

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА  
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

Кафедра українознавства, культури та документознавства

Кваліфікаційна робота

ВЕБСАЙТ КОМПАНІЙ СФЕРИ ПОСЛУГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ  
КОМУНІКАЦІЇ З КЛІЄНТАМИ  
(НА ПРИКЛАДІ САЛОНУ КРАСИ «ANNA PA LASHES'»),  
м. ГЕРЦЛІЯ, ІЗРАЇЛЬ)

Студентки 4 курсу групи 401-ГД  
спеціальності 029 «Інформаційна,  
бібліотечна та архівна справа» \_\_\_\_\_ Миголь Яніни Василівни

Науковий керівник:  
к.філол.н., доцент \_\_\_\_\_ Чередник Людмила Анатоліївна

Завідувач кафедри:  
д.і.н., професор \_\_\_\_\_ Передерій Ірина Григоріївна

Полтава 2024

Деканові  
факультету філології, психології та  
педагогіки  
Національного університету  
«Полтавська політехніка  
імені Юрія Кондратюка  
Анні АГЕЙЧЕВІЙ  
студентки групи 401-ГД  
спеціальності 029 Інформаційна,  
бібліотечна та архівна справа  
Миголь Яніни Василівни

#### ЗАЯВА

Прошу затвердити тему кваліфікаційної роботи: Вебсайт компаній сфери послуг як ефективний засіб комунікації з клієнтами (на прикладі салону краси «Anna Pa Lashes'», м. Герцлія, Ізраїль).

Науковим керівником прошу призначити кандидата філологічних наук, доцента, доцента кафедри українознавства, культури та документознавства Чередник Людмилу Анатоліївну.

12.02.2024

Яніна МИГОЛЬ

Завідувач кафедри

Ірина ПЕРЕДЕРІЙ

Керівник

Людмила ЧЕРЕДНИК

Національний університет «Полтавська політехніка  
імені Юрія Кондратюка»

Факультет філології, психології та педагогіки  
Кафедра українознавства, культури та документознавства  
Спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри українознавства, культури та  
документознавства \_\_\_\_\_ Ірина ПЕРЕДЕРІЙ

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРУ**

Миголь Яніни Василівни

- 1.Тема роботи: Вебсайт компаній сфери послуг як ефективний засіб комунікації з клієнтами (на прикладі салону краси «Anna Pa Lashes'», м. Герцлія, Ізраїль).
2. Керівник роботи :к. філол. н., доц. Чередник Людмила Анатоліївна
3. Термін подання роботи 14.06.2024 р.
4. Мета й завдання кваліфікаційної роботи: вивчити ефективність вебсайту як засобу комунікації з клієнтами в сфері послуг.

Дата видачі завдання 23.02.2024 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

<b>№ з/п</b>	<b>Назва етапів кваліфікаційної роботи</b>	<b>Термін виконання</b>	<b>Примітки</b>
1	Теоретична частина	11.03.24– 30.03.24	37 %
2	Аналітична частина	01.04.24 – 25.04.24	36 %
3	Проектна частина	26.04.24 – 18.05.24	27 %
4	Виготовлення ілюстративного матеріалу та підготовка до захисту	20.05.24 – 04.06.24	100%
5	Захист роботи	25.06.2024	

Бакалавр

\_\_\_\_\_

(підпис)

Яніна МИГОЛЬ

Керівник роботи

\_\_\_\_\_

(підпис)

Людмила ЧЕРЕДНИК

## АНОТАЦІЯ

**Миголь Я.В. Вебсайт компаній сфери послуг як ефективний засіб комунікації з клієнтами (на прикладі салону краси «Anna Pa Lashes'», м. Герцлія, Ізраїль).** Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність», Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», Полтава, 2024.

У бакалаврській роботі розглянуто роль вебсайту компанії сфери послуг у комунікації з клієнтами. Також проаналізовано інноваційні можливості вебсайту в діяльності фірми, окреслено основні етапи розроблення вебсайту, описано процеси його тестування, вдосконалення та впровадження у функціонування салону краси.

Ключові слова: салон краси, вебсайт, програма, бізнес, інноваційні технології, комунікація.

61 с., 14 рис., 51 джерело.

## ABSTRACT

**Myhol Yanina. Service companies website as an effective means of communication with customers (based on the beauty salon "Anna Pa Lashes", Herzliya, Israel).** Specialty 029 Information, library and archives, specialization "Documentation and Information Activity". National University "Yuriy Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava, 2024.

The bachelor's thesis examines the role of the service company's website in communication with clients. The innovative capabilities of the website in the company's activities were also analyzed, the main stages of website development were outlined, and the processes of its testing, improvement and implementation in the operation of the beauty salon were described.

Keywords: beauty salon, website, program, business, innovative technologies, communication.

61 pp., 14 pic., 51 sources.

## ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	
ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1.ВЕБСАЙТ КОМПАНІЇ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ЇЇ ДІЯЛЬНІСТЮ..	
1.1 Роль вебсайту в підтримці бізнесу та комунікації з клієнтами.....	12
1.2 Інноваційні можливості вебсайту.....	20
1.3. Уплив вебсайту на ефективність діяльності салону краси.....	26
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ВЕБСАЙТУ САЛОНУ КРАСИ«ANNA PA LASHES'».....	
2.1. Технології та платформи для розроблення вебсайту .....	34
2.2. Аналіз процесу розроблення вебсайту для салону краси .....	48
2.3. Тестування, вдосконалення та впровадження вебсайту .....	52
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	58

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

SEO	Заходи з підвищення видимості вебсайту
SSL	Стандартний протокол захисту інформації
HTTPS	Стандартний протокол прикладного рівня передачі даних у мережі
CRM	Управління взаєминами з клієнтами
CMS	Система управління контентом
HTML	Мова розмітки вебсайтів
CSS	Каскадні таблиці стилів

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** В епоху цифрових технологій ефективна комунікація з клієнтами набуває нових форм та методик. Одним із найважливіших елементів успішного бізнесу в сфері послуг є вебсайт, який слугує потужним інструментом для презентації можливостей фірми, залучення нових клієнтів, формування іміджу та зміцнення конкурентних позицій на ринку.

Відомо, що професійно розроблений вебсайт давно вже став невід'ємною частиною маркетингових стратегій сучасної індустрії краси, оскільки не тільки сприяє постійному покращенню обслуговування клієнтів, а й оптимізує внутрішні процеси закладу, що уможливорює підвищення ефективності їхньої діяльності. В умовах зростаючої конкуренції на ринку краси, важливою стає можливість стати унікальними саме за допомогою інноваційних технологій та високоякісного онлайн-сервісу.

З огляду на те, що кількість салонів краси постійно збільшується, конкуренція в цьому секторі стрімко зростає. Саме тому на вебсайт покладаються важливі сподівання не тільки як на засіб залучення клієнтів, а й як один із шляхів вирізнитися з-поміж схожих за профілем компаній.

Відомо, що сучасні споживачі звикли шукати інформацію про продукти та послуги в Інтернеті, перш ніж прийняти рішення про покупку. Вебсайт салону краси може стати таким джерелом інформації та допомогти клієнтам прийняти правильне рішення.

Ще однією перевагою вебсайту є те, що він може бути доступним для людей у всьому світі, а це, насамперед, уможливорює розширення його потенційної аудиторії. Ураховуючи всі переваги вебсайту в діяльності компаній сфери послуг, актуальність обраної теми не викликає сумнівів.

**Мета дослідження:** вивчити ефективність вебсайту як засобу комунікації з клієнтами в сфері послуг.

Виконання кваліфікаційної роботи спрямоване на досягнення таких **завдань:**

1. Дослідити концепції і моделі комунікації через вебсайти.
2. Проаналізувати сучасні тенденції вебдизайну в сфері послуг.
3. Розробити рекомендації щодо оптимізації контенту вебсайту салону краси для покращення взаємодії з клієнтами.

**Об'єкт:** процеси комунікації між компаніями сфери послуг і їх клієнтами за допомогою вебсайтів.

**Предмет:** комунікаційні можливості вебсайту сфери послуг у роботі з клієнтами (на прикладі салону краси «Anna Pa Lashes'», м. Герцлія, Ізраїль).

Під час написання роботи використовувалися такі **методи дослідження:** аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, елементи моделювання.

**Наукова новизна** роботи полягає у тому, що під час дослідження на основі узагальнення світового досвіду інтернет-маркетингу в сфері послуг було розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення вебсайту салону краси «Anna Pa Lashes'» (м. Герцлія, Ізраїль), оскільки він потребує оновлення з метою покращення комунікації з клієнтами.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у можливості модернізації існуючого вебсайту салону краси «Anna Pa Lashes'» (м. Герцлія, Ізраїль). Розроблені рекомендації можуть бути застосованими у діяльності салону.

**Апробація роботи.** Окремі положення кваліфікаційної роботи було представлено на ІХ Всеукраїнській науковій студентській конференції (м.Вінниця, 12 квітня 2024 р.) та опубліковано у вигляді тез:

Миголь Яніна Василівна. Роль вебсайту в рекламі та промоції салону краси. Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері: збірник матеріалів ІХ Всеукраїнської наукової студентської конференції (м. Вінниця, 12 квітня 2024 р.) / ред. кол. Г. П. Лукаш, О. М. Анісімова та ін. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. С. 61-63.

**Структура кваліфікаційної роботи.** Робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 51 найменування. Загальний обсяг роботи 62 сторінки.

## РОЗДІЛ 1

### ВЕБСАЙТ КОМПАНІЇ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ЇЇ ДІЯЛЬНІСТЮ

#### 1.1 Роль вебсайту в підтримці бізнесу та комунікації з клієнтами

Вебсайт відіграє ключову роль у сучасному бізнесі, виконуючи численні функції, які сприяють росту і розвитку компанії. Не є винятком і салони краси, для яких сайт є одним із аспектів маркетингового плану.

Загальновідомо, що вебсайт – це «сукупність вебсторінок, пов'язаних між собою та розміщених на одному або декількох серверах» [5]. Ці сторінки містять текстову та візуальну інформацію, зображення, відео та інші мультимедійні елементи, які описують компанію, товари чи послуги. Доступ до вебсайту можна отримати за допомогою браузера, наприклад, Chrome, Firefox, Safari або Edge, ввівши його URL-адресу [5].

Дослідники окреслюють такі основні завдання вебсайту:

- реклама продукції, послуг, ідей;
- продаж товарів, послуг, інформації, ідей;
- безкоштовне надання інформації або послуг. Представлення інформації або надання послуг є стратегією залучення відвідувачів на вебсайт з метою отримання певної інформації або використання рекламних можливостей, якщо це рекламна платформа;
- підтримка клієнтів [51].

Варто наголосити, що дотепер офіційної загальної класифікації вебсайтів немає, але є базові характеристики, за якими їх можна поділити. Найпоширенішим поділом сайтів є такий:

- 1) сайт-візитівка;
- 2) корпоративний сайт;
- 3) сайт-вітрина;
- 4) промо-сайт;
- 5) Інтернет-магазин [3].

Схарактеризуємо коротко кожен із цих видів.

Вебсайт-візитівка представляє собою інформаційний ресурс в Інтернеті, який є корисним для початківців і фахівців у відповідній галузі. Цей сайт можна розглядати як електронний буклет про компанію, що містить контактні дані та оглядову інформацію щодо її діяльності. Дані сайту мають бути короткі, чіткі і, найголовніше, містити інформацію про сферу діяльності, інтереси тієї компанії, як представляє себе на сайті. Сайт-візитівка не повинен бути перевантажений інформацією, яка можливо не знадобиться потенційному клієнтові або партнерові.

Корпоративний сайт, можна вважати найбільш професійним виглядом представництва компанії в мережі. Він є обов'язковим інструментом успішного бізнесу будь-якої компанії. Якнайперше, сайти подібного роду допомагають формувати позитивний імідж компанії, залучають нових замовників, які можуть не знати про існування фірми на ринку, також розширюють ринок збуту компанії.

Найбюджетнішим варіантом реклами компанії, на думку фахівців, є сайт-вітрина. Якщо є потреба продавати в мережі тільки один конкретний товар або групу товарів, то цей вид сайтів добре підходить. На сторінках даного сайту «знаходиться вся необхідна інформація для клієнта»[8, с. 21.], який прагне побачити, поцікавитися та купити товар, не звертаючи увагу на непотрібні новини та посилання.

На відміну від інших видів, де клієнт складає уявлення про наявність всіх товарів, за допомогою інтернет-магазину він може ще й зробити замовлення, вибрати варіант розрахунку, спосіб отримання замовлення та одержати рахунок на оплату. Такий сайт має бути зручним і функціональним, щоб відвідувач міг легко знайти те, що потрібно,

Також перевагами можна вважати велику аудиторію, можливість розміщувати необмежений асортимент товарів, своєчасно реагувати на зміни на ринку, враховувати потреби клієнтів та інші.

Крім того, сайти також можна класифікувати за:

- 1) доступністю сервісів;
- 2) фізичним розташуванням;
- 3) призначенням та складністю [21, с. 70].

За доступністю сервісів сайти поділяють на:

- 1) відкриті – усі сервіси доступні для відвідувачів і користувачів;
- 2) напіввідкриті – для доступу необхідно зареєструватися;
- 3) закриті – це повністю закриті службові сайти організацій (наприклад, корпоративні сайти), особисті сайти приватних осіб [19, с. 10].

За фізичним розташуванням поділ сайтів класифікуємо: якщо сайт доступний користувачам з мережі Інтернет, він вважається зовнішнім, а сайт, до якого можна здійснювати лише користувачам локальної мережі, вважається внутрішнім. Внутрішнім сайтом може бути корпоративний вебсайт компанії або особистий сайт, доступний лише в мережі компанії.

За призначенням сайти поділяють на:

- 1) бізнес-сайти – сайти, які містять інформацію про компанії та їхні послуги, здійснюють функцію електронної торгівлі;
- 2) інформаційні сайти – призначені для інформування відвідувачів, поширення новин, тематичні сайти, енциклопедії, словники тощо;
- 3) сайти соціальних мереж – інтерактивні розраховані на широку аудиторію вебсайти, які заповнюються самими учасниками мережі;
- 4) вебпортали – сайти, через які можна вийти на інші ресурси Інтернету;
- 5) сайти сервісів – сайти служб, які існують у мережі Інтернет, також до них відносяться, сайти пошукових служб (Google, Bing), поштові сайти, вебфоруми, онлайнві сховища даних (Skydrive), сайти служб онлайнного документообігу (Google Docs), зберігання та обробки фотографій (Picnik, ImageShack, Panoramio, Photobucket), зберігання відео (You Tube) [3].

Також існує ще одна класифікація сайтів сервісів за можливістю зберігання інформації (рис. 1.1):



Рис. 1.1 – Класифікація вебсайтів [28, с. 105]

Варто окреслити необхідні елементи для успішного введення вебсайту.

1) Зрозуміла структура навігації допомагає відвідувачам швидко знаходити потрібну інформацію. Добре організоване меню та чіткі категорії покращують загальну взаємодію з користувачем.

2) Мобільна зручність із зростанням використання мобільних пристроїв. Вебсайт, адаптований до мобільних пристроїв, має вирішальне значення для охоплення широкої аудиторії. Мобільна оптимізація гарантує коректне відображення вебсайту на різних пристроях.

3) Високоякісний контент, переконливий та інформативний вміст залучає відвідувачів та утримує їхню увагу довше. Високоякісний контент утворює компанію як експерта галузі та спонукає до повторних відвідувань.

Кнопки із закликком до дії, стратегічно розміщені, спонукають відвідувачів виконати бажані дії, наприклад зробити покупку, підписатися на інформаційні бюлетені або зв'язатися з компанією [8].

Високий рівень видимості вебсайту в пошукових системах є ключовим фактором для залучення органічного трафіку, що підкреслює важливість стратегій SEO. Ретельне дослідження ключових слів допомагає визначити

належні пошукові терміни, які потенційні клієнти використовують у своїх пошукових запитах. Інтеграція цих головних слів у вміст вебсайту підвищує його позиції в пошукових системах.

Крім того, ефективні мета-теги та описи надають стислі підсумки вмісту вебсторінок. Відповідно, швидке завантаження вебсайту поліпшує користувацький досвід та знижує відсоток відмов. Оптимізація зображень, використання кешування та вибір надійного хостингу сприяють покращенню швидкості завантаження. Наприклад, Google віддає перевагу вебсайтам, що мають адаптивний дизайн для мобільних пристроїв, у результатах мобільного пошуку, що підкреслює важливість такого дизайну.

Безумовно, глибокий аналіз даних вебсайту допомагає компаніям зрозуміти поведінку користувачів і приймати обґрунтовані рішення. Інструменти вебаналітики відстежують взаємодії користувачів, наприклад перегляди сторінок, час перебування на сайті та шляхи конверсії тощо.

Моніторинг ключових показників, зокрема, таких, як показники відмов, коефіцієнти конверсії та джерела трафіку, дозволяє компаніям оцінювати ефективність вебсайту. Налаштування відстеження конверсій допомагає визначити джерела, які спонукають до найцінніших дій, до прикладу, таких, як покупки чи реєстрації.

Насамперед, вебсайт компанії сфери послуг, і салону краси зокрема, виконує низку важливих функцій, починаючи від представлення сервісу і завершуючи підтримкою відносин з клієнтами та наданням корисної інформації. Він є не тільки інструментом для реклами та продажів, але й платформою для побудови спільноти та взаємодії з аудиторією.

Ще однією важливою роллю вебсайту для салону краси є можливість створення ефективної стратегії маркетингу та просування. Вебсайт, головне, «дозволяє салону привертати нових клієнтів через пошукові системи, соціальні мережі та інші онлайн-канали»[9, с. 30].

Суттєво впливає на сприйняття компанії дизайн сайтів. Візуально привабливий вебсайт із постійними елементами брендингу справляє незабутнє

враження на відвідувачів. Також оптимізація шляху користувача і забезпечення простоти використання підвищує задоволеність користувачів. Професійний дизайн вселяє довіру клієнтів, посилюючи їхню віру у компанію.

Вирішальне значення для захисту як бізнесу, так і його клієнтів має безпека вебсайту. Регулярне резервне копіювання та оновлення програмного забезпечення захищають вебсайт від потенційної вразливості. Упровадження заходів безпеки запобігає також спробам злому та витоку даних.

Полегшують та пришвидшують допомогу функції підтримки клієнтів на вебсайтах. Так, підтримка в чаті пропонує допомогу в реальному часі, підвищуючи задоволеність його відвідувачів. Повний розділ поширених запитань надає миттєві рішення поширених запитів. Контактні форми та підтримка електронною поштою «дозволяють клієнтам легко зв'язатись із бізнесом» [8].

Якщо розглядати роль вебсайту у такій галузі як сфера послуг, а саме салони краси, то слід зауважити, що він є невід'ємним інструментом, який допоможе покращити певні аспекти розвитку даної сфери.

Послідовне повідомлення про бренд на вебсайті допомагає підкріпити ідентичність компанії у сприйнятті клієнтів. Сполучений з інструментами аналізу даних, «вебсайт допомагає салону краще розуміти свою аудиторію, вивчати її потреби та пристосовувати свою стратегію» [7].

Варто підкреслити, що важливим елементом комунікації є розділ з відгуками та рекомендаціями відвідувачів, оскільки дозволяє потенційним клієнтам оцінити якість послуг і дізнатися про репутацію салону, що створює додатковий рівень довіри до бренду. Він є не тільки «інструментом для реклами та продажів, але й платформою для побудови спільноти та взаємодії з аудиторією» [35, с. 72].

Водночас на сайті розміщують точну інформацію щодо годин роботи, адресу салону, номери телефонів та електронну пошту, що, безперечно, спрощує процеси зв'язку із закладом. Більш того, через вебсайт можуть

проводитися різноманітні програми лояльності, розсилки новин та інформаційних бюлетенів, що, безперечно, «сприяє підтримці та розвитку відносин із клієнтами» [8].

На сайті закладу досить часто публікують привабливі пропозиції для постійних клієнтів. А через систему реєстрації та особисті кабінети, салон може надавати клієнтам персоналізовані знижки, подарунки за відвідування та інші бонуси, що сприяє залученню нових та утриманню поточних клієнтів.

Важливим аспектом ролі вебресурсу в підтримці діяльності салону краси є можливість надавати інформацію про нові послуги, продукти чи техніки, які впроваджуються. Це дозволяє салону триматися в курсі останніх трендів та розвиватися відповідно до побажань своєї аудиторії.

У плані спілкування з клієнтами, працівники салону можуть розміщувати статті, блоги чи відеоуроки щодо правильного макіяжу, догляду за шкірою чи зачісками, що сприяє підвищенню цінності вебсайту як джерела корисної інформації для клієнтів. Усе це є прекрасним свідченням професіоналізму команди закладу і стає однією з форм зміцнення відносин із замовниками та підвищення їхньої лояльності.

У сучасній сфері послуг особливо цінується можливість забезпечення індивідуального підходу до відвідувачів. Це може включати персоналізовані рекомендації щодо послуг і продуктів з урахуванням попередніх відвідувань користувача, уподобань та інших особистих даних. Такий підхід допомагає будувати «довготермінові відносини з клієнтами та підвищує їхню задоволеність від обслуговування» [48].

Додатковою функцією вебсайту є розміщення інструкцій щодо вибору правильних засобів догляду за шкірою або волоссям, поради щодо підтримки результатів після проведених процедур, а також інші корисні матеріали, які сприяють зміцненню довіри клієнтів до салону та підвищенню їхньої експертності в галузі краси і догляду за собою.

Деякі салони використовують свої інформаційні ресурси як платформи для навчання та розвитку клієнтів. Створення блогу з корисними порадами

щодо догляду за собою, відеоуроків з макіяжу чи статей про останні тенденції у світі краси дозволяє салону позиціонувати себе як серйозного експерта в галузі та збільшувати вплив на свою цільову аудиторію.

Також вебсайт може містити розділ з частими питаннями (FAQ), де клієнти можуть знайти відповіді на проблеми, які їх турбують, що першочергово зменшує навантаження на адміністраторів салону та робить процес комунікації більш ефективним і зручним.

Крім того, вебсайт може бути платформою для проведення онлайн-курсів, майстер-класів чи вебінарів з тематики краси та догляду за собою. Це дозволить салону не лише залучати нових відвідувачів, а й позиціонувати себе як експерта в галузі та розвивати взаємодію зі своєю аудиторією.

Ще однією значущою функцією вебсайту для салону краси є можливість віртуального туру приміщеннями закладу. Це створює чудову можливість для клієнтів ознайомитися із салоном до візиту особисто, дозволяючи їм зручно вибрати місце та послуги, які вони планують отримати.

Зазначимо, що такий віртуальний тур може також містити 360-градусні фотографії або відео, які дозволяють клієнтам відчутти атмосферу салону, оглянути його інтер'єр, зони очікування та робочі місця співробітників. Безперечно, це сприяє підвищенню довіри до салону та «створює позитивне перше враження про заклад»[47, с. 6].

Крім того, вебсайт може бути платформою для публікації фото безпосередньої роботи майстрів салону. Це дозволяє клієнтам оцінити професійність та рівень навичок персоналу, що є надзвичайно важливим під час вибору місця для проведення процедур краси та догляду за собою.

Ще однією приємною функцією вебсайту для салону краси є можливість онлайн-продажу продуктів для догляду за собою та косметики. Вебсайт може включати інтернет-магазин, де клієнти мають змогу придбати не лише послуги салону, але й продукти, які використовуються для проведення процедур або рекомендовані спеціалістами салону для догляду за шкірою, волоссям чи нігтями. Безумовно, це розширює можливості бізнесу салону, дозволяючи

йому залучати додатковий прибуток через продаж продуктів із власного асортименту. Також це сприяє підвищенню лояльності клієнтів, оскільки вони можуть придбати необхідні засоби прямо на сайті салону, отримуючи все необхідне в одному місці.

Наявність інтернет-магазину дає можливість співробітникам салону пропонувати клієнтам персоналізовані рекомендації щодо вибору продуктів для догляду за собою на основі їхніх потреб та індивідуальних характеристик. Водночас це дозволяє залучати більше клієнтів та підвищує рівень задоволення від обслуговування [43].

Однією з важливих функцій вебсайту для салону краси є можливість здійснення онлайн-консультацій та підтримки клієнтів. Через спеціально налаштовані форми зворотнього зв'язку або чат-боти, відвідувачі можуть звертатися до салону з питаннями щодо послуг, режиму роботи, цін та інших аспектів.

Отже, вебсайт салону краси є не лише інструментом для представлення послуг, але і стратегічним ресурсом для розвитку бізнесу, залучення нових клієнтів та підтримки відносин зі старими.

## **1.2. Інноваційні можливості вебсайту**

Вебсайт салону краси пропонує багатофункціональну платформу для взаємодії з клієнтами та забезпечення їхнього зручного та ефективного обслуговування. Цей вебсервіс служить не лише «інформаційною платформою, але й інструментом для підтримки бізнесу, формування стратегії його розвитку»[22, с. 44].

За рахунок впровадження інноваційних технологій значно розширилися і можливості вебсайту.

Так, однією з інноваційних пропозицій у салонах краси є «можливість онлайн-бронювання послуг, що надає зручність клієнтам у виборі дати та часу відвідування салону»[13, с. 256]. Систему онлайн-бронювання з легкістю

можна інтегрувати на сайт або на сторінку в соціальних мережах. Робиться це напрочуд просто, а саме: клієнти заходять на сайт, обирають послугу, яка їм необхідна, та заповнюють форму бронювання. Потім вони оплачують через платіжний шлюз, який переказує платіж на фірму. Увесь процес займає лише декілька хвилин при першому бронюванні і ще менше при кожному повторному.

Система оновлює та відображає всі зміни в інформації та розкладі в режимі реального часу, щоб споживачі могли їх бачити (рис. 1.2). Варто зазначити, що вся інформація надійно зберігається і захищена за допомогою шифрування і протоколів безпеки SSL [19].

**Edit Item - Attributes**  
This is where you assign important attributes such as allocation, parameters, visibility, and inventory of your item.

**Inventory**  
30 Unlimited inventory OFF

**Parameters**

Name	Inventory	Visibility	Min/Max per Booking	Details
Controls Inventory	30			
Adults	∅	Everyone	0 / 0	Edit
Children	∅	Everyone	0 / 0	Edit

+ Create a Parameter Attach an existing Parameter

**Allocation**

<p>per Day</p> <p>Eg. Aug 1<sup>st</sup> – 3<sup>rd</sup> booking ends Aug 3<sup>rd</sup></p>	<p>per Night</p> <p>Eg. Aug 1<sup>st</sup> – 3<sup>rd</sup> checkout ends Aug 4<sup>th</sup></p>	<p>per Time</p> <p>Eg. 09:00 am - 11:00 am</p>	<p>Timeslots</p> <p>Eg. Morning, Afternoon, Evening, Whole Day</p>
---	--	--	--

**Inventory**  
Set the default quantity of your available supply.  
Examples: 20 bus seats for a tour, 1 cabin, 55 Segways, 60 rooms.

**Parameters**  
Parameters give you the ability to set price points and/or to control your inventory. Your item can have multiple parameters to accommodate different configurations.  
– Charter Tour: Qty (Hide, Inventory), Adult (Price), Child (Price)  
– Rooms: Qty (Hide, Inventory), Adult (Price), Child (Price), Additional Parking (Price)

**Allocation**  
Day: This allocation is used for both full-day bookings (such as a multi-day truck rental) and single instance bookings, like a bus tour.  
Night: Mostly used by accommodations, allowing you to charge a per-night rate.  
Hour: Charge by the hour.  
Timeslots: Used if you offer scheduled products, tours, or appointment options. You can specify custom start/stop times for each day of the week.  
– 7AM-12PM (Morning), 12PM-5PM (Afternoon), 7AM-5PM (Day)  
– 11:00 Tour, 11:20 Tour, 11:40 Tour

Рис. 1.2 – Приклад онлайн бронювання на вебсайті

Слід нагадати, що використання системи онлайн-бронювання може відрізнятись у різних салонах. Крім того, користуючись галереєю, де представлені фотографії робіт майстрів салону, відвідувач має змогу ознайомитися з результатами роботи перед записом на послугу та обрати майстра, який йому сподобався.

Останнім часом у сфері послуг популярними стають соціальні мережі. Незалежно від того, чи то для особистого використання, чи для бізнесу, різні люди широко використовують їхні платформи.

Спілкування в соціальних мережах – це один із найкращих способів отримати правильну інформацію та відгуки про виконану роботу.

Платформи соціальних медіа допомагають здобути глобальну популярність, і це може «принести користь будь-якому розробнику, який намагається досягти успіху у своїй галузі» [1].

Використання правильної платформи допоможе навчатися та розвивати свої знання щодо роботи. Крім того, це уможливить налагодити зв'язок із потенційними клієнтами та легко охопити значно ширшу аудиторію.

Загалом, інтеграція з соціальними мережами дозволяє клієнтам швидко знайти салон у Facebook, Instagram тощо, та стежити за його новинами, а можливість поділитися контентом з вебсайту в Інтернеті сприяє органічному поширенню інформації.

Соціальні медіапосилання на вебсайті дозволяють клієнтам легко знайти заклади в улюблених мережах. і підписатися на оновлення салону. Це створює можливість для взаємодії та спілкування з аудиторією, а також для показу нових робіт та акцій.

Важливо зазначити, що для «успішного використання соціальних мереж для розвитку вебсайту салону краси важливо мати чітку стратегію та регулярно публікувати цікавий та корисний контент, який буде потрібний споживачам»[18].

Завдяки інтерфейсу, що оптимізований для мобільних пристроїв, клієнти можуть легко звертатися до вебсайту навіть зі своїх смартфонів або планшетів, забезпечуючи максимальний комфорт під час перегляду інформації чи здійсненні бронювання послуг.

Інтерактивні інфографіки та візуалізації дозволяють користувачам взаємодіяти з даними, змінювати параметри й одразу бачити результати.

Ще однією корисною функцією є можливість підписки на розсилку, де клієнти на свою електронну пошту мають змогу отримувати спеціальні пропозиції, знижки та новини про салон. Це посилює можливість зберегти зацікавленість користувачів та забезпечити постійний потік інформації про салон.

Форма підписки на розсилку має неабияке значення для успішної маркетингової кампанії електронною поштою. Це дозволяє надсилати розсилки підписникам, які зацікавлені у контенті та пропозиціях салону.

Різні розсилки можна сегментувати на основі інтересів, поведінки чи демографічних даних підписників, щоб надсилати більш релевантні та персоналізовані листи.

З-поміж нових інноваційних можливостей приваблює така функція, як «інтеграція інструментів відгуків і рейтингів, які дозволяють клієнтам оцінювати якість послуг» [11]. Це дозволить іншим користувачам отримати об'єктивну оцінку роботи салону та вибрати послугу, що найбільше відповідає їхнім потребам [1]. Відгуки та рейтинги від реальних клієнтів можуть значно підвищити довіру потенційних клієнтів до салону. Позитивні відгуки показують, що надаються якісні послуги та що клієнти задоволені салоном.

Також може бути важливим розділ з актуальними новинами та напрямками в світі краси та косметології. Це дозволить салону триматися в тренді та показати своє професійне ставлення до своїх клієнтів, які завжди «цікавляться новітніми розробками та тенденціями в галузі краси» [3].

Додатковою корисною можливістю є впровадження програми лояльності або клубу постійних клієнтів. До неї, зазвичай, включають систему накопичення балів за кожен витрачений суму або спеціальні знижки та привілеї для постійних клієнтів. Така програма може стимулювати повторні відвідування салону та підвищувати його лояльність серед клієнтів.

Ситуація у світі, що склалася в результаті пандемії COVID-19, змусила бізнес шукати нові шляхи спілкування зі своїми споживачами. Широкої популярності набули різноманітні онлайн-консультації для клієнтів, де вони

мали змогу поставити запитання, що їх хвилюють і отримати відповідь професіонала. Із цією ж метою створювалися і чати. Усе це забезпечувало додаткову зручність та підтримку для клієнтів і сприяє покращенню їхнього задоволення від обслуговування.

Крім того, важливою можливістю може бути інтеграція онлайн-оплати за послуги або завдатків через вебсайт. Це значно спрощує процес оплати для клієнтів і забезпечує додатковий рівень зручності у процесі використання послуг салону.

У сучасних бізнес-компаніях досить часто роблять своєрідне представлення команди, що теж позитивно впливає на відвідувачів вебресурсу. Так, на вебсайті створюється сторінка, на кшталт «Про нас» чи «Наша команда», де представлена інформація про історію салону, його цінності, місію, команду співробітників та їхні портфолію. Для сайту важливо підібрати правильний домен. Він визначає впізнаваність бренду і, крім того, «домен впливає і на оптимізацію сайту і його SEO- просування»[32, с.199]. Обов'язково потрібно врахувати той факт, що ім'я має не тільки запам'ятовуватися, але і повністю відповідати сфері діяльності, у нашому випадку – салону краси.

Цінуються компанії у сфері послуг, що мають віддалений доступ, наприклад, через онлайн-консультації або продаж косметичних засобів через інтернет-магазин, може розширити аудиторію салону та забезпечити додатковий дохід. Ураховуючи ці додаткові можливості, салон краси може підвищити якість обслуговування, розширити асортимент послуг та привернути більше клієнтів, що, безперечно, сприятиме його успішному розвитку на ринку краси та косметології.

Ще однією корисною можливістю може бути створення власного блогу для салону, що значно підвищить видимість закладу, допоможе залучити нових клієнтів та зміцнити зв'язок із вже існуючими.

Варто зазначити, що для блогів обирають різні платформи, наприклад, WordPress, Blogger, Wix і інтегрують їх з основним вебсайтом салону.

Зазвичай, в оформленні блогу використовують корпоративний стиль, професійні фото, привабливий дизайн, зручну навігацію. На сторінках блогу можна розміщувати інформативні та цікаві статті зі сфери краси та догляду, додавати зображення чи відео. До прикладу, наводимо варіанти контенту для блогу салону краси: «5 порад для здорової шкіри», «Наймодніші зачіски 2024 року», «Кращі креми для обличчя з SPF», «Нові засоби для догляду за волоссям», «Секрети гарного макіяжу» тощо.

Провідні салони краси з метою залучення нових відвідувачів проводять відкриті майстер-класи, різні тематичні заходи, під час яких клієнти можуть отримати додаткові знання та навички у галузі краси та макіяжу. Крім того, це чудова нагода «розширити партнерство з іншими закладами подібного типу чи брендами косметики» [1].

Важливим для успішного процвітання салону краси є періодична аналітика та збір даних щодо вивчення поведінки клієнтів. За допомогою аналітичних інструментів відстежують їхню поведінку на сайті, що допомагає краще зрозуміти потреби, вподобання, запити людей. Ці дані є необхідними для подальшого вдосконалення як контенту вебсайту, так і маркетингової стратегії компанії загалом.

Із метою подальшого просування сайту періодично проводять SEO-оптимізацію, що є критично важливою для підвищення його видимості у пошукових системах, залучення нових клієнтів і збільшення онлайн-присутності.

Отже, розглянуті можливості сприятимуть покращенню функціональності та привабливості вебсайту салону краси, забезпечуючи зручність для клієнтів та сприяючи його успішному розвитку.

Напрямки для розвитку сайту можуть бути різноманітними, і врахування додаткових можливостей допоможе підвищити ефективність та конкурентоспроможність вебприсутності бізнесу.

### 1.3. Уплив вебсайту на ефективність діяльності салону краси

Як уже зазначалося вище, вебсайт салону краси відіграє ключову роль у підвищенні ефективності його функціонування. В умовах надсучасних цифрових технологій, створення елегантної та стильної онлайн-присутності є таким же важливим для салону краси, як ідеальний крій і колір.

Дослідники суголосні у тому, що ефективність вебсайту салону краси залежить від багатьох факторів, які можна розділити на кілька основних категорій, а саме:

- 1) дизайн;
- 2) юзабіліті (зручність використання);
- 3) технічна оптимізація;
- 4) контент;
- 5) маркетинг і просування;
- 6) аналітика;
- 7) зворотний зв'язок [8, с. 277].

Дизайн вебсайту є першою, відправною, точкою контакту для потенційних клієнтів, тому надзвичайно важливо створити незабутнє враження. Візуально привабливий вебресурс із цілісним макетом і професійними фотографіями салону та його послуг негайно передає відданість цього закладу якості та елегантності. Ця візуальна привабливість, що відображає сутність і витонченість салону краси, є ключовим чинником. За даними Adobe, «більшість користувачів віддає перевагу взаємодії з естетично оформленим контентом, ніж із звичайним текстом, якщо на перегляд вмісту виділено 15 хвилин» [39].

З огляду на той факт, що понад половина світового вебтрафіку надходить з мобільних пристроїв, вебсайт салону повинен бездоганно функціонувати на смартфонах і планшетах. Адаптований для мобільних пристроїв дизайн покращує користувацький досвід і зміцнює позиції у пошукових системах, оскільки Google надає перевагу сайтам, оптимізованим

для мобільних пристроїв, у результатах пошуку. Такий аспект цифрового маркетингу є критичним для того, щоб салон залишався видимим і доступним у Всесвітній павутині.

Такий важливий момент, як аналіз конкурентів, є невід'ємним складником маркетингової стратегії будь-якого салону краси. Він надає глибоке розуміння ринку, дозволяючи чітко визначити, які послуги пропонують конкуренти, які у них сильні та слабкі сторони, які інструменти вони використовують для просування своїх сайтів. Ця інформація дозволяє краще зрозуміти конкурентне середовище та виявити вільні ніші на ринку. Визначення конкурентних переваг дозволяє чітко сформулювати, чим даний салон відрізняється від інших, які його унікальні переваги та чому клієнти повинні обирати саме цей заклад. Це, своєю чергою, допомагає ефективно позиціонувати салон на ринку та залучити більше клієнтів.

Соціальні медіа є активним ринком цифрової ери, де рекомендації та обговорення поширюються з неймовірною швидкістю. Цей динамічний простір пропонує салонам краси можливість демонструвати своє мистецтво, зміцнювати стосунки з клієнтами та залучати нових відвідувачів. Майстерність використання соціальних медіа полягає у залученні аудиторії. Вражаючі візуальні зображення роботи салону, особливо фотографії до і після трансформацій, підкреслюють професіоналізм співробітників. «Інтерактивні опитування та сесії запитань і відповідей можуть активізувати підписників і отримати цінні відгуки» [45].

У навдивовижу динамічному світі маркетингу салонів краси традиційна сила, так званого, «сарафанного радіо» (тобто, безпосереднє передавання інформації між відвідувачами салону, оцінювання його роботи) була перетворена на цифрову силу онлайн-оглядів і відгуків. Подібно до того, як чудова зачіска привертає увагу, чудові онлайн-огляди можуть перетворити потенційних відвідувачів на відданих клієнтів салону. Безумовно, нині починають використовувати певні бали сприяння та винагородження клієнтів за те, що вони діляться своїм позитивним досвідом, що, насамперед, посилює

маркетингові зусилля салону. Безумовно, правильно розроблена маркетингова стратегія після надання послуг спрощує цей процес. До таких маленьких приємних винагород відвідувачам можна віднести, наприклад, електронний лист із подякою з прямим посиланням на платформи огляду. Запровадження стимулів, таких, як знижки на майбутні послуги або шанс виграти в маркетинговій акції салону, заохочує більше клієнтів залишати відгуки. Дослідження BrightLocal підкреслює, що «вражаючи 76% споживачів із більшою ймовірністю напишуть відгук за запитом, що підкреслює ефективність проактивної маркетингової взаємодії» [35].

Ефективний вебсайт салону краси повинен, передусім, містити зрозумілу систему бронювання, портфоліо робіт, детальний опис послуг із цінами та зручні для пошуку контактні дані. Додавши відгуки клієнтів і блог, щоб ділитися інформацією про красу та новинами про салон, можна залучити ще більшу кількість людей, які, прочитавши позитивні відгуки. Оберуть саме цей салон.

Вебсайт салону краси є важливим елементом маркетингової стратегії, слугуючи надійною запорукою присутності компанії в Інтернеті. Віддаючи пріоритет візуальній естетиці, забезпечуючи сумісність із мобільними пристроями та вбудовуючи основні функції, створюється онлайн-платформа, яка демонструє унікальний шарм салону та підвищує його видимість і привабливість у конкурентному середовищі маркетингу краси. Такий вебсайт – це «не просто розширення салону; це ключовий маркетинговий актив, який приваблює та підтримує відносини з клієнтами» [19].

Не менш важливим у бізнесі є й відстеження показників. Упровадження інструментів аналітики, таких як Google Analytics, дозволяє досліджувати трафік, поведінку користувачів, конверсії та інші важливі дані. Це дає цінну інформацію про те, як люди знаходять сайт закладу, що їх цікавить, і як вони взаємодіють з ним.

Крім того, аналітика може допомогти визначити, які сторінки сайту найбільш популярні, які заклики до дії ефективні, а які ні. Ці дані можна використовувати для покращення сайту та підвищення його рентабельності.

Також загальновідомо, що вебсайт салону має бути адаптивним, тобто повинен бути пристосованим для різних пристроїв (комп'ютери, планшети, смартфони), що, зі свого боку, має забезпечити зручний доступ незалежно від розміру екрану. Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс і структура меню, зручна навігація, допомагають користувачам легко знаходити необхідну інформацію.

Варто наголосити, що хороший вебсайт з правильним SEO забезпечує високі позиції у пошукових системах, а це полегшує потенційним клієнтам знаходження закладу. Доступність інформації в мережі Інтернеті, що створюється завдяки інформаційному ресурсу, дозволяє клієнтам швидко знаходити відомості «про сервісні послуги, ціни, місцезнаходження закладу та години роботи салону» [7].

Безумовно, сайт має бути візуально привабливим і відповідати стилю та бренду компанії, оскільки саме це сприяє формуванню позитивного враження у відвідувачів.

Важливою умовою ефективності ресурсу є швидкість завантаження, тому що це відіграє вагомую роль у збереженні уваги користувачів та поліпшення SEO-показників.

У наш тривожний час для будь-якої країни першорядне значення має захист від злому системи. Не секрет, що в базі даних салону зберігається інформація щодо клієнтів і порушення конфіденційності підірве довіру до салону краси. В Ізраїлі, як і в інших країнах, компанія чи заклад обов'язково повинні мати SSL-сертифікат – це засіб захисту персональних даних користувачів в Інтернеті. Якщо на сайті є сертифікат SSL, в адресному рядку веббраузера з'явиться зелений замок і протокол HTTPS. Це означає, що на цьому сайті безпечно вводити свій пароль або номер банківської картки.

На ефективність діяльності салону впливає і контент. Для сфери послуг він має містити «докладний і зрозумілий опис послуг, включно з цінами, тривалістю процедур та їхніми перевагами» [6].

Завдяки розміщенню якісних фото і відео відвідувачі можуть скласти уявлення про презентабельність салону, його інтер'єр та мати відео-презентації послуг.

Регулярне оновлення блогу з корисними порадами та інформацією про новинки допомагає залучати нових відвідувачів і покращує SEO.

Позитивну роль мають і різноманітні акції, промо-пропозиції та блог із корисними порадами, які також сприяють заохоченню клієнтів до повторних відвідувань та підвищують їхню лояльність.

У сучасному бізнесі для успішного маркетингу і просування будь-якого товару неможливо обійтися без вдало розробленої маркетингової стратегії. Значущу роль у ній належить соціальним мережам, які уможливають легкий обмін контентом і сприяють залученню нових клієнтів.

Не можна нехтувати й email-маркетингом, адже збір електронних адрес і регулярна розсилка новин та акційних пропозицій теж допомагає не тільки утримати старих клієнтів, а й залучити нових.

Для розроблення успішних стратегій і тактик ведення бізнесу неможливо обійтися без відстеження поведінки користувачів на сайті та оцінювання ефективності маркетингових кампаній. Вагому роль мають і різні форми зворотного зв'язку. Це можуть бути всілякі форми для відгуків та пропозицій від клієнтів, системи аналітики для вебсайту, яка дозволяє «відстежувати трафік, поведінку користувачів та ефективність рекламних кампаній, що, звісно, допомагає поліпшувати обслуговування» [47].

Загалом, інтеграція вебсайту з системами управління клієнтами (CRM) може спростити процеси обробки замовлень, відстеження клієнтських даних та підтримки відносин зі споживачами послуг. Це дозволяє салону ефективніше взаємодіяти із замовниками та забезпечувати їм персоналізоване обслуговування.

Необхідно підкреслити, що хороший вебсайт має стати платформою для взаємодії з аудиторією через відгуки, коментарі та соціальні медіа. Нарешті, вебресурс може слугувати ефективним інструментом для аналізу та відстеження популярності різних послуг, а також для збору даних про клієнтів. Це дозволяє салону краще розуміти потреби своїх відвідувачів і адаптувати свої пропозиції для максимальної ефективності.

Додатковою корисною можливістю є інтеграція онлайн-календаря з опцією нагадувань про надходження або перепланування записів, що дозволить клієнтам керувати своїм часом ефективніше та уникати пропускання важливих подій.

У глобалізованому суспільстві, в якому ми зараз живемо, інформаційні системи мають широкі функціональні можливості. Не стоять осторонь і салони краси. Наприклад, вони пропонують низку послуг, зокрема:

- 1) онлайн-запис для зручності клієнтів;
- 2) онлайн-оплата (забезпечує можливість здійснювати оплату послуг онлайн);
- 3) особистий кабінет клієнта (створення та ведення особистих акаунтів клієнтів дозволяють переглядати історію послуг і записів).

У цифрову епоху зручність є головним. Для салонів краси це означає зробити бронювання таким же простим, як кілька кліків, і гарантувати, що клієнти запам'ятають свої зустрічі. Системи онлайн-бронювання дозволяють відвідувачам записуватися на зустріч у зручний для них час 24/7. Це покращує обслуговування і змушує персонал зосереджуватися на якісному обслуговуванні, а не на бронюванні. Крім того, система онлайн-бронювання, інтегрована у вебсайт, може значно підвищити ефективність пошукової оптимізації, зробивши салон більш помітним в Інтернеті.

Останнім часом неабиякою популярністю користується оплата онлайн, що уможливорює здійснення оплати послуг через Інтернет.

Ще однією сучасною важливою можливістю вебсайту салону краси є впровадження електронної системи керування запасами та обліку замовлень.

Це дозволить оптимізувати управління складом, забезпечити належний рівень запасів необхідних матеріалів та косметики для проведення послуг, а також вчасно здійснювати закупівлі.

Отже, вебсайт салону краси є ключовим елементом для залучення, збереження та задоволення клієнтів, а також для ефективного управління бізнесом. Цей вебресурс покликаний відіграти значну роль у покращенні всіх аспектів його діяльності, «починаючи від взаємодії з клієнтами та закінчуючи управлінням бізнесом і збільшенням його прибутковості» [22].

Розглянуті можливості сприятимуть розширенню функціональності та приверненню нових клієнтів до салону краси, що забезпечить його стабільний розвиток та успіх на ринку.

Інтеграція вебтехнологій та інноваційних підходів сприяє покращенню ефективності обслуговування клієнтів, підвищенню їхнього задоволення та, відповідно, – збільшенню конкурентоспроможності салону на ринку краси. Ці можливості також відкривають нові шляхи для розвитку бізнесу через залучення більш широкої аудиторії та розширення спектру послуг, що позитивно впливає на його фінансову стійкість та стабільність.

Насамперед впровадження розглянутих стратегій «відображає сучасні тенденції у сфері краси і косметології та сприяє динамічному розвитку бізнесу в цьому сегменті» [26].

Ще однією ключовою відмінністю, що випливає з аналізу функціональних можливостей вебсайту салону краси, є його здатність створити міцний зв'язок із клієнтами. Інтеграція різноманітних інструментів, від онлайн-консультацій до персоналізованих рекомендацій, створює унікальний простір, де відвідувачі можуть отримати не лише якісні послуги, а й пережити особисте та індивідуалізоване враження. Це дозволяє салону не лише залучати клієнтів, але й підтримувати їх у довготерміновій перспективі, забезпечуючи відмінність обслуговування та відповідності індивідуальним потребам кожного клієнта.

Тобто, вебсайт стає не просто інструментом для представлення послуг, але й центральною точкою спілкування та взаємодії з аудиторією, що підсилює конкурентні переваги салону у сфері краси та догляду за собою.

Загальним висновком може слугувати те, що впровадження інноваційних підходів у функціонуванні вебсайту салону краси сприяє не тільки покращенню якості наданих послуг, але й розширенню впливу закладу на цифровому ринку.

## РОЗДІЛ 2

### СТВОРЕННЯ ВЕБСАЙТУ САЛОНУ КРАСИ «ANNA PA LASHES'»

#### 2.1. Технології та платформи для розроблення вебсайту

Слід наголосити, що під час розроблення та впровадженні вебсайту для салону краси «Anna Pa Lashes'» було проведено ретельне дослідження та вибір оптимальних технологій та платформи.

З урахуванням потреб бізнесу та вимог проєкту було прийнято рішення використовувати систему управління контентом (CMS), таку як WordPress або Joomla, що дозволяє швидко створювати та оновлювати вебсайт без глибоких технічних знань.

Крім того, для створення привабливого та функціонального дизайну вебсайту було використано «такі мови програмування, як HTML, CSS та JavaScript»[16, с.148], які дозволили зреалізувати ідею не лише про естетичний зовнішній вигляд, а й високий рівень інтерактивності та користувацької зручності.

Особливу увагу було приділено адаптивному дизайну, з метою забезпечення оптимального відображення вебсайту на будь-яких пристроях, включно з мобільними телефонами та планшетами (рис. 2.1).

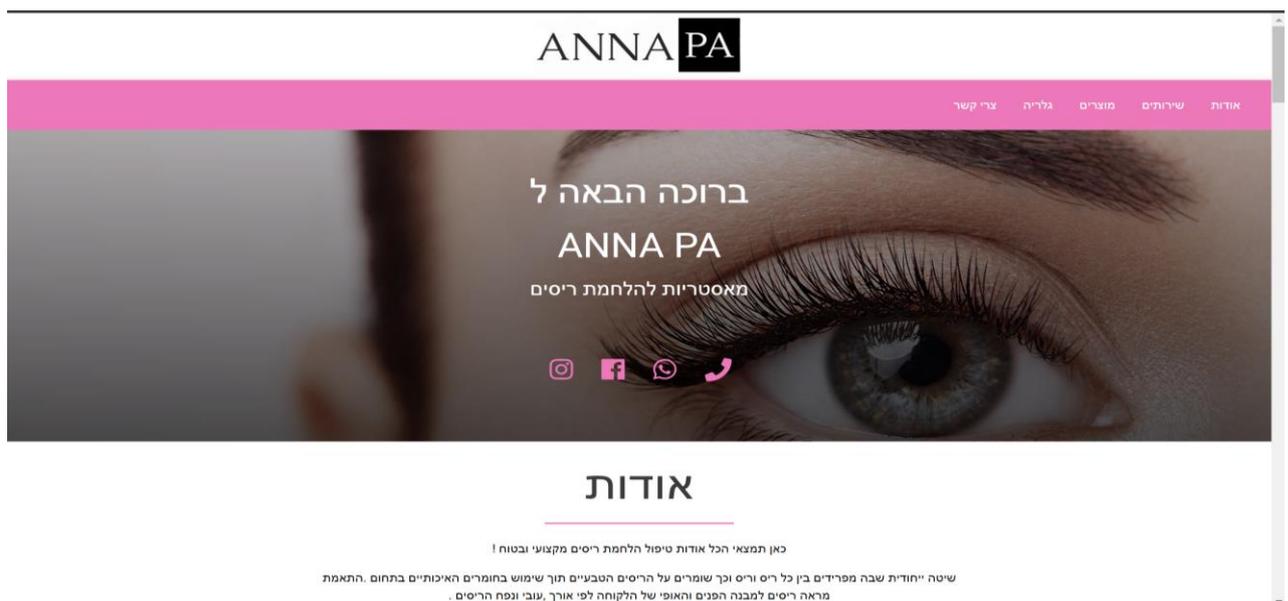


Рис. 2.1 – Вигляд вікна сайту відкритого на комп'ютері

Вибір оптимальних технологій та платформи дозволив створити сучасний, зручний та безпечний вебсайт для салону краси «Anna Pa Lashes'», що відповідає всім потребам бізнесу та очікувань.

Ще одним важливим аспектом була реалізація мобільної версії вебсайту «Anna Pa Lashes'». З огляду на тенденції зростання використання мобільних пристроїв, це було важливим кроком для забезпечення зручного та доступного користувацького досвіду для відвідувачів сайту.

Зазначимо, що мобільну версію було розроблено з використанням адаптивного дизайну, що дозволяє автоматично пристосовувати вебсайт до різних розмірів екранів мобільних пристроїв (рис. 2.2).

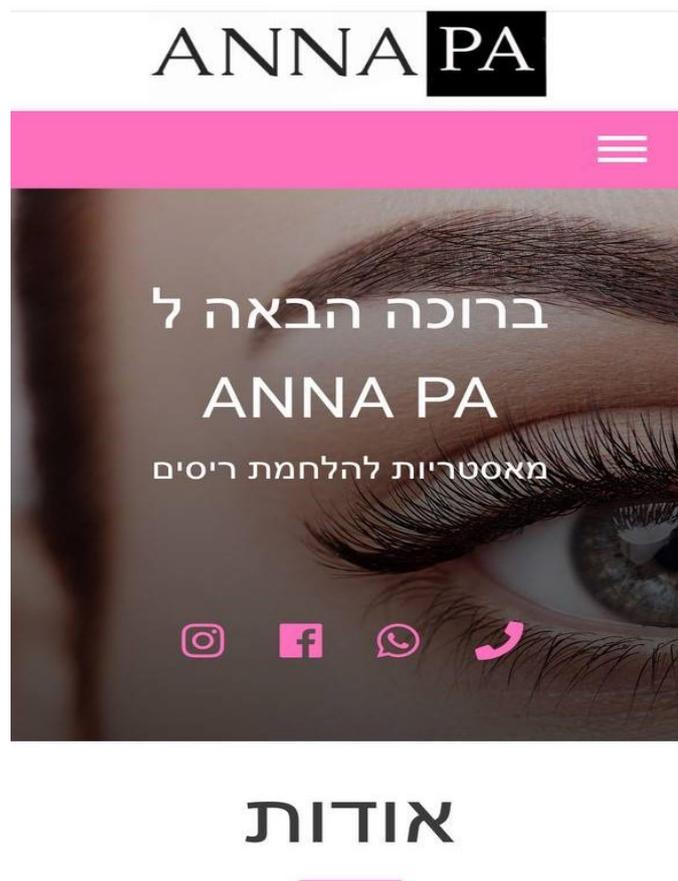


Рис. 2.2 – Вигляд вікна сайту відкритого на мобільному телефоні з системою IOS

Передусім варто наголосити, що використання адаптивного дизайну забезпечує коректне відображення контенту та зручну навігацію, незалежно

від того, на якому пристрої користувач відкриває сайт. Реалізація мобільної версії дозволила «Anna Pa Lashes» залучати більше відвідувачів та покращити їхній користувацький досвід, що, водночас, сприяло збільшенню конверсії та підвищенню задоволення клієнтів (рис. 2.3).

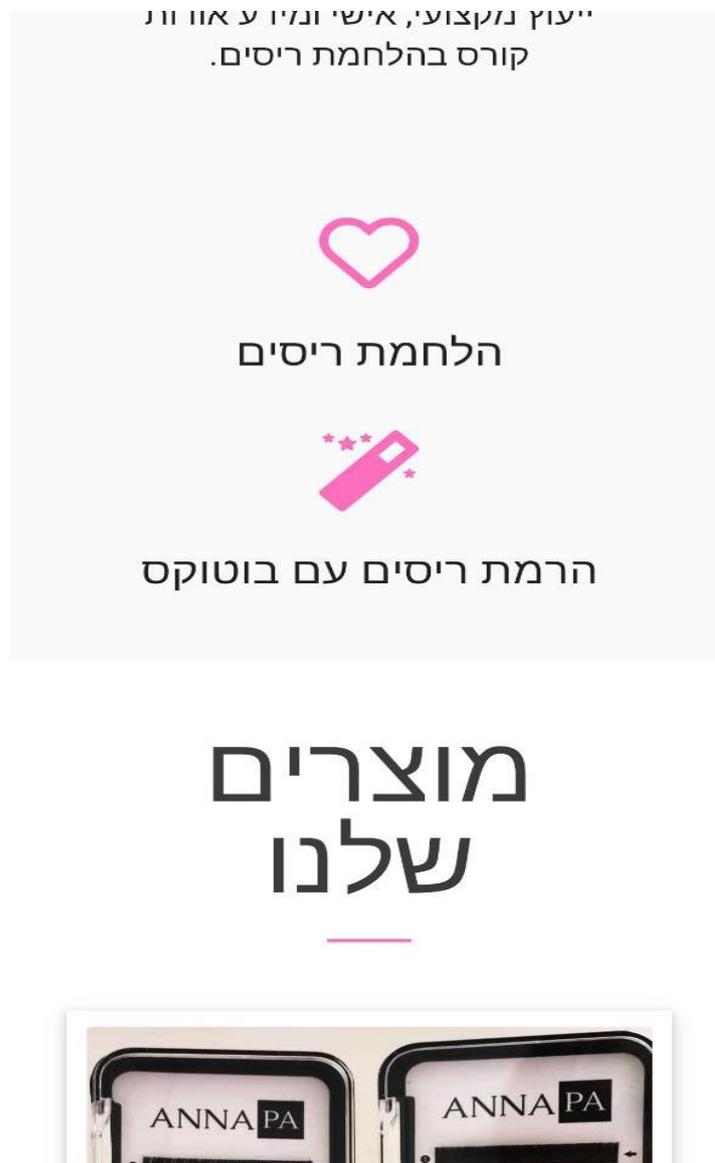


Рис. 2.3 – Вигляд вікна сайту відкритого на мобільному телефоні з системою Android

Доволі важливим аспектом було інтегрування соціальних мереж на вебсайті «Anna Pa Lashes». Це дозволило клієнтам легко та зручно записуватися на процедури через Інтернет, без необхідності дзвінків або особистого візиту до салону. Крім того, клієнти мають можливість обирати зручний для них час та послугу, заповнювати необхідні дані та підтверджувати бронювання онлайн.

Додання соціальних мереж сприяло автоматизації процесу запису на послуги, зменшенню навантаження на адміністраторів салону та покращенню зручності для клієнтів. Водночас, це дозволило закладу краще планувати свій робочий час та забезпечити ефективне використання ресурсів (рис. 2.4, 2.5).



Рис. 2.4 – Вигляд іконок для переходу у соціальні мережі

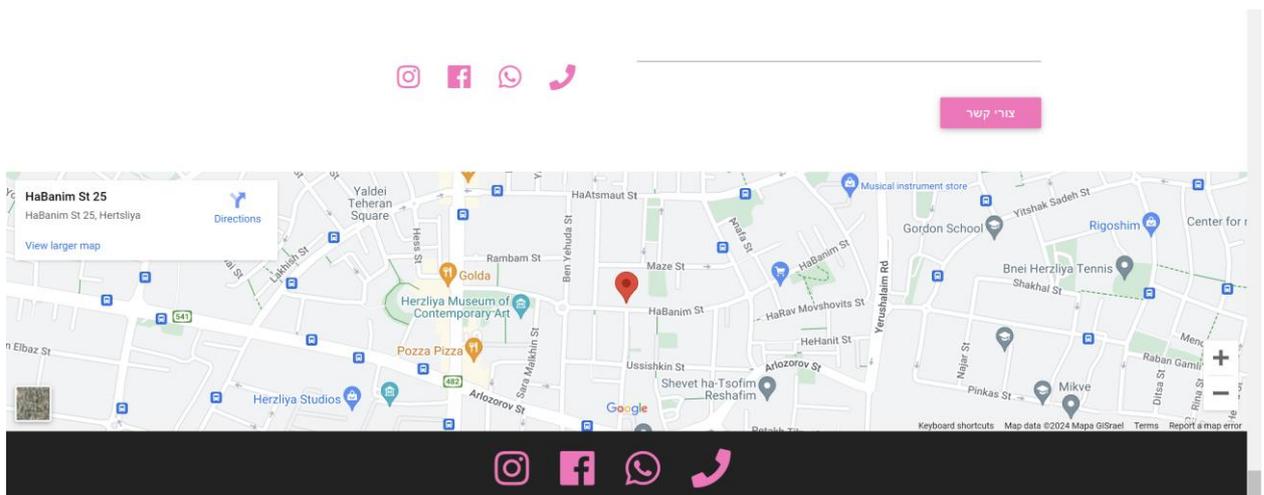


Рис. 2.5 – Вигляд іконок для переходу у соціальні мережі

Як уже зазначалося вище, присутність в соціальних медіа допоможе салону підтримувати активний зв'язок з клієнтами, привертати нових та підвищувати свій брендовий образ. Така стратегія маркетингу дозволить «Anna Pa Lashes» посісти одне з чільних місць на ринку послуг краси та збільшити свою конкурентоспроможність.

Ще одним шансом для вдосконалення вебсайту «Anna Pa Lashes» може бути створення інтерактивних онлайн-консультацій з фахівцями салону. Це може включати можливість віртуального вибору послуг, консультації з

експертами через відеозв'язок або чат, а також інтерактивне планування та підбір процедур.

Крім того, слід нагадати про важливість наявності віконечка зворотного зв'язку на вебсайті салону краси «Anna Pa Lashes'», що є знаковим елементом для покращення комунікації з клієнтами. Це віконечко включає такі поля для заповнення, як: ім'я, електронна пошта, тема повідомлення та саме повідомлення. Також воно надає низку додаткових шансів для клієнтів, зокрема: нагода надсилати свої запити, зауваження, питання або пропозиції безпосередньо через вебресурс, що дозволяє швидко та ефективно взаємодіяти з адміністрацією салону (рис. 2.6).

זמור אלקטרוני

שם

---

נושא

---

הודעה

---

צור קשר

Рис. 2.6 – Вигляд куточку для зворотного зв'язку

Крім того, подібні відгуки надають цінну інформацію для аналізу та покращення якості послуг. Клієнти можуть висловити свої враження після процедури, що дозволяє адміністрації своєчасно внести необхідні корективи в роботу салону.

Ще одна перевага віконечка зворотного зв'язку полягає у тому, що воно є прекрасною демонстрацією відкритості та готовності колективу салону до діалогу з відвідувачами, що створює враження про високий рівень обслуговування та клієнтоорієнтованість. Це є серйозним аргументом у справі залучення нових клієнтів та збереження вже існуючих.

Не менш важливим є розміщення таких контактних даних, як телефон, електронна пошта, адреса та години роботи навпроти віконечка для зворотнього зв'язку. Насамперед, це дуже зручно для клієнтів, які віддають перевагу безпосередньому зв'язку з салоном і дозволяє швидко комунікувати з представниками салону для уточнення інформації, запису на послуги або вирішення будь-яких термінових питань (рис. 2.7).

**צרי קשר**

---

שם

נושא

הודעה

כתובת: הבנים 25, הרצליה

טלפון: 0585822767

מייל: annapashenko62@gmail.com

שעות פתיחה: 08:30 - 20:30

[צרי קשר](#)

Рис. 2.7 – Розташування контактних даних навпроти віконечка зв'язку

Більше того, наявність номеру телефону адміністрації салону є ефективним у випадку форс-мажорних обставин, запізнень або відмін процедур, а також тоді, коли клієнтам необхідна негайна відповідь на певні питання. У таких ситуаціях комунікація є необхідною й уможливить швидкий

та ефективний обмін інформацією, що допомагає уникнути непорозумінь у вирішенні проблем.

З іншого боку, електронна пошта може бути більш підходящим засобом зв'язку для певних категорій клієнтів, наприклад, для таких, хто не користується соціальними мережами або не готовий витратити час на телефонні дзвінки. Електронна пошта надає можливість висловити свої питання чи проблеми письмово, що може бути для них найзручнішим способом. До того ж вона є більш офіційним засобом зв'язку, що може відповідати вимогам певної аудиторії.

Наявність на сайті адреси та годин роботи салону краси є одним з ключових елементів для створення сприятливих умов для клієнтів. Ця інформація дозволяє їм планувати свій візит заздалегідь, а також вчасно доїхати до салону, що є важливим аспектом у сучасному ритмі життя. Зазначення годин роботи надає нагоду уникнути непорозумінь та незручностей, пов'язаних з неправильною інтерпретацією графіку роботи.

Бувають випадки, коли згадувана вище інформація може стати вирішальною при виборі місця для проведення бажаних процедур, оскільки зовнішній вигляд і функціональність салону краси відіграють важливу роль для багатьох клієнтів. Наявність адреси, фото інтер'єру, годин роботи на сайті салону краси надає можливість клієнтам ознайомитись з внутрішнім та зовнішнім виглядом салону перед візитом. Крім того, ця інформація дозволяє поспілкуватись з адміністрацією та майстрами особисто для уточнення деталей процедур та узгодження запису, що сприяє зручності та задоволенню клієнтів.

В умовах сучасних реалій, коли люди частіше користуються при сплаті товарів і послуг банківськими картками, а не готівкою, важливим аспектом було інтегрування можливості онлайн-оплати на вебсайті «Anna Pa Lashes». Крім того, є функція оплати послуг перед візитом до салону і, варто підкреслити, що постійні клієнти нею доволі часто користуються.

Варто також наголосити про те, що інтеграція системи онлайн-оплати дозволяє клієнтам забронювати та оплатити послуги безпосередньо через Інтернет, що значно зекономить їхній час та забезпечить зручність в процесі оплати. Прикметно, що це ще й зменшує ризик невиконання або заборгованостей, оскільки оплата проводиться наперед.

Загалом, імплементація функціоналу онлайн-оплати дозволяє «Anna Pa Lashes'» покращити особисті фінансові процеси відвідувачів, спростити процедуру оплати та забезпечити більшу впевненість у фінансовій стабільності бізнесу.

Ще одним важливим кроком у розробленні вебсайту для салону краси «Anna Pa Lashes'» було впровадження системи розсилки електронних листів. Такий сервіс дозволяє салону збирати контактні дані клієнтів та регулярно надсилати їм корисну інформацію, акції, новини чи спеціальні пропозиції.

Більш того, використання системи розсилки електронних листів допомагає «Anna Pa Lashes'» підтримувати активний зв'язок зі своїми клієнтами, підвищує їхню відданість бренду та сприяє збільшенню продажів з огляду на стимулюючі пропозиції та рекламні кампанії.

Ще одним важливим для сьогодення етапом було впровадження посилання на месенджер на вебресурсі салону краси, що надає можливість клієнтам звертатися за консультацією або підтримкою через сайт в режимі реального часу.

А також цей функціонал дозволяє клієнтам отримати відповіді на свої запитання швидко та зручно. Адміністратори салону можуть надавати підтримку безпосередньо через чат, що, безумовно, сприяє покращенню обслуговування клієнтів та збільшенню задоволення від взаємодії з брендом. Упровадження швидкого посилання також дозволяє салону створити більш тісний контакт зі своїми клієнтами, виявити їхні потреби та вимоги, а також надати персоналізовану консультацію чи необхідні рекомендації. А це все, передусім, сприяє підвищенню рівня задоволення клієнтів та зміцненню їхньої лояльності до бренду «Anna Pa Lashes'».

Надзвичайно важливою, на нашу думку, стала ідея інтегрування розділу з фотографіями робіт на вебсайті салону (рис. 2.8). Цей розділ, найперше, дозволяє салону демонструвати свої роботи (наприклад такі, як нарощування вій), що надає клієнтам можливість побачити професійні навички та стиль роботи майстрів салону й обрати того майстра, який стане до вподоби.

## גלריה



Рис. 2.8 – Розділ з фотографіями робіт

Також на сайті було використано мотиваційні афірмації та картинки, до прикладу, такі, як «Don't be afraid to dream big» (Не бійся мріяти масштабно). Такі елементи дизайну ресурсу покликані створити позитивний настрій у відвідувачів сайту, підвищувати рівень їхньої мотивації та надихати на досягнення цілей щодо краси і самовдосконалення. Використання таких зображень спрямовано на формування унікального стилю та уможливорює ще яскравіше підкреслити філософію салону краси «Anna Pa Lashes'», орієнтовану на позитивне мислення та впевненість у собі. Це сприяє створенню неповторного емоційного зв'язку між клієнтами та брендом.

Більш того, поєднання мотиваційних картинок з фотографіями робіт салону покращує візуальну складову вебсайту, а саме: робить його більш привабливим та професійним, що може позитивно вплинути на сприйняття ресурсу відвідувачами(рис. 2.9).

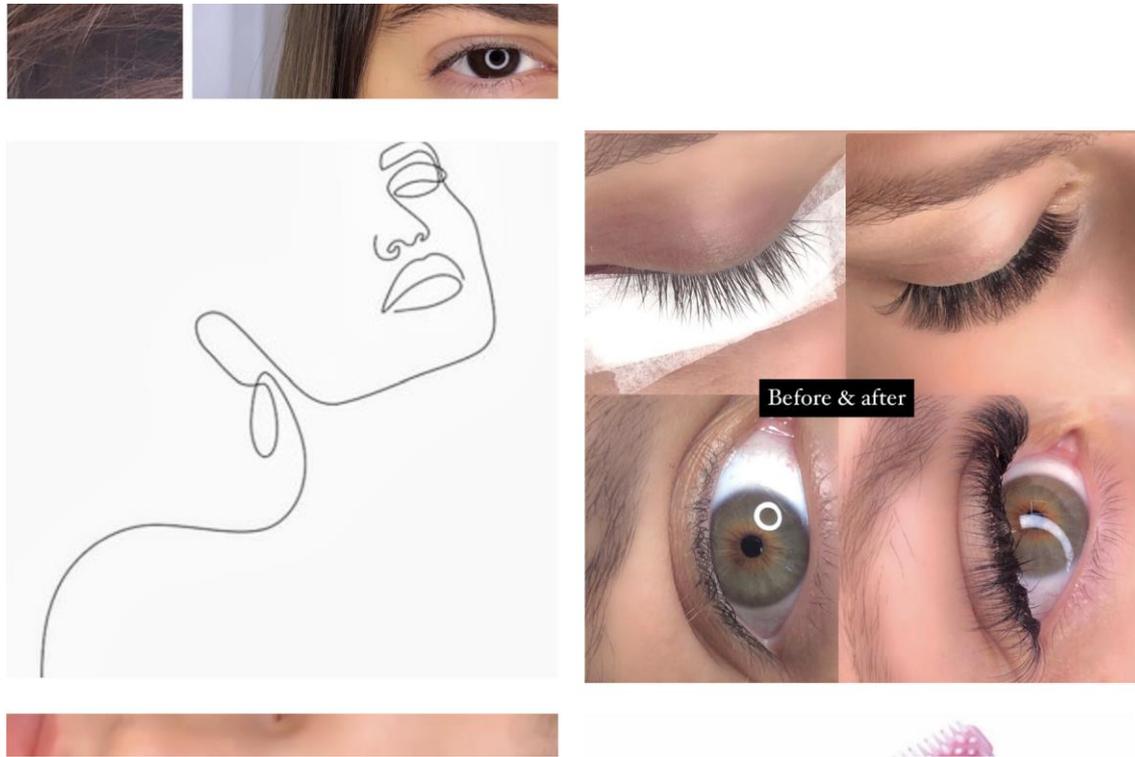


Рис. 2.9 – Розділ з фотографіями робіт

Безсумнівно, що саме фото роблять велику послугу клієнтам, оскільки дають змогу оцінити рівень майстерності та вибрати той сервіс, який відповідає їхнім потребам і побажанням. Ця функція є дуже поширеною в Ізраїлі, як і в усьому світі. Більше того, такі професійні фото викликають почуття довіри у клієнтів і сприяють відкритості салону в ставленні до клієнтів. Зі свого боку, у відвідувачів складається позитивне враження до закладу і бажання стати такою вродливою, як і моделі на фотографіях. Це суто маркетинговий хід, який підвищує конкурентоспроможність салону «Anna Pa Lashes'» на ринку послуг краси.

Крім демонстрації різних косметологічних процедур, які пропонуються у салоні, у минулому році на його сайті було створено розділ з фотографіями

та описом матеріалів, які використовуються в закладі, зокрема, інструментів для накладання вій. Тобто, клієнти, ознайомившись із матеріалами, їх складом і впливом на організм людини, можуть обрати ті, які бажають використовувати під час процедур. Такий вид сервісу сприяє індивідуалізації послуг і підвищенню задоволеності клієнтів, оскільки вони отримують можливість зробити обґрунтований вибір відповідно до своїх уподобань та потреб (рис. 2.10).

## מוצרים שלנו



Рис. 2.10 – Розділ з фотографіями та описом матеріалів

Надзвичайно сучасною функцією, що пропонується на вебсайті салону краси «Anna Pa Lashes» є не просто вставка адреси закладу, а й інтеграція клікабельної карти Google Maps у кінці сторінки. Насамперед, зазначення адреси салону забезпечує клієнтам чітку інформацію про місцезнаходження закладу, що полегшує планування візиту і пошуки його у місті. Крім того, клікабельна карта Google Maps додає зручності, дозволяючи клієнтам швидко

знайти маршрут до салону, використовуючи навігаційні можливості Google Maps. Це особливо корисно для користувачів мобільних пристроїв, оскільки вони можуть, увівши потрібну інформацію, відразу ознайомитися з маршрутом (рис 2.11).

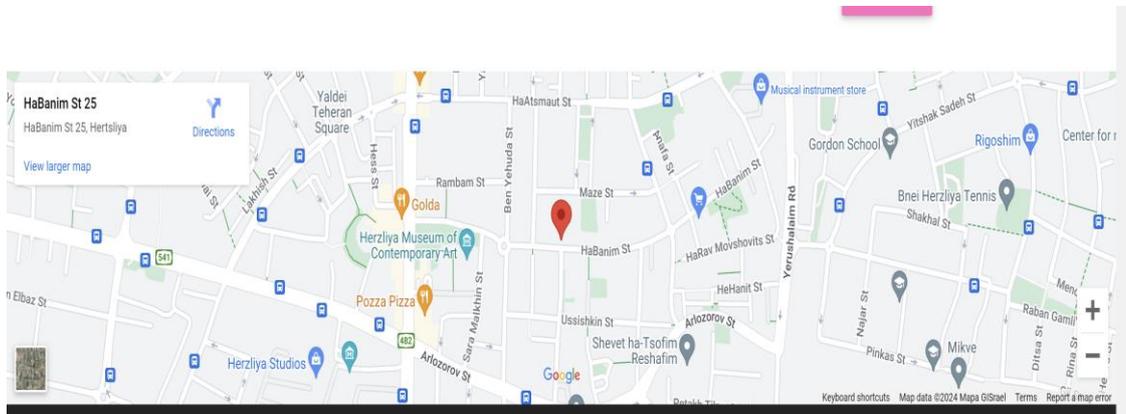


Рис. 2.11 – Інтеграція клікабельної карти Google Maps з адресою салону

Слід зазначити, що наявність карти Google Maps сприяє покращенню пошукової оптимізації (SEO) вебсайту, оскільки Google враховує такі елементи під час індексації. Швидкий і зручний спосіб знаходження місця розташування закладу, на нашу думку, приверне людей, що, безумовно, зможе збільшити кількість його відвідувачів і залучити нових клієнтів.

Як уже зазначалося вище, у салоні краси «Anna Pa Lashes» є блог, але, як нам здається, він дуже простий, навіть примітивний. Є багато варіантів зробити його цікавішим. Наприклад, опублікувати статті про тренди у світі краси, поради щодо догляду віями або шкірою обличчя, огляди нових продуктів та процедур, історії успіху клієнтів салону, а також спеціальні пропозиції та акції. Такі матеріали потрібні людям, оскільки вони несуть в собі просвітницьку місію, знайомлять із косметичними таємницями. Безумовно, це також додаватиме позитивних балів закладу, оскільки його працівників будуть сприймати, як колектив професійних експертів, які дарують свій досвід клієнтам. Усе це разом покращить позиції вебсайту в пошукових системах, що забезпечує більшу видимість салону в Інтернеті.

Значуща роль блогу полягає і в тому, що він створює додаткові можливості для комунікації з потенційною цільовою аудиторією, оскільки вони можуть залишати коментарі та задавати питання. Це сприяє побудові спільноти навколо бренду та підвищує його репутацію в Інтернеті.

В усьому світі люди полюбляють різноманітні програми лояльності. І хоча це знову ж таки маркетинговий хід, подібна система надає можливість салону винагороджувати постійних клієнтів за їхню вірність та активність.

До того ж за допомогою програми лояльності клієнти зможуть заробляти бали або бонуси за кожен придбану у салоні послугу чи товар. Вони можуть обмінювати накопичені бонуси на знижки, безкоштовні послуги чи подарунки. А це теж приваблює відвідувачів.

Крім того, такі системи лояльності є прекрасним стимулом для здійснення покупок саме в салоні «Anna Pa Lashes'», що значно вирізняє його з-поміж інших подібних закладів. Крім того, це дозволить салону збирати дані про покупки та поведінку клієнтів, їхні уподобання і бажання, що, безперечно, може бути використано для покращення маркетингових стратегій та персоналізованого обслуговування.

Останнім часом надзвичайно поширеними є різні курси в режимі онлайн, які збирають значну аудиторію. Усесвітня павутина переповнена всілякими настановами, як і що робити. На нашу думку, введення подібних онлайн-курсів чи публікація навчальних матеріалів зробить вебресурс «Anna Pa Lashes'» дійсно неповторним. Клієнтам буде цікаво дізнатися про досвід професійних експертів краси, а це, відповідно, зробить хорошу рекламу компанії, оскільки люди все більше інформації дізнаються саме з Інтернету.

Онлайн-курси можуть містити відеоуроки з правильного нанесення макіяжу, догляду за віями та очима, рекомендації щодо вибору косметики та аксесуарів, а також інші корисні поради та техніки. Створення таких навчальних матеріалів дозволить салону ще більше зміцнити свої позиції, як експерта в сфері косметології.

Є й фінансовий бік цього питання. Такі мережеві івенти можуть стати додатковим джерелом доходу для салону через продаж доступу до онлайн-курсів або платні підписки на контент.

Ще однією перспективою для розвитку вебсайту «Anna Pa Lashes'» може бути впровадження програми реферального маркетингу, яка дозволить задіяти існуючих клієнтів у просуванні салону та залученні нової аудиторії.

За допомогою програми реферального маркетингу клієнти салону можуть рекомендувати його своїм друзям та знайомим. Стимулом до цього є те, що кожен новий клієнт, який здійснить перше відвідування салону за рекомендацією, може отримати знижку або спеціальний подарунок. Та і відвідувач, який дав подібну рекомендацію, теж матиме свої бонуси. Отже, це надзвичайно вигідна система залучення нових споживачів послуг.

Пандемія COVID-19 надзвичайно змінила світ. Люди почали більше комунікувати дистанційно. На нашу думку, цю звичку можна використати з вигодою для салону. Наприклад, запровадити онлайн-консультації з фахівцями «Anna Pa Lashes'» щодо догляду за волоссям, шкірою, макіяжу чи іншими процедурами краси.

Здійснити це можна через спеціальну платформу для онлайн-консультацій. Клієнти можуть обрати зручний для них час, обговорити свої потреби та висловити побажання фахівцям салону. Консультація може включати в себе рекомендації щодо підбору процедур, вибору косметичних засобів, а також поради щодо догляду за тілом вдома.

Упровадження онлайн-консультацій дозволить салону підтримувати зв'язок з клієнтами та надавати їм індивідуальне обслуговування навіть віддалено. Це може бути особливо корисно для тих, хто не має можливості відвідати салон особисто, або для тих, хто шукає професійні поради та рекомендації в зручний для них час.

На вебсайті можуть бути представлені різноманітні товари для догляду за віями, шкірою та очима, а також косметика для макіяжу та інші продукти, які використовуються у салоні. Клієнти зможуть обрати товари, замовляти їх

онлайн, що додасть ще більше зручності та комфорту в їхньому досвіді взаємодії з салоном «Anna Pa Lashes».

Отже, різноманітні інноваційні технології та платформи допомагають значно розширити можливості існуючого вебсайту, наповнити його новим контентом і зробити більш привабливим для клієнтів. Сьогодні існує безліч різноманітних корисних ідей і варіантів, упровадження яких сприятиме не просто висвітленню відомостей про салон у мережі, а сприятиме збільшенню його клієнтської бази.

## **2.2. Аналіз процесу розроблення вебсайту для салону краси**

Варто наголосити, що створення сайту для салону краси – це складний, багатоетапний і, безумовно, творчий процес, який містить кілька ключових складників, спрямованих на забезпечення функціональності, естетичної привабливості та зручності використання. Починаючи зі збору необроблених даних і концепцій, розробник вебсайту повинен співпрацювати з власником салону, щоб зрозуміти його бізнес-потреби та вимоги. Відповідно, в цьому підрозділі ми розглянемо основні етапи процесу розробки сайту для салону краси на прикладі салону «Anna Pa Lashes».

Перший етап розроблення включає аналіз потреб та цілей бізнесу, функціональних вимог цільової аудиторії, що є надзвичайно важливим.

Для салону краси «Anna Pa Lashes», який ми обрали як матеріал для написання кваліфікаційної роботи, основними цілями вебсайту, на нашу думку, є:

- 1) підвищення впізнаваності бренду;
- 2) залучення нових клієнтів;
- 3) забезпечення зручної комунікації;
- 4) запис на процедури;
- 5) презентація послуг і матеріалів, що використовуються в салоні.

Проведений аналіз ринку та діяльності конкурентів допомагає визначити найкращі практики та врахувати потреби цільової аудиторії.

На наступному етапі роботи, зазвичай, здійснюється дизайн та прототипування.

Відомо, що дизайн будь-якого вебсайту включає такі компоненти:

- 1) вибір кольорової гами;
- 2) обрання шрифтів;
- 3) розташування елементів;
- 4) загальна естетика.

У процесі розроблення дизайну необхідно було обрати стиль салону, який буде його вирізняти з-поміж інших.

Не менш важливим було і створення вмісту, який буде інформативним і привабливим для клієнтів, включно з текстами, зображеннями та, можливо, відео про послуги та експертизу.

Після затвердження дизайну розпочинається технічна розробка вебсайту, де ресурс отримує свою функціональність.

Цей процес включає в себе створення різних елементів, таких, як;

- 1) меню;
- 2) форми зворотнього зв'язку;
- 3) онлайн-резервація послуг та інші.

Зазначимо, що на цьому етапі також встановлюється система управління вмістом (CMS), яка дозволить легко оновлювати вміст сайту.

Водночас створюється код, для якого використовуються різноманітні технології та мови програмування, наприклад, такі, як: HTML, CSS, JavaScript тощо. Як уже було зазначено, особлива увага приділяється адаптивному дизайну, щоб забезпечити коректне відображення сайту на різних пристроях.

Після завершення розробки, перед запуском, настає етап тестування та «відладки», тобто, вебсайт проходить ретельне тестування, що включає перевірку функціональності, зручності користування, швидкості завантаження та адаптивності дизайну. Перевіряється правильна робота всіх

функцій вебсайту на різних пристроях і браузерах. Це допомагає у виявленні будь-яких помилок та їх уможливленні їх виправлення перед запуском сайту.

Завершальний етап – це запуск та подальша підтримка вебсайту. Після завершення тестування та оптимізації вебсайт готовий до запуску.

Однак, процес розробки на цьому не закінчується. Постійна підтримка та оновлення вебсайту є необхідною умовою для забезпечення його стабільної роботи та відповідності сучасним стандартам. Моніторинг показників відвідуваності та взаємодії користувачів дозволяє вчасно вносити необхідні корективи.

У фіналі процесу розроблення вебсайту відбувається його реліз або запуск.

Ця процедура відбувається так. Розробник вебсайту завантажує вебсайт на сервер та виконує останні налаштування. Власник салону краси перевіряє вебсайт і, якщо все задовольняє його потреби, оголошує його офіційним. Після запуску вебсайту розробник може займатися підтримкою та оновленнями, щоб забезпечити безперебійну роботу ресурсу та виконання нових вимог власника салону краси.

Крім цього, після випуску вебсайту може розпочатися рекламна кампанія для залучення аудиторії.

Також надзвичайно важливим є постійне відстежування аналітики сайту та здійснення регулярного оновлення і підтримки, щоб забезпечити його ефективну роботу та відповідність потребам бізнесу.

Після запуску вебсайту для салону краси, розробник може включити додаткові функціональні можливості, які значно поліпшують користувацький досвід.

Слід обов'язково пам'ятати, що постійне безперервне оновлення та вдосконалення програми лояльності, врахування зворотного зв'язку клієнтів і адаптація до змін у їхній споживчій поведінці допоможуть бренду залишатися конкурентоспроможним і привабливим в очах своєї аудиторії. Пропонуємо

розглянути різноманітні SEO-стратегії, які використовуються для сайтів моди та краси (рис. 2.12).

Стратегія	Опис	Переваги
Дослідження ключових слів	Проведення аналізу запитів для визначення актуальних ключових слів і фраз	-Покращена видимість у пошукових результатах - Залучення цільової аудиторії
Мобільна оптимізація	Адаптація сайту для зручності використання на мобільних пристроях	- Підвищена доступність для мобільних користувачів -Покращений ранг у пошукових системах
Співпраця із впливовими особами	Партнерство з блогерами та впливовими особистостями для просування продуктів і бренду	-Збільшення охоплення аудиторії - овіра з боку підписників впливових осіб
Використання VR і AR	Створення інтерактивних і захопливих онлайн-продуктів з використанням віртуальної та доповненої реальності	- Унікальний користувацький досвід, що запам'ятовується і запам'ятовується - Привернення уваги через інноваційні технології
Використання ІІІ	Застосування технологій штучного інтелекту для аналізу даних, надання рекомендацій і прогнозів	- Персоналізація контенту та пропозицій - Ефективне управління клієнтським досвідом

Рис. 2.12 – Порівняння SEO-стратегій для сайтів краси

Безперечно, розробники сайтів мають враховувати ці стратегії і тільки за такої умови ресурси, присвячені красі, можуть успішно розвиватися в онлайн-просторі, залучати увагу аудиторії, поліпшувати взаємодію з клієнтами та залишатися у тренді завдяки інноваційним підходам до просування. Постійне оновлення стратегій, аналіз результатів та адаптація до змін у галузі допоможуть досягти довготермінового успіху.

Ще одним вагомим ключем до успішного просування у сфері краси є постійне відстеження динаміки трендів. Ця галузь швидко розвивається, тому вебсайти, що спрямовані на модні та стильні тенденції, повинні бути готові до швидких змін. Постійний моніторинг нових технологій, змін у споживчому

підході та конкурентному середовищі стає необхідним складником успішної стратегії.

У процесі розроблення вебсайту також може знадобитися інтеграція з іншими системами або сервісами. Наприклад, це може бути з'єднання з платіжними шлюзами для прийому онлайн-платежів, об'єднання з соціальними медіа для спільного використання контенту або інтеграція з електронною поштою для автоматичного відправлення сповіщень чи розсилки.

Важливим аспектом розробки сучасного вебсайту є також його адаптація під змінні потреби та тренди. Розробник може проводити регулярні оновлення, додавати новий функціонал, виправляти помилки або змінювати дизайн, щоб вебсайт залишався актуальним та привабливим для відвідувачів.

Підсумовуючи, усі ці етапи та аспекти розроблення вебсайту для салону краси, можна зробити висновки, що цей процес вимагає, передусім, тісної співпраці та порозуміння між розробником вебсайту та власником салону краси, а також постійного вдосконалення та пристосування для досягнення найкращих результатів.

### **2.3. Тестування, вдосконалення та впровадження вебсайту**

Відомо, що тестування, вдосконалення та впровадження вебсайту є важливими етапами в розвитку та забезпеченні успіху будь-якого вебпроєкту. Ці кроки допомагають забезпечити ефективність та задоволення потреб цільової аудиторії бізнесу.

У процесі тестування перевіряється, якнайперше, функціональність вебсайту. Передусім необхідно впевнитись, що всі його компоненти працюють належним чином.

Тестується також посилання, форми зворотного зв'язку, функціональність пошуку та інші важливі елементи.

Крім того, важливо перевірити, як вебсайт відображається на різних пристроях та в різних браузерах, щоб забезпечити його сумісність з усіма платформами.

Удосконалення вебсайту, насамперед, включає оптимізацію його швидкості завантаження. Обов'язково аналізується швидкість завантаження за допомогою спеціальних інструментів, зокрема, таких, як Google PageSpeed Insights. Крім того, вносяться відповідні зміни для покращення цього показника. Варто підкреслити, що в ці параметри, зазвичай, відноситься зменшення розміру зображень, стиснення файлів CSS та JavaScript, використання кешування та інші оптимізаційні заходи.

Під час вдосконалення також потрібно оцінити дизайн вебсайту та користувацький досвід. Водночас необхідно переконатись, що інформація є легкодоступною, навігація зручна та інтуїтивно зрозуміла, а заголовки та контент привертають увагу користувачів. У разі необхідності варто звернутися до професіоналів з дизайну та UX/UI для отримання допомоги в покращенні цих аспектів.

Із врахуванням безпеки й конфіденційності, що є надзвичайно важливим в умовах сьогодення, вебсайт перевіряється на відповідність стандартам. У таких випадках використовується шифрування HTTPS, встановлюються механізми захисту від злому та вразливостей, а також розробляється політика конфіденційності, яка пояснює, як збираються, використовуються та захищаються індивідуальні дані користувачів.

Після вдосконалення вебсайту можна переходити до його впровадження. Це включає розгортання оновленого вебсайту на живий сервер та опис процесу тестування, вдосконалення та впровадження вебсайту.

Після тестування, зазвичай, можна приступати до вдосконалення вебсайту. Цей етап може включати такі процеси:

- 1) оптимізацію швидкості завантаження;
- 2) вдосконалення дизайну та користувацького інтерфейсу;
- 3) виправлення помилок;

#### 4) оптимізацію контенту для пошукових систем.

Безперечно, надзвичайно важливим етапом є аналіз даних тестування та комунікація з користувачами. Це допоможе зрозуміти, як можна поліпшити функціональність та ефективність вебсайту.

Після вдосконалення вебсайту він готовий до його впровадження. Необхідно переконатись, що всі налаштування правильно сконфігуровані, база даних належним чином зімпортована, а вебсайт працює належним чином на різних пристроях та браузерях.

Після впровадження вебсайту можна продовжити моніторити його роботу, виявляти та виправляти будь-які проблеми або помилки, які можуть виникнути після запуску. Також може знадобитися подальше вдосконалення та розвиток вебсайту з часом, враховуючи змінні потреби користувачів та нові технології.

Отже, важливо пам'ятати, що створення вебсайту – це ітеративний процес, і вебсайт може зазнавати змін та удосконалень в майбутньому, відповідаючи новим потребам і трендам.

## ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження зроблено такі висновки.

1. У науковій роботі було досліджено концепції і моделі комунікації через вебсайти як одного із інструментів інтернет-маркетингу.

Після детального аналізу наукових джерел, присвячених проблемам управління, було зроблено висновок про його важливість як значущого інструменту для успішного функціонування та розвитку компаній у сфері послуг, зокрема салонів краси.

У роботі було з'ясовано, що з-поміж основних функції вебсайту в сфері послуг можна назвати такі:

- 1) має вагомую роль у створенні присутності салону в цифровому просторі;
- 2) забезпечує інформаційну підтримку;
- 3) зміцнює репутаційну привабливість закладу;
- 4) використовується для комунікації з клієнтами.

2. Багато уваги у науковій розвідці було приділено аналізу сучасних тенденцій вебдизайну в сфері послуг з урахуванням потреб комунікації з клієнтами.

Відомо, що для успішної діяльності салону краси пріоритетним завданням є можливість підтримання зв'язку з клієнтами. Так, за допомогою вебресурсу відвідувачі можуть дізнаватися про місцезнаходження салону, контакти, репутацію, колектив тощо.

Додатково, вебсайт має ключову роль у залученні нових клієнтів, дозволяючи усіх бажаючим детально ознайомитися з асортиментом послуг, переглянути портфоліо та відгуки інших відвідувачів.

Крім того, вебсайт допомагає підтримувати та поглиблювати взаємодію з поточними клієнтами, регулярно оновлюючи інформацію та використовуючи інформаційний ресурс для збору відгуків та фідбеку від клієнтів, з метою вивчати їхні пропозиції, враховувати побажання,

покращувати якість обслуговування. Тобто, використання вебсайту є важливим елементом у створенні конкурентоспроможності салону.

Також було зроблено висновок, що для успішного інтернет-маркетингу, передусім, необхідно розробити правильну стратегію, тобто чітко розроблений план досягнення бізнес-цілей. Також важливо систематично проводити аналіз ринку з метою виявлення нових тенденцій та вивчати зміни у запитах і бажаннях клієнтів.

На нашу думку, важлива роль у цьому процесі належить правильно зробленому вебсайту.

Відомо, що сучасні вебресурси мають враховувати корпоративний стиль закладу, його спрямованість, кольорову гаму, види шрифтів тощо.

Крім того, нині у вебсайтах сфери послуг широко використовують відео, графіку, ілюстрації.

Важливо також, щоб навігація вебресурсу була максимально простою та доступною.

3. У процесі написання роботи було розроблено практичні рекомендації щодо оптимізації контенту вебсайту для покращення взаємодії з клієнтами.

Так, важливим нововведенням є внесення актуальної та зрозумілої інформації про послуги, ціни та розклад роботи, що дозволить відвідувачам швидко знайти необхідні відомості. Такий підхід сприятиме підвищенню задоволеності клієнтів та збільшенню їхньої лояльності до салону, що, насамперед, позитивно вплине на його конкурентоспроможність на ринку.

Разом з цим, рекомендується розглянути можливість впровадження системи онлайн оплати на вебсайті. Це дозволить клієнтам ефективно та зручно сплачувати послуги вже перед візитом у салон, що теж позитивно сприйматиметься клієнтами. Водночас, такий механізм оплати підвищить ефективність обслуговування та зменшить час очікування у черзі для клієнтів, а для салону – забезпечить більш ефективний облік та контроль над фінансовими операціями.

Для реклами салону доцільно використовувати соціальні мережі, зокрема Instagram та TikTok, створювати блоги, проводити відеоуроки, відеолекції, у яких розповідати про сучасні тенденції моди в сфері краси, правильне використання косметики, догляд за тілом, віями тощо.

Як один із варіантів цікавої емоційної розповіді, можна задіяти сторітелінг на теми косметики.

Також популярним зараз на вебсайтах є розділ відгуків і пропозицій, головна роль яких – висвітлити реакцію відвідувачів на рівень професіоналізму колективу салону, що сприятиме рекламі цього закладу і розширенню клієнтської бази.

Важливим також є інформативний та релевантний контент, мінімально проста навігація теж позитивно вплине на посилення комунікації з цільовою аудиторією.

Привабливим кроком для залучення клієнтів можуть стати і програми лояльності, розміщені на вебсайті, які передбачають різноманітні додаткові бали, бонуси за рекламу салону серед своїх знайомих.

Отже, розширення й оновлення вебсайту салону краси допомагає залучати та утримувати клієнтів, покращувати комунікацію, а також підвищувати загальний успіх та рентабельність бізнесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова К.О. Удосконалення міх-маркетингу підприємства сфери послуг салон краси. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 104 с.
2. Антоненко А.В., Балвак А.А., Цвик О.С., Ємелін Д.М., Гришковець Є.П. Інноваційні методи відображення інформації у веб-браузерах. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*, 2024. Т. 1. С. 3-11.
3. Види сайтів та їх особливості. Цільова аудиторія. Освітній проєкт «На Урок» для вчителів. URL: <https://naurok.com.ua/vidi-saytiv-ta-h-osoblivosti-silova-auditoriya-322527.html> (дата звернення: 06.06.2024).
4. Васильченко Л.С. Інноваційні можливості застосування маркетингових комунікацій підприємств в мережі Інтернет. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*, 2019 (3-4 (75-76)), С. 96-103.
5. Вебсайт: визначення й застосування. Статті про розробку та просування вебсайтів. *Розробка вебсайтів Харкова, Харків - студія WebTec*. URL: <http://www.webtec.com.ua/uk/articles/index/view/2011-05-05/web-site> (дата звернення: 04.06.2024).
6. Єременко Д.В., Єременко Л.В., Калістий Р.В. *Срт системи в бізнесі. editorial board*, 83, 2022.
7. Ішанська Н., Улко С. Основні аспекти створення мобільних додатків та вибір інструментів їх розробки. *Системи управління, навігації та зв'язку. Збірник наукових праць*, 2020. 1(59). С. 74-78.
8. Кононець Н.В. Вебсайт як інформаційний ресурс навчального закладу – крок до якісної освіти. *Комп'ютер у школі та сім'ї*, 2016 (1). С. 21-26.
9. Лебеденко М.С., Лученко І.В. Вебресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2017. С. 26-36.

10. Марусей Т. Ерр-системи як сучасний засіб управління ресурсами підприємства. *Актуальні проблеми аграрної економіки: теорія, практика, стратегія*. 2017. С. 17-22
11. Особливості розробки сайту для салону краси. *Outsourcing Team*. URL: <https://outsourcing.team/uk/blog/development/osoblivosti-rozrobki-sajtu-dlya-salonu-krasi/>.
12. Перепелиця А. С., Богач І. В. Переваги використання фреймворку Spring при розробці вебдодатків. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*, 2022. 12 (2). С. 163-165.
13. Попова Л.О. Організація рекламної діяльності підприємства з іноземними інвестиціями. *Економічна стратегія і перспектив розвитку в сфері торгівлі і послуг*. 2012. Вип. 1(2). С. 255-260.
14. Попова Ю. Особливість маркетингових досліджень рекламодіяльності. *Економіка і регіон*. 2015. № 1. С. 74-79.
15. Посадова інструкція менеджера з рекламної діяльності. URL: [http://www.jobs.ua/ukr/job\\_description](http://www.jobs.ua/ukr/job_description) 45. Про рекламу : Закон України за станом на 6 січня 2018. Верховна Рада України. Київ : Парлам. вид-тво, 2018. 31 с.
16. Придатко О.В., Хлевной О.В., Бурак Н.Є. Основи програмування (мовою Java). 2019. 178 с.
17. Раковська-Башмакова О. С. Психологчний вплив рекламної діяльності на суспільство. *Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту*. 2007. № 2. С. 56–59.
18. Реклама в системі інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства - Бібліотека BukLib.net. Головна - Бібліотека BukLib.net. URL: <https://buklib.net/books/25158/> (дата звернення: 04.06.2024).
19. Романчукевич М.Й. Формування систем інформаційних забезпечень управління маркетингової діяльності підприємства. Автореф. дис. на зд. наук. ступ. к. е. н. за спец. 08.06.01 – економіка, організація та управління підприємствами. Тернопільський державний економічний університет, Тернопіль, 2006. 22 с.

20. Система онлайн-бронювання: чому вона необхідна для туристичного та готельного бізнесу | Stfalcon. Custom Software Development Company | Stfalcon.com. URL: <https://stfalcon.com/uk/blog/post/online-booking-system> (дата звернення: 03.06.2024).
21. Студія краси. *goddess*. URL: <https://goddess.kiev.ua/>.
22. Тахтаров В. Г. Бізнес-процеси просування продукції підприємства в умовах цифровізації Запоріжжя: ЗНУ, 2022. 70 с.
23. У посткорона-вірусному світі digital is the new king, та людей тягтиме до людей. URL: <https://dtek.com/media-center/news/v-42-postkoronavirusnom-mire-digital-is-the-new-king-no-lyudi-budut-stremitsya-klyudyam/>
24. Храпкіна, В., Брюшко, Н. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. 2022. Економіка та суспільство, (38). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-64>
25. Хто такий SMM-фахівець і як ним стати. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/blog/kto-takoj-smm-specialist-i-kak-im-stat/>
26. Фелечко О.С. Від поняття до створення та функціонування. *Упорядники*, 2017, с. 309.
27. Шандрівська О.Є., Соколов Ю.С. Процес формування стратегії SMM-просування: особливості та етапи створення. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2022. 124 с.
28. Шаров С.В., Хрептус В.С. Загальні принципи створення вебсайту. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення: зб. тез доповідей Міжнар. наук. Інтернет-конф. м. Тернопіль, 13 листопида 2018 р.* Т. 33. С.104-106.
29. Шаура А. Основні етапи створення дизайну вебсайтів. *Етнокультурні традиції в образотворчому мистецтві та дизайні України*. Київський університет імені Бориса Грінченка. 2013, 15 (3). С. 15-18.

30. Що таке конкуренція? Види конкуренції. Хто такі конкуренти і як з ними боротися? URL: <https://aboutmarketing.info/biznes/shcho-takekonkurencsiya/> (date of access: 03.06.2024).

31. Юрчук Н.П. CRM-системи: особливості функціонування та аналіз українського ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 23 (2), 2019. С. 141 – 147.

32. Якимчук О. Онлайнві соціальні мережі: перспективи розвитку. *Релігія та соціум*. 2011. № 2. С. 199-205.

33. Які бувають види контенту для сайту? URL: <https://wma.lviv.ua/yaki-buvayut-vydy-kontentu-dlya-sajtu> (дата звернення: 04.06.2024).

34. Як створити сайт для салону краси. brainlab. URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/yak-stvoriti-sajt-dlya-salonu-krasi>. (дата звернення: 04.06.2024).

35. Ярکا У., Бойчук, О., Ляхович Л. (2016). Вебсайт як засіб комунікативної діяльності суспільства. *Інформація, комунікація, суспільство*. 7 (2). С. 72-73.

36. G×Bar - це як салон краси, тільки набагато краще!. G×Bar. URL: <https://gbar.com.ua/ua/kyev> (дата звернення: 04.06.2024).

37. Github репозиторій з бібліотекою допоміжних методів для Google Calendar API. URL: <https://github.com/bvilela/googlecalendar-util-li>

38. Daniela L., Rüdolf A. Learning platforms: How to make the right choice. *Didactics of smart pedagogy: Smart pedagogy for technology enhanced learning*, 2019. P. 191-209.

39. How to Make a Poll on Instagram Stories. URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-poll/>

40. Instagram Marketing How to Create Captivating Visuals, Grow Your Following, and Drive Engagement on Instagram. URL: <https://www.hubspot.com/instagram-marketing> (date of access: 03.06.2024).

41. Fast Line Studio. Студія краси Fastline. URL: <https://fastline.studio/>.
42. JOO, Heonsik. A study on understanding of UI and UX, and understanding of design according to user interface change. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12.20: 9931-9935, 2017. 65.
43. Rafay A. The Role of a Website in Modern Business. LinkedIn: Log In or Sign Up. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/role-website-modern-business-abdul-rafay> (date of access: 03.06.2024).
44. R. Gunawan, et al. The effect of design user interface (UI) e-commerce on user experience (UX). In: 2021 6th International Conference on New Media Studies (CONMEDIA). IEEE. 2021. P. 95-98
45. Pastore S. Website development and web standards in the ubiquitous world: Where are we going. *WSEAS Transactions on Computers*, 2012. 11(4), P. 309-318.
46. del Pilar Salas-Zárate, M., Alor-Hernández, G., Valencia-García, R., Rodríguez-Mazahua, L., Rodríguez-González, A., & Cuadrado, J. L. L. Analyzing best practices on Web development frameworks: The lift approach. *Science of Computer Programming*, 2015. 102, P. 1-19.
47. Sarfaraz A., Mukerjee P., Jenab K. Using fuzzy analytical hierarchy process (AHP) to evaluate web development platform. *Management Science Letters*, 2012. 2 (1), P. 253-262.
48. SMM спеціаліст: основні завдання, знання і навички. URL: <https://emis.ua/ua/blogh/smm-specialist-osnovni-zavdannja-znannja-i-navichki-2/>
49. The Ultimate Guide to Writing Good Instagram Captions. URL: <https://later.com/blog/the-ultimate-guide-to-writing-good-Instagram-captions>
50. Top 7 Digital Marketing Tips for Your Beauty Salon – Plerdy. Plerdy – tools to improve conversions, usability analysis and SEO. URL: <https://www.plerdy.com/blog/digital-marketing-for-beauty-salon/> (date of access: 04.06.2024).
51. What is a Website? - GeeksforGeeks. GeeksforGeeks. URL: <https://www.geeksforgeeks.org/what-is-a-website/> (date of access: 03.05.2024).