



Эффективный сайт некоммерческой организации. Пять вопросов перед началом

Анна Ладожкина

<https://te-st.org/2013/06/26/5-simple-questions/>

Статья обновлена 01 июня 2023



Каждый сайт когда-то рождался с одного изумительного в своей простоте и одновременной сложности вопроса «Нам нужен сайт, с чего начать?». Отбросив лирику о вдохновении, поиске оригинальной идеи или качественного подрядчика, я хотела бы сегодня поговорить о некоторых важных вопросах, которые стоит задать себе перед тем, как сформулировать задание на разработку сайта.

Думаю, про большинство этих вопросов все уже слышали и не раз, скаченный по первой попавшейся ссылке шаблон техзадания будет обязательно содержать в том или ином виде эти пункты. Не поэтому ли мы не дооцениваем их значение и не ищем ответы — настоящие ответы, а не те, которые вбиваем в формуляр девелоперского брифа (предварительной анкеты по проекту)?

1. Задачи сайта

Этот вопрос задает абсолютно каждый разработчик (студия, дизайнер и т.п.) перед началом разработки. Задает и сам уже не надеется услышать содержательный ответ — скорее

скопированные где-нибудь шаблонные формулировки: «сайт — это представительство компании в сети Интернет». Отмахиваясь от них, как от назойливой мухи, добросовестный разработчик пускается в дальнейшие распросы и уточнения, ну а не слишком добросовестный сделает по этим средне-шаблонным задачам такой же средне-шаблонный сайт. И если вы потом с недоумением думаете, как же у вас могло получиться «вот это» – поверьте, во всем виноваты задачи сайта. Точнее их отсутствие.

Еще по теме: Как правильно ставить задачи для сайта

2. Информационное окружение

Часто приходится слышать от некоммерческих организаций об отсутствии аналогов или конкурентов

Сайт организации существует не в вакууме – вокруг него множество других сайтов. Сайтов сходной тематики, или наоборот, противоположной, сайтов «дружественных» или враждебных, сайтов людей или организаций, чьи идеи мы разделяем или стремимся опровергнуть, сайтов – маяков, на которые мы ориентируемся, сайтов задающих стандарты в своей отрасли и ужасных, вызывающих недоумение, – почему они все еще существуют. Если ваш потенциальный дизайнер или разработчик спрашивает вас о них – это первый признак того, что вы попали в хорошие руки. Почему это важно? Подобное окружение формирует своего рода информационный ландшафт вокруг вашего сайта, не учитывать который, проектируя его, как минимум не правильно (а как максимум – опасно).

Часто приходится слышать от некоммерческих организаций об отсутствии аналогов или конкурентов. Конечно, каждая организация по своему уникальна, однако, есть общие принципы отрасли, сектора, к которому она принадлежит. Чем раньше вы выясните, в чем эти принципы состоят и как они выражаются другими организациями, в том числе на своих сайтах, тем быстрее вы сумеете «вписаться» в этот ландшафт и сделать свое представительство на нем эффективным.

Еще по теме: Галерея вдохновляющих сайтов некоммерческих организаций

3. Целевая аудитория

Это не просто «все хорошие люди» — это равна та часть «хороших людей», которая сможет и захочет помочь именно вам

Как это ни странно, но чуть ли не самый распространенный ответ на этот вопрос из уст представителей НКО звучит примерно так: «это все равнодушные люди, которые хотят помочь другим в трудной ситуации». Отчасти это конечно верно, но целевая аудитория как раз тем и отличается от случайного посетителя сайта, что сайт на нее должен быть «нацелен». Это не просто «все хорошие люди» — это равна та часть «хороших людей», которая сможет и захочет помочь именно вам, поддержать именно вас. Именно с ней срезонируют ваши идеи и устремления, именно ей в самое сердце упадут и заденут за живое ваши призывы и истории. Почему? Вот ровно это и нужно понять — кто эти люди, которым нужен ваш сайт. Нужен, не смотря на то, что у них есть Facebook, портал знакомств и белимитное телевидение в мобильнике.

Еще по теме: Целевая аудитория: весь мир

4. Информация о вашей организации

Особенность сайта некоммерческой организации, состоит в том, что основное его назначение

не в информировании о чем-либо (новостные ресурсы), не в рекламе чего-то (коммерческие сайты), не в создании возможностей для общения (социальные сети), а в том — чтобы привлечь сторонников.

важно, чтобы у организации всегда были наготове материалы о себе, чтобы вы могли рассказать, показать, разъяснить и пояснить

В той или иной пропорции сайт НКО может сочетать в себе черты вышеперечисленных направлений, но делает это, в любом случае, ради сторонников. Вот поэтому важно, чтобы у организации всегда были наготове материалы о себе, чтобы вы могли рассказать, показать, разъяснить и пояснить что вы делаете, почему и как это происходит. Сделайте эти материалы до того, как начнете работу над сайтом. Это распространенное заблуждение — что, мол, «вы нам сделайте сайт, а мы потом на него чего-нибудь повесим». Такой сайт навсегда останется «каким-то сайтом, на котором что-то висит». Он никогда не станет «вашим» и уж конечно он вряд ли способен кого-то в чем-то убедить.

Представьте себе девелопера или дизайнера, которые ничего о вас не знают, ни о ваших задачах, ни о ваших трудностях, ни о том, зачем вообще вы это все затеяли. И он делает сайт, просто сайт — один из многих. У него таких двадцать штук на дню бывает. Или девелопера или дизайнера, прочитавшего ваши материалы, познакомившегося с вашим процессом и вашими задачами, понимающего ваши трудности кто сделает лучше? Небольшого буклета или толковой презентации иногда бывает достаточно, что в корне изменить качество конечного результата.

Еще по теме: Эффективный сайт некоммерческой организации. Как донести идею

5. Ресурсы по поддержанию и обслуживанию сайта

Разработчик отталкивается от задачи: можно к нашему сайту добавить форум? — можно а систему регистрации на мероприятия — можно? а блоги сотрудников? — можно а календарь событий третьего сектора? — можно При постановке таких задач необходимо помнить о том, что за каждым материалом на вашем сайте, каким бы маленьким он не был, всегда должны быть руки — автора ли, редактора или контент-менеджера. Иногда эти ипостаси совмещаются в одном человеке, иногда в нескольких — но вы должны быть уверены, что у вас есть такой человек и у него есть возможность все это делать.

Хотите форум — есть человек который будет отслеживать спам, модерировать дискуссии и поддерживать темы? Хотите систему регистрации — есть менеджер, следящий за подписчиками, рассылками и т.п? Хотите календарь мероприятий — есть человек, который будет их находить, отбирать, размещать? Современные средства автоматизации и управления контентом при всей их эффективности не могут заменить живого редактора и/или контент-менеджера.

Оценивайте эти затраты и стройте планы по созданию сайта исходя из них. Сайт из двух но живых и интересных разделов куда лучше, чем сайт из 10 полумертвых.

Еще по теме: Нам нужен сайт. Борьба со стереотипами

Самая большая ошибка в задании на разработку — это когда его скачивают из Интернета

На одном из семинаров у нас возник «вопрос из зала»: какие ошибки наиболее критичны для

технического задания на разработку сайта? Родившийся тогда спонтанный ответ и по прошествии времени кажется мне актуальным. Самая большая ошибка в задании на разработку — это когда его скачивают из Интернета, вместо того, чтобы действительно составить и проработать его применительно к конкретной ситуации, вашей ситуации. Не совершенство формулировок или глянцевоcть бумаги делает ТЗ надежным инструментом разработки, но его адекватность вашим задачам, интересам целевой аудитории и располагаемым ресурсам. Собранные вместе эти компоненты составляют отличную отправную точку, с которой начинается красивый, удобный и эффективный сайт некоммерческой организации — ваш сайт.