ДОДАТОК А - HTML-код головної сторінки сайту

```
<html lang="ru">
<head>
<meta name="viewport" content="width=device-width,initial-scale=1.0,maximum-scale=1" />
<title>
</title>
<link href="/img/common.css?v4=v4" rel="stylesheet" type="text/css" media="all">

<meta name="description" content="
 - DESCRIPTION тестового домена">


<link rel="shortcut icon" href="/favicon.ico">
</head>
<body>


<div class="topline">
 <div class="site-width">

  <div class="menu">
   <ul>
<li><a href="/vin/">Запрос по VIN</a></li><li><a href="/shop/">Каталоги</a></li><li><a href="/delivery-payment/">Доставка и оплата</a></li><li><a href="/poleznaya-informatsiya/">Полезная информация</a></li><li><a href="/contacts/">Контакты</a></li>
   </ul>
  </div>
```

```
<div class="phone"><a href='tel:0676707070' class='kyivstar'>067 670 70
70</a>
<a href='tel:+380667597015' class='phone_vo'><span>+38 (066)</span> 759-
70-15</a>
<a href='tel:+380936722954' class='phone_life'><span>+38 (093)</span>
672-29-54</a>
</div>

<div class="cart" id="basket">
<div>Корзина  <span>0</span></div>
</div>

</div>
</div>

<div class="header">
<div class="site-width">

<div class="logo"><a href="/" alt="Текст в шапке возле логотипа"
title="Текст в шапке возле логотипа"></a></div>

<div class="search">
<form method="post" action="/"  onSubmit="return
form_validators(this,2,0,0)">
<input type="text" value="" data-no="Введите код запчасти, артикул"
placeholder="Поиск по артикулу" name="search">
<button type="submit"></button>
</form>
</div>
```

ДОДАТОК Б – Слайди презентації

Вступ

Мета роботи

Створення функціонального інтернет-магазину автозапчастин, здатного працювати в умовах багатомільйонної номенклатури. Розробка та реалізація стратегії просування в мережі в інтернет для подальшого залучення комерційного трафіку.

Актуальність роботи

На сьогоднішні день в мережі інтернет немає сайтів, здатних створити конкуренцію постійним лідерам ринку. Ніша продажу автозапчастин, вважається монополізованою через завеликий технологічний поріг входу. Розробка сучасного багатофункціонального сайту та його подальше просування допоможуть змінити ситуацію та надати кінцевому користувачеві гідну альтернативу.

Об’єкт дослідження

Інтернет-магазин автозапчастин на базі TecDoc

Вибір CMS

Існує багато факторів, що впливають на успішність інтернет-магазину автозапчастин, але ключовий з них закладено на початку шляху – це CMS. Від правильності та доцільності вибору системи управління контентом на 90% залежить майбутнє проекту.

Гнучкість, швидкість, здатність працювати в умовах багатомільйонної номенклатури – це саме те шо відрізняє Allzap CMS від універсальних рішень та робить її найкращою для створення та просування сайту автозапчастин.

Базові можливості Allzap CMS

- ✓ П'ять варіантів підбору і пошуку автозапчастин та аналогів;
- ✓ Оформлення замовлень в один клік;
- ✓ Онлайн-оплата через LiqPay;
- ✓ Імпорт / експорт прайс-листів;
- ✓ Інтелектуальна обробка прайсу в момент завантаження;
- ✓ Диференційовані націнки;
- ✓ Необмежена кількість постачальників;
- ✓ Реєстрація клієнта на сайті;
- ✓ Корегування брендів;
- ✓ Додавання власних кросів;
- ✓ Управління клієнтами і замовленнями;
- ✓ Налаштування SMS-повідомлень через TurboSMS;
- ✓ Автоматична відправка E-mail при зміні статусу замовлення;
- ✓ Вбудований функціонал для SEO-оптимізації;
- ✓ Генерація фідів для ремаркетингу в Google Ads;

Розширені можливості Allzap CMS

- ✓ Функціонал «Гараж»;
- ✓ Інтелектуальне меню;
- ✓ Пошук запчастин за держномером та VIN-кодом;
- ✓ Підключення постачальників по API;
- ✓ Інтеграція з AmoCRM;
- ✓ Інтеграція з Бітрікс-24;
- ✓ Будь-які доробки за вашим технічним завданням.

Етапи розробки сайту

Етапи просування сайту

SEO-АУДИТ САЙТУ, НІШІ ТА КОНКУРЕНТІВ

- аналіз сайту спеціалізованим софтом
- підготовка списку помилок та шляхів їхнього вирішення
- аналіз видимості по ключових запитах
- моніторинг конкурентів та ніші
- аналіз структури тематичних сайтів в ТОПі
- аналіз профілю посилань конкурентів

ЗБІР СЕМАНТИЧНОГО ЯДРА

- збір ключових слів за допомогою спеціалізованого софту та сервісів
- кластеризація ключових запитів

РОЗРОБКА СТРУКТУРИ САЙТУ

- формування структури сайту згідно з зібраною семантикою
- створення окремих сторінок під кожну групу ключових фраз
- створення сторінок категорій на основі ВЧЗ та сторінок фільтрів на основі СЧЗ та НЧЗ

ВНУТРІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ

- формування метатегів та заголовків
- написання текстів
- внутрішня перелінковка
- формування ЧПУ
- прискорення завантаження сторінок сайту
- створення Sitemap і Robots.txt
- оптимізація сторінок пагінації
- налаштування мікророзмітки

ПОКРАЩЕННЯ ЮЗАБІЛІТІ

- юзабілі-аудит
- покращення зручності користуванням сайтом
- зниження показника відмов
- збільшення відсотка повернень користувачів
- збільшення часу перебування користувачів на сайті

ЗОВНІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ

- покращення профілю посилань
- крауд-маркетинг
- аутріч

Розрахунок ефективності контекстної реклами

Нам відомо що середній клік в тематиці коштує 3 грн
Розрахунок робимо з орієнованого бюджету 100000 грн / міс
Розрахуємо приблизну кількість користувачів на сайті
Рекламний бюджет / на кількість кліків = кількість користувачів на сайті
100000/3 = 33333 людей в місяць на сайті.

CR - відсоток користувачів, які виконали цільову дію: покупку, завантаження програми, відправку контактної форми і т. ін. Ми знаємо що коффіцієнт конверсії нашого сайту 5%. Ми відстежуємо тільки цільові дії замовлення, дзвінок, зворотний дзвінок.
З цього ми можемо розрахувати орієнтовану кількість конверсій.
Кількість людей на сайті * на коефіцієнт конверсії
33 333х 0.05 = 1666.5 конверсій (цільових дій)

Ми знаємо що средній чек в нашій тематиці 1500 грн і ми закриваємо 70% Конверсія у продаж.
Кількість конверсій * на відсоток закриття в продаж = число продажів
1666 х 0.7 = 1166 продажів

Помножимо кількість продажів на середній чек щоб розрахувати оберт
1166 х 1500 = 1749000 грн - наш оберт
Середня націнка на товар у нас 25%
З цього отримуємо наш прибуток
1749000 х 0.25 = 437 250 грн
Віднімемо бюджет на кліки
437 250 - 100000 = 337 250 грн - наш прибуток

Розрахуємо ROI
Формула розрахунку: ROI = (дохід - інвестиції) / інвестиції * 100%.
Принцип дії: Коефіцієнт прибутковості бізнесу з урахуванням інвестицій. ROI показує,чи окупається бізнес з урахуванням всіх вкладених в нього коштів.
337 250/100000 х100% = 337%

Апробація результату

Висновки

У ході роботи було створено інтернет-магазин на базі Allzap CMS з інтегрованою всесвітньою базою автозапчастин TecDoc, розроблено стратегію просування сайту за допомогою пошукового просування та контекстної реклами.

Стратегія просування полягала у розподілі бюджету між двома найперспективнішими каналами просування — SEO (пошукова оптимізація) та PPC (контекстна реклама).

План робіт з розробки інтернет-магазину включав такі основні етапи:

- вибір методу та технології розробки:
- вибір каталогу автозапчастин:
- розробка прототипу та макету дизайну:
- верстка та інтеграція дизайну на CMS;
- тестування та виправлення помилок.

Ключові етапи розробки та реалізації стратегії залучення комерційного трафіку:

- аналіз конкурентів;
- вибір оптимальних каналів залучення користувачів;
- підбір ключових слів згідно структури сайту;
- виявлення найперспективніших цільових сторінок;
- пошукова оптимізація ресурсу;
- налаштування реклами та подальша аналітика.

Підводячи підсумок, слід зауважити, що розробка інтернет-магазину запчастин, як і його просування, потребує глибоких технічних знань, уважного аналізу та складних навичок, володіти якими можуть лише кваліфіковані та досвідчені спеціалісти. Розробка подібного проекту на базі готових безкоштовних CMS не можлива, а створення власної інтелектуальної системи потребує багато ресурсів, як з точки зору часу, так і з фінансової сторони, що в результаті має низьку економічну ефективність.

Дякую за увагу!

ДОДАТОК В - Апробація результатів

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ НА БАЗІ ОНЛАЙН-КАТАЛОГУ TECDOC

Дікаленко Д. Д.
Науковий керівник – к.т.н., с.н.с Калюжний М.М.
Харківський національний університет радіоелектроніки
(61166, Харків, пр. Науки,14,
Кафедра Інформаційно-мережної інженерії)
тел. 0731310763 e-mail: danylo.dikalenko@nure.ua

The paper considers the problem of branching queries to the multimillion database of automotive products. Ways to develop, optimize and promote the site in the market of competitive services are given. The main provisions of the online catalog TECDOC and Allzap.CMS are given.

Розробка високонавантажених web-систем для роботи з даними є одним з найбільш актуальних напрямків розвитку інформаційних технологій.

Найбільші компанії працюють над створенням нових інструментальних засобів для роботи з дуже великими обсягами даних, призначеними для роботи в подібних масштабах.

Продуктивність високонавантажених систем є необхідною складової їх успішного функціонування. Технічна складність і специфічні особливості програмування зробили створення сайтів запчастин окремим напрямком в IT-сфері.

Головною метою роботи є *розробка багатофункціонального інтернет-магазину на базі онлайн-каталогу TecDoc*, що дозволяє працювати в умовах багатомільйонної номенклатури та його просування на ринку конкурентних послуг.

Для виконання поставленої мети вкрай важливо правильно обрати CMS і Базу даних. Щоб забезпечити продуктивність *«АВТОСАЙТу»*, необхідно подбати не тільки про функціональність магазину, а й про наявність потужного сервера - місця для фізичного розміщення інформації.

Від технічних можливостей і правильного налаштування сервера залежить коректність і швидкість роботи інтернет-магазину, що розробляється для виходу на ринок.

Основна проблема полягає в тому, що Інтернет магазин по автозапчастинах - це мільйони товарних позицій. Щоб на сайті відображалася ціна, а клієнти мали змогу обрати ціну і терміни поставки, потрібен алгоритм націнок. Для правильного підбору запчастин по марці, моделі , двигуну необхідно розробити алгоритм оптимального підбору.

Для якісної роботи використовується база Tec Doc. Вона дозволяє підбирати запчастини на всі авто Європейського ринку та включає в себе більш 50000000 запчастин.

Складність проекту заклечається в інтеграції такої великої бази даних на сайт. Для просування в подальшому важлива швидкість роботи і та правильна структура. Для цього найважливішим моментом є вибір CMS.

В Роботі було проведено аналіз відкритих CMS. Використання готових, безкоштовних CMS піднімає ряд складних завдань, ключові з яких - позбутися від непотрібного і додати необхідні складові.

Вибираючи *«движок»* з готових рішень, разом з універсальністю ми отримуємо масу зайвих функцій, які неодмінно будуть заважати не тільки роботі сайту, але і процесу просування, управління асортиментом і замовленнями. Виходячи з цього було прийнято рішення для даного проекту Allzap.CMS.

Allzap.CMS відрізняється високою продуктивністю і простотою адміністрування. Підтримує п'ять варіантів пошуку автозапчастин. Дозволяє легко керувати асортиментом і замовленнями, завантажувати і генерувати необмежену кількість прайс-листів, підключати оригінальні каталоги і додавати крос-зв'язку. Вона забезпечує продуктивну роботу інтернет-магазину запчастин при будь-яких навантаженнях та є адаптованою під мобільні пристрої.

Додатково передбачено ефективну SEO-оптимізацію та можлива інтеграція з платіжними сервісами, програмами обліку, CRM.

Використання в роботі Allzap.CMS вирішило проблему розгалуженості запитів та спростити навантаження на серверні потужності. Вона повністю підходить для наших завдань і сприяє подальшому економічно-вигідному просування на ринку інтернет-послуг.

Список літератури

1. Блог Allzap CMS - Готовый интернет-магазин автозапчастей [Електронний ресурс], Режим доступу: https://allzap.pro/blog/ 26.02.2021 – заголовок з екрану.

2. Каталог tecdoc - система пошуку авто запчастин [Електронний ресурс], Режим доступу: https://jak.koshachek.com/articles/katalog-tecdoc-sistema-poshuku-avto-zapchastin.html 26.02.2021 – заголовок з екрану.

АЛФАВІТНИЙ ПЕРЕЛІК

A

Andrii Zhuravka, 14, 16, 18
Ayodele Tega Ajadi, 46

D

David Ogamune, 16
Denis Zhuravka, 14, 16, 18

E

Ethel Chila, 18

I

Ikeza Obasi A. D., 44

J

Joel Kashaija, 66

O

Okwudili Gene Onukaogu, 14

P

Pershyn I. V., 22

S

Samad Habib Suhel, 8

T

Tresor M.A., 42

А

Аль-Вандави Саиф Ахмед Искандар Исмаель, 104
Ащепков В.О., 119

Б

Безрученко О.Ю., 104
Бельков Е.А., 116
Бєлєнцов А.С., 38
Білик В. О., 26
Білокурова А.О., 40
Богомазов С.А., 129
Бондаренко С.В., 159
Босенко Д.В., 169
Бураківська А. О., 100

В

Варченко М.А., 123
Вервейко В.В., 110

Г

Герус М.А., 68
Гонтарь І. А., 78
Греков І. С., 24

Д

Давиденко Н.В., 112
Дікаленко Д. Д., 36
Добринін К.І., 56
Дученко П.Ю., 153

Є

Єрмолаєв А.А., 88

Ж

Жирна Г.А., 155

З

Запотроєв Д.І., 123

К

Каницька І.В., 167
Кепещук Д. Т., 141
Кононов В.Б., 149
Кононова О.А., 149
Коржов И.М., 161
Корнейцова Н.В., 32
Красюкова В.В., 70
Куліченко В.В., 121
Курлан О.О., 90
Кухарчук М.М., 30

Л

Ларіонов В.В., 72
Лісняк О.О., 12
Луценко М.И., 157
Лялічев В. Д., 102

Позначення	Найменування	Дод. відомості
	Текстові документи	
1.	Пояснювальна записка	101 с.
	Графічні документи	
2.	Слайди презентації	9

Змін.	Арк.	Номер докум.	Підпис	Дата	

Розроб.	Дікаленко			Розробка та просування інтернет-магазину на базі онлайн-каталогу TecDoc	Літ.	Аркуш	Аркушів
Перевір.	Калюжний				У	1	1
					ХНУРЕ кафедра ІМІ		
Н. контр.				Відомість атестаційної роботи			
Затв.	Безрук						