

5. Режим доступа: <http://itc.ua/news/microsoft-predlagaet-printsipyi-patentnogo-peremiriya>
6. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Братья_Райт
7. Режим доступа: http://expert.ru/expert/2010/42/patentnue_voiny/

КОНЦЕПЦИЯ САЙТА ПАТЕНТНОЙ ФИРМЫ

Черепанов Е.И. ФГАОУ ВПО«УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»,
г. Екатеринбург

В современном мире успешная деятельность практически любой фирмы зависит не только от качества ее работы, например, качества оказываемых услуг или качества производимой продукции, но от такого показателя как ее узнаваемость. Наиболее популярный способ обеспечить узнаваемость — это реклама. В наши дни уже невозможно представить мир без рекламы во всех ее проявлениях. Начиная от рекламы в газетах и телевизоре, индустрия мира рекламы находит свое проявление везде. Не могла она и не коснуться обширной сети Интернет. Социальные сети, Интернет-магазины, форумы, информационные порталы: все это потенциальные рекламные площадки. Бурное развитие Интернета делает его наиболее привлекательным для потенциальных рекламодателей. Число пользователей сети Интернет за 3 года его существования превысило 50 млн. человек. Это невероятные цифры по сравнению с телевидением или радио [1]. Пользователи сети получают от нее информацию с помощью сайтов. Сайт — совокупность электронных документов (файлов) частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом.

Все сайты в совокупности составляют Всемирную паутину, где коммуникация (паутина) объединяет сегменты информации мирового сообщества в единое целое — базу данных и коммуникации планетарного масштаба [2].

В наши дни невозможно представить фирму без своего собственного сайта в Интернете, не говоря уже о таких компаниях как Google, Facebook, которые свою деятельность начинали именно в Интернете [3].

Данное исследование посвящено изучению сайтов патентных фирм и анализу сайтов сети Интернет с целью выработки концепции сайта патентной фирмы. В первой части рассмотрена необходимая информация для понимания работы сайтов сети Интернет. Во второй части рассмотрены особенности работы патентной фирмы. Третья часть содержит рекомендации по созданию сайта с учетом выработанной концепции.

Актуальность данного исследования подтверждается снижением патентной активности в России [4]. Непосредственно на снижение повлияло множество факторов, среди которых можно отметить низкий уровень информационной осведомлённости общества в области интеллектуальной собственности [5].

Сайты в сети Интернет. Как уже было определено ранее сайт — это совокупность электронных документов (файлов) частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом [2]. Данные документы и составляют сайт, к которому обращается пользователь сети. В зависимости от прописанного в файлах программного кода и элементов графики, т.е. оболочки сайта, браузер собирает его по частям из элементов графики. Данное исследование не будет затрагивать программную составляющую сайта, а будет больше направлено на логическую его часть: будет рассмотрена наиболее выгодная иерархия построения сайта, будут поставлены его цели и задачи.

Для начала определим, что такое концепция. В соответствии со статьей Википедии, концепция — определённый способ понимания, трактовки каких-либо явлений, основная точка зрения, руководящая идея для их освещения; система взглядов на явления в мире, в природе, в обществе; ведущий замысел, конструктивный принцип в научной, художественной, технической, политической и других видах деятельности; комплекс взглядов, связанных между собой и вытекающих один из другого, система путей решения выбранной задачи. Концепция определяет стратегию действий [6].

Наиболее подходящий вариант «...конструктивный принцип в научной, художественной, технической, политической и других видах деятельности...» позволяет определить направление исследования. Результатом работы станет главный принцип построения сайта патентной фирмы. Соответственно необходимо рассмотреть деятельность патентной фирмы отдельно от сайта, а также затронуть принципы построения сайтов.

Перед тем как начать рассматривать сайты, необходимо определить, зачем они нужны. Какие возможности открываются перед владельцами сайтов?

Позиционирование фирмы — как уже говорилось ранее, сеть Интернет является самым быстроразвивающимся и перспективным информационным источником. Количество потенциальных клиентов значительно превышает пользователей телевидения [1]. Соответственно показывая свою фирму в сети с нужной стороны, можно добиться узнаваемости и правильного отношения к себе.

Рекламная площадка — большинство информационных сайтов получают свою прибыль от размещения рекламы.

Имидж — все уважаемые и солидные фирмы имеют свои собственные сайты, но они вынуждены не только активно развивать свои сайты, но и развивать свое не виртуальное предприятие. Сайт может существовать отдельно от физической фирмы, поэтому с его помощью можно представить свою фирму наиболее выгодно. Сделать это можно посредством новых технологий в веб-программировании, которые делают сайт представительным.

Источник клиентов — почти всегда, когда людям нужна информация о чем либо, первым делом все ищут ее в Интернете. Поиск по глобальной сети осуществляется с помощью поисковых систем, среди наиболее популярных в мире - Google, в России Yandex. По запросу пользователя, поисковик выдает список наиболее подходящих под запрос сайтов, соответственно, чем выше ваш сайт будет в списке выдачи, тем больше потенциальных клиентов зайдет на него.

Корпоративная культура — наличие собственного сайта, с фирменным стилем будет являться неотъемлемой частью культуры фирмы.

Приведенные преимущества являются самыми важными с точки зрения данной статьи, среди них особенно хотелось бы выделить позиционирование фирмы и источник клиентов. Именно на них остановимся подробнее.

Создание сайта является сложной работой, как дизайнеров, так и веб-программистов. Первостепенной целью их работы является создание такого сайта, который будет иметь презентабельный вид, приятный для взгляда пользователя и который будет хорошо читаться поисковыми машинами, т.е. поисковиками. Поисковые системы находят сайты в своей базе данных и формируют список сайтов наиболее релевантных для запроса пользователя. Но прежде чем сайт попадет в базу данных поисковика, его должен прочитать так называемый спайдер – робот-помощник, а так как робот не наделен искусственным интеллектом и не может смотреть на сайт глазами человека, то он читает его программный код. В зависимости от того, как он написан и решится, что поймет спайдер, посетив сайт.

Далее рассмотрим базовые варианты построения сайтов. На рисунке 1 ниже представлены 5 вариантов, остальные являются их вариациями.

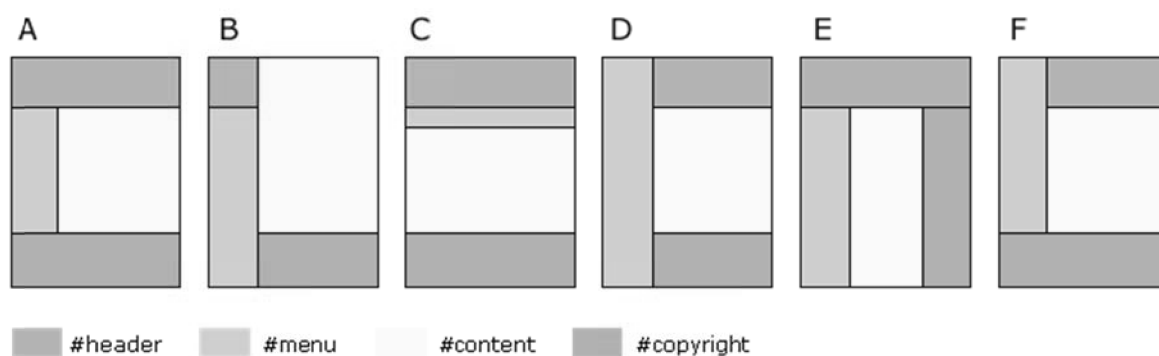


Рис.1. Базовые схемы построения сайтов

Как отмечалось выше, для того, чтобы сайт попал в базу данных поисковика и мог появляться в списке выдачи по определённому запросу пользователям, его должен прочитать робот-спайдер. Робот начинает чтение с самого верха страницы и затем постепенно спускается вниз, двигаясь справа налево. Поэтому для обеспечения более высоких показателей среди поисковиков, следует размещать главную информацию сверху справа.

Так как робот не различает картинки, то сайт не следует перегружать графическими материалами, а для существующих прописывать текстовый аналог. Далее для любого текста прописываются заголовки, которые отражают его смысл. Для создателей главное помнить, что заголовки прописываются для машины, текст – для людей. Так же стоит отметить, что необходимо вручную запрещать роботам ходить на определенные страницы сайта, так как они забирают так называемый поисковой вес у других страниц. Для примера, поисковые системы Google и Yandex используют разные технологии оценки сайта. Если Google больше оценивает «связи» сайта между собой и с другими ресурсами, то Яндекс смотрит на наполнение самих страниц.

Создав сайт, который будет соответствовать вышесказанным рекомендациям, можно ожидать появления потока посетителей. Задача программиста – привести посетителя на сайт, задача дизайнера и копирайтера – заставить посетителя на нем остаться.

Сайт патентной фирмы

Далее рассмотрим особенности деятельности патентной фирмы.

Патентная фирма – фирма, которая предоставляет услуги в области управления интеллектуальной собственностью. Фирма может предоставлять как консалтинговые услуги, так и непосредственно проводить операции с интеллектуальной собственностью клиентов [7].

Зачем сайт именно патентной фирме? Ответ на этот вопрос, очевидно, сложится из уже приведенных ранее причин. Фирму легко можно будет найти в Интернете, клиенты смогут ознакомиться с услугами прямо на сайте, узнать контактные данные,

задать вопрос прямо на сайте, получить необходимую информацию быстро и качественно с минимальными затратами времени.

Сайт патентной фирмы можно отнести к информационному ресурсу, который продает услуги. Соответственно, внешний вид сайта не должен отталкивать посетителя, количество динамической графики должно быть минимальным. Практика поиска в сети Интернет показывает, что посетитель останется на сайте, если его структура максимально проста и понятна. Что это значит? Сайт должен быть связан ссылками между всеми значащими страницами. Для примера, с главной страницы пользователь должен попадать на все страницы первого уровня и т.д. (www.domain.ru/первый_уровень/второй_уровень/...), далее с каждой страницы должна быть ссылка на главную страницу, это делается не только для удобства, но и для поднятия рейтинга в поисковых системах.

Далее необходимо отметить необходимый набор страниц и их примерное содержание для сайта, а также перечислим необходимые виджеты:

1. Главная – позволяет посетителю попасть на любую страницу сайта, дает краткую информацию о сайте, компании, о ее виде деятельности.
2. Услуги – страница со списком оказываемых услуг
3. Новости – новостное обеспечение сайта позволит пользователям не только пользоваться услугами фирмы, но и быть в курсе событий, происходящих в области ИС. Также создание данного блока положительно скажется на повышении посещаемости ресурса.
4. Контактная информация – на ней указываются все контактные данные предприятия. Практика показывает, что необходимо указывать не только адрес и телефон, но и в условиях современного общества, так же необходимо указывать современные средства общения, такие как Skype, почта и другие. Также необходимо указывать физический адрес фирмы на карте с использованием электронных карт Google, Яндекс или других.
5. Информация о фирме/компании – дата основания и история развития фирмы, наличие наград, лицензий, информация о команде.
6. Виджет онлайн консультант – позволяет в режиме реального времени задать вопрос сотрудникам, что считается в последнее время правилом хорошего отношения к клиенту.
7. Ответы на часто задаваемые вопросы – позволяет ответить на некоторые вопросы клиента без затраты времени сотрудников.

Концепция сайта

Основной целью создания сайта патентной фирмы является создание инструмента способного привлекать новых клиентов, а также повышение уровня информационной

осведомленности общества в области интеллектуальной собственности. Сайт будет способствовать распространению информации об интеллектуальной собственности, что позволяет предположить увеличение изобретательской активности региона.

Целевой аудиторией сайта являются люди, заинтересованные в получении услуг управления ИС, патентные эксперты, патентные поверенные, эксперты в области ИС, люди, заинтересованные в сотрудничестве.

Обслуживанием сайта занимается ответственное лицо – администратор сайта, который назначается руководством фирмы.

Как уже говорилось ранее, основными принципами построения сайта являются его простота и функциональность, которые обеспечивают мгновенное восприятие информации, позволяя привлекать потенциальных клиентов. Необходимо отметить, что во многом первоначальное отношение клиента к фирме зависит от внешнего вида сайта, от его исполнения. Если сайт выполнен интуитивно понятно и изящно, то клиент изначально формирует положительное отношение к фирме.

Библиографический список:

1. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет>
2. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Сайт>
3. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Google>
4. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Facebook>
5. Режим доступа: Аналитическое исследование ООО «НБК-групп» из цикла «Индикаторы инновационного развития российской экономики»
6. Режим доступа: <http://www.profile.ru/hi-tech/nauka/item/75363-innovatsii-rossii-za-poslednie-20-let-aktivnost-izobretatelstva-umenshilas-v-chetyre-raza-75>
7. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Концепция>
8. Режим доступа: <http://patenty.ru/>
9. Режим доступа: <http://www.yus.ru/>
10. Режим доступа: <http://patentmsk.ru/services/>