленный на согласование график работ, а также условия договора и общие условия

оплаты.

6.2.5. На основании согласованного графика работ сотрудником ОРисО составляется график платежей.

6.2.6. Участник ИС рассматривает подготовленный график платежей, в случае необходимости комментирует, указывает на необходимость доработок.

6.2.7. Участник ИС утверждает график платежей.

6.2.8. Сотрудник ОРисО осуществляет управление договором в соответствии с СТО СМК 82.19.13 Управление договорами.

6.2.9. Сотрудник ОРисО осуществляет контроль подписания договора и оплаты работ в соответствии с условиями договора и согласованными в нем графиками работ и платежей.

6.3. Реализация графика работ

6.3.1. Контрагент ведет работу согласно поставленной задаче в брифе в соответствии с условиями договора.

6.3.2. В ходе работ вопросы и комментарии контрагента направляются сотруднику ОРисО.

6.3.3. В случае необходимости предоставления доступа контрагенту к сайту сотрудник ОРисО обращается к сотруднику технической поддержки.

6.3.4. На основании представленной информации и в соответствии с требованиями СТО СМК 62.02.30 Сопровождение программного обеспечения и баз данных. Требования к компьютерному оборудованию (с изменениями №2) сотрудник технической поддержки принимает решение о возможности предоставления доступа, а также осуществляет резервное копирование сайта.

6.3.5. В случае возможности предоставления требуемого доступа Сотрудник ОРисО уведомляет контрагент о предоставленном доступе.

6.3.6. В случае если доступ ограничен, Сотрудник ОРисО направляет вопросы Участнику ИС, который принимает решение о возможности работ с сотрудниками технической поддержки.

6.3.7. В соответствии с утвержденным графиком работ контрагент производит передачу результатов работы сотруднику ОРисО.

6.3.8. Сотрудник ОРисО осуществляет контроль за ходом работ контрагента, задает вопросы, вносит необходимые коррективы и доработки и предоставляет результаты работ на согласование Участнику ИС.

6.3.9. Результаты работ и акт выполненных работ направляются сотрудником ОРисО на согласование Участнику ИС, который принимает решение о необходимости дополнений, отработке замечаний и согласовании результатов работ.

6.3.10. Комментарии и вопросы Участника ИС по выполненной работе направляются сотрудником ОРисО в адрес контрагента.

6.3.11. По итогам принятых результатов работ Участник ИС информирует сотрудника ОРисО о необходимости продления работ. Сотрудник ОРисО, в свою очередь, дает рекомендации по дальнейшей работе с сайтом на основе результатов проделанной работы и отчетов контрагента.

В случае продления работ действия сотрудника ОРисО соответствуют п.п. 6.2 – 6.3.

7. ВНЕСЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ, ХРАНЕНИЕ И РАССЫЛКА

7.1. Решение о внесении изменений в данный СТО принимает Владелец стандартов по представлению Управляющего проектом по стандартизации и Разработчика. Внесение изменений в данный СТО производится в порядке, установленном в СТО СМК 70.22.11 Стандартизация. Порядок создания, управления и применения стандартов.

7.2. Контрольный экземпляр СТО хранится в ИС в БД «Стандарты».

7.3. Данный СТО рассылается в электронном виде посредством ИС участникам системы стандартизации.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Брифы на разработку/продвижение сайта

бриф на разработку сайта

Заполнение заказчиком брифа – один из важнейших подготовительных этапов в процессе работы над любым проектом.

Пожалуйста, уделите брифу должное внимание и достаточное количество времени и, по возможности, максимально подробно ответьте на приведённые вопросы: полученная посредством брифа информация позволит нам наилучшим образом сформировать представление о компании, потребностях Вашего бизнеса, целях и задачах продвижения, а также максимально точно и быстро оценить его бюджет.

При заполнении просим использовать корректные данные и действительную информацию. Обращаем Ваше внимание, что информация, передаваемая Вами через бриф, конфиденциальна и передаче третьим лицам не подлежит.

1.0 компании
1.1. Название компании Как можно сокращать, можно ли переводить на другой язык, какое название следует использовать?
1.2. Контактное лицо
1.3. Краткое описание компании Масштаб деятельности, основные услуги, география. Перечислите свои преимущества, отличия, ключевые моменты, которые бы вы хотели в первую очередь донести до аудитории
1.4. Слоган или девиз компании, если есть, сформулированная миссия, цели
1.5. Адрес сайта (в случае редизайна)
2. Маркетинг

2.1.Цели создания сайтаКаких практических результатов вы хотели бы добиться с помощью нового сайта? Если это редизайн созданной ранее версии, уточните, чем не устраивает текущая версия
2.2.Клиенты, целевая аудиторияУкажите, какие слои населения являются вашей аудиторией, их половозрастную структуру, уровень дохода и т.д.
2.3.Позиционирование продукта/компанииОпишите основные конкурентные преимущества рекламируемого товара или услуги, имиджевые эмоции
2.4.КонкурентыУкажите их сильные и слабые стороны. Дайте ссылку на веб-сайты.
2.5.Рекламная стратегия компанииТребуется ли после создания сайта его оптимизация для российских или иностранных поисковых систем?
2.6.Веб-сайты, которые вам нравятся Приведите ссылки. Укажите в произвольной форме, чем именно вас привлекло
3.Технологии
3.1.Предварительный образ будущего сайта На чем делать акцент в позиционировании?
3.2.Предварительная структура сайтаУкажите примерный список разделов и подразделов сайта
3.3.Есть ли у вас зарегистрированный домен, хостинг, где будет размещен сайт, если да, укажите имя
3.4.Фирменный стильЕсть ли у вас бренд-бук, логотип или необходима их разработка?
3.5.Дополнительные услугиНеобходимы ли при разработке сайта копирайтинг, фотосессия, перевод текста?
3.6.Исходные материалыКакие имеющиеся материалы для разработки дизайна сайта вы уже сейчас можете предоставить?
3.7.Необходимо ли разделять дизайн главной и внутренних страниц?
4. Элементы разделения прав доступа к сайту. Выберите удобный вас вариант
4.1.Администратор вносит всю информацию через систему администрирования
4.2.Предполагается наличие нескольких сотрудников, каждый из которых сможет заполнять разделы сайта
4.3.Пользователи сайта должны иметь возможность заполнять некоторые его разделы
5.Flash-анимация
5.1.Анимация логотипа
5.2.Заставка на главной странице
5.3.Интерактивная презентация
5.4.Иное размещение
5.5.Flash-анимация не нужна
6.Нужны ли версии сайта на иностранных языках
6.1.На каких языках планируется размещать информацию
7.Планируется ли установка следующих программных модулей:
7.1.Гостевая книга
7.2.Почтовая рассылка
7.3.Архив

7.4. Анкетирование
7.5. Электронный каталог
7.6. Онлайн-заказ
7.7. Интернет-магазин
7.8. Интеграция магазина с бухгалтерской системой предприятия
7.9. Интеграция магазина с банковской системой оплаты
7.10. Административная часть (полное управление содержимым сайта сотрудниками вашей компании)
7.11. Сбор статистики
7.12. Другое (чат и т. д.)
8. Обновление информации на сайте. Опишите, как предполагаете его проводить:
8.1. Собственными силами (1—2 сотрудника) через единую систему управления сайтом
8.2. Силами нескольких администраторов с разными правами доступа
8.3. Силами разработчиков сайта
9. Дополнительная информация
9.1. Укажите сроки, отводимые на выполнение заказа
9.2. Укажите, пожалуйста, дополнительные требования к сайту, не отраженные в вопросах

Спасибо!

Предоставленная вами информация поможет точнее сформулировать задачи по разработке сайта

Бриф на продвижение сайта

Заполнение заказчиком брифа – один из важнейших подготовительных этапов в процессе работы над любым проектом.

Пожалуйста, уделите брифу должное внимание и достаточное количество времени и, по возможности, максимально подробно ответьте на приведённые вопросы: полученная посредством брифа информация позволит нам наилучшим образом сформировать представление о компании, потребностях Вашего бизнеса, целях и задачах продвижения, а также максимально точно и быстро оценить его бюджет.

При заполнении просим использовать корректные данные и действительную информацию. Обращаем Ваше внимание, что информация, передаваемая Вами через бриф, конфиденциальна и передаче третьим лицам не подлежит.

1. Ваша компания и контактные данные	
1.1. Название организации	
1.2. Адрес	
1.3. Контактное лицо, должность	
1.4. Телефон, факс	
1.5. E-mail	

1.6.Удобное время для звонка	
1.7.Род деятельности компании, характеристика товаров, услуг	
2.Поисковое продвижение сайта	
2.1.Адрес сайта	
2.2.Цели продвижения сайта	<input type="checkbox"/> Увеличение посещаемости сайта <input type="checkbox"/> Занятие сайтом высоких позиций в поиске <input type="checkbox"/> Увеличение продаж <input type="checkbox"/> Повышение узнаваемости бренда, повышение престижа <input type="checkbox"/> _____
2.3.Опишите Вашу целевую аудиторию	
2.4.Регион, на который нацелено продвижение	
2.5.Ключевые слова, словосочетания (поисковые запросы), по которым необходимо продвигать сайт	
2.6.Поисковые системы, в которых необходимо продвигать сайт	<input type="checkbox"/> Google <input type="checkbox"/> Яндекс <input type="checkbox"/> Другие: _____
2.7.Возраст сайта	
2.8.Обновляется ли сайт, как часто?	
2.9.Продвигался ли сайт ранее? Если да, то кем, и по какой причине было решено прекратить сотрудничество и обратиться в другую компанию?	
2.10.Ваши основные конкуренты, их сайты	
2.11.Ваши конкурентные преимущества	
2.12.Предполагаемый бюджет: какую сумму Вы готовы ежемесячно вкладывать в продвижение сайта?	
2.13.Дополнительная информация, о которой мы не упомянули в брифе	
3.Результат продвижения	
3.1.По каким критериям Вы оцените эффективность продвижения сайта?	<input type="checkbox"/> Наличие сайта в ТОПе поисковых систем по выбранным запросам <input type="checkbox"/> Ежедневная посещаемость сайта <input type="checkbox"/> Увеличение количества звонков и обращений от потенциальных клиентов <input type="checkbox"/> Другое: _____

4. Дополнительные услуги

4.1. Необходима ли дополнительная реклама в Интернете?

Контекстная реклама Баннерная реклама Реклама в социальных сетях

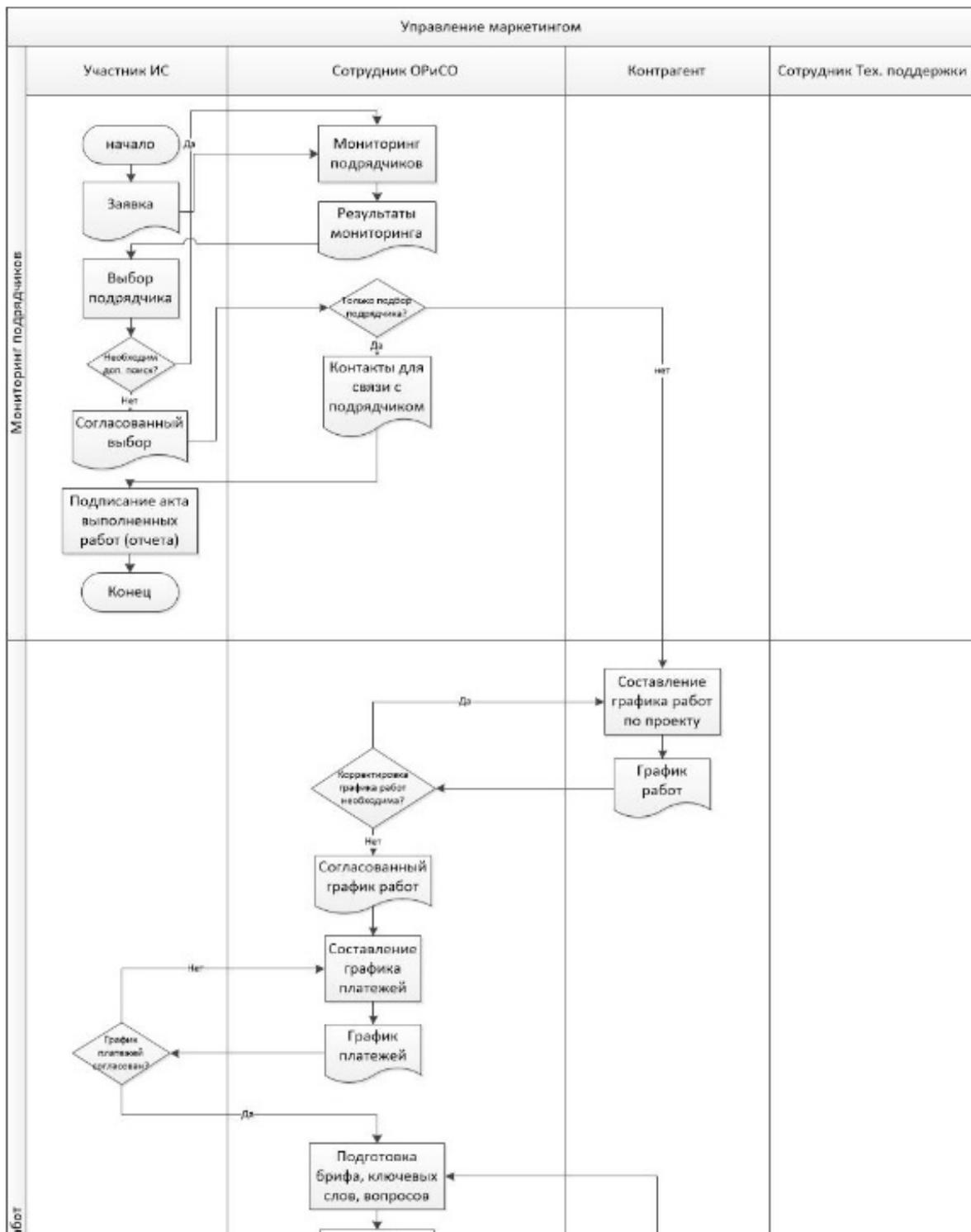
Спасибо!

Предоставленная вами информация поможет точнее сформулировать задачи по продвижению сайта

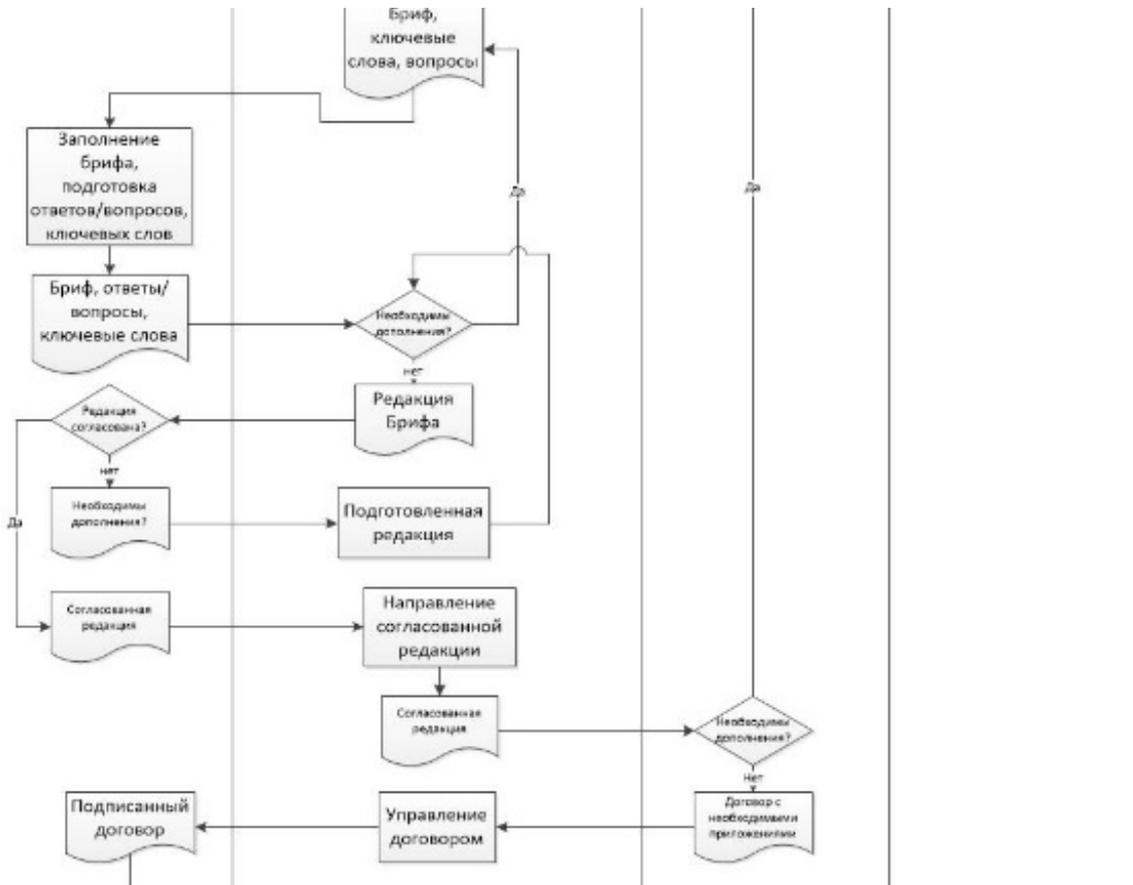
Приложение Б

(Справочное)

КАРТА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА



Утверждение Графиков



Работы по графику работ

