

КНИГА ПРОДАЖ ИНТЕК

ГЛАВА 1

О КОМПАНИИ

Содержание Главы :

1. О Компании



Компания «Интек» была организована двумя основателями – Светланой Веденеевой и Денисом Х. в октябре 2006 года. Датой для Дня Рождения компании принято считать дату государственной регистрации ИП Веденеевой С.Ю. – 6 октября 2006 года. Собственно с этого момента началась хозяйственная деятельность компании как юридической организации.

Первые два года компания работала под торговой маркой «Liga Di», что в переводе на разговорный язык означает Лига Дизайнеров. Компания с первых дней основания направлением своей деятельности определила – создание сайтов. Разработкой интерфейсов и дизайнов сайтов занималась Светлана Юрьевна, работой по программированию и верстки выполнял Денис Х.

Достаточную внушительную долю в объеме продаж занимали услуги Дизайна – разработка логотипов и фирменного стиля, поскольку Светлана Юрьевна имела продолжительный опыт фриланс-дизайнера и сумела сформировать внушительную базу постоянных клиентов. К слову сказать, некоторые из таких клиентов, до сих пор обращаются к Светлане Юрьевне, именно за ее работой... и Светлана Юрьевна им не отказывает. Как и много лет назад делает им фирменные стили и логотипы.

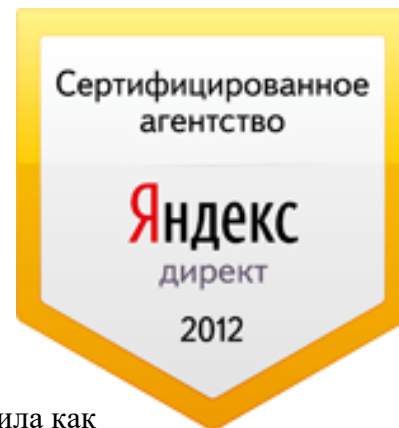
Офис компании располагался по адресу Энгельса 25А – это была большая просторная комната – 25-30 кв. м., в которой работали все сотрудники.

Здесь хочется сказать, что ремонт в первой офисе ребята делали сами – купили белой краски, кисточки за выходные привели помещение в порядок, заказали стеклянную мебель (столы до сих пор стоят в отделе дизайна). В общем красивый офис вышел.

На тот момент в компании работали 4-5 человек – Светлана – Арт. Директор, Денис-Технический директор, Иван Богатырев – менеджер по продажам и еще два менеджера, имена которых история не сохранила.

В то время рынок Веб- разработок напоминал период метеолита – время когда на нашей планете все пыхтело и горело, и формировалась как таковая жизнь.

Так на рынке веб-разработок творилось, мягко сказать, вакханалия – мало кто мог делать что-то по – настоящему работающее, заказчики в большом предвкушении, но с опаской смотрели на веб, при этом все считали, что за этим стоит будущее...



А что самое интересное, так это то, что сайт визитка тогда стоила как добротный автомобиль – 100-150 т.р. А продав два-три интернет-магазина можно было купить квартиру в центре города.

В общем интересное время было:

«Был 2006 год, мы продавали как могли☺»

Доходы у компании были стабильные, наш пароход не спеша, но верно плыл...

Но со временем конкуренция росла, ценник падал, заказчик мудрел на глазах...

В общем, если чуть отвлечься, то рынок Веб-разработок за свою историю пережил четыре отраслевых кризиса. Причиной каждого кризиса был технологический рынок, под который не успевали перестраиваться участники рынка, и те кто же успевал уходили с рынка. На место приходили новые, более гибкие и «шустрые» игроки.

Первый кризис, назовем его кризис «золотых мозгов» произошел в начале 2000-тысячных годов, когда южно-уральский университет «поставил на рынок» выпуск веб- программистов, и молодые специалисты просто смели с рынка засидевшихся «зубров» программирования.

Дело в том, что до 2000 года в городе не было как таковых веб- программистов.

Программисты и математики конечно были, но в других отраслях (в основном на промышленных предприятиях в отделе автоматизации).

Так вот, первые программисты вовремя разглядели потребности рынка, которые сообразили, что за веб-сайты бизнес готов одарить «золотым» дождем, собрали хорошие сливки. К слову сказать, основатели городского портала 74.ru как раз программисты первой волны. И свои усилия на развитие портала они сосредоточили как раз в первый отраслевой кризис, когда рынок начали осваивать 20-летние выпускники технических вузов, и за свою работу брали в разы меньше.

Но со временем все устаканилось, ценники выровнялись, клиентов стало на порядок больше, в веб нашел строй средний бизнес (до этого сайты могли позволить только крупные, как правило, промышленные компании- «заводы- пароходы» и решения принимались на «самом верху» с совещаниями, заседаниями и прочей бюрократической волокитой), денег хватало на всех...



Но отрасль была расконсолидированной, и имела технологических стандартов. Можно сказать, перехватила сразу эдакого мануфактурного производства. К тому времени – а это был 2000-2006 год, сайты стали разрабатываться на, так называемых, «движках» - софте, который позволяет управлять сайтом (до этого сайты разрабатывались в виде набора HTML страниц, правки в которые мог внести только программист, про другие функциональные возможности сайтов можно не говорить, их просто не было).

Все «движки» были самопишущие, то есть каждая Веб-студия разрабатывала и поддерживала свой движок, на котором делала сайты. Про все проблемы такого подхода мы рассказывать не будем...

В один прекрасный момент на рынке появились «коробочные движки», которые могли использовать все.

Самым популярным софтом стал «Битрикс» (до этого калининградская веб-студия).

В итоге потребность в «самопишущихся» движках, которые годами писались целыми командами просто отпала. Теперь любой программист-новичок одиночка мог купить (или взять бесплатный) движок и без глубоких знаний в программировании, разработать клиенту сайт.

В итоге на рынок пришло еще больше участников, и ценник на сайты упал еще ниже. Это был второй отраслевой кризис- кризис «CMS»- систем.

Итогом этого кризиса стала отраслевая специализация- те компании, которые сумели продвинуть на рынок свои движки, сосредоточились на софтным бизнес и ушли с рынка клиентской веб-разработки к тем клиентам, которые адаптировались к тем условиям- перешли на готовые движки сторонних разработчиков и сосредоточились на локализации клиентском интерфейсе.

Так вот приблизительно в этот период на рынок вышла компания «Интек».

Компания стабильно развивалась - осваивала новые технологии, разрабатывала клиентам сайты... но на рынке особо не выделялась. Была средним «среднячком». Существенно на развитие компании повлиял кризис 2008 года. В трудные дни компании сокращают вложения на персонал и рекламу, поэтому спрос на сайты, упал в разы. Десятки компаний просто прекратили свое существование. Те, кто остался были вынуждены сокращать расходы – в основном это приводило к большим сокращениям штаты. Были примеры, когда лидеры отрасли со штатом 30-40 человек, превращались в карликов с численностью в 2 человек.



Любой кризис – для одних большие проблемы, для других большие возможности.

Кризис дал компании «Интек», хороший импульс к развитию.

Собственно кризис 2008 года застал компанию «Интек» в новом респектабельном офисе, который располагался по ул. Свободы 62. Фишкой офиса было большое панорамное окно, из которого открывался шикарный вид на центр города. Но компания переехала в разгар кризиса в новый офис не с проста – компания «Интек» привлекла инвестора Наталью Гришаневу которая вложила деньги в бизнес.

Продаж в кризис особо не было, но это не мешало компании не напрягаясь жить.

Шло время, продажи не росли...

Все хорошее рано или поздно кончается. Пришло время, когда кончились деньги инвестора... И инвестор отчаялся отбить в бизнес вложенные деньги, за скромную стоимость продал свою долю новой команде управленцев компании.

Два слова о новых лицах.

Голуб Ярослав Олегович – до 2009 года бизнес-консультант и финансовый менеджер. До кризиса занимал ключевые руководящие посты дочерней организации финансово-промышленного холдинга, до этого работал в консалтинговой компании «Листик и Партнеры», имеет опыт антикризисной деятельности, разработок бизнес-планов, оценки инвестиционных проектов.

Нефедов Евгений Викторович – перспективный выпускник ПС факультета ЮУрГУ с большим опытом в области веб-разработок. До прихода в «Интек» работал в стартап-проекте социальной сети в качестве ведущего разработчика. По сути разработал аналог «Твиттера», но проект не пошел. В новой команде обязанности распределились следующим образом:

Ярослав Голуб – Продажи, маркетинг, коммерция, концепция продукта.

Светлана Веденеева – Дизайн, проектирование, интерфейс.

Евгений Нефедов – Разработка, технологии.

Компания переехала в более скромный офис (Киров 19, офис 80) и продолжила свою деятельность на рынке Веб-разработок.

Ключевым событием в судьбе компании стала специализация на разработке низкобюджетных типовых проектах

Получилось это достаточно спонтанно. С одной стороны во время кризиса все заказчики старались экономить. Средства и стоимость разработок играли большую роль.

С другой стороны мы сделали наблюдение, что заказчики как правило обращают внимание на цветное оформление сайта, а дизайн и набор функциональных модулей практически не придают значения структуре и интерфейсу сайта.

И самое главное – на тот момент никто не занимался разработкой типовых решений, ниша была свободной.

Именно на этом сегменте новая команда сосредоточила свои усилия.



Была разработана линейка типовых проектов, которая практически в неизменном виде сохранилась до сих пор.

- Визитка 4900
- Визитка 7900
- Стандарт 12900
- Витрина 16900

Первое время решения разрабатывались на своей CMS- системе, которую разрабатывал и поддерживал Евгений Нефедов. Называлась система – IufecSoft. За основу был взят фрейм-ворк Kohana на которой впоследствии разрабатывались все внутренние проекты.

Но вскоре стало понятным, что у компании нет достаточных ресурсов для развития и поддержания собственной CMS-системы, и было принято решение использовать CMS- системы сторонних разработчиков.

В ходе тщательного анализа были выбраны две платформы:

- В качестве основной HostCMS
- Вспомогательная Bitrix.

Выбор в пользу HostCMS в силу нескольких причин:

1. Наличие бесплатной редакции.
2. Обширные функциональные возможности бесплатной редакции, за исключением поиска и личного кабинета, имеются все необходимые для создания интернет-магазина функциональные модули.
3. Платформа технически отработана, имеет удобный интерфейс, технически грамотно реализована.



В совокупности эти преимущества позволили реализовать все задумки и создать отработанную линейку типовых решений.

Вспомогательная платформа Bitrix использовалась для разработки сложных и масштабных проектов больших интернет-магазинов и порталов.

Основными преимуществами данной платформы является:

- Гибкость и открытый под решения, которые позволяют реализовать любые технологические задумки.

- Платформа является своеобразным отраслевым стандартом. Многие заказчики требуют реализацию проектов именно на Битрексе.

- Обширные функциональные возможности- на Битриксе реализовано большое количество модулей и функций.

- Мощная маркетинговая поддержка – разработчик активно поддерживает

дилеров – в первую очередь за счет масштабных рекламных компаний в сети и маркетинговых мероприятий. Ежегодно Битрикс в каждой крупном городе проводит две-три конференции «Формула Сайтов», которые собирают обширную бизнес-аудиторию и широко освещаются в СМИ.

- В дальнейшем к этим преимуществам добавился «Чаркет Плейс» готовых решений – интернет-магазин, на котором можно купить решение сторонних разработчиков: от простого модуля до крупного магазина. Эта фишка есть только у Битрикс.

Создание типовых решений открыло перед компанией массу перспектив:

- Во-первых, за счет сокращения технологического процесса снижалась трудозатратность, а значит и себестоимость проектов, повышалась производительность – компания могла изготавливать до 50 проектов в месяц, при средней отраслевой выработке - 2-3 проекта.



- Снизилась расходы на последующее сопровождение проектов – решения, имеющие ошибки были оттестированы
- Снижались требования к технологическому персоналу – типовой сайт, после непродолжительной стажировки, мог разрабатывать даже студент, который более-менее владеет HTML-версткой.
- Привлекательная стоимость для заказчика.
- Более простая технология продаж – заказчик практически получает готовый продукт. Ему купить готовый продукт психологически проще.
- Меньше выбор- меньше сомнений
- Не нужно мучить себя лишними согласованиями.
- Можно на начальном этапе потрогать то, что покупаешь.
- Ниже стоимость - ниже риск
- Снижались требования к сотрудникам отдела продаж – чтобы продавать типовые решения требуется знать их функциональные возможности и владеть технологией продаж.



Продавать же эксклюзивные проекты на порядок сложнее, поскольку от сотрудника отдела продаж также требуется достаточно хорошо знать технологии Веб-разработок и быть способным на пальцах проконсультировать заказчика по любому технологическому вопросу.

В совокупности перечисленные преимущества обеспечили компании стабильное развитие.

Основным сдерживающим фактором являлось отсутствие свободных рук – приходилось все делать самим...

Поэтому в начале 2010 года компания переехала в более просторный офис – БД «Петровский» по ул. Труда 84, офис 507, в котором «жила» почти 4 года.

Стремительный толчок дал стремительное развитие отдела продаж.

В отделе продаж были использованы эффективные фишки:

- Во-первых, процесс продаж был разделен на два этапа – холодные звонки и встречи, продажи. Это позволило обеспечить стабильный обзвон потенциальных клиентов, а значит стабильные встречи и продажи. Вообще холодные звонки – это ахилесова пята любого продавца – трудно разорваться между звонками и встречами, а иногда просто лень.



- Во-вторых, была отработана и отлажена процедура обучения новых менеджеров. Буквально без опыта в продажах и глубоких знаний в веб-отрасли. Молодые сотрудники отдела продаж выходили на стабильные результаты буквально за три-четыре месяца.

Это позволило достаточно быстро сформировать эффективный отдел продаж и обеспечить стабильные продажи.

Другой фишкой стало грамотное использование партизанского маркетинга. Рекламный бюджет был скудным, а продавать требовалось много и стабильно, и поэтому в ход шли все доступные инструменты.

Хорошие результаты показали:

- Массовая @mail рассылка. Казалось банальный спам, а результат был впечатляющий – до 5 заявок в день. Плюс технология была до безумия проста – рандомизатор текста + обычный почтовый серверный Бот.

- Нелегальная наружная реклама. Рискованно, но результативно. Рекламные носители делались добротными, поэтому целевую аудиторию это не смущало. А грамотная и гибкая работа с владельцами рекламных мест, где мы самовольно размещали свою рекламу позволила минимизировать риски, а в некоторых случаях размещать рекламу на законных основаниях. В

дальнейшем с нелегальной рекламы мы перешли на взаимозачетные схемы размещения наружной рекламы.

- Event – маркетинг- быстро поняли, что хорошее и известное имя стоит многого. Поэтому стали активно проводить бизнес мероприятия.

Первым крупным проведенным мероприятием было участие в семинаре «Бизнес - Четверг», который проводит Администрация г.Челябинск.



Начиная с 2010г. ,компания «Интек» INTEC является организационными event-партнерами компании Битрикс и проводит в Челябинске все конференции «Формула сайта» и «Формула компании» в качестве соорганизатора. Вообще в компании наработан обширный опыт проведения масштабных бизнес – мероприятий.

Докладчиками выступают:

Ярослав Голуб – Директор

Владимир Азовских – менеджер по работе с клиентами.

К концу 2010 началу 2011 года были сформированы ключевые отделы компании:

- Отдел продаж – Денис Проскурин, Сергей Галямов, Александр Корнев и еще два человека.
- Отдел Дизайна- Светлана Веденеева, Ильмира(33 стр), Роман Креков, затем Дмитрий Барашков и Марина Смирнова
- Отдел Разработок – Евгений Нефедов, Владимир Ивлев, Николай Фомин и еще два человека.
- Служба тех. поддержки

Параллельно с основной деятельностью с 2011 года разработка амбициозного проекта DIPO.RU.

Данный проект объединяет две позиции:

- Конструктор сайтов

- Торговая площадка

Основная фишка проекта заключается в том, что пользователь с момента запуска сайта сразу получает возможность организовать онлайн –продажи товаров сайта на торговой площадке. Это очень актуальная задача для молодых сайтов. Поскольку продвижение сайта в поисковиках достаточно продолжительная по времени процедура и требует не малых финансовых затрат. А традиционные инструменты интернет рекламы имеют достаточно высокую стоимость привлеченного посетителя.



В настоящее время DIPO.RU является основной технологической платформой и на ней запускается основная часть сайтов.

Проект на сегодняшний день реализован частично и еще многое предстоит сделать.

В первую очередь обеспечить высокую посещаемость торговой площадки. К этому привлечены не малые ресурсы. И мы уверены, что уже в ближайшее время будут достигнуты хорошие результаты.

Не так давно мы решили множество задач:

- В первую очередь автоматизировали процесс тестирования. Много времени мы сталкивались с большим количеством технических ошибок при релизах. Сейчас процесс обновления проходит тесты и множество ошибок удается отловить на автомате.
- Второе, мы непрерывное усовершенствование проекта – разрабатываем и внедряем новые функции и модули.

Ключевым событием в жизни компании стал выход на рынок поисковой оптимизации и поискового продвижения .

Первая концепция рекламного продукта – «комплексное продвижение» появилась в середине 2011 года. На тот момент основным продуктом были типовые сайты, и становилось очевидным, что компания упускает большую возможность, ограничиваясь услугами только разработок.

Ключевой особенностью комплексного продвижения являлось стандартизация результатов рекламной компании. Главное то, что мы ушли от (и тем самым рискованных для нас) условий в привязкой результатов ТОП 10 заранее согласованных ключевых слов, и стали гарантировать определенное количество поискового трафика и объем контактной поддержки. Это позволило:

1. Во-первых стандартизировать ценообразование, что в свою очередь позволило нам без предварительных расчетов предлагать клиентам четкое предложение с фиксированной ценой.
2. Во-вторых, трафиковое продвижение давало нам большие свободы действий и маневры в достижении результатов рекламной компании. Мы могли сами определять, какие слова выгоднее продвигать, и нам не требовались бесконечные согласования с заказчиком.
3. В-третьих, благодаря тому, что мы полностью занимались контактной поддержкой сайта, мы в минимальной степени зависели от сотрудников Заказчиков, что позволяет существенно сокращать сроки запуска рекламной компании.

Благодаря этим преимуществам комплексное продвижение оказалось востребованным на рынке и мы сумели достаточно быстро - за 6-12 месяцев занять стабильное положение на рынке поисковой оптимизации.

В настоящее время услуги поискового продвижения являются основным направлением деятельности компании .



АДМИНИСТРАЦИЯ ГОРОДА ЧЕЛЯБИНСКА
УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ
Ремонтный пер., 2, г. Челябинск, 454113, тел/факс: (351) 263 99 71

№ 50 от 2010 № 668/000-9

На _____ от _____

Руководителю
Интернет-агентства «Intec»
Я.О. Голубу

Уважаемый Ярослав Олегович!

Управление экономики Администрации города Челябинска благодарит Интернет-агентство «Intec» за профессиональную организацию и проведение в июле 2010 года в рамках проекта «Бизнес-четверг» первого Вебинара для предпринимателей города по теме «Интернет-маркетинг для успешного бизнеса», а также семинара по теме «Интернет продвижение товаров и услуг в новых экономических условиях».

Благодаря высокой квалификации и профессионализму докладчиков (Юрия Смагина и Ярослава Голуба), рассмотрению практических ситуаций различного уровня сложности, каждый из слушателей смог извлечь то, что целесообразно к использованию в их профессиональной деятельности. В данных мероприятиях приняли участие более 150 человек.

Желаем Вашей организации дальнейшего развития бизнеса.

Начальник Управления



А.Н. Руденко

Чистякова
263 43 39

Отдел SEO самый крупный по численности, на услуги SEO приходится основная часть продаж.

Мы постоянно развиваем и совершенствуем наш портфель

SEO-услуги:

- Совершенствуем технологию поискового продвижения. SEO очень изменчивая область и нам приходится постоянно отслеживать эффективность наших подходов и при необходимости корректировать их.
- Мы периодически добавляем новые инструменты. Например, в середине 2014 г. мы организовали систематическое размещение торговых предложений наших проектов на крупных Досках объявлений.
- Мы постоянно оптимизируем внутренние бизнес-процессы, стремимся распределять и настраивать работу сотрудников таким образом, чтобы работа выполнялась максимально продуктивно.
- Мы разрабатываем и внедряем в работу технические сервисы, которые позволяют автоматизировать «ручные» процедуры в нашей технологической цепочке, за счет чего служит трудозатратность (себестоимость работ).

Из работающего можно назвать сервис статистики INTECSTAT.RU и систему автоматизации действий браузера Хьюман Эмулятор. Первый сервис позволяет отслеживать результат рекламной компании, второй – автоматизировать простейшие процедуры действий пользователя (например, можно настроить скрипт на массовую регистрацию аккаунтов в социальных сетях).

Сейчас активно идет разработка контентного сервиса, который позволяет автоматизировать работу сотрудников по контентной поддержке сайтов. Основные функции контентного сервиса заключается в поиске подходящего контента и его переработке, и простом размещении контента на наших сайтах. Например, данный сервис позволяет спарсить каталог товаров с

Как продвигать молодой сайт?



нужных сайтов и разместить товары на наших сайтах. Также сервис позволяет писать уникальный контент и реализовывать много других полезных вещей.

В середине 2013 года мы запустили направление типовых сайтов на Bitrix MarketPlace. В настоящее время мы разработали порядка 12 решений – в основном интернет-магазины и сайты-каталоги. Сейчас мы под собственным именем локализуем также лучшие решения Bitrix MarketPlace сторонних разработчиков, за счет чего мы смогли существенно расширить линейку типовых сайтов на Bitrix.

Под конец 2013 года мы переехали в новый просторный офис. Причиной послужила потребность в расширении, а также неудобное расположение помещений в старом офисе, что порой провоцировало некую разрозненность в работе в работе компании.

Новый офис всем пришелся по душе, а самое главное дал возможность для создания новых рабочих мест и расширения деятельности компании.

Планы на будущее.

Безусловно нас всех ждет светлое будущее ;)

А если серьезнее, то мы расскажем о ключевых концепциях, на которые мы опирались в ходе развития компании:

1. Создание и развитие сервисов для автоматизации рутинных процедур. В первую очередь для отдела SEO, поскольку большой обзор ручных рутинных процедур, которые можно с успехом автоматизировать. Почему автоматизация – потому что только она способна в разы снизить себестоимость услуг, а значит получить отрыв от конкурентов.

2. Реализация рекламных сервисов – DIPO.RU. купонный сайт, форма контента, которые в перспективе откроют для нас масштабный рынок интернет-сервисов. Собственно, что отличает сервис от интернет-агентства – себестоимость работы на одного клиента. В первом случае она стремится к нулю, во втором она остается постоянной. Собственно, наше мнение – будущее за сервисами и высокоинтеллектуальными услугами. Туда мы с вами и идем.



3. Обучение и развитие персонала. Мы стремимся к тому, чтобы для членов нашей команды знания были самоценны. Поэтому мы всячески поощряем и способствуем обучению наших сотрудников. Светлое будущее за светлыми мозгаит;))

4. Выход на соседние регионы. Челябинск наш город! Но мы уверены, что может быть не менее успешны в других регионах. В планах выйти на рынок :Екатеринбурга, Кургана, Уфы, Тюмени, Санкт-Петербурга.

На последок хотелось бы пожелать нам Всем Удачи, Рвения и Успехов!!!

Как говорится: « Побеждают лишь те, кто сражается!»

Миссия

Для клиентов и рынка:

Создавать эффективные и доступные инструменты интернет-маркетинга, открывающие малым и средним компаниям удобный и экономический доступ к технологиям интернет-продаж и маркетинга.

Для сотрудников компания быть отличной командой по интересам, создавать оптимальную среду для самореализации и профессионального развития.

Достижения

- Компания INTEC является безоговорочным лидером в сегменте низкобюджетных, типовых сайтов на рынке Челябинска. За время работы компания INTEC реализовывала более 2000 интернет проектов от простых сайт-визиток до сложных порталов и сервисов.

- Компания INTEC занимает прочные позиции на рынке интернет-рекламы и входит в 5-ку лидеров по числу проектовую
- Компания INTEC входит 3-ку лидеров рынка г.Челябинска по объему оказываемых услуг.
- Компания INTEC занимает второе место на рынке г.Челябинска по числу сотрудников.
- Компания INTEC обладает колоссальным техническим потенциалом и располагает уникальными технологиями. Мы реализовывали колоссальный по сложности проект DIPO.RU и



продолжаем его развивать. Параллельно мы инвестируем в новые технологии и сервисы, которые позволяют нам работать эффективнее.

- Компания INTEC располагает самым узнаваемым в бизнес-среде брендом.

Возможности карьеры:

Мы искренне ценим в людях профессионализм и стремление к личному развитию. Мы как одна команда стремимся с каждым днем становиться профессиональнее, образованнее и эффективнее. Для этого мы организовали в каждом отделе эффективную систему обучения и наставничества. Благодаря этому начинающие сотрудники легко вживаются в наш коллектив и достаточно в короткие сроки осваивают необходимые для работы знания и навыки.

Буквально за год-полтора из вчерашних студентов у нас вырастают настоящие профессионалы своего дела.

В нашей компании нет жесткой иерархии – руководители отделов, да и сам Директор, вместе с рядовыми сотрудниками над текущими проектами. В нашей компании

руководитель – это в первую очередь наставник, помощник и учитель, а уже потом во вторую очередь контролер и распределитель задач. Поэтому в нашей команде, как правило, люди с достаточной самоорганизованностью, нацеливанием на профессиональный рост в любой день.

Мы ценим и поддерживаем рабочие инициативы сотрудников. Поэтому, если вы разделяете такие ценности, нам однозначно по пути!

Мы постоянно развиваем наши услуги и сервисы, и у нас есть много интересных и ответственных задач для целеустремленных и любознательных людей.

Мы не можем обещать быстрых и ответственных постов, поскольку просто не видим в них смысла и ценности. Зато мы можем обещать Вам стремительное профессиональное развитие, радость и удовлетворение от работы и коллектива.



Г Л А В А 2.

Конкурентные преимущества и основные продукты

Содержание Главы :

1. Конкурентные и ключевые преимущества
2. Основные продукты
 - 2.1 Описание продукта « Разработка типового сайта»
 - 2.2 Описание продукта « Комплексное продвижение сайта »
 - 2.3 Описание продукта « Контекстная реклама »
 - 2.4 Описание продукта « Лендинг Пейдж»
 - 2.5 Описание продукта « Доски объявлений»

2.1 Конкурентные и ключевые преимущества

- ✓ Индивидуальная работа менеджеров с каждым клиентом
- ✓ Гарантия качества (Распределение обязанностей, клиенту все равно как мы распределяем обязанности, главное вот такой продукт)
- ✓ Справедливая стоимость (Цена – качество, стоит ровно столько сколько работаем)
- ✓ Комплексный продукт
- ✓ Широкий набор инструментов
- ✓ Создание продукта под ключ
- ✓ Постпродажное сопровождение
- ✓ Автономность продукта от создателя
- ✓ Возможность передачи ответственности по развитию продукта разработчику (Дипо)
- ✓ Жесткое соответствие продукта стандартам компании Интек
- ✓ Индивидуальный дизайн
- ✓ Очевидная бюджетность (Профессиональная бюджетность)
- ✓ Наличие сертификатов
- ✓ Систематическая модернизация продукта
- ✓ Маркетинговая результативность продуктов
- ✓ Удобство эксплуатации
- ✓ Выделенный менеджер проекта (Ответственный менеджер)
- ✓ Использование отработанных, надежных технологий
- ✓ Прозрачные условия договора



Внутренняя презентация

1. Подготовительный этап. Включает:

- подписание договора (необходимо получить реквизиты)
- заполнение брифа (тех задания)
- получение материала (логотип, фотоматериал, фирменные цвета и т.д.)
- предварительная оплата 50%
- регистрация доменного имени

2. Разработка и согласования дизайна

- разработка дизайна осуществляется на основании брифа и фотоматериала заказчика.

Разрабатывается один макет дизайна.

- предоставление макета на согласование заказчику.
- предоставление заказчиком исчерпывающих замечаний в письменном виде
- корректировка макета
- предоставление макета дизайна заказчику на утверждение и оплата 2 половины

3. Программирование сайта и выкладка на хостинг

4. Обучение клиента управлению сайтом. При необходимости заполнение сайта.

- оплата оставшейся стоимости разработки сайта. Оплата годовой стоимости хостинга.

Основные конкурентные преимущества

<i>Создание сайта</i>	<i>Продвижение сайта</i>	<i>Плюсы работы с Intec</i>
Удобная структура сайта с понятной навигацией – больше заявок с сайта	Работа на результат: гарантированное количество посещений в зависимости от тарифа	Наличие в штате компании всех квалифицированных специалистов. Наличие сертификатов от крупных интернет-компаний, таких как 1С-Битрикс, Яндекс, которые подтверждают высокий уровень
Бесплатная административно-техническая поддержка. На все Ваши вопросы ответит квалифицированный	За счет использования контекстной рекламы и поискового продвижения достигается максимальный	

специалист	эффект	квалификации специалистов.
При разработке сайта мы создаем для Вас индивидуальный дизайн вне зависимости от стоимости проекта	В рамках продвижения на старших тарифах – бесплатные доработки на сайт, контентная поддержка	Компания занимается не только разработкой, но и продвижением сайтов. При этом учитываются все технологические стандарты: сайты, созданные компанией Intec без труда можно продвигать и дорабатывать.
Наша компания специализируется на профессиональной разработке сайтов с доступным бюджетом.	На весь период продвижения мы бесплатно переносим сайт на наш хостинг, для гарантии безопасности Вашего сайта	Компания Intec входит в десятку лучших интернет-компаний Челябинска и имеет большой опыт по количеству реализованных проектов.
Гарантия качества.	Вам предоставляется доступ к системам статистики, ежемесячные отчеты по проделанной работе. Вы имеете возможность отслеживать динамику.	