Что такое современный веб-сайт? Нет, ну вот серьезно, если отбросить всю лирику, что это, а, главное зачем он?

Казалось бы, простые вопросы, и все знаю на них ответ, но почему же если задаться целью, и перешерстить просторы интернета, так сложно найти сайт, который потом Вы бы могли привести как идеальную реализацию самоидентификации компании, переплетенную с коммерческой направляющей? Да, безусловно, есть множество сайтов, которые мы знаем, любим, используем. Но разве секрет успеха в их уникальности, идее, диверсификации образа? Чаще это успех коммерческого продукта, а не сайта. Да, иметь уникальный продукт или решение— это TheMost решение, которое не перебить. Но как часто мы на рынке представляем то, что само себя продаст? И если это не уникальный продукт, а рынок высококонкурентен и насыщен, тогда возникает вопрос – как донести до клиента свою идею, как объяснить ему наши преимущества, как сделать так, чтобы, открыв браузер снова, он не начал гуглить, а сразу вспомнил о Вас.

Компаний, предлагающих решить вопрос Вашего представительства в интернете – множество. От – «сайт за 3 евро», до, «мы не беремся за проекты меньше 20 000 евро».

И все они обещают, что они лучшие в своем деле, что они создадут Вам нечто ВАУУУУ!!!! Насылают пафоса, присылают вам опросники на 100 листов с вопросами аке «Какого цвета у Вас туалетная бумага» и «Как Вы считаете, чем солнце отличается от лампочки»? Вы это все тщательно заполняете, веря в то, что это правда донесет Ваше видение будущего продукта. Но, через неделю, Вам присылают 2 варианта, которые хочется прижать к груди, и заплакать.

**Итак, ВОТ главная мысль)))**

**Как мы это видим. Сайт ОБЯЗАН:**

**- Быть уникальным**

**- Нести в себе идею (посыл)**

**- Быть понятным**

**- И …. Выполнять коммерческую функцию, то, о чем чаще всего забывают дизайнеры.**

И вот, первый этап пройден