

المحور التاسع:

تصميم الموقع الإلكتروني

تصميم
المواقع
الإلكترونية



1- تعريف الموقع الالكتروني

هو عبارة عن موقع ديناميكي على شبكة الانترنت يتفاعل مع الزائر ويحتوي على محرك بحث (بعدة لغات) وقسم خاص بالاعضاء، يملك كلمة مرور وشفرة دخول وصفحات استطلاع ومقترحات بالإضافة إلى أهم ما يميزه وهو عربة التسوق التي توضع فيها المشتريات عند التجول داخل الموقع وهي تشبه لحد كبير عربة التسوق التي تستخدم في المحلات التجارية العادية غير انها تقوم باحتساب قيمة المشتريات وتطبق مختلف الخصومات، كما تمنح امكانية تعديل كميات المشتريات أو الغائها¹.

2- خطوات بناء موقع على شبكة الانترنت

تضم شبكة الانترنت ملايين المواقع التجارية، وأن المنظمة التي تملك موقعا الكترونيا تجاريا تخلق انطبعا لدى المستهلكين عن قوتها، وانها تستطيع أن تسوق مختلف منتجاتها دوليا، وذلك أن شبكة الانترنت تلغي الحدود وتقرب المسافات، كما ان انطباع المستهلكين يتحدد من خلال واجهة المنظمة على الموقع الالكتروني، الامر الذي يحدو بها إلى الاعتماد على مصممين بارعين للحصول على موقع جذاب على الشبكة العنكبوتية، هذا الأمر يحتاج إلى تخطيط فائق ومدروس، وقد وضع خبراء الأعمال والتسويق على الأنترنت عشر خطوات لتأسيس وإطلاق موقع تجاري الكتروني²:

✓ تحديد الاهداف المطلوبة من الموقع التجاري على الانترنت حتى تغطي الاحتياجات وتعكس المعلومات المطلوب إظهارها للعملاء.

✓ تحديد عدد الزبائن والمناطق الجغرافية والشرائح السوقية التي سيتعامل معها الموقع، وجمع معلومات دقيقة عن العملاء في هذه المناطق والشرائح، حيث تكون هناك حاجة لوضع أكثر من لغة على الموقع أو وضع مواقع مختلفة للدول تضم معلومات مختلفة عن كل دولة.

✓ تحديد الموازنة الخاصة بتكاليف خادم معلومات الموقع، تكاليف الصيانة، تكاليف التسويق، تكاليف تحديد الموقع.

✓ إشراك إدارات الشركة في عملية تأسيس وإطلاق الموقع الالكتروني للمنظمة، فالعمل الالكتروني يعني تحول أو تأسيس المنظمة على أساس العمل الالكتروني الشامل بمعنى أن تفكر المنظمة بأسلوب إلكتروني.

✓ تحديد الحدود التقنية للمتصفحين وتحديد الوسائط المتعددة التي تؤمن الصوت وتحقق الاتصال بشكل جيد.

✓ وضع قائمة بمحتويات الموقع الإلكتروني وعلاقتها بالعملاء المطلوبين كمرحلة أولية ثم تعديل هذه المحتويات مع تزايد عمليات العملاء.

✓ اختيار اسم الموقع ويفضل أن يكون صغيرا ورمزيا ومعبرا لسهولة التداول والتصفح.

✓ التأكد من فعالية صلات البريد الإلكتروني للموقع وسهولة الوصول إليه.

✓ اختيار شركة خاصة بتصميم المواقع يمكنها تصميم الموقع وتقديم خدمات منظمة له.

✓ تسويق الموقع الإلكتروني ويتم ذلك من خلال الإعلان عن الموقع في مواقع إعلانية أخرى على

الانترنت سواء بشكل محلي أو جولي وذلك حسب فئة المتصفحين المطلوب اجتذابها والسوق الذي يراد اختراقه.

3- أهمية إنشاء موقع الكتروني¹

تعد التجارة الإلكترونية فرصة للشركات لتخفيض التكاليف، إذ إن إعداد موقع الكتروني أقل تكلفة أقل كلفة من بناء متجر فعلي، وصيانته أيسر، فهو لا يحتاج إلا إلى استئجار مخزن للبضائع، ويحتاج إلى عدد أقل من الموظفين لعمليات الجرد والاعمال الادارية الأخرى، وتعد الصفقات المالية الإلكترونية أسرع، لذا فغن الموظفين يقضون وقتا أقل في انجاز المهام التي يمكن أن تؤديها الآلة، ووقتا أكثر في المهام التي تتطلب التدخل الانساني، كما توفر الانترنت فرصا للاعمال لان توثق علاقاتها مع عملائها سواء كانوا أفراد أم شركات، وذلك بتيسير الاتصال بهم وتبادل المعلومات معهم، وتتيح إمكانيات أكثر فعالية لتسويق البضائع وترويجها عالميا.

وثمة منافع محتملة عدة من وراء انشاء انشاء موقع على الانترنت أبرزها أن هذا الموقع يستطيع توصيل رسالتك إلى ملايين الأفراد بأسلوب لا تستطيع وسائل الإعلان التقليدية أن تصل إليهم، وكذلك قدرة الموقع على تحسين صورتك حتى وإن أصغر الأعمال حجما يمكن أن يكون لها حضور على الانترنت وتتنافس مباشرة مع المؤسسات الكبيرة لنفس نوع العمل.

يضاف إلى ذلك أن الموقع على الانترنت الخاص بالمنظمة سيقوم بترويج المنتجات 24 ساعة كل يوم، وفي كل انحاء العالم، ويجعل المنظمة متواجدة دوما، ولا توجد وسيلة أخرى تقدم للمنظمة هذا

العرض وبهذه المرونة، كما أن الزبائن يمكنهم معرفة برنامج توزيعها لمنتجات ومعرفة أسعارها أو تكلفة الخدمات أو غيرها بمجرد النظر للصفحة التابعة للموقع الإلكتروني للمنظمة.

وقد يفتح موقع المنظمة المجال لإنشاء علاقات مع الأسواق الدولية بكل سهولة مثل أي علاقة مع منظمة مجاورة مثلاً، والواقع أنه قبل التوجه للعمل عبر موقع الكتروني يجب أن تكون المنظمة لديها القدرة الكافية على إيصال منتوجها للزبون مهما كان مكان تواجده لأنها يمكن أن تصلها طلبات من الأسواق الدولية.

4- مكونات الموقع الإلكتروني للمنظمة

يجب ان يتوفر الموقع الإلكتروني للمنظمة على مجموعة من العناصر ندرجها فيما يلي:

أ- **الصفحة الرئيسية:** تعتبر الصفحة الرئيسية لأي موقع الكتروني واجهته، وهي أهم صفحة فيه، إذ تعطب انطباع اوليا حول الموقع الإلكتروني وكذلك طبيعة المنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة، ومن خلالها يتم الانتقال إلى باقي صفحات الموقع، لذلك يجب إعطاء أهمية كبيرة وعناية خاصة بحيث تكون واضحة وسهلة الاستخدام، وكذلك تكون قادرة على استقطاب أكبر عدد ممكن من الزوار.

وعند تصميم الصفحة الرئيسية ينبغي اتخاذ القرارات الصحيحة بخصوص مجموعة من النقاط أهمها: ¹

- ✓ العناصر الأساسية التي ينبغي عرضها ضمن الصفحة الرئيسية.
- ✓ كيفية تحقيق ربط بين الصفحة الرئيسية والعلامة التجارية للمنظمة.
- ✓ كيفية تعزيز وتعظيم الولاء للعلامة التجارية من خلال الصفحة الرئيسية.
- ✓ تحديد سيناريوهات الاستخدام التي ينبغي تبنيها ودعمها والتأكيد عليها.
- ✓ تحديد السوق/الأسواق المستهدفة التي ينبغي التوجه إليها من خلال محتوى الصفحة الرئيسية.

ب- **تصميم وترتيب باقي صفحات الموقع:** على الرغم من أهمية الصفحة الرئيسية إلا انه لا

يجب اهمال باقي صفحات الموقع الإلكتروني، ففي بعض الأحيان قد يصل الزبون للصفحة الفرعية دون المرور بالصفحة الرئيسية، وعليه عند تصميم وترتيب الصفحات الداخلية الفرعية لموقع الإلكتروني للمنظمة فإنه يجب الاهتمام بالنقاط التالية: ²

- ✓ تحديد الخطوط التي سوف تستخدم في الصفحات الداخلية الفرعية.

✓ تحديد الألوان التي سوف تعتمد، وما مدى تناسق هذه الألوان وما مدى ارتباطها بطبيعة الموقع ومنتجاته ورسالته.

✓ تحديد الرسومات التي سوف تستخدم وحجمها.

✓ تحديد الصور التي سوف تستخدم، وما هي البرامج التي سوف تعتمد في تصميمها وإدراجها (مع ضرورة أن تكون هذه الصور قليلة الحجم قدر المستطاع لتسهيل تحميلها).

✓ استخدام مؤثرات صوتية وحسية، وما هي، وهل تناسب الموقع ورسالته.

✓ طبيعة وحجم ولون الأزرار المستخدمة لربط الصفحات الفرعية مع بعضها ومع الصفحة الرئيسية.

ب- شريط الاستكشاف والبحث: هو عبارة عن شريط يضم مجموعة من المعلومات وهو أحد مكونات الصفحة الرئيسية، إذ من خلاله يتمكن الزبون من التعرف على محتويات الموقع الإلكتروني، وهو الرابط أساسي إذ يمكن الزبون من الوصول إلى ما يريد في الموقع الإلكتروني، وعليه يجب أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط والتي يجب أن تأخذ بعين الاعتبار أثناء بناء الموقع الإلكتروني:

✓ أصناف المعلومات التي ينبغي تضمينها والتأكيد على وجودها في شريط الاستكشاف والبحث.

✓ الكلمات المفتاحية الرئيسية التي ينبغي استخدامها لعمليات البحث.

✓ ترتيب محتوى ومكان شريط الاستكشاف والبحث في الصفحة الرئيسية.

✓ تحديد نظام البحث الذي سوف يعتمد لتنفيذ عمليات البحث داخل الموقع.

ت- سهولة وإمكانية الاستخدام: تسعى إدارة موقع الويب إلى جعل موقع الكتروني موقعا يسهل الوصول اليه ويمكن استخدامه بسهولة، وتحاول تحقيق ذلك من خلال عناصر متعددة أهمها: ¹

✓ العرض الفاعل للمنتجات والعناصر عبر الموقع بحيث يكون هذا العرض قادرا على احداث

مستوى فاعل من الجذب.

✓ تحقيق عملية البحث الفاعلة عن ما يبحث عنه الزبون.

✓ تحقيق عملية البيع والشراء بسلاسة وسهولة.

✓ تحقيق مسار سلسل وسهل في عملية التحرك والتنقل في صفحات الموقع.

✓ إمكانية تعقب الطلبية (طلبية الشراء) بعد أن تجري عملية البيع والشراء عبر الانترنت.

ث- اختيار مستوى سهولة الموقع وقابليته للاستخدام: إن انتظار الزبون أمام جهاز الحاسوب أثناء

تحميل الصفحة في انتظار شراء سلعة أو خدمة محددة يشبه انتظاره في إحدى صفوف الانتظار في

أحد المتاجر التقليدية، وكلما زادت مدة الانتظار انعكس ذلك سلبا على المنظمة، ويمكن قياس مستوى سهولة الموقع وقابليته للاستخدام من خلال مقاييس كثيرة مثل عدد النقرات اللازمة لانجاز عملية تسوق الكتروني كاملة، فكلما زاد عدد هذه النقرات يقل مستوى سهولة الموقع وقابليته للاستخدام. وهنا يجب الاخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:¹

- ✓ التحليلات التقويمية والاختبارية الخارجية والداخلية التي ينبغي اعتمادها وتنفيذها.
- ✓ تحديد مستوى استخدام تحليل المسلك الالكتروني، وبموجب هذا التحليل يجري التعرف على المسلك الالكتروني الذي يسلكه الزبون أثناء تصفحه وتجوّله من موقع ويب إلى موقع التروني آخر، ومن صفحة إلى صفحة اخرى داخل الموقع الواحد.
- ✓ تحديد الكيان البرمجي الذي سيستخدمه الزبون لتنفيذ عمليات تعقب الطلبات التي يجري شراؤها عبر الانترنت.

د- استخدام الأدوات والنظم التكنولوجية الخاصة بانجاز عمليات البيع والشراء:² هنالك مجموعة من الأدوات والنظم التكنولوجية التي يجري استخدامها عند تصميم الموقع الالكتروني وهذه الادوات والنظم منها ما يتعلق بترتيب الموقع الالكتروني لإظهاره بأفضل شكل، ومنها ما يتعلق بانجاز عمليات البيع والشراء، وتسعى إدارة الموقع من خلال هذه الأدوات والنظم إلى جعل عملية البيع والشراء عملية آلية ومن هذه الادوات والنظم المستخدمة:

- ✓ عربة التسوق (أو ما يطلق عليها أحيانا سلة التسوق).
- ✓ النظم الخاصة بانجاز الطلبات.
- ✓ نظم الدعم المالي.
- ✓ نظم التحميل والتوزيع.

5- أنواع المواقع الالكترونية

يمكن تقسيم المواقع الالكترونية على حسب المضمون وكذلك المحتوى الذي تقدمه إلى ما يلي:³

- ✓ مواقع تجارية: وهي عبارة عن مواقع الكترونية تكون لأغراض تجارية غالبا ما تكون تابعة لمنظمة ما، تتميز هذه المواقع ما يلي:
- دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه المنظمة التي تملك الموقع.

- الاعلان عن المنتج الذي تقوم المنظمة بانتاجه.
- المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم المنظمة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي.
- تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء اخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالبا قوالب اعلامية أو صحفية، وتقتصر على تعريف المنظمة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات المنظمات الاخرى، وعمل اعلانات تجارية لسلع وخدمات غالبا ما تكون في مجال التخصص التجاري لها.
- لا تعتمد هذه المواقع على هياكل ادارية كبيرة، وغالبا ما يتم متابعتها من خلال منظمات متخصصة تقوم بتحديث بياناتها أو اضافة الاعلانات المطلوبة، كما يمكن تدريب بعض الموظفين من المنظمة للقيام بعمليات التحديث.
- لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الاعلان والدعاية، وخاصة في المواقع المملوكة لمنظمات التجارية الكبيرة.
- ✓ **مواقع تفاعلية:** تتميز هذه المواقع بعملية التفاعل مع الزوار من خلال المنتديات وساحة الحوار المكتوبة، وغرف الدردشة، الحوارات الصوتية التفاعلية، المجموعات البريدية، ولا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل ادارية كبيرة، وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية اعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها، ولكنها تحتاج إلى توفير مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع.
- ✓ **مواقع تعريفية:** تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المنظمات التي اسستها وهي غالبا ما تكون منظمات غير ربحية، مثل المنظمات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية، وغالبا ما تكتفي مثل هذه المواقع بشر الفعاليات الخاصة بالمنظمة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والاعلامية، أو حتى الاستعانة بمختصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعضا من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا انها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.
- ✓ **مواقع إعلامية تكميلية:** تتكامل هذه المواقع مع المنظمات الاعلامية، مثل الصحف الورقية والمحطات الفضائية، وتتسم هذه المواقع بعدد من المواصفات أهمها:
- الترويج للمنظمة الاعلامية التي تتكامل مع منظمات إعلامية، سواء اكانت دورا إذاعيا أو فضائيا أو صحفيا.

- إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها.
- لا تنتج مادة اعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية، إلا في نطاق ضيق وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة، بما يتلاءم مع طبيعة الانترنت.
- ✓ **مواقع صحفية:** تعد هذه المواقع صحفية إلكترونية بحتة، لم تنشأ من خلال منظمة تجارية، وليست مكتملة لمنظمة إعلامية، ولكنها لتقوم بدور صحفي من البداية، وتتميز هذه المواقع بأنها:
 - تعتمد على هياكل إدارة منتظمة.
 - تعتمد على محترفين في المجال الصحفي.
 - تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية.