

محاضرة 02: تصميم وتنشيط الموقع الإلكتروني

- بعض المصطلحات الهامة
- مفهوم الموقع الإلكتروني
- تصميم الموقع الإلكتروني



1. بعض المصطلحات الهامة

■ **الانترنت:** الإنترنت هو شبكة من الأجهزة الكمبيوترية المتصلة ببعضها البعض ومنتشرة في جميع أنحاء العالم، أو بالأحرى شبكة من الشبكات. نظرًا لأنه يربط بين العديد من الشبكات الإقليمية والحكومية والتجارية، فإن الإنترنت هي أكبر شبكة كمبيوتر على وجه الكوكب. جميع هذه الشبكات تتفاهم مع بعضها البعض من خلال نفس بروتوكول الاتصال المعروف باسم TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) بروتوكول التحكم في النقل / بروتوكول الإنترنت.

■ **العناوين IP (بروتوكول الإنترنت):** تلعب دورًا أساسيًا في عمل الإنترنت فهي تستخدم لتحديد هوية كل جهاز متصل بالشبكة بشكل فريد، دور عناوين IP هو التمييز بين الملايين من أجهزة الكمبيوتر المتصلة بالإنترنت بشكل دائم حول العالم. كل جهاز كمبيوتر متصل بالإنترنت يمتلك عنوانًا مختلفًا يُسمى عنوان IP يقوم بنفس الدور الذي يقوم به العنوان البريدي وهو ليس مرتبطًا بالجهاز بذاته ولكن ببطاقة الشبكة، يتم تمثيله عادة على شكل سلسلة من الأرقام المتعاقبة، على سبيل المثال، 217.12.3.11.



■ نظام أسماء النطاق DNS

عناوين IP مرئية على شبكة الإنترنت، للتواصل مع أي خادم، يجب أن تعرف عنوان IP الخاص به. نظرًا لأنه ليس من السهل حفظ سلاسل من الأرقام، هناك نظام يربط بين عناوين IP وسلاسل الأحرف المعروفة باسم أسماء النطاقات، وهذا هو دور خوادم أسماء النطاقات (DNS) في إجراء هذا التطابق بين عناوين IP وسلاسل الأحرف. عادةً ما يتطلب الوصول إلى خادم Africa Computing كتابة <http://66.107.40.195>، ولكن بفضل نظام أسماء النطاقات، يمكننا استبدال هذا العنوان بـ <http://www.africacomputing.org> فهو أسهل بكثير للحفظ.

نظام أسماء النطاقات هو نظام ذو تسلسل هرمي، يتألف اسم النطاق من اسم ومجال رئيسي: حيث يكون هو المجال الرئيسي أو "org" هو الاسم و "africacomputing"

- هناك فئتين من النطاقات:

النطاقات العامة مثل .org . منظمة / جمعية، .net شبكة / ما يتعلق بالشبكة، .com تجارية، .edu تعليم

أسماء النطاقات الجغرافية مثل .fr . لفرنسا، dz الجزائر....

تاريخياً وبموجب الاتفاق، غالباً ما نجد "www" قبل اسم النطاق بالإشارة إلى اختصار الويب العالمي، ولكن اليوم، إلا في حالة خطأ من مسؤول الخادم، يمكن الوصول إلى أي اسم نطاق دون الحاجة إلى كتابة "www" الشهيرة.



1. مفهوم الموقع الإلكتروني

موقع المؤسسة يجب أن يعبر عن مهمتها، قصتها، رؤيتها، ويجب أن يكون جذابا من الزيارة الأولى، ومهم كفاية لتحفيز الزيارات المستقبلية. الموقع الإلكتروني عبارة عن مجموعة من صفحات الويب المتصلة فيما بينها والتي تشكل كيانا واحدا وتستغل عادة من طرف شخص واحد أو مؤسسة واحدة وتكرس لموضوع واحد أو عدة مواضيع وثيقة الصلة.



والموقع الإلكتروني يجمع بين الوظيفة، المحتوى، الشكل، التنظيم والتفاعل؛ وهناك مجموعة من العناصر التي

تعتبر بمثابة عناصر مفتاحية في التصميم الجيد للموقع الإلكتروني وتسمى بـ 7Cs:

- السياق (contexte): ويشمل التقديم، المظهر والتصميم؛
- المحتوى (contenu): نصوص، صور وفيديوهات؛
- المجتمع (communauté): القدرة على جعل المتصفحين على اتصال فيما بينهم؛
- التفصيل (customisation): القدرة على تخصيص المحتوى حسب الزبون (المتصفح)؛
- الاتصال (communication): سواء من الموقع نحو المستخدم أو العكس؛
- الصلة (connexion): العلاقات مع المواقع الأخرى؛
- التجارة (commerce): البيع على الخط أم لا.

كما يضيف كوتلر عنصر آخر يتمثل في التحديث والتغيير المستمر.



بالإضافة لذلك فالمستخدمون يحكمون على الموقع من خلال عدة شروط، كسهولة الاستخدام والتي تتعلق بسرعة التحميل، وضوح صفحة الاستقبال وسهولة التصفح، وكذا جاذبية الموقع والتي تستلزم تنظيم واضح للصفحات، حجم معقول من المعلومات، سهولة قراءة النصوص واستخدام ملائم للألوان والأصوات؛

كما أن الزبائن يبحثون على مواقع تحترم خصوصياتهم وكذا انشغالاتهم المتعلقة بالأمن، والعديد من الباحثين في المجال يوصون المؤسسات بتحويل نقاط الالتقاط المرتبطة بالحياة الخاصة للزبون إلى تجربة إيجابية من خلال تطوير أدوات للرقابة تتمحور حول المستخدم ويقوم باستخدامها بنفسه، وكذا أدوات أتماتيكية لتفادي اقتحام الآخرين للموقع؛

وتهدف المؤسسة من خلال انشاء الموقع الإلكتروني إلى مساعدة الزبائن في تلبية احتياجاتهم، إيجاد المعلومات كما تساهم أيضا ، 5Ss في توفير المال والوقت وتفتح لهم مجال الحوار معها وكذا الاستمتاع بأفضل تجربة على الويب، هذه الأهداف تسمى ب وتمثل في

- البيع (sell): تحقيق نمو في المبيعات ويتم من خلال اقتراح قيمة وإيصالها بشكل فعال من خلال جعل التجارة الإلكترونية وجذب الزبائن المحتملين أسهل؛
- الخدمة (serve): يمكن إضافة قيمة من خلال تصميم خدمات تفاعلية سهلة الاستخدام التي تساعد الزبائن على العثور على المعلومات الملائمة والمستحدثة؛
- التحدث (speak): يمكن استخدام الموقع للتجاوز والتقرب من الزبائن من خلال توفير محتوى حسب المقاس وتصميم تفاعلي يسهل خلق الحوار سواء بين المؤسسة والزبون أو بين الزبائن فيما بينهم؛
- الحفظ (save): الأسعار محفوظة من خلال تسليم محتويات متعددة وخدمات على الخط التي جسدت من قبل بفضل خدمات وصفقات البيع؛
- التعميق (Sizzle) : تصميم الموقع الممتاز يساعد في بناء العلامة التجارية ويعزز قيمتها من خلال المحتوى والتفاعلات.





انواع المواقع الإلكترونية: يختلف التصنيف باختلاف الهدف من الموقع، يمكن فهم ذلك عبر الفيديو الموجود في الرابط التالي:

<https://www.youtube.com/watch?v=miiqZ9sBw-k>

3. تصميم المواقع الإلكترونية

تصميم موقع إلكتروني أصبح مصطلح شائع لأنه أسهل طريقة للحصول على العملاء، والتسويق للخدمات والمنتجات التي تقدمها الأنشطة التجارية؛ والمقصود بهذا المصطلح تصميم هيكله الموقع من صفحات رئيسية وفرعية وتصميم جميع المرئيات الخاصة بالموقع، مثل:

-شكل وحجم الصفحات وطريقة عرضها وألوانها.

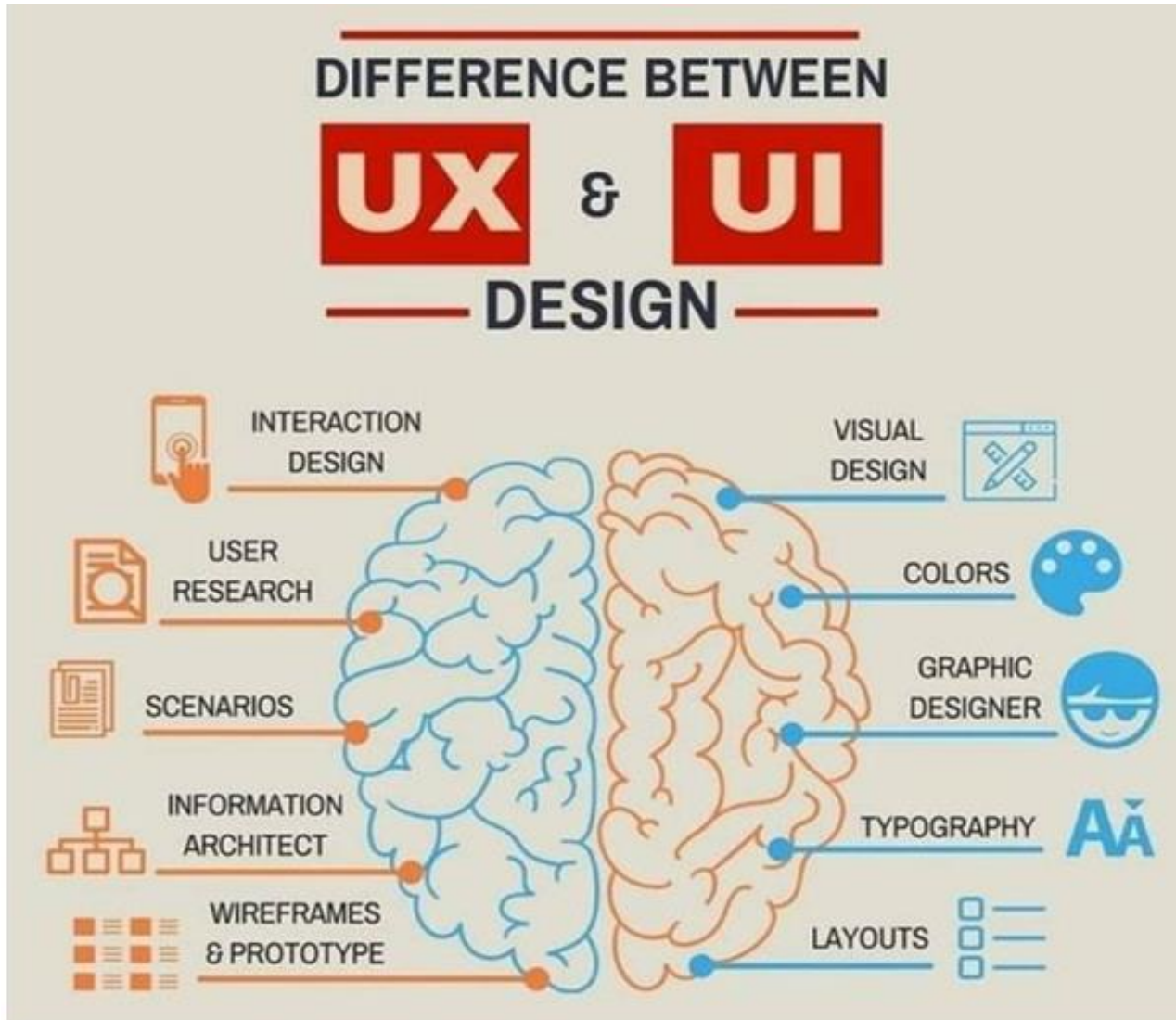
-تحديد شكل وحجم رأس وذيل الموقع.

-تحديد أماكن ظهور الأيقونات والشعار والصور والفيديوهات.

-حجم والألوان ونوع الخطوط المستخدمة في كتابة النصوص.

يعتمد تصميم الموقع بشكل كبير على نظرية التسلسل الرقمي وهي طريقة ترتيب العناصر المرئية حسب لونها وحجمها وتباينها ومكانتها النسبية.

وتمر خطوة تصميم الموقع بمرحلتين وهي مرحلة تصميم الـ UX و الـ UI



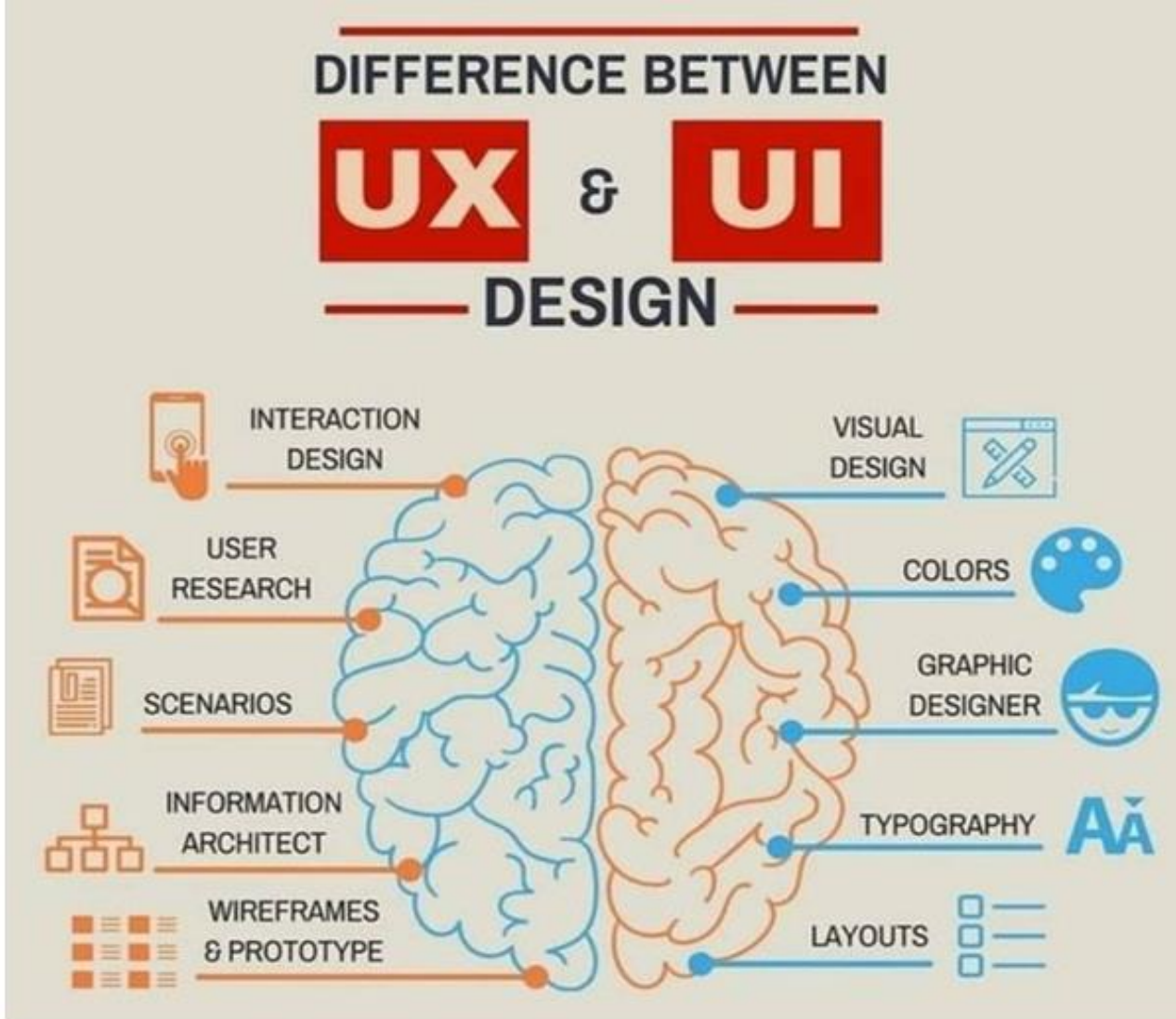
أ. تصميم الـ UX

الـ ux هو اختصار لـ "User Experience" أي تجربة المستخدم ويقصد به التفاعل بين الزائر والموقع، والهدف من تصميم الـ UX هو تصميم موقع يوفر تجربة استخدام سهلة وبسيطة لزائر الموقع.

مثل تسهيل إجراءات الدفع وإتمام عملية الشراء على الموقع حتى لا يمل العميل من كثرة الخطوات ويضطر إلى إلغاء عملية الشراء نتيجة لكثرة الخطوات.

ويعتمد تصميم الـ UX على أن يضع المصمم نفسه محل الزائر ليسهل الأمر على المستخدم أثناء زيارته للموقع وتسهيل تحركه بين الصفحات وطريقة تفاعله مع الموقع

وتمر خطوة تصميم الموقع بمرحلتين وهي مرحلة تصميم الـ UX و الـ UI.



ب. تصميم الـ UI

الـ UI هو اختصار لـ "User Interface" أي واجهة المستخدم وهو مصطلح يعبر عن تصميم واجهة الموقع كجرافيك بكل ما تحويه من مرئيات والتي تعكس جميع عناصر التصميم بالنسبة للموقع من أيقونات وقوائم وألوان وأزرار التنقل و CTA (Call To Action).

ومن الأفضل أن تبنى واجهة سهلة وبسيطة ترشد المستخدم إلى ما يقوم به وتكون سهلة التصفح وسريعة حتى لا يضطر المستخدم الخروج منها سريعا. وأن يتوافر بها تناسق الألوان والخطوط وأماكن وضع الوسائط وذلك تحسين قابليتها للاستخدام من قبل الزائر.

أ. التخطيط لإنشاء الموقع (ما قبل التصميم)

يشمل التخطيط للموقع تحديد الهدف منه وكذا الفئة المستهدفة.

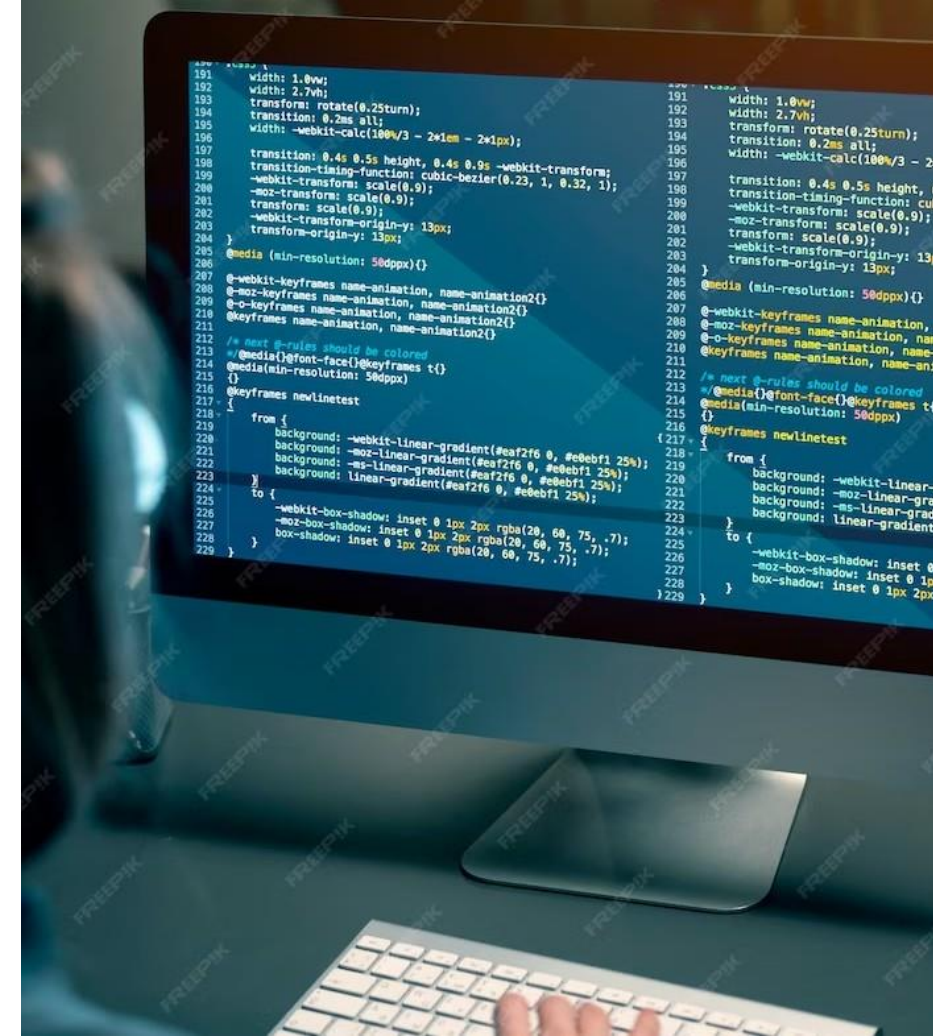
➤ تحديد الأهداف

نحن بحاجة ملحة لفهم ما الذي يمكن أن يبحث عنه جمهورنا على موقعنا، لن يزور الأشخاص موقعنا لأنه جميل أو مصمم بشكل جيد، بل سيأتون في المقام الأول لسبب محدد: لتلبية إحدى احتياجاتهم الحالية بأسرع وقت ممكن.

يختلف كل موقع في كيفية تلبية توقعات المستخدمين، لذا علينا تكييف المحتوى حسب ذلك، وليس من السليم أن نفترض أن العملاء سيتكيفون مع رؤيتنا؛ إذا لم نلبي هذا التوقع، فإن الأشخاص، الذين يصبحون أكثر تقلباً، قد يتركون موقعنا بسرعة تفوق السرعة التي جاؤوا بها.

والرهان هنا يتعلق بلفت انتباه الزوار، وضمانهم، والحفاظ عليهم في موقعنا لأطول وقت ممكن، وتحويلهم إلى عملاء مقتنعين، وأخيراً للحفاظ على ولائهم حتى يعودوا. لذا، أول الأسئلة التي يجب علينا طرحها هي:

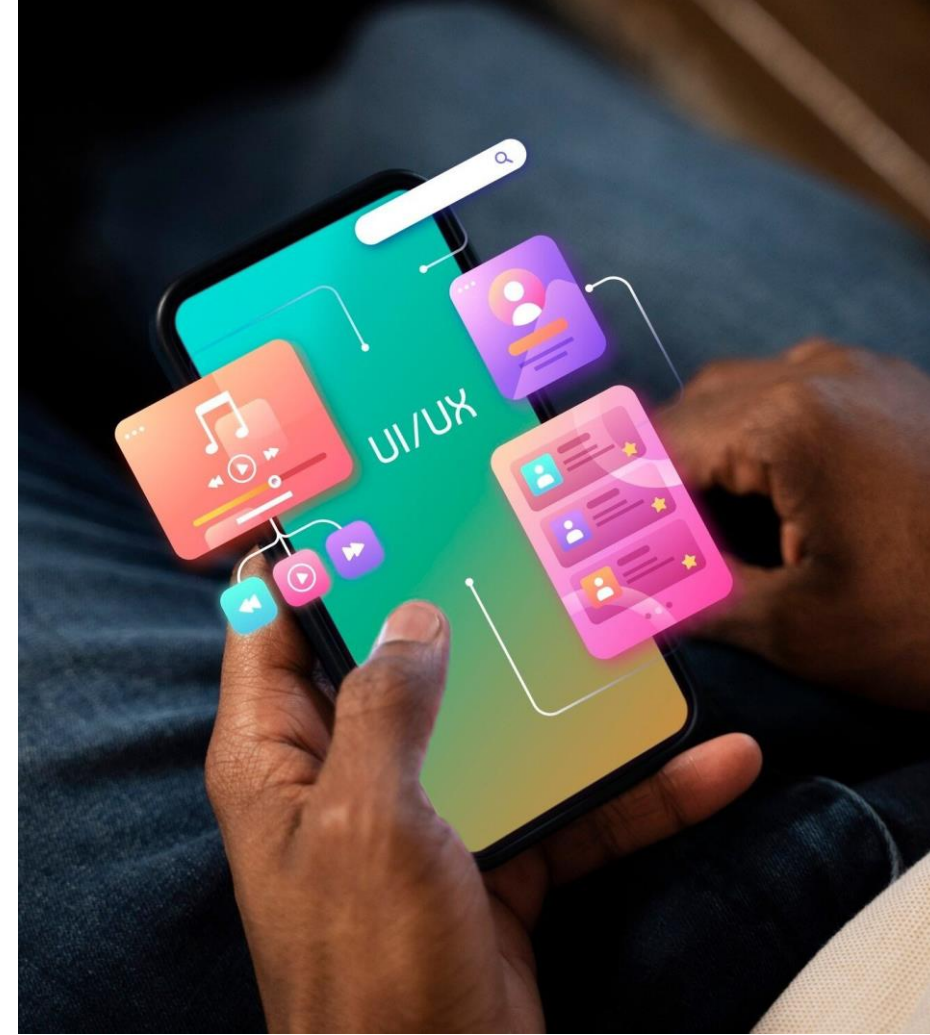
- ما الغرض الذي سيخدمه موقعنا؟
- لأي فئة سيتوجه؟
- ما هي احتياجات هذه الفئة؟



■ **الإعلام:** غالباً ما يكون الهدف الرئيسي لإنشاء موقع على الويب، لذا يجب أن يتم تصميم الموقع بشكل واضح وذكي، ويقدم ما يكفي من المعلومات للزوار دون غمرهم بكمية كبيرة من المصطلحات التقنية، محتوى الموقع سيكون قابلاً للوصول وبنيتة مفهومة لكي لا يتردد الزوار، لذا يجب توفير عناية خاصة في اختيار المحتويات التي سيتم تقديمها على الموقع، مع ضرورة توفر المعلومات التالية:

- توضيح المعلومات الكاملة للمؤسسة، بما في ذلك العنوان وأرقام الهواتف وعنوان البريد الإلكتروني، إذا كان لدى مستخدم الإنترنت سؤال، يجب أن يكون قادراً على الاتصال بالشركة مباشرة وبسرعة. إظهار المعلومات الاتصالية بوضوح يوفر الأمان ويلهم الثقة.

- يجب الحرص على تكييف لغتنا مع الجمهور المستهدف. فيما يتعلق بالمواضيع التقنية مثل السباكة أو الكهرباء، ينبغي تجنب استخدام اللهجة الفكاهية، حيث يمكن أن تعكس صورة غير جادة لخدماتك. على الجانب الآخر، إذا كان موقعك مخصصاً لأنشطة ترتبط بالترفيه مثل الخياطة أو المكياج أو تنظيم الفعاليات، يمكن أن يتضمن النصوص نبرة إبداعية أكبر. ينطبق هذا الأمر أيضاً على الجانب البصري للموقع: كلما كانت النشاطات التقنية أكثر تعقيداً، كلما كان من المفترض أن يجد المستخدم معلومات دقيقة وواضحة ومختصرة على صفحات مصممة بعناية.



- يُوصى بوضع علامات وهيكل الموقع بعناية لضمان إمكانية وصول المستخدمين إلى المعلومات التي يبحثون عنها بسرعة. يكون المستخدمون دائمًا مستعجلين - وهم أكثر حرصًا على السرعة إذا كانوا يستخدمون الهواتف المحمولة ويرغبون في العثور على الإجابة الصحيحة على أسئلتهم فورًا. يُشجع على تسليط الضوء على المحتوى البارز باستخدام عناوين فعالة وعبارات قصيرة وجاذبة، حيث إن كانت طويلة ومملة، قد تنفر المستخدمين ويعودون إلى صفحة نتائج البحث على Google للبحث عن موقع ذو وضوح أكبر من موقعك.



■ استقطاب عملاء جدد

من خلال موقع الويب يعتبر تحديا غير بسيط. بالمقارنة بالصفحات الأخرى التي يقدمها الموقع (مثل صفحة الاتصال أو صفحة المعلومات القانونية)، ينبغي أن تكون صفحة "الاستقطاب" أكثر خلال موقع الويب يعتبر تحديا غير بسيط. بالمقارنة بالصفحات الأخرى التي يقدمها الموقع (مثل صفحة الاتصال أو صفحة المعلومات القانونية)، ينبغي أن تكون صفحة "الاستقطاب" أكثر تفصيلاً ودقة، وأكثر "جاذبية" لإقناع العميل المحتمل بفعالية أكبر. تُعرف أيضًا باسم "صفحة الهبوط أو الوصول"، وهي أول صفحة يطلع عليها المستخدم من نتائج محرك البحث الخاص به.

■ البيع عبر الإنترنت

إذا كان موقع التجارة الإلكترونية يشترك تقريبًا في نفس القيود والتحديات التي تواجه المتاجر الفعلية، فيجب أن نفهم أن عملية البيع عبر الإنترنت تختلف عن عملية البيع في المتجر الفعلي. يتسم المتصفّحون على الإنترنت بكونهم أفرادًا عاقلين بشكل استثنائي: إذ يقومون بمقارنة الأسعار والمنتجات بعناية فائقة، ويبحثون عن أفضل العروض والتخفيضات، وقبل كل شيء، فهم لا يتساهلون مع أي أخطاء. إذا لم يكونوا راضين عن خدماتك، فليس فقط أنهم لن يعودوا إلى موقعك، بل يمكنهم أيضًا أن يقوموا بنشر سمعتك سلبياً بسرعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. لذا يجب أن يتم إدارة متجرك عبر الإنترنت بمستوى عالٍ من الدقة، وربما أعلى من إدارة متجرك الفعلي.

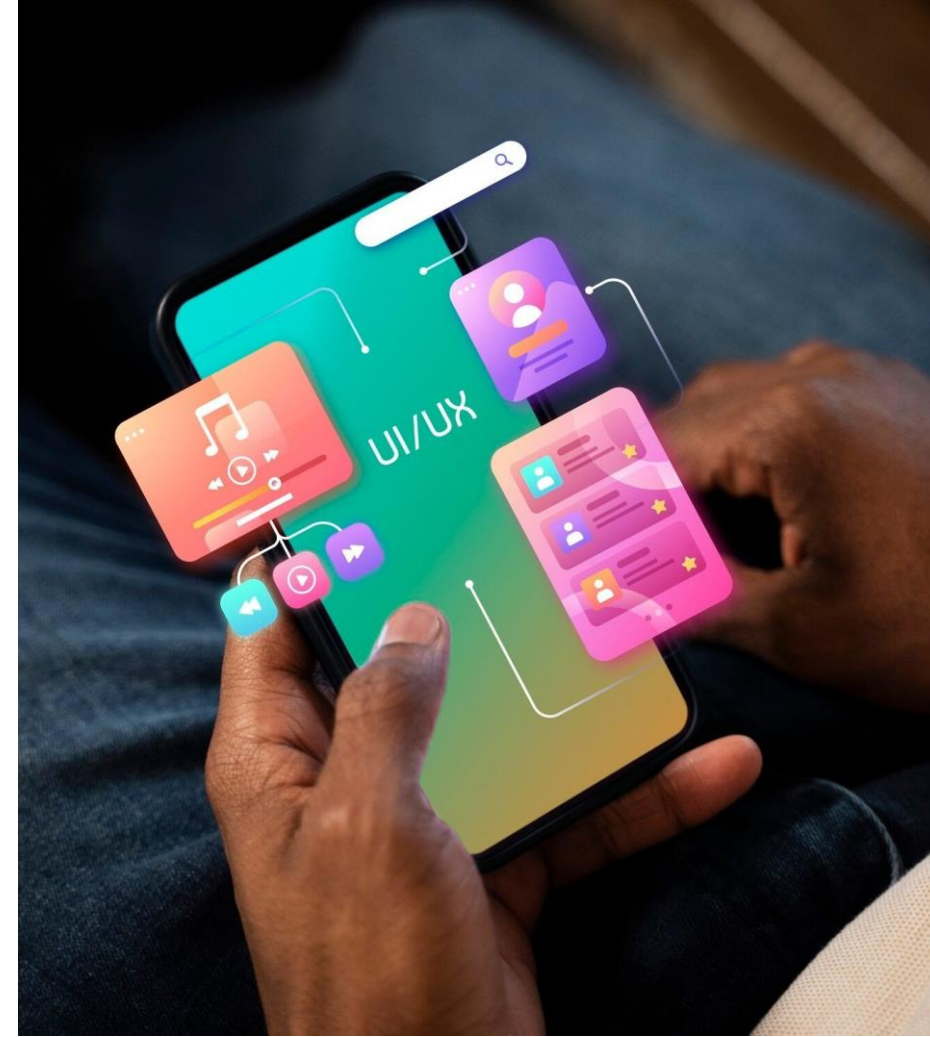
SEARCH EN
OPTIMIZATION

- **تقديم خدمات:** يكمن الهدف في توجيه الموقع نحو خدمة ما بعد البيع للتعامل مع احتمالات انعدام الرضا لدى بعض العملاء. قد يتضمن هذا النوع من المواقع العديد من الوظائف:
 - محرك بحث للعثور على معلومات محددة لمنتج معين.
 - إعدادات المستخدم أو ورقة تقنية أو شرح تعليمي لكل منتج.
 - الأسئلة الشائعة (FAQ) للرد على استفسارات المتصفحين الأكثر شيوعًا.
 - الدعم عبر الإنترنت من خلال منتدى، محادثة حية مع فني، أو حتى جلسة فيديو. *conseil en direct*.

- **الاحتفاظ بالزبائن:** لتحقيق ذلك، هناك اثنين من مستويات الولاء الممكنة:
 - الأولى تتعلق بالاحتفاظ على العملاء القائمين في متجرك الفعلي من خلال تقديم تجربة ممتدة لهم عبر الاطلاع على محتوى غني ومميز على موقع الويب الخاص بك؛
 - الثانية تهدف إلى الحفاظ على مستخدمي الإنترنت الذين لا يعرفون متجرك الفعلي من خلال تقديم تجارب مثيرة عبر الإنترنت بحيث يكونوا مهتمين بزيارة متجرك الفعلي "بالواقع". وهذا يمكن أن يكون عبر تنظيم مسابقة فوتوغرافية أو إطلاق لعبة تفاعلية وغيرها.



➤ **تحديد الفئة المستهدفة:** معرفة الجمهور الذي تستهدفه أمر أساسي لتحديد العديد من الجوانب المتعلقة بالتصميم البصري والأسلوب الكتابي الذي يجب استخدامه. على سبيل المثال، إذا كنت تقوم بتصميم موقع موسيقى موجه للشباب، مع استخدام الصور ومقاطع الفيديو والصوت كمحتوى رئيسي، يمكنك استخدام تصميم ديناميكي ومتقن، مع ألوان زاهية ورسوم متحركة وما إلى ذلك. يمكنك أيضًا استخدام أسلوب كتابي أكثر ودًا، وربما حتى طابع مرح. بينما إذا كان الموقع مخصصًا لتقديم معلومات، على سبيل المثال، ويستهدف جمهورًا بالغًا يعتمد بشكل رئيسي على النصوص والصور كمحتوى، سيتم معالجة التصميم بشكل أكثر حذرًا لتسليط الضوء على المحتوى. وسيكون الأسلوب الكتابي أكثر تقليدًا، حيث يكون الهدف هو التركيز على الجوهر ونقل المعلومات بأسلوب كلاسيكي.





➤ تحديد هيكله الموقع

بشكل عام، تحديد هيكل الموقع أو الهيكل الرئيسي يعني تحديد كيفية وصول المستخدمين إلى المحتوى. هيكل الموقع الأكثر شيوعًا يتضمن عادة:

- **الصفحة الرئيسية (Page d'accueil):** هذه هي الصفحة الأولى للموقع، وتوجه المستخدمين إلى مختلف الأقسام الموجودة في الموقع.

- **صفحة التقديم (Page presentation):** صفحة تستخدم لتقديم الموقع ومحتواه.

- **صفحات الأقسام (Pages rubrique):** هذه هي صفحات الأقسام الأخرى في الموقع.

- **صفحة الاتصال (Page contact):** تسمح للمستخدمين بالاتصال بك، سواء عبر البريد الإلكتروني أو بوسائل أخرى.

التصميم الأكثر شيوعًا يتضمن شريطًا علويًا بعنوان الموقع، وقائمة تنقل في الجزء الأيسر، وقائمة تنقل في الجزء السفلي مع معلومات الاتصال.

➤ تعريف الهوية البصرية للموقع (la charte graphique du site)

هذا العمل ينطوي على إعداد ووصف العناصر البصرية المختلفة التي يتألف منها مظهر موقع الويب. يتضمن ذلك الشعار، والبانر، والأزرار، والعناوين، والصور، والألوان، وأنواع الخطوط المستخدمة، ونظام التنقل. يجب أن تكون هذه العناصر متجانسة لتعزيز تميز موقعك وزيادة مصداقيته. يمكن تكييف الهوية البصرية المستخدمة في الوسائط المطبوعة لتناسب الإنترنت من خلال استخدام نفس الشعار والألوان وأنماط الخطوط وما إلى ذلك. التصميم البصري هو عامل مهم يمكن أن يؤثر بشكل كبير على جذب المستخدمين إلى موقعك وفهمهم للمحتوى الذي تقدمه.



د. بناء الموقع الإلكتروني

هناك العديد من الطرق المختلفة لإنشاء مواقع الويب. فيما يلي بعض الطرق الشائعة لإنشاء مواقع الويب:

تطوير الويب بالبرمجة:

تطوير الويب يمكن القيام به باستخدام لغات برمجة مثل HTML، CSS، JavaScript، PHP،

Ruby، Python، وغيرها. يمكن كتابة الشيفرة من الصفر لإنشاء موقع الويب وتخصيصه حسب الاحتياجات.

منصات إدارة المحتوى (CMS):

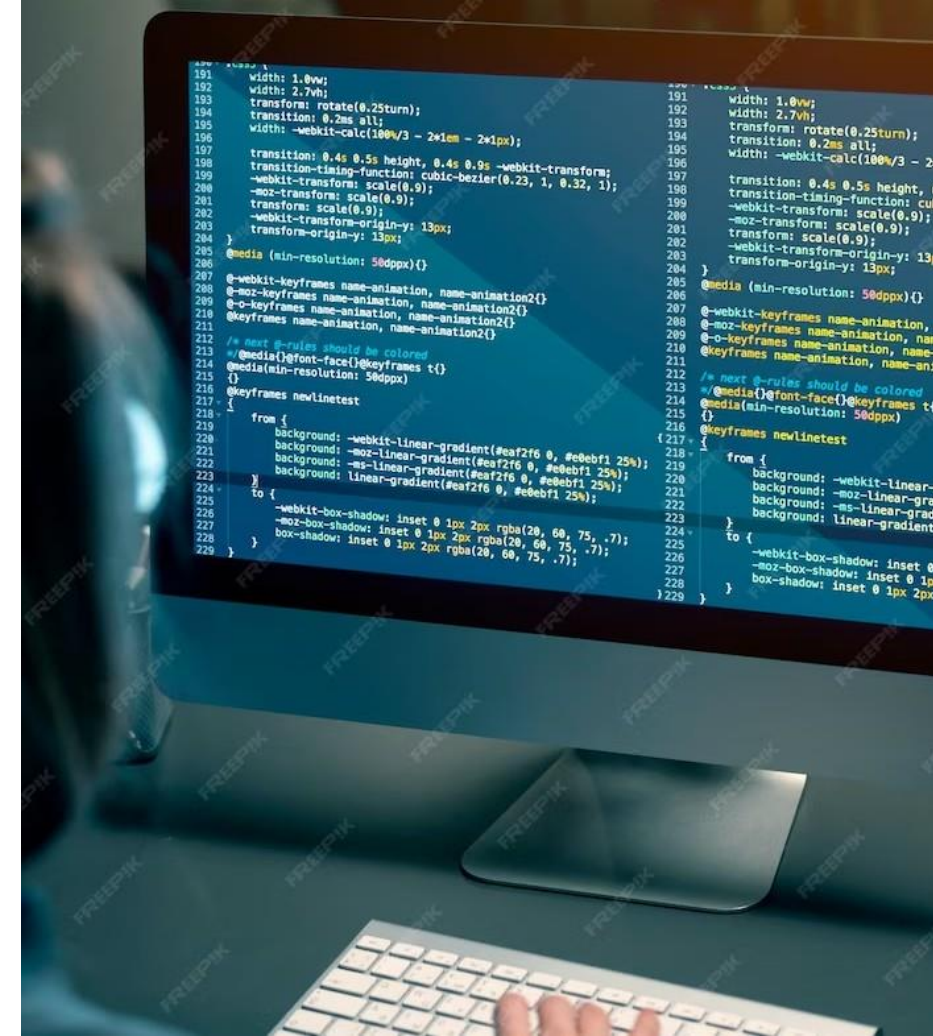
يمكن استخدام منصات إدارة المحتوى مثل WordPress، Joomla، Drupal، وغيرها لإنشاء موقع ويب

دون الحاجة إلى معرفة عميقة في البرمجة. هذه المنصات تتيح إنشاء وإدارة المحتوى بسهولة.

كما يوجد العديد من منشآت المواقع عبر الإنترنت مثل Wix، Weebly، Squarespace، و Shopify

(للتجارة الإلكترونية) التي تسمح للأفراد بإنشاء مواقع ويب بسرعة دون الحاجة لأي معرفة بالبرمجة.

والشكل الموالي يمثل أكثر المنصات استخداما.



➤ اختيار اسم النطاق

اسم النطاق أو رابط الموقع أو ما يعرف بـ النطاق هو دليل العثور عليك على محركات البحث، ويستخدمه العملاء للبحث عن موقعك الإلكتروني. ويتكون من اسم العلامة التجارية وامتداد النطاق مثل "greenmarket.com"، حيث يختلف الامتداد باختلاف النشاط وحسب البلد "eg."، وحسب نوع الموقع الإلكتروني "net, .com." إذا كان خاص بجهة حكومية "gov." أو متجر الإلكتروني.

فيما يلي أفضل الممارسات في اختيار أسم الموقع:

- قصير وموجز وسهل التذكر والكتابة.

- خالي من الأخطاء الإملائية.

- ذو صلة بالنشاط ويفضل أن يكون هو نفسه اسم العلامة التجارية.

- لم يتم استخدامه من قبل.

ومن المواقع التي تقدم خدمة الحصول على دومين. "Google Domains, [Godaddy](#)"



➤ تحديد الاستضافة

بعد تحديد أسم الموقع والدومين أصبحنا نحتاج إلى تخزين البيانات والمعلومات والمحتوى الخاص بالموقع، وهذا الأمر يحتاج إلى استضافة لموقعك على خوادم أو سيرفر، حتى يكون متصلا بالإنترنت ومتواجد على محركات البحث ويكون متاح للمستخدمين تصفحه والبحث عنه.

والاستضافة هي جهاز أون لاين يخزن عليه بيانات الموقع، وتعتبر خطوة لا غنى عنها عند القيام بتصميم موقع إلكتروني، ويتم الاعتماد على شركات الاستضافة التي تقدم هذه الخدمات وتمنح المواقع استضافة على خوادمها.

أمر يجب مراعاتها عند اختيار الاستضافة:

- سرعة المعالج وحجم الذاكرة : كما ذكرنا أن الاستضافة عبارة عن جهاز كمبيوتر يعتمد على معالج وذاكرة وكلما زاد حجم المعالج والذاكرة زادت سرعة الموقع وسرعة تصفحه وقدرته على معالجة البيانات.

- مساحة التخزين : ويقصد بها مساحة التخزين التي توفرها لك شركة الاستضافة لموقعك والتي تخزن عليها البيانات والصور والوسائط لهذا يتوجب الحرص على وجود مساحة تخزين كافية لموقعك عند اختيار الاستضافة.

- عرض النطاق "Bandwidth" : عرض النطاق هو عامل مهم فهو يتحكم في كمية البيانات التي يتم تحميلها من الخادم خلال مدة معينة، وكلما كان أعلى كلما كانت سرعة تحميل صفحات

الموقع وملفاته أسرع، بالإضافة إلى مساحة تخزينه لتخزين بيانات الموقع عليها وبعضها يوفر دومين مجاني عند الاشتراك بشكل سنوي لديها وتبدأ قيمة الاشتراك عند بعض الشركات من \$1.99 شهريا.

وفيما يلي أهم الشركات التي تقدم خدمات الاستضافة: HostGator، Interserver، A2Hosting.



➤ تصميم واجهة الموقع:

تشمل الواجهة كل ما يراه المستخدم على موقعك وهناك عدة خيارات تصميم واجهة الموقع:

- الورد بريس يوفر مجانا أكثر من ثمانية ألف من قوالب مصممة للواجهات، فيمكن اختيار تصميم أو قالب وتطبيقه على الموقع.
- هناك بعض المنصات المتخصصة في تصميم قوالب الواجهات ولكنها توافرها بمقابل مادي، مثل (Elegant Themes, Themify):
- الاستعانة بمصمم ويب متخصص يقوم بتصميم الواجهات باستخدام البرامج المخصصة للتصميم مثل "Adobe XD, Axur, Sketch"
- الاستعانة بشركة تصميم مواقع إلكترونية متخصصة للحصول على أفضل تصميم لنشاطك التجاري.

هناك أمرين يجب مراعاتهما عند التصميم:

- يكون التصميم متجاوب مع جميع أنواع شاشات العرض؛

- سهولة التصفح والوصول لأي مكان بالموقع من خلال وجود قائمة تصفح تحتوي على روابط للصفحات.



➤ كتابة المحتوى

تعتبر خطوة كتابة المحتوى من أكثر الخطوات أهمية، بعد أن قمت بتصميم الصفحات وهي كتابة المحتوى الذي يناسب جمهور الموقع المستهدفين. وهنا يتوجب مراعاة جودة المحتوى، والتنسيق العام له لأنها أمور تعمل على جذب الزوار للموقع.

وهناك بعض النصائح من الضروري توافرها عند كتابة المحتوى:

-استكشاف المحتوى الخاص بالمنافسين في نفس المجال

-عدم النسخ واللصق من مواقع أخرى

- كتابة محتوى متوافق مع الـ "SEO" ويحتوي على الكلمات الرئيسية التي يبحث بها المستخدمين في هذا المجال.



➤ تأمين الموقع

الموقع يحتوي على بيانات الخاصة بالعلامة التجارية بالإضافة لبيانات الزوار وهذه البيانات في غاية السرية يجب توفير أعلى درجات الأمان والحماية لها وللموقع.

معايير يجب الالتزام بها لتأمين الموقع:

- أن تجعل الموقع آمن للزائر من خلال تثبيت شهادة ال SSL، وهي شهادة خاصة بحماية بيانات المواقع الإلكترونية، كما أن جوجل يعتمد عليها في إظهار موقعك في محركات البحث.
- وعند شرائها يظهر إلى جانب اسم النطاق علامة قفل، وهذا يعني أن هذا الموقع آمن لتسجيل البيانات عليه، بالمقابل يكتب "Not Secure" بالمواقع التي لا تحتوي على هذه الشهادة.
- تأمين الجهاز الشخصي الذي يتم من خلاله الدخول للوحة التحكم الخاصة بالموقع ولا يتم استخدامه لأغراض أخرى أو فتح إيميلات وذلك حتى لا يتم اختراقه وبالتالي اختراق الموقع.





ج. ما بعد تصميم وإنشاء الموقع

الانتهاء من تصميم الموقع ما هو إلا بداية فيجب مراقبة أداء الموقع ومتابعته باستمرار لمعرفة مدى نجاح تصميمه من عدمه.

وذلك من خلال تحليل أدائه باستخدام "Google Analytics" وهي أداة تساعد في جمع البيانات والمقاييس الخاصة بأداء الموقع. مثل عدد الزيارات وعدد الزوار ومعدل

الزيارات ومصدر الزيارات معدل الارتداد والعديد من الإحصائيات التي تدلنا على أداء الموقع.



Thanks!

Do you have any
questions?

r.saadi@univ-skikda.dz

