

www.shopolog.ru v.2.0. Бизнес-требования.

✓ **Цель переделки сайта**

- ✓ Основная цель переделки – увеличить частоту заходов пользователей на сайт. Частотность заходов напрямую зависит от количества и регулярности публикуемого контента. Т.к. ресурсы по созданию авторского контента ограничены, мы хотим сделать упор на пользовательский контент. Для этого мы вводим специальный раздел «Диалог» с функционалом форума, усиливаем возможность комментирования, изменяем структуру страниц сайта.
- ✓ Вторая задача – улучшение навигации и увеличение глубины просмотра сайта. Большая часть контента (методические статьи) актуальны в течение достаточно долгого времени, однако существующая структура сайта, блог-лента, не позволяет удобно искать «старый» контент. Если это исправить – то увеличится глубина просмотра сайта, более эффективно начнет использоваться трафик из поисковиков.
- ✓ Надо начинать продавать рекламу. Это значит, что должны запускаться монетизируемые сервисы, сейчас этого почти нет – надо делать.
- ✓ Надо изменить бренд. Предыдущий логотип разрабатывался исходя из требования ассоциации с проектом Ichiba. Сейчас, в свете проведенных сделок M&A это неактуально. Сейчас Шополог должен позиционироваться как самостоятельный медийный проект.

✓ **Типы и структура представления контент а**

2.1. Общая идея

Сайт по сути состоит из набора «единиц контента». В большинстве случаев это страницы сайта. Каждая единица контента обладает набором атрибутов (тематика, тип, набор тегов), которые, в свою очередь определяют структуру и навигацию по сайту. Это означает, что по сути структуру сайта определяют следующие сущности:

- ✓ **Типы контента** (новость, статья, компания) - задают внешний вид страниц и являются основным средством навигационной группировки:
 - ✓ Контент может относиться только к одному типу («статья» не может быть «новостью»)
- ✓ **Тематические рубрики** (логистика, удержание клиентов и т.п.) – которые, по сути, являются сквозными фильтрами для всех типов контента. Т.е. новости могут относиться к той или иной рубрике.
 - ✓ Это, по сути означает, что, кликая на «логистика» - пользователь получает тот же самый сайт, с теми же самыми типами контента, но с включенным фильтром по тематике: в новостях будут новости логистики, в компаниях будут только логистические компании и т.п.
 - ✓ Контент может относиться к разным рубрикам («новость» может относиться и к «логистике» и к «удержанию клиентов» одновременно)
- ✓ **Теги.** Весь контент протегирован, т.е. каждая статья новость и т.п. имеет набор тегов – ключевых слов и словосочетаний. Они используются для поиска по сайту, кросснавигации (с этой новостью также рекомендуем почитать) и т.п.

- ✓ **Авторы.** Авторы - это либо персоны, либо компании. При регистрации пользователь указывает – регистрируюсь, как компания или как пользователь. Некоторые типы контента, а также комментарии имеют авторов. Это означает, что есть возможность собрать «страницу автора», и на которой будет собрана история его активности, эмулируя таким образом «блог» данного автора.

Любая «единица контента» также должна иметь:

- ✓ дату публикации
- ✓ возможность комментирования пользователями,
- ✓ учитывать количество просмотров данной публикации.

Эти параметры публикации по определенному алгоритму, описанному ниже, влияют на ранжирование (порядок следования) данной единицы контента в лентах.

2.2. Типы контента

На момент запуска разрабатываемой версии сайта должны существовать следующие типы контента:

- Статья (сейчас «методичка»)
- Новость (сейчас «новости»)
- Пользовательский пост (сейчас на сайте этого нет)
- Компания (сейчас «компания») (рубрикация компаний может отличаться от рубрикация остального контента – см ниже)
- Автор (сейчас на сайте нет авторов).
- Ссылка (сейчас «почитать»)

Средства администрирования должны позволять добавить, отредактировать удалить тип контента, например для добавления еще одной новостной ленты. Вряд ли это будет происходить часто, но в админке такая функция должна быть предусмотрена.

2.3. Рубрики

На момент запуска версии сайта должны быть созданы следующие рубрики:

- Логистика
- Платежи
- Привлечение клиентов
- Удержание клиентов
- Дизайн и юзабилити
- Разработка
- Право и налоги

- **Прочее.** К рубрике «прочее» относятся материалы, не отнесенные ни к одной другой рубрике. Они такие статьи будут доступны по URL www.shopolog.ru/others/article_name и доступны только с вкладки «все материалы».

Кроме рубрик контента (статей, новостей, постов) должны также быть созданы рубрики для «компаний». Рубрикация компаний будет повторять рубрикацию контента + появится одна дополнительная рубрика «интернет-магазины», которые в свою очередь будут рубрицированы по категориям товаров. Т.е. каталог компаний будет выглядеть следующим образом:

- Логистика
- Платежи
- Привлечение клиентов
- Удержание клиентов
- Дизайн и юзабилити
- Разработка
- Право и налоги
- Интернет-магазины:
 - Он-лайн-гипермаркеты (широкий ассортимент)
 - Электроника, компьютеры, бытовая техника
 - Книги, музыка, фильмы,
 - Одежда и обувь
 - Дом и интерьер
 - Детский мир
 - ...Еще несколько основных
- **Другие компании.**

Средства администрирования должны позволять добавить, отредактировать удалить рубрику. Это достаточно часто повторяемая операция. Для каждой единицы контента в админке должна быть предусмотрена возможность изменить ее принадлежность конкретной рубрике.

3. Описание функционала

3.1. Поиск

Платформа не важна, т.к поиск достаточно прост. Важно, чтобы она позволяла сделать следующее:

- ✓ Если ключевик встречается в названии материала – ему присваивается больший вес.
- ✓ Теги, которые сопровождают контент, также должны учитываться в поиске с весом, эквивалентным попаданию ключевого слова в название. Т.е. если ни в тексте, ни в названии статьи нет слова КАРАМБА, но при этом статье проставлен тег КАРАМБА, то при запросе КАРАМБА в поиске – данная статья должна быть найдена и отранжирована таким образом, как если бы слово КАРАМБА входило в название статьи.
- ✓ Должна быть реализована возможность выбрать тип контента в качестве фильтра (искать «только статьи», «только новости», «только компании», «только посты»).
- ✓ Возможность сортировать результаты поиска:
 - ✓ По дате
 - ✓ По популярности. Под популярностью мы понимаем следующий алгоритм:
 - Ранг популярности материала = «количество комментариев» * «вес комментариев» + «количество просмотров» * «вес типа материала»
 - Вес типа материала на этапе запуска сайта = 1 для новостей, 2 для постов, 3 для статей методички.
 - Вес комментариев на момент запуска сайта = 500
 - Настройка весов должна быть доступна в админке.

3.2. Авторизация и регистрация

На сайте есть следующие типы пользователей

- ✓ Просто пользователь.
 - Может читать и комментировать без авторизации.
- ✓ Авторизованный пользователь – автор.
 - Все, что просто пользователь
 - Может писать статьи в методичку, новости и размещать ссылки – это все отправляется на модерацию. Писать посты в «диалог» - публикуются без модерации.
 - Создать и редактировать свою персональную страницу
- ✓ Авторизованный пользователь – компания
 - Все, что просто пользователь
 - Может писать статьи в методичку, новости и размещать ссылки – это все отправляется на модерацию. Писать посты в «диалог» - публикуются без модерации.
 - Создать и редактировать страницу компании в каталоге компаний.
- ✓ Админ –
 - Все то, что вышеперечисленные
 - Доступ к админке, вся модерация, все типы контента
- ✓ Суперадмин
 - Все то, что админ
 - Может из пользователей делать админов и наоборот.

Должна поддерживаться авторизация следующими средствами:

- Собственная (наверное, в битриксе есть встроенная)
- Через Фейсбук
- Через Вконтакт
- Можно использовать Логинзу.

Должен быть реализован следующий функционал:

- Подтверждения регистрации по емэйлу НЕ ТРЕБУЕТСЯ
- Хранение сессии максимально долгое время (определение по куки). Выход только по нажатию кнопки «выход»
- Напоминание пароля по емэйлу
- Смена пароля на странице редактирования профайла пользователя

Блок авторизации открывается в леере поверх страницы. После успешной авторизации происходит редирект на страницу, на которую пытался зайти пользователь. Области, закрытые для неавторизованных пользователей на момент запуска разрабатываемой версии сайта:

- ✓ Написать статью
- ✓ Подсказать новость
- ✓ Написать пост (топикстартер).
- ✓ В админке должна быть возможность поставить около единицы контент флаг=доступно только авторизованным пользователям.
- ✓ ВАЖНО: для комментариев ко всем типам контента авторизация НЕ требуется.

3.3. Подписка

- ✓ Необходимо повторить существующую интеграцию с сервисом www.mailchimp.com – акаунты и доступ к API мы дадим. Для этого по необходимости подготовим отдельный документ.
- ✓ Форма подписки на момент запуска сайта располагается в шапке сайта. Потом будем думать куда ее еще расставить.
- ✓ Для подписки **необязательно** быть авторизованным пользователем
- ✓ При регистрации на сайте человека призывают «подписаться на еженедельную рассылку Shopolog.ru (приходит по вторникам)» («галочка» по умолчанию включена)

3.4. Система управления рекламой на сайте

Монетизируются два рекламных места:

- Баннер 240 на 400 справа на всех страницах сайта
- Текстово-графические блоки (ТГБ, тизеры) в разделе «продукты и сервисы для электронной коммерции» на заглавной странице и странице рубрик.

В разрабатываемой версии сайта монетизироваться эти места будут по Flat fee (статика, например 30% всех показов в течение недели) – поэтому система должна распределять рекламное пространство и генерить отчеты в соответствии с этим типом размещения. Кажется, что это может быть либо встроенная в битрикс система управления рекламой, либо Adriver. Требуется мнение разработчика.

3.5. Средства администрирования и редактирование контента

Тут необходимо идти от возможностей Битрикса. Возможно для согласования структуры админки необходим отдельный документ

Однако сразу хотелось бы отметить, что обязательно должны быть реализованы следующие функции:

- ✓ Должна быть возможность частичного подчеркивания заголовков статей и новостей.
- ✓ Автоматический ресайзинг картинок для самого контента и для анонсирующих блоков
- ✓ Возможность вставлять видео-ролики и презентации slideshare. Картинка, анонсирующая видеоролик должны показывать, что это видео «леер со стрелочкой», аналогично для презентации.

3.6. Групповая работа:

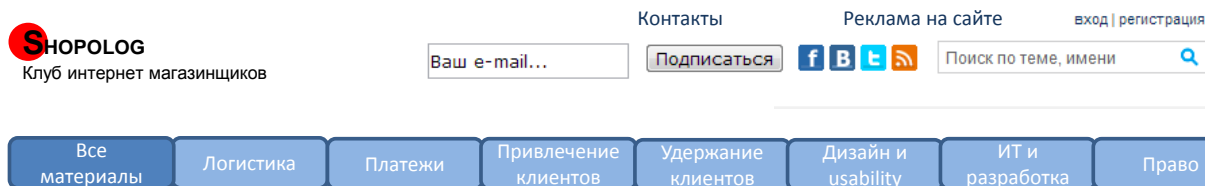
- ✓ Новости и статьи методички - премодерация
- ✓ Посты в разделе «диалог» - постмодерация
- ✓ Коменты ко всем типам контента - постмодерацией
- ✓ После публикации контент может редактировать только администратор, а обычный пользователь не может.

4. Страницы сайта

4.1. Главная (www.shopolog.ru)

Перечислим основные блоки заглавной страницы сайта сверху вниз.

1. Шапка стандартна для всего сайта. Навигационные вкладки (рубрики) заглавной страницы являются своего рода фильтрами по контенту . Если человек нажал на «логистика», то он попадает на страницу рубрики. Функциональные элементы подписки, поиска, авторизации описаны в разделе «описание функционала». Страница «реклама на сайте» www.shopolog.ru/adv и контакты www.shopolog.ru/contacts – простые статические страницы, редактируемые администратором через админку.



2. Блок анонсирующий «Методичку» (пример на www.lenta.ru). В качестве основного материала выводится последний опубликованный материал, колонка справа упорядочена по дате публикации. Т.е. когда публикуется каждый следующий материал, он как бы проталкивает ленту материалов.

- ✓ Сам заголовок «методичка» является ссылкой на www.shopolog.ru/metodichka туда же ведет ссылка «все материалы».
- ✓ Надстрочное число рядом со «все материалы» обозначает количество статей в «методичке».
- ✓ Каждый материал (единица контента) содержит 4 иконки с численным указателем. Количество лайков фейсбука, количество твитов, количество лайков вконтакта, количество комментов, количество просмотров страницы
- ✓ Заголовки должны иметь возможность частичного подчеркивания, т.е. в админке должна быть реализована возможность вводить две части заголовка и указывать, какая из них является ссылкой (можно реализовать простой алгоритм, когда всегда подчеркивается вторая часть заголовка). Частичные подчеркивания должны быть реализованы в «статьях» и «новостях»). Все остальные единицы контента (посты, компании, комменты, ссылки и т.п.) не должны иметь этого функционала.



Справа от «методички» находится место для баннера и под ним блок «Новости»:

- ✓ Если баннера нет, то «новости» поднимаются наверх.
- ✓ На баннере (или вплотную к нему) видна иконка «реклама», которая ведет на страницу «реклама на сайте»

4. Далее идет полурекламный блок «Продукты и сервисы для электронной коммерции», посвященный каталогу компаний:
- ✓ Название компании, картинка с лого, являются ссылками на внешние сайты компаний.
 - ✓ Короткий анонсирующий текст и ссылка «далее» являются ссылками на «страницу компании» на шопологе, типа www.shopolog.ru/company/gazprom
 - ✓ Ссылки «логистика» и т.п. – являются ссылками на соответствующие разделы каталога компаний.
 - ✓ В системе управления рекламой должен быть инструмент, который позволяет выносить конкретные компании на заглавную страницу сайта. Работать он должен таким образом:
 - На место №1 вручную выбирается конкретная компания ИЗ КАТАЛОГА и ДО ОПРЕДЕЛЕННОГО ВРЕМЕНИ «прибивается» к этому месту вручную - в админке отражается «проставлено вручную до 01.12.2013».
 - Соответственно на этом месте тизер размещается статически безо всякой ротации. На таких тизерах автоматически проставляется иконка «реклама», которая ведет на страницу «реклама на сайте».
 - На всех остальных местах тизеры компании ротируются случайным образом.

Продукты и сервисы для электронной коммерции

[Разместить свою компанию в каталоге](#)

Название компании	Название компании	Название компании	Название компании
www.companyname.ru	www.companyname.ru	www.companyname.ru	www.companyname.ru
Логистика Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Право Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Привлечение клиентов Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Платежи Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>
 Реклама	 Реклама		

Все компании ²⁵⁶

Интернет-магазины

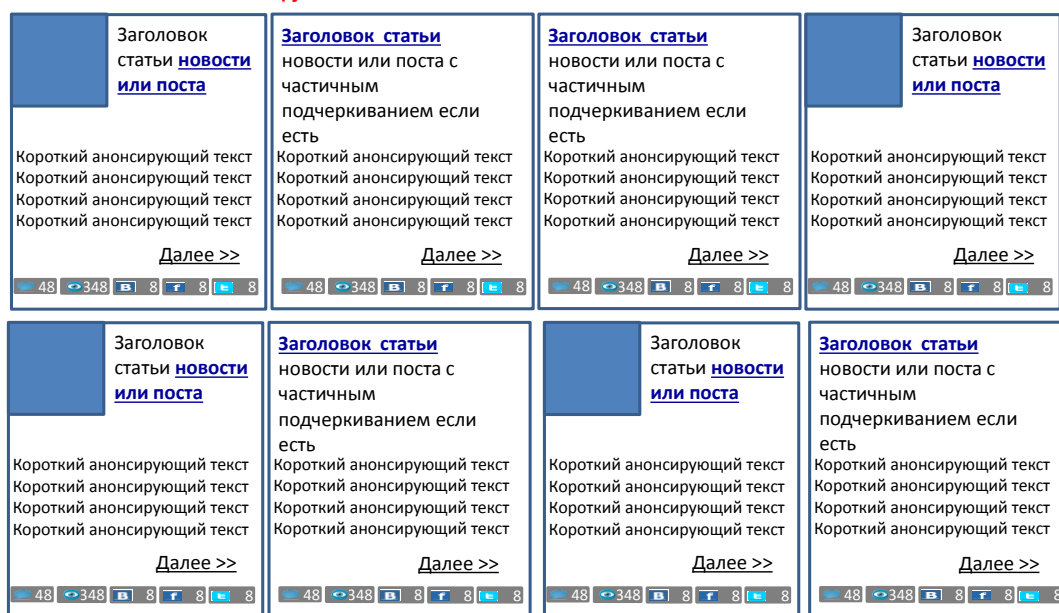
[Разместить интернет-магазин в каталоге](#)

Название компании	Название компании	Название компании	Название компании
www.companyname.ru	www.companyname.ru	www.companyname.ru	www.companyname.ru
Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>

Все интернет-магазины ²⁵⁶

5. После этого идет лента материалов, организованная по типу пинтереста, т.е. вниз с большим скроллингом (на мокапе два ряда, всего должно быть 8)

Самые читаемые и комментируемые



Материалы туда попадают и упорядочиваются по популярности (см раздел 3.1.)

6. В самом низу страницы размещается футер и SEO текст, который выглядит следующим образом:



SEO текст с ключевыми словами, некоторые из которых выделены ссылками для передачи анкорного веса. В админке должна быть возможность добавить SEO текст на страницы: «страница тега», «все новости», «все материалы», «все компании данной категории». SEO текст с ключевыми словами, некоторые из которых выделены ссылками для передачи анкорного веса. В админке должна быть возможность добавить SEO текст на страницы: «страница тега», «все новости», «все материалы», «все компании данной категории». SEO текст с ключевыми словами, некоторые из которых выделены ссылками для передачи анкорного веса. В админке должна быть возможность добавить SEO текст на страницы: «страница тега», «все новости», «все материалы», «все компании данной категории». SEO текст с ключевыми словами, некоторые из которых выделены ссылками для передачи анкорного веса. В админке должна быть возможность добавить SEO текст на страницы: «страница тега», «все новости», «все материалы», «все компании данной категории». SEO текст с ключевыми словами, некоторые из которых выделены ссылками для передачи анкорного веса.

- ✓ Возможность редактировать SEO текст должна быть реализована ДЛЯ ЛЮБОЙ страницы сайта.

4.2. Рубрика (www.shopolog.ru/logistics)



Это кросс-страница, которая выглядит абсолютно как заглавная шополога, но со включенным фильтром по рубрике. Т.е. отображаются только материалы и компании, которые относятся к данной рубрике.

Единственная тонкость, которая есть на этой странице – это раздел «Продукты и сервисы для электронной коммерции, где есть рекламные (прибитые вручную) блоки. Там предлагается реализовать следующий алгоритм:

- ✓ Компания в блок выбирается один раз для заглавной странице, т.е. если я для заглавной страницы на место №1 выбрал компанию «А», которая относится к рубрике «логистика», то таким образом, я зафиксировал место №1 и на странице рубрики. Т.е. на странице рубрики www.shopolog.ru/logistics на месте №1 отобразится компания «А».
- ✓ На всех же остальных страницах рубрик («например» на www.shopolog.ru/payments) на месте №1 будут случайным образом ротироваться компании из рубрики «платежи»
- ✓ Так делается, потому что наибольшим спросом у рекламодателей будет пользоваться размещение на заглавной странице, а размещение в рубрике будет позиционироваться как дополнительный бонус.

4.3. Все новости www.shopolog.ru/news; **Все статьи** www.shopolog.ru/metodichka ; **Поисковая выдача** www.shopolog.ru/search/ljhgsdljfhlewjghflegfl ; **Страница «тега»** www.shopolog.ru/tags/crm.

Страницы «все новости», «все статьи» и поисковая выдача выглядят одинаково и отличаются только дефолтным значением фильтра по типу контента:

- ✓ Все новости:
 - фильтр «искать в новостях» включен,
 - ключевика нет
 - дефолтная сортировка «по дате публикации»
- ✓ Все статьи (методичка)
 - фильтр «искать в методичке» включен,
 - ключевика нет
 - дефолтная сортировка «по популярности»
- ✓ Поисковая выдача
 - фильтры не включены
 - ключевик есть
 - дефолтная сортировка «по релевантности»
- ✓ Страница тега
 - Фильтры не включены
 - Ключевик есть = тегу
 - Дефолтная сортировка «по популярности»

Сортировать по: Релевантности

Заголовок статьи **новости или поста**

Короткий анонсирующий текст

48 348 8 8 8

Популярности
Дата публикации

Заголовок статьи **новости или поста**

Короткий анонсирующий текст

48 348 8 8 8

Заголовок статьи **новости или поста**

Короткий анонсирующий текст

48 348 8 8 8

Заголовок статьи **новости или поста**

Короткий анонсирующий текст

48 348 8 8 8

Баннер 240 на 400

Реклама

- ✓ Нарисовано, что выводится два ряда контентных блоков, но должно выводиться по 10 рядов.
- ✓ Кнопка «еще материалы» позволяет подгрузить еще 10 без перезагрузки страницы.

4.4. Новость (www.shopolog.ru/news/logistics/teper_pochta_rabotaet_horosho) **Статья** (www.shopolog.ru/metodichka/logistics/kak_luchshe_dostavlyat_tovary) **О проекте** (www.shopolog.ru/about) , **Реклама на сайте** (www.shopolog.ru/adv) , **Контакты** (www.shopolog.ru/contacts)

Страница новости и страница статьи методички по своему внешнему виду и составу контента идентичны.

- ✓ В шапке подсвечивается рубрика, к которой отнесена новость или статья.
 - Если редактора отнесли новость к двум рубрикам, то одна рубрика должна являться главной – в ту директорию и размещается статья. В данной версии сайта главная рубрика определяется случайным образом.
 - Если рубрика не определена (т.е. материал относится к рубрике «прочее»), то подсвечивается вкладка «все материалы».

Как построить бюджет интернет-магазина (+ эксель файл)

12.12.2013 [Оставить комментарий](#)

Мне нравится +1 | Я рекомендую 5 | Tweet +1



Аннотация автоматически выделяется курсивом и используется во всех аннотирующих блоках. Имеет ограничение по числу символов. В ней могут быть [вставлены ссылки](#)

Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. В админке должна быть возможность добавить картинку, видеоплеер, презентацию из slideshare, сделать выделение курсивом, болдом и т.п.

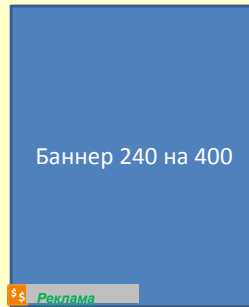
Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. В админке должна быть возможность добавить картинку, видеоплеер, презентацию из slideshare, сделать выделение курсивом, болдом и т.п. Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. В админке должна быть возможность добавить картинку, видеоплеер, презентацию из slideshare, сделать выделение курсивом, болдом и т.п.

Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. В админке должна быть возможность добавить картинку, видеоплеер, презентацию из slideshare, сделать выделение курсивом, болдом и т.п.

Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками. В админке должна быть возможность добавить картинку, видеоплеер, презентацию из slideshare, сделать выделение курсивом, болдом и т.п.

Собственно текст, [некоторые](#) из которых выделены ссылками.

Мне нравится +1 | Я рекомендую 5 | Tweet +1



Читать также (нарисовано 1, но всего 3-5 статей)

Заголовок статьи [новости](#) или поста

Короткий анонсирующий текст
Короткий анонсирующий текст
Короткий анонсирующий текст
Короткий анонсирующий текст

48 | 348 | 8 | 8 | 8

Комментарии [Оставить комментарий](#)

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#) [ALT=Ответить](#) [жет](#)
[быть достаточно длинным](#)

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#) [Заголовок](#)
[может быть достаточно длинным](#)

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#)
[Заголовок может быть достаточно длинным](#)

12.12.12. [Фамилия Автора](#)
[Заголовок](#)
[быть достаточно](#)

Собственно текст комментария. Появилось после нажатия на заголовок без перезагрузки страницы

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#)
[Заголовок](#)
[быть достаточно длинным](#)

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#)
[Заголовок](#)
[может быть достаточно длинным](#)

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#) [Заголовок](#) [может быть достаточно длинным](#)

12.12.12. [Фамилия Имя Автора](#) [Заголовок](#) [может быть достаточно длинным](#)

При нажатии на иконку «ответить», поверх страницы открывается леер с возможностью добавить коммент. Возможность комментирования не требует авторизации (авторизации требует только возможность публикации статей, новостей и постов).

Визивик должен позволять только вбить текст, отформатировав его пробелами и переносами каретки. Все теги должны вырезаться, т.е. вставлять ссылок и изменять параметры шрифтов нельзя. Комментарии постмодерируемы.

Популярное по теме

(нарисовано 2, но всего 5 статей)

Заголовок статьи [новости](#) или поста

Короткий анонсирующий текст
Короткий анонсирующий текст
Короткий анонсирующий текст
Короткий анонсирующий текст

48 | 348 | 8 | 8 | 8

Отличие новостей от статей методички и статического контента, типа «о компании» заключается, таким образом, только в блоках «читать также» популярное по теме и т.п. (блок справа от контента):

✓ В новостях:

- **Читать также:** блок из пяти новостей данной рубрики в хронологическом порядке

- **Популярное по теме:** блок из пяти материалов (не обязательно новостей) данной рубрики, отранжированные по ранку как на главной странице
- ✓ В статьях:
 - **Читать также:** блок из пяти материалов, выбранных случайным образом с теми же тегами, которые есть в текущей статье
 - **Популярное по теме:** блок из пяти материалов (не обязательно новостей) данной рубрики, отранжированные по ранку как на главной странице
- ✓ В статическом контенте – правого блока нет, только баннер

4.5. Все теги www.shopolog.ru/tags, Все персоны (www.shopolog.ru/users)

Теги и ники пользователей выводятся списком по алфавиту, вначале кириллица, потом латиница. Около каждого тега надстрочным шрифтом указывается количество материалов с этим тегом. Никаких облаков тегов не надо, просто список. Страницы тегов предназначены для SEO и не требуют какого-то особого юзабилити.

[В новостях \(x\)](#)
[В «методичке»](#)
[В каталоге компаний](#)
[В персонах](#)

Кириллица

А

Абракадабра ²⁵⁶
 Ассаломалейкум ²⁵⁶
 Апперитив ²⁵⁶

Б

Барракуда ²⁵⁶
 Барабас ²⁵⁶

...

Латиница

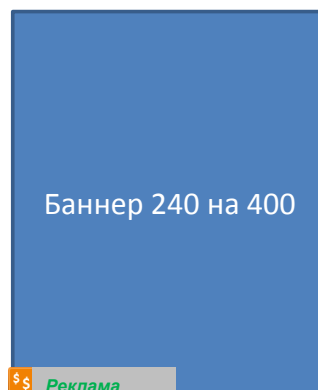
А

Absent ²⁵⁶

В

Brom ²⁵⁶

...



4.7. Все компании (www.shopolog.ru/company) Все Интернет-магазины (www.shopolog.ru/shops)

[В новостях](#) [В «методичке»](#) [В каталоге компаний \(X\)](#) [В персонах](#)

Продукты и сервисы для электронной коммерции

[Все компании](#) ³²⁴²

[Разместить свою компанию в каталоге](#)

- [Логистика](#) ³²⁴²
- [Платежи](#) ³²⁴²
- [Привлечение клиентов](#) ³²⁴²
- [Удержание клиентов](#) ³²⁴²
- [Дизайн и юзабилити](#) ³²⁴²
- [Разработка](#) ³²⁴²
- [Право и налоги](#) ³²⁴²
- [Интернет-магазины](#) ³²⁴²

Баннер 240 на 400

Reklama

Сортировать по:

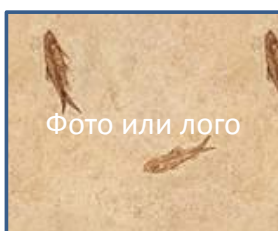
Алфавиту

- ▶ [Дате публикации](#)
- ▶ [Случайным образом](#)

Название компании	Название компании	Название компании	Название компании
www.companyname.ru	www.companyname.ru	www.companyname.ru	www.companyname.ru
Логистика	Право	Привлечение клиентов	Платежи
Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>	Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Короткий анонсирующий текст Далее >>
Reklama	Reklama		

- ✓ В поиске предустановлен фильтр «в каталоге компаний»
- ✓ Надстрочные цифры показывают какое количество компаний зарегистрировано в данном разделе каталога
- ✓ Подсвечивается ветка каталога, выбранная пользователем (если в ней есть вложенные категории – то подсвеченная ветка разворачивается).
- ✓ Выводятся тизеры компаний, которые соответствуют ветке каталога. На заглавной странице каталога выводятся все компании, КРОМЕ интернет-магазинов
- ✓ Дефолтная сортировка по алфавиту (вначале кириллица, потом латиница), за исключением компаний, которые заплатили за рекламу на заглавной странице всего сайта – эти при любом типе сортировки выводятся вначале.
- ✓ Выводится 10 рядов, при нажатии «еще компании» выводятся еще 10 рядов.

4.8. Персона www.shopolog.ru/users/terekhov Компания (www.shopolog.ru/company/gazprom) Интернет-магазин (www.shopolog.ru/shops/ozon)



ФИО или НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

Мои сайты:

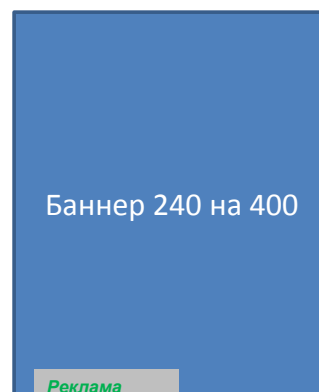
1. [Ссылка на сайт 1.](#)
2. [Ссылка на профайл в соцсети 1](#)
3. [Всего до 5 ссылок](#)

Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке
Собственно текст о компании и человеке

Записи в блогах, статьи, комментарии:

- 12.12.2013 [Заголовок может быть достаточно длинным](#)
48 348 8 8 8 8
- 12.12.2013 [Заголовок может быть достаточно длинным](#)
48 348 8 8 8 8
- 12.12.2013 [Заголовок может быть достаточно длинным](#)
48 348 8 8 8 8
- 12.12.2013 [Заголовок может быть достаточно длинным](#)
48 348 8 8 8 8
- 12.12.2013 [Заголовок может быть достаточно длинным](#)
48 348 8 8 8 8
- 12.12.2013 [Заголовок может быть достаточно длинным](#)
48 348 8 8 8 8

Еще материалы



4.9. Добавить новость, статью, пост, ссылку, компанию, персону (www.shopolog.ru/addxxxxx)

4.10. Блок регистрации/авторизации

Эти блоки наверное должен написать разработчик, так как туту не надо наверное сильно фантазировать, а надо привязаться к стандартным возможностям бит рикса

5. Переезд с текущего сайта

Необходимо обеспечить:

- ✓ Попытаться максимально сохранить структуру URL
- ✓ Там где не получится сохранить URL –обеспечить 301 редирект со старых URL – page by page.
- ✓ Сохранить все статические ссылки на внешний контент
- ✓ Перенести существующую библиотеку тегов и дать возможность ее редактировать и «схлопывать» синонимы уже средствами нового сайта.
- ✓ Новости в новости, методичку в статьи, компании в компании, ссылки в ссылки.
- ✓ Перенос рубрик боюсь потребует ручной работы редактора – надо предоставить ему нормальный функционал для этой работы (может перенести вначале все текущие

рубрики, а потом редактировать, или продумать какие рубрики можно перенести один в одну)Требуется консультация разработчика

6. Требования к дизайну:

- ✓ Белый фон, текстовый дизайн. Ничего лишнего, что не является кликабельным функционалом.
- ✓ Современное шрифтовое решение, чтобы хорошо читалось.
- ✓ Примеры виджетов - www.echo.msk.ru
- ✓ Примеры новостных лент - www.lenta.ru
- ✓ Хорошо бы сделать некий единый стиль оформления виджетов и функциональных кнопок, который бы пересекался с логотипом.

+++++

Это не то, чтобы я предлагаю так сделать, это просто для иллюстрации моей мысли ☺. Если ничего лучшего придумать не получится, то надо сделать так ☺.

Например, буква S в лого ставится в красном кружочке и соответственно элементы типа «+1» - и заголовки тоже в красном кружочке ☺.

SHOPOLOG

Клуб интернет магазинчиков

НОВОСТИ



не правда ли я сильный дизайнер ☺.

Надо придумать такую идею, и больше никаких дизайнерских элементов не нужно вовсе.

+++++

7. Технические требования:

- ✓ Платформа и CMS <http://www.1c-bitrix.ru/products/cms/editions/expert.php>
- ✓ Резиновая верстка
- ✓ Чтоб летало при 20 000 пользователей в день, которые просматривают по 4 страницы на юзера при хостинге <http://www.hetzner.de/> – можно на 2-3 машинах.
- ✓ Передать код с нормальной документацией, чтобы поддержку и развитие сайта заказчик мог осуществлять своими силами.