**50 практических правил Бизнес-сетикета (Сетевого Этикета)**

Сетикет (сетевой этикет) означает совокупность правил поведения и обхождения, принятых при использовании компьютерных сетей. Соблюдение этих правил особенно важны по причине электронности среды невозможно разделить положение бизнеса и клиента. Виртуальные города, виртуальные центры для гуляния, интернациональные стоянки для машин существуют наряду с персональными страницами, образовательными и исследовательскими программами, правительственными и некоммерческими организациями.

Бизнес-общество должно уважать весь этот огромный коммерческий потенциал. Сеть - это также персональный дом, окрестность, или даже город для миллионов. "Правила бизнес-сетикета" появились как руководство для установления и поддержки здоровых и счастливых взаимоотношений между коммерческой деятельностью и ее клиентами. Компании должны всегда помнить, что потенциальный покупатель всегда контролирует себя и имеет выбор.

Представленные правила сетевого этикета могут реально помочь многим людям в разработке своих собственных стандартов поведения в Сети.

Будьте внимательным к пользователям старых систем. Предлагайте текстовую версию для своего сайта на сплэш (страница входа) странице. Это важно не только для старых систем, но также и для современных речевых браузеров и поисковых систем (роботов).

Помните, что пользователи платят за нахождение в сети. Организуйте простой и быстрый доступ к содержанию и информации. Не оскорбляйте время своих потенциальных клиентов.

Организуйте материал логично с точки зрения потребителя. В идеале сплэш-страница должна быть главной страницей на сайте с интуитивно-понятной навигацией.

Для справки - сплэш в переводе с английского "Яркое пятно". Сплэш-страница - это обычно в той или иной мере яркая по дизайну страница входа на сайт, несущая одновременно функции обложки и содержания.

Всегда помните, что главная страница сайта должна нести несколько функций. Это и карта, и главный вход и коммерческое предложение в одном лице.

Используйте сплэш-страницу для задания стиля и характера сайта. В тоже время, стиль Web-сайта должен соответствовать характеру компании.

Если это уместно, отразите дату и время последнего изменения. Это говорит о том, что сайт используется практически.

При использовании иконок, особенно если они представлены графикой, убедитесь, что они легко находимы среди остальной графики и понятны интуитивно. Пусть их просмотрят по крайней мере 10-20 человек до выхода сайта в Сеть.

На всех иконках должен быть включен альтернативный текст (с помощью атрибута "alt").

Избегайте использования тяжелого разукрашенного жаргона или текста со скрытым смыслом при предложении новых услуг.

Не используйте звонки и свистки просто потому что вы можете это делать. Когда-нибудь пропускная способность Сети увеличится настолько, что этот совет станет неуместным. А пока лучше воздержаться от тяжелой графики, анимации и аудио-программ, которые расточают время пользователя.

Избавьтесь от всей компрометирующей информации по совместимости, подобно "Эта страница будет лучше видна в Netscape 3.0 и выше". К тому же пользователи не настолько глупые, чтобы ждать от своей старой версии браузера чего-то потрясающего.

Убедитесь, что включены все ссылки на дополнительное программное обеспечение, необходимое сайту. Если ваш сайт использует RealAudio, должна быть ссылка на download RealAudio.

Избегайте бесполезных страниц. Если страница не говорит ни о чем новом или интересном пользователям, не предлагает никаких услуг, ваш сайт не нуждается в ней.

Поместите e-mail адреса везде, где это уместно.

На каждой странице должна быть ссылка "На главную".

Помните о правиле трех кликов и организуй сайт логично.

Правило трех кликов - что пользователь не захочет искать нужную ему страницу более чем тремя кликами.

Страница FAQ (часто задаваемые вопросы) имеет все права на существование. Ссылка на эту страницу должна быть на главной странице сайта.

Информация о компании, помимо всей уместной информации, включает e-mail, телефон, факс, физический адрес.

Если на сайте используется Real Time Chat (чат реального времени), должна быть и система, осуществляющая мониторинг чата. Это дает пользователям чувство безопасности и контроля ситуации.

Если используются телеконференции, убедитесь, что темы обновляются и что они интересны. Определите темы, созвучные вашему сообществу.

Если это уместно, используйте текущие события для дискуссий на чате или телеконференциях. Начало интерактивного общения входит в обязанности сервера, а не посетителя.

Предугадывай потребности пользователя. Если на вашем сайте используется база данных, должна быть и система поиска по ней.

Если сайт используется для рекламы, описания и продажи какого-либо продукта, убедитесь, что данный продукт у вас имеется. Клиенты хотят получить полнофункциональную версию продукта, а не beta-версию (не обязательно программы).

Используй логичный URL.

Регистрируй сайт всеми возможными источниками. Поисковые сервера - основополагающая дорога к вашему сайту.

После регистрации на какой-либо поисковой машине лучше самому попробовать найти свой сайт там же. Дабы убедиться, что все в порядке.

Ключевые слова должны быть ясными и конкретными. Полезно представить себя на месте пользователя, ничего не знающего о вашей компании и сайте.

Прячьте сайт, если он еще находится в стадии разработки. Дайте сайту жизнь только после испытаний нескольких реальных пользователей.

Предоставьте пользователю причину остаться. Используйте соревнования, соперничество, интересные мелочи и подобные стимулирующие тактики для задержки пользователей. Если же они пришли, чтобы воспользоваться какой-то вашей услугой, они должны попасть на нее с первой же страницы. Не заставляйте клиента бродить по страницам сайта, если он просто хочет посчитать на вашем калькуляторе.

Вознаграждайте клиента за предоставления полезной информации. Например, предложите участие в розыгрыше футболок за заполнение анкеты.

Разработайте систему ответов на e-mail письма. Немедленный ответ говорит клиенту о том что их сообщение получено, и что вы действенны. Также сообщайте пользователю примерные сроки ответа.

Искусные намеки ненавязчивы. Предложите пользователю добавить страницу в избранное.

Поддерживайте связь с другими сайтами, включая некоммерческие, посредством обмена ссылок. Персональные домашние страницы часто остаются незаполненным ресурсом для рекламы сайта.

Используйте уместные ресурсы, такие как Business Wire для размещения ваших сообщений.

Не кричите о выходе нового сайта, если новым является только какое-то дополнение к уже существующему сайту.

Сначала направляйте на источники информации внутри вашего сайта, затем ссылайтесь на другие.

При ссылке на другой сайт, направляйте на конкретную необходимую страницу, а не на главную страницу сайта.

Мыслите глобально. Имейте в виду, что пользователи с других стран могут также легко попасть на ваш сайт. Если вы хотите использовать интернациональный рынок, уважайте его культуру. Не следует использовать идиоматические выражения.

При рекламировании избегайте обманчивых ссылок. Если у вас есть баннер выхода из сайта, щелчок по нему должен прямо вести на страницу выхода.

Включите полный URL страницы для того чтобы пользователи могли видеть его при распечатке сайта.

Включайте URL во всевозможные материалы, такие как рекламные журналы, брошюры, радио, телевидение и рекламные щиты.

Соблюдайте политику авторского права на графику и информацию, доступную с вашего сайта.

Нельзя просто удалить сайт. Если сайт переехал, сменил имя или прекратил существование, уведомите об этом поисковые машины, а также известных вам пользователей через e-mail.

Не смешивайте персональные и бизнес сайты. Не надо включать фотографии детей до тех пор пока они не участвуют в вашем бизнесе. Для этого существуют персональные страницы.

Прислушивайтесь к 24-летним. Часто они находятся в большей гармонии с электронной средой, чем владельцы офисов. Золотая и свежая идея может прятаться в их письме.

Сеть - это совместная среда. Рассматривайте иностранцев как возможных соучастников вашего дела, или же отсылайте их на другие сайты.

Пусть станет привычкой спрашивать себя при каждом новом направлении развития компании: "А можно ли это сделать в сети?"

Поощряйте полное задействование компании. Обучите персонал, чтобы они чувствовали себя свободно с вашим сайтом, его функциями и дизайном.

Помните, что не все понимают воздействие и ценность Сети также как вы. Демонстрируйте ее возможности другим.

Давайте что-нибудь взамен. Предложите какой-то полезный продукт или сервис, который поднимет ценность работы online. Активные участники Сети строят себе удобную среду для работы.

**Список литературы**

Чак Мартин (Chuck Martin). 50 практических правил Бизнес-сетикета (Сетевого Этикета)