

ВИБІР CMS-СИСТЕМИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Після запуску і на початкових етапах розвитку бізнесу в сфері онлайн-торгівлі здається, що головне – це зробити продажі і отримати перших клієнтів. Але після того як потік продажів стане стабільним, а кількість товарів і відвідуваність почнуть рости, ви можете зіткнутися із цілим рядом обмежень технічного характеру.

Часто стається так, що після запуску інтернет-магазину через декілька місяців стає зрозуміло, що стеля продажів досягнута, і, щоб рухатися далі, необхідно розширювати асортимент. А для виходу на новий рівень розвитку та обслуговування покупців – істотно допрацювати технічний функціонал. Якщо із самого початку обрано невідповідний скрипт інтернет-магазину, не готовий до масштабування і навантажень, таке завдання коштуватиме власникові бізнесу величезних грошей. При цьому в деяких випадках реалізація поставлених цілей може бути і зовсім нездійсненною. Це означає, що доведеться починати все з нуля, а це призводить до величезних витрат часу і коштів. Тому вибір з величезної кількості CMS (англ. Content Management System) саме “тієї” системи – є першочерговим завданням, пріоритетнішим, ніж пошук хостингу або реєстрація домену.

Вивчення статей про плюси і мінуси різних движків, їх можливостей і функціоналу не гарантує правильний вибір системи управління контентом. Теоретичні знання з цих статей можуть працювати лише у вакуумі, а не на практиці, тому важливо провести експеримент для демонстрації плюсів та мінусів, порівняння можливостей систем з практичними прикладами. Для початку визначимо критерії порівняння для вибору системи:

1. Функціонал із коробки – спеціалізація для створення інтернет-магазину.
2. Вартість CMS, розробки та підтримки проекту на її базі, програмістів/розробників.
3. Безпека.
4. Швидкість роботи CMS, каталогу, фільтрів.
5. Обмеження за кількістю категорій, товарів.
6. Мінімальні вимоги до хостингу.
7. Наявність документації для програмістів, а також для адміністраторів сайту, які будуть наповнювати й керувати ним, адаптованих матеріалів для роботи із системою, як для професіоналів, так і для тих, хто вперше стикається з CMS.

8. Рівень базового SEO (англ. Search Engine Optimization) та можливостей поліпшити рівень оптимізації.

9. Наявність офіційного маркетплейса й модулів у ньому для російськомовного й україномовного користувача.

10. Кількість розробників та студій, які здійснюють розробку й надають підтримку для конкретної CMS.

11. Зручність роботи, простота інтеграції із системами обліку товарів, можливості імпорту, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс.

12. Інтеграція в 1С - для багатьох компаній цей момент є критичним, в той же час недавно створені інтернет-магазини справляються з коригуванням інформації вручну. З розвитком ресурсу і зростанням кількості товарних позицій синхронізація з 1С допоможе швидко і ефективно працювати з контентом. Оновлення цін і залишків буде автоматизовано, а кількість допущених помилок наблизиться до нуля.

Враховуючи вимоги, описані вище, можна виділити декілька рекомендацій для правильного вибору CMS:

- окресліть чіткі цілі проекту.
- спробуйте спрогнозувати приблизний масштаб інтернет-магазину (кількість позицій у каталозі).
- оцініть попит. Від цього буде залежати відвідуваність, отже – навантаження на ресурс.
- сформулюйте та кілька разів перевірте список функцій, які має виконувати сайт.
- розрахуйте реальну суму, яку ви можете вкласти в розробку й запуск сайту.
- згідно з запропонованими критеріями, відберіть декілька, що певною мірою задовольняють вашим вимогам.

Список літератури

1. “CMS–системи управління контентом: навчальний посібник” / О.В. Геніатуліна. – Миколаїв: Вид-во НГТУ, 2015, с. 50 – 55.

Науковий керівник: к.т.н., доц. Бізюк А.В.