Лабораторная работа 3

Тема: «Разработка сайта в онлайн конструкторе»

Цель работы:

1. **Практическая:** Освоить базовые принципы проектирования, визуальной коммуникации и сборки функционального сайта в онлайн-конструкторе Tilda.
2. **Профессиональная:** Сформировать навык быстрой разработки рекламного носителя под конкретную бизнес-задачу, понимание взаимосвязи структуры, контента и конверсии.
3. **Креативная:** Реализовать творческую идею в рамках четкого технического задания (ТЗ).

Итоговый продукт:

1. Работающий сайт на Tilda, опубликованный в интернете.
2. Краткий письменный отчет (презентация), объясняющий ключевые решения.

Техническое задание (ТЗ) – «Каркас»

Каждый студент выбирает или получает **один из 15 вариантов тем** (см. ниже). На его основе нужно разработать сайт, который соответствует следующим обязательным критериям:

1. Структура (минимум 4 блока на одной странице или 2 отдельные страницы):

- **Главный экран (Hero Section):** Ясный заголовок (H1), подзаголовок, CTA-кнопка, релевантное фоновое изображение/видео.
- **Блок «О проекте / Услуги / Преимущества»:** Объяснение ценности. Использовать иконки, карточки (Tilda’s Zero Block).
- **Блок «Портфолио / Галерея / Отзывы»:** Доказательства социального доказательства.
- **Блок с призывом к действию (Lead Form):** Форма захвата контактов (имя, email/телефон) или кнопка для оформления заказа/записи.

2. Дизайн и юзабилити (Обязательные требования):

- **Адаптивность:** Сайт должен корректно отображаться на мобильных устройствах (проверить через предпросмотр).
- **Визуальная иерархия:** Шрифты не более 2-3 типов, контрастные цвета, «воздух» (padding).
- **Брендирование:** Собственный логотип (можно создать в Canva/Figma), цветовая палитра (2-3 основных цвета).
- **Навигация:** Четкое меню (хедер), работающие ссылки, кнопка «вверх».

3. Контент и рекламная механика:

- **УТП (Уникальное Торговое Предложение):** Должно быть четко сформулировано в текстах.
- **Призывы к действию (Call To Action - CTA):** Не менее 3-х на сайте. Разный текст для разных блоков («Подробнее», «Записаться», «Скачать каталог»).
- **SEO-база:** Прописать Title и Description страницы.

Варианты тем для сайтов

Выберите тему по варианту. Это ваш «клиент».

1. **Лендинг для кондитера-фрилансера:** Продвижение услуг по изготовлению тортов на заказ для событий (дни рождения, свадьбы).
2. **Сайт-визитка фотографа (портрет/лавстори):** Портфолио, информация о съемках, прайс-пакеты, форма бронирования.
3. **Онлайн-заявка на услугу клининга:** Услуги уборки квартир и офисов. Калькулятор стоимости (текстовый блок с выбором параметров).
4. **Сайт для организатора локальных событий:** Анонсирование одного конкретного события (фестиваль уличной еды, концерт, мастер-класс). Программа, билеты, карта.
5. **Лендинг по продаже цифрового продукта:** Чек-лист «50 идей для контента в Instagram» или мини-курс в формате PDF.
6. **Промо-сайт нового кафе/кофейни:** Меню с изображениями, история места, онлайн-бронирование столика (форма).

7. **Сайт-портфолио копирайтера или дизайнера:** Лаконичное представление, примеры работ с фильтрами, условия сотрудничества.
8. **Лендинг для сбора средств (краудфандинг/донаты):** Для помощи приюту для животных. Цель, история, прогресс-бар, способы помощи.
9. **Сайт экскурсовода или гида:** Описание авторских экскурсий по вашему городу, расписание, отзывы, контакты.
10. **Онлайн-запись в студию йоги или фитнеса:** Расписание классов, описание направлений, форма покупки абонемента (ссылка на оплату).
11. **Промо-страница для нового подкаста:** О чем подкаст, список выпусков (с плеером через встроенный блок), форма подписки на рассылку о новых выпусках.
12. **Сайт-гайд для новичков в хобби:** Например, «Гид по самостоятельному маркетингу для мастеров handmade». Полезные статьи, инструменты, лид-магнит (шаблон расчета себестоимости).
13. **Лендинг услуги «под ключ»:** Например, «Организация детских праздников». Этапы работы, готовые пакеты программ, галерея.
14. **Сайт местного сообщества или НКО:** Например, «Сообщество велосипедистов [Ваш Город]». Цели, мероприятия, членство, контакты.
15. **Интернет-витрина небольшого магазина:** Например, продажа эко-косметики ручной работы. Каталог товаров (карточки), информация о производстве, корзина через Tilda.Cart.

Этапы выполнения (Пошаговый план)

1. Планирование и прототип

1. **Анализ:** Изучите 2-3 сайта конкурентов по вашей теме. Что вам нравится/не нравится?
2. **Контент-план:** Пропишите тексты для всех блоков *до* начала работы в конструкторе. Придумайте УТП.
3. **Визуал:** Соберите мудборд (подборку) изображений, выберите цветовую палитру. Создайте логотип.

4. **Прототип:** Нарисуйте на листе бумаги или в Figma схему расположения блоков.

2. Реализация в Tilda

1. **Настройка:** Создайте аккаунт и новый проект. Выберите «Нулевой блок» или адаптируйте похожий шаблон.
2. **Сборка:** Последовательно реализуйте блоки из ТЗ. Используйте контейнеры, сетки, аккордеоны для организации контента.
3. **Детали:** Настройте формы, кнопки, ссылки. Загрузите фавикон.
4. **Тестирование:** Проверьте сайт на ПК и телефоне. Протестируйте все формы и ссылки. Попросите коллегу оценить удобство.
5. **Публикация:** Опубликуйте сайт на бесплатном домене Tilda (вашсайт.tilda.ws).

Критерии оценки (максимум 100 баллов)

- **Соответствие ТЗ (30 баллов):** Наличие всех обязательных структурных блоков, форм, CTA.
- **Дизайн и визуальная коммуникация (25 баллов):** Целостность, адаптивность, работа с типографикой, цветом, качество изображений.
- **Контент и рекламная эффективность (25 баллов):** Ясность УТП, убедительность текстов, логика воронки, работающие призывы к действию.
- **Техническая реализация (15 баллов):** Работоспособность всех элементов, скорость загрузки, отсутствие ошибок.
- **Креативность и оригинальность (5 баллов):** Нестандартный, но уместный подход в подаче идеи.

Что сдаем в итоге (в едином PDF-документе или папке):

1. **Ссылка на опубликованный сайт.**
2. **Скриншоты сайта (главный экран и еще 2 ключевых блока).**
3. **Краткий отчет (1-2 слайда/страницы), содержащий:**
   - Название проекта и выбранную тему.
   - Описание целевой аудитории проекта.
   - Сформулированное УТП.

- Объяснение ключевых дизайнерских решений (почему эти цвета, шрифты?).
- Перечень использованных внешних инструментов (Canva, Figma, фотостоки).
- Ответ на вопрос: «Какой один элемент на сайте, по вашему мнению, наиболее эффективно работает на конверсию и почему?»

  Итоговая фраза от преподавателя-рекламщика:

  «Забудьте на время о «красоте». Думайте о «понятности» и «действии». Ваш сайт — это безотказный продавец, который работает 24/7. Сделайте так, чтобы ему было что продавать, а клиенту — понятно, что покупать. Удачи в создании вашего первого digital-актива!»