

Проекты VK WorkSpace

Перемещение и изменение порядка страниц

Оглавление

Перемещение страницы	3
Изменение порядка страниц	3

Проекты VK WorkSpace позволяет легко перемещать страницы, перетаскивая их из одной в другую или в корень раздела **Страницы** вашего рабочего пространства.

Также вы можете изменять порядок страниц на боковой панели, чтобы организовать логичную и удобную для навигации структуру.

Перемещение страницы

1. Захватите страницу, зажав левую клавишу мыши.
2. Перетащите страницу в другую страницу или в корень раздела. (для этого выберите любое не занятое место на панели навигации) и отпустите клавишу.

Примечание

Не занятое место подсвечивается горизонтальной чертой синего цвета.

Если перемещение произошло успешно, отобразится уведомление, о том, что страница была перемещена в другую страницу или в корень пространства. Уведомление содержит активную ссылку на ту страницу, в которую вы перемещаете выбранную страницу. Выбранная страница становится дочерней по отношению к той странице, в которую вы совершаете перемещение.

Создание дочерних страниц также описано в подразделе [Создание дочерней страницы](#).

Изменение порядка страниц

1. Захватите страницу, зажав левую клавишу мыши.
2. Перетащите страницу в любое не занятое место в пределах того уровня вложенности, в котором находится эта страница, и отпустите клавишу.

Страница изменит свой порядок в отображении на панели навигации без дополнительных уведомлений.

VK Workspace Главная Мои задачи Дашборды Заявки Настройки

Проектный офис ... +

Задачи

Страницы

Маркетинг онбординг

SWOT

Стратегия

Анализ конкурентов

Event-marketing

Offline Event Event Retro

Online Event

Event Retro

Дизайн система

Маркетинг онбординг / Анализ конкурентов

Редактировать

Анализ конкурентов

+ Добавить метку

Автор: Константин Веселов Последнее обновление: 28.07.2025 в 10:58 Неопубликованные изменения

Анализ конкурентов — это **первый обязательный этап разработки маркетинговой стратегии товара**. Правильная оценка конкурентной среды компании позволяет создавать устойчивое конкурентное преимущество продукта, выбирать правильные каналы коммуникации и снижать операционные риски.

Конкуренты бывают:

- **Прямыми** — предлагают идентичные товары и услуги. Например, Самокат и Яндекс Лавка — прямые конкуренты.
- **Непрямыми** — предлагают похожие товары и услуги. Например, для KFC непрямым конкурентом — Subway. Оба бренда предлагают фастфуд, решают задачу с питанием, но разными способами.
- **«Подменными»** — предлагают разные услуги, но могут быть заменены друг другом.

Например, есть приложение для игры в шахматы, чтобы поддерживать мозг в форме. Оно конкурирует с образовательными и развлекательными приложениями, которые учат новым испанским словам каждый день или разгадыванию японских сканвордов. Все эти приложения поддерживают активность мозга и помогают узнавать новое, одно легко заменяется другим.

План анализа конкурентов состоит из пяти этапов:

1. Определить цель и задачи исследования.
2. Подготовить список конкурентов для анализа.
3. Собрать информацию о конкурентах по заданным критериям.

👤 Технический писатель: Белова Ирина

🕒 6 мая 2026 г.