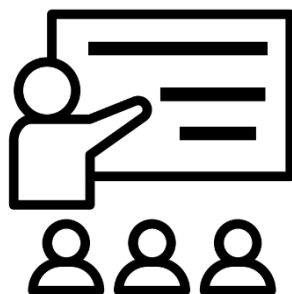


دليل سياسات

الموقع الإلكتروني – Website Development قطاع صناعة الكيماويات



قائمة المحتويات

3	WEBSITE DEVELOPMENT	الموقع الإلكتروني
3		1. المقدمة والأهمية
5	BUILDING WEBSITE REQUIREMENTS	2. متطلبات بناء الموقع الإلكتروني
10	WEBSITE BUILDING PROCESS	3. خطوات بناء الموقع الإلكتروني
14	WEBSITE BUILDING POLICES	4. سياسات بناء الموقع الإلكتروني
19	WEBSITE MANAGEMENT POLICIES	5. سياسات إدارة الموقع الإلكتروني
22	WEBSITE PERFORMANCE METRICS	6. مؤشرات أداء الموقع الإلكتروني

1. المقدمة والأهمية

يعد الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة أحد أقوى أدوات التسويق الرقمي المتاحة للعمل. يمكن أن يعمل كفريق مبيعات على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، ومكتب استقبال، ومكان يمكن الوصول إليه من كل العالم لإظهار الشركة وما يمكنها تقديمه من خدمات أو منتجات. ليس من السهل بطبيعته إنشاء موقع ناجح، حيث يجب وضع فكر وجهد كبيرين في تصميم موقع الويب وإمكانية استخدامه حتى يظل العملاء على اطلاع وتواصل مع الشركة.

بالتأكيد لديك الخيار بتفويض اعمال انشاء الموقع الالكتروني الى شركة مختصة أو بنائه من تلقاء نفسك، ولكن في كلا الحالتين ستجد ان دليل السياسات البين يديك الان هو مرجعية ضرورية لحصر جميع عناصر استراتيجية انشاء والاشراف على موقع الالكتروني ناجح.

أهم الأسباب لوجود موقع إلكتروني:

الهوية عبر الإنترنت ضرورية لتحقيق النجاح:

يجب أن يكون امتلاك موقع ويب هو الخطوة الأولى للاستثمار في الهوية عبر الإنترنت والتي ستساعد في تحويل موقع الويب إلى أداة تسويق يمكن أن تكون كأول مكان يبحث فيه الناس عن الخدمات والمنتجات.

التوسع في السوق:

يمكن لأي عميل محتمل في العالم لديه إمكانية الوصول إلى الإنترنت الوصول إلى موقع الويب الخاص بك وإذا كان يحب ما يراه، فلديك فرصة كبيرة للبيع.

يضيف القيمة والرضا:

يمكن أن يضيف موقع الويب الخاص بك قيمة بطرق أخرى أيضًا، من خلال عرض النصائح والأسئلة الشائعة ومحتوى الاهتمامات العامة الذي يمكنه الترفيه عن عملائك وسيساعدهم أيضًا على تذكرك بشكل أفضل.

الإعلان:

هناك العديد من الطرق للإعلان عن منتجاتك أو خدماتك عبر الإنترنت. أحد الأمثلة على ذلك هو إعلانات Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, Google Ads، وهيا ميزات إعلانية يتم تقديمها عبر هذه المنصات ويمكن ربطها مع موقعك على الويب و دعوة الجمهور لزيارة موقعك والوصول لمنتجاتك أو خدماتك.

الروابط:

إذا كان لديك موقع ويب جيد به محتوى جيد مليء بالمعلومات والمنتجات والخدمات، فمن المرجح أن يربط الأشخاص موقع الويب الخاص بك بملفاتهم الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي. هذا يعني أنهم يتعرفون على موقع الويب الخاص بك باعتباره ذا قيمة ويضعون الكلمة بأنك خدمتهم بشيء ذو قيمة. إذا كان لديك العديد من الملفات الشخصية أو المواقع الأخرى المرتبطة بموقعك، فهذا يشبه نشر الكلمة الإيجابية عن شركتك في جميع أنحاء العالم.

فرص النمو:

يعتبر موقع الويب مكانًا رائعًا لإحالة الشركاء المحتملين إليه، ولإطلاعهم على تفاصيل واحصائيات شركتك، وما حققته وما يمكن أن تحققه في المستقبل. إنها مثل سيرة ذاتية يمكن أن تساعدك في الحصول على أعمال محتملة من مصادر مختلفة.

تغيير خصائص ووظيفة موقع الويب:

بمرور الوقت، قد تختلف متطلبات السوق الخاص بك ومن الحكمة أن تتم مواكبة ذلك على موقعك الإلكتروني. تسمح لك معظم منصات مواقع الويب الحديثة بإضافة جميع أنواع الوظائف الإضافية (plugin's) من خلال التحديثات والأدوات والمكونات الإضافية، وذلك مثل إضافة متجر إلكتروني ضمن الموقع أو أدوات احتساب الكميات المأتممة.

سهولة الربط مع أنظمة التسويق الأخرى:

يمكن استخدام موقع الويب اليوم كجزء أساسي من أي نظام تسويق قوي، حيث يمكن دمج موقع الويب الخاص بك مع صفحات الوسائط الاجتماعية وأنظمة البحث عن العملاء المحتملين والأنظمة القائمة على السحابة وغير ذلك الكثير. هذه القدرة على الاندماج مع هذه الأنظمة الأخرى لديها القدرة على توليد أعداد هائلة من العملاء المحتملين وبالتالي زيادة المبيعات بشكل كبير.

2. متطلبات بناء الموقع الإلكتروني:

قبل البدء بإعداد الموقع الإلكتروني، يجب العمل على ما يلي:

يجب الحصول على اسم مجال جيد Domain Name

اسم المجال، المعروف أيضًا باسم عنوان الموقع الإلكتروني، هو نقطة الدخول إلى الموقع، فمن المهم اختياره بعناية لتترك انطباعًا جيدًا لأغراض قابلية الاستخدام، وكذلك لتحسين نتائج محركات البحث (Search Engine Optimization) كي تشير على موقعك الإلكتروني.

اعتبارات للتوصل إلى اسم مجال مثالي:

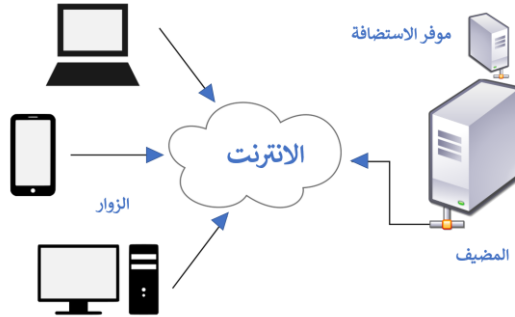
- أجعله مُلائم لطبيعة أعمالك
- اجعله سهل التهجئة وقصير قدر الإمكان. كلما كان ذلك أقصر، كلما كان أسهل للتذكر والكتابة.
- استخدم امتداد المجال المناسب Extensions. حاول دائمًا جعله اسم نطاق .com او .org.
- تجنب الأرقام والواصلات Numbers & Hyphens. من الصعب تذكرها وهي وقد يساء فهمها عند نطق اسم المجال.

اعتبارات للتوصل إلى اسم مجال مثالي:

- اجعل العنوان واسعًا لتسهيل النمو في المستقبل. على سبيل المثال، Amazon.com هو عنوان موقع ويب أوسع بكثير من BooksOnline.com ويسمح لشركة Amazon ببيع كل نوع من السلع الاستهلاكية بدلاً من الكتب فقط، كما كان الغرض الأصلي منه.
- تأكد من أنه لا يُنسى. مع وجود العديد من مواقع الويب على الإنترنت، من المهم أن يكون اسم موقع الويب الخاص بك جذابًا حتى يتذكر الأشخاص كيفية الوصول إليه في المستقبل.
- ابحث عن اسم المجال في Google لمعرفة ما إذا كان هناك عنوان موقع ويب مشابه موجود بالفعل على الإنترنت، وابحث في موقع GoDaddy للتأكد من أنه لا يحتوي على أي علامات تجارية مسجلة.
- تحقق مما إذا كان السعر مناسبًا. حدد ما إذا كان بإمكانك شراء عنوان موقع الويب المطلوب بسعر معقول نظرًا لأن معظم أسماء النطاقات الجيدة مأخوذة وستحتاج إلى شرائها من المالك الحالي.
- تجنب الأسماء الغير منطقية. اختر اسمًا ينقل المعنى حتى يعرف المستخدم على الفور ماهية عملك. يُعد كل من Yahoo و Google من الأسماء الجذابة، لكنهما كانا مكلفين جدًا للعلامة التجارية حتى أصبحت معروفة، وقد لا يكون لشركتك الصغيرة نفس الميزانية.

شراء استضافة مواقع Host آمنة وقابلة للتطوير مع دعم تقني جيد

مضيف موقع الويب (أو ما يُشار إليه أحياناً باسم مزود استضافة مواقع الويب) هي شركة تقدم التكنولوجيا والخدمات السحابية اللازمة لعرض موقع الويب على الإنترنت. تكلف خدمات الاستضافة ما بين 2 دولار إلى 100 دولار شهرياً، اعتماداً على نوع التكنولوجيا والدعم والخصائص الذي يوفرها لك المضيف حيث يقوم بتوصيل اسم مجالك بموفر الاستضافة الخاص بك بحيث عندما يزور المستخدم عنوانك على الويب، يتم عرض موقعك الذي تقوم بتخزينه على حساب الاستضافة المؤجر لك كما هو مُبين بالرسم ادناه.



تذكر. يمكنك الحصول على خصم على خدمات الاستضافة عند شراء خطة سنوية بدلاً من الخطط الشهرية.

كيف تختار مضيف جيد:

- تأكد من أن شركة الاستضافة لديها دعم عبر الهاتف و / أو الدردشة حتى تتمكن من مساعدتك بسرعة إذا كانت لديك مشكلة. الدعم عبر الهاتف هو الأفضل، لكن الدردشة تعمل بشكل جيد أيضًا.
- يجب أن تكون هناك واجهة خادم سهلة الاستخدام مثل cPanel للوصول إلى خادم الموقع الخاص بك. لا تريد أن تضطر إلى استخدام أوامر فنية وخاصة لإجراء التغييرات، إلا إذا كنت تستطيع تعيين مسؤول خادم محترف لمساعدتك.
- تحقق لمعرفة عناصر حماية الخادم الموجودة حيث يجب أن يتم عمل نسخ احتياطية يومية لمحتويات الخادم الخاص بك. وتأكد من أن الشركة المستضيفة تقوم بصيانة أمنية منتظمة. يفضل أن تمتلك شركة الاستضافة الخاصة بك بروتوكول أمان واضح ومنشور يمكنك مراجعته حتى تعرف كيف تحافظ على أمان خوادمها والمواقع التي تستضيفها.

اختر الجهة والمنصة المناسبة لبناء الموقع

هناك العديد من المنصات التي تقدم خدمة بناء المواقع الإلكترونية من تلقاء نفسك، منها المجانية ومنها المدفوعة مسبقاً مثل wix.com, web.com, wordpress.com. تحتوي هذه المنصات على نماذج مواقع إلكترونية معدة مسبقاً من ناحية الهيكل وأماكن مخصصة لإضافة النصوص والمرئيات حسب رغبتك. الجدير بالذكر انه لا يجب ان تكون خبيراً في بناء المواقع الإلكترونية لاستخدام هذه المنصات. ولكن يجب ان تتأكد بأن الإمكانيات والخصائص التي توفرها هذه المنصات تتناسب مع غايات موقعك الإلكتروني.

الرسم البياني التالي يوضح أجزاء نموذج موقع الكتروني معد مسبقاً



تأكد من أن البانر، (في العادة تكون صورة ثابتة أو متحركة) موجودة على صفحتك الرئيسية واللافتات اللاحقة عبارة عن تمثيلات مرئية لخدماتك أو منتجاتك، وأيضاً أن لديك إعلاناً نصياً تمهيدياً بالقرب من أعلى الصفحة يصف خدماتك او منتجك.

يجب على قوائم التنقل الرئيسية ونهاية الصفحة ان تحنوي على رابط "نبذة عنا أو من نحن" ويكون الوصول إليها سهل حتى يتمكن الأشخاص من معرفة المزيد عن عملك بشكل مفصل.

تطبيق أفضل نظام لإدارة المحتوى

نظام إدارة المحتوى (Content Management System - CMS) هو برنامج أو تطبيق يتم استخدامه لإنشاء وإدارة المحتوى الرقمي. سيساعدك نظام إدارة المحتوى الجيد مثل (Wordpress) في الحفاظ على موقعك، ولا تحتاج إلى الكثير من المعرفة التقنية لاستخدامه.

يجب عليك اختيار نظام إدارة محتوى مصمم لتلبية احتياجاتك حيث يتم استخدام أنظمة مختلفة لأسباب مختلفة، مثل سهولة الاستخدام وقابلية التوسع والميزانية.

اختر منصة تجارة إلكترونية جيدة

إذا كنت تخطط لبيع سلع أو خدمات من خلال موقع الويب الخاص بك، فستحتاج إلى التكنولوجيا المناسبة للقيام بذلك. (إذا كنت لا تبغ أي شيء حالياً، فقد ترغب في التفكير في القيام بذلك لأن التجارة الإلكترونية قد تزيد من أرباحك.) إذا قررت السماح للمستخدمين بالتعامل معك مالياً عبر الإنترنت، فستحتاج إلى اختيار نظام بوابة دفع إلكترونية مناسبة لك ولنموذج عملك.

تعريف نطاق العمل:

ما هي صفحات الويب والميزات التي يتطلبها الموقع لتحقيق الهدف، والجدول الزمني لبناء تلك الميزات.

إنشاء خريطة الموقع:

ابدء في البحث في خريطة الموقع، وتحديد كيفية ارتباط المحتوى والميزات التي تم تحديدها في تعريف النطاق.

إنشاء المحتوى:

تأكد أنك قمت بتصميم العلامة التجارية المرئية وهي مجموعة الصور والمرئيات التي سيتم استخدامها في الموقع. قد يتطلب ذلك العمل مع خبراء انشاء العلامة التجارية وسياسة استخدامها والألوان المرافقة لها.

ابدء بإنشاء محتوى للصفحات الفردية على حدة، مع مراعاة تحسين نتائج محرك البحث (SEO) دائماً للمساعدة في الحفاظ على تركيز الصفحات على موضوع واحد.

يجب أن يكون هناك محتوى مبدع وفعال وعناصر مرئية جذابة للعمل بها في هذه المرحلة وعليها ان تتناسب مع بنية الموقع والنصوص ليكون كل شئ في مكانه الصحيح.

اختبار الموقع:

بعد تحديد جميع الصفحات وكيفية عرضها لزائر الموقع، يجب التأكد من أنها تعمل جميعها. وهنا يجب الجمع بين التصفح اليدوي للموقع ومجموعة متنوعة من الأجهزة المحمولة لتحديد كل عناصر ومشكلات تجربة المستخدم.

إطلاق الموقع:

بمجرد أن يعمل كل شيء بشكل مقبول، يأتي الوقت لتخطيط إطلاق الموقع ويجب أن يشمل ذلك تخطيط توقيت الإطلاق واستراتيجيات الاعلام – أي: متى سيطلق الموقع وكيف سيعلم العالم عن ذلك؟

الآن بعد أن تم تحديد الخطوات، سيتم هنا تفصيل كل خطوة من الخطوات السابقة:

تحديد الهدف:

يجب تحديد الهدف النهائي لتصميم موقع الويب. تتضمن الأسئلة التي يجب الإجابة عليها في هذه المرحلة من عملية التصميم وتطوير الموقع ما يلي:

- لمن هذا الموقع، أي ما هي الشركة وطبيعتها وماذا ستقدم لعملائها والجمهور من خلال هذا الموقع؟
- هل الهدف الأساسي لموقع الويب هذا هو الإعلام عن الشركة أو البيع أم معاً؟
- هل يحتاج موقع الويب إلى نقل الرسالة الأساسية للعلامة التجارية بوضوح، أم أنه جزء من استراتيجية أوسع للعلامة التجارية بتركيز على جانب معين من جوانب العمل؟
- ما هي المواقع المنافسة، إن وجدت، وكيف يجب أن يكون هذا الموقع مستوحى من او مختلف عن هؤلاء المنافسين؟

هذا هو الجزء الأكثر أهمية في أي عملية تطوير ويب. إذا لم يتم الرد على كل هذه الأسئلة بشكل واضح، يمكن أن ينطلق المشروع بأكمله في الاتجاه الخاطئ.

أكتب هدف أو أكثر من الأهداف المحددة بوضوح، أو ملخص من فقرة واحدة للأهداف المتوقعة. سيساعد هذا في وضع التصميم على المسار الصحيح مع التحديد الواضح للجُمهور المستهدف لموقع الويب من حيث العمر والمتطلبات وأي مميزات أخرى، وكذلك تطوير معرفة عملية بالمنافسة.

تعريف النطاق:

واحدة من أكثر المشاكل شيوعًا وصعوبة ضمن مشاريع تصميم الويب هي تزايد وتغيير وتعديل نطاق عمل الشركة. في البداية يتم تحديد هدفًا واحدًا، ولكن هذا يتوسع تدريجيًا أو يتطور أو يتغير تمامًا أثناء عملية التصميم. لا يمثل هذا بالضرورة مشكلة إذا تمت معالجة الموضوع من خلال زيادة الميزانية أو الجدول الزمني.

إنشاء خريطة الموقع:

توفر خريطة الموقع الأساس لأي موقع ويب جيد التصميم. يساعد في منح مصممي الويب فكرة واضحة عن بنية معلومات موقع الويب ويشرح العلاقات بين الصفحات المختلفة وعناصر المحتوى. حيث يشبه بناء موقع بدون خريطة موقع، بناء منزل بدون مخطط ونادرًا ما يكون ذلك فكرة جيدة. هناك العديد من البرمجيات التي تساعدك في إنشاء خريطة الموقع وسنذكرها لاحقًا.

إنشاء المحتوى:

بمجرد وضع إطار عمل موقع الويب، يمكن البدء بالجانب الأكثر أهمية في الموقع: وهو المحتوى. يخدم المحتوى غرضين أساسيين:

الغرض الأول:

يشرك المحتوى القراء ويدفعهم إلى اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحقيق أهداف الموقع. يتأثر ذلك بكل من المحتوى نفسه (الكتابة والنص) وكيفية تقديمه (عناصر الطباعة والعناصر الهيكلية).

نادرًا ما تحافظ الفقرات الباهتة والطويلة على اهتمام الزوار لفترة طويلة، بل يجذبهم المحتوى القصير والسريع والمثير للاهتمام ويجعلهم ينقرون للوصول إلى صفحات أخرى.

حتى إذا كانت صفحاتك تحتاج إلى الكثير من المحتوى - وغالبًا ما تحتاج - فإن "تقسيم وتوزيع" المحتوى يساعد في الحفاظ على طابع خفيف وجذاب.

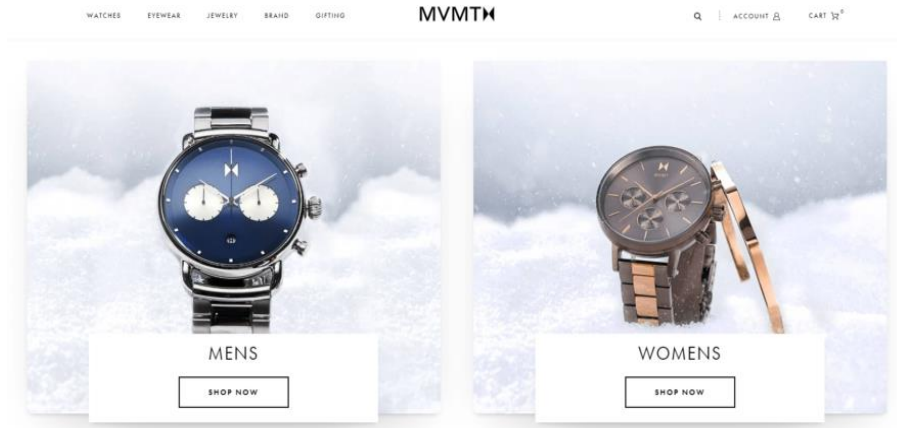
الغرض الثاني:

تحسين نتائج محركات البحث. Search Engine Optimisation يعزز المحتوى أيضًا ظهور الموقع لمحركات البحث.

من المهم الحصول على الكلمات الرئيسية والعبارات الرئيسية بشكل صحيح لنجاح أي موقع ويب. فيجب استخدام Google Keyword Planner حيث تظهر هذه الأداة حجم البحث عن الكلمات الرئيسية والعبارات المستهدفة المحتملة، بحيث يمكنك التركيز على ما يبحث عنه الناس على الويب.

تذكر. يتم التقاط المحتوى المكتوب جيدًا والمفيد والغني بالكلمات الرئيسية بسهولة أكبر بواسطة محركات البحث، وكل ذلك يساعد في تسهيل العثور على موقعك.

لا يهم إذا كنت على صفحة النظارات أو الساعات أو المجوهرات. سترى نفس عبارة "تسوق الآن" CTA لمنتجاتهم كما هو في المثال التالي:

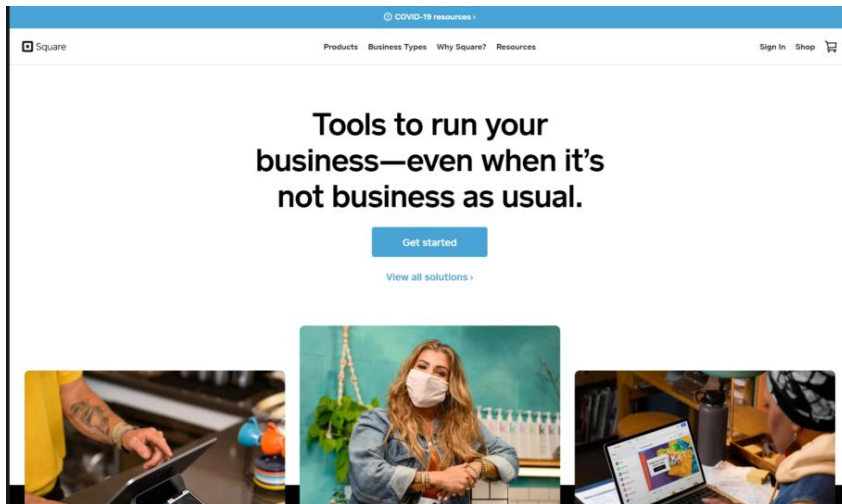


تبسيط التنقل ضمن الموقع

يجب ألا يكون من الصعب على زائر موقع الويب العثور على ما يبحث عنه؛ لماذا تتم زيارة الموقع؟ ربما لشراء شيء ما، أو الحصول على مزيد من المعلومات، أو معرفة ما يمكنك تقديمها، مهما كان هذا السبب، إذا لم يتمكن الزوار من اكتشاف ذلك بسرعة، فسيغادرون.

تذكر. هناك الكثير من المنافسة. ليس لدى المستخدمين سبب لتحمل التنقل غير العملي في الموقع. كل ما عليهم فعله هو مغادرة موقعك والعثور على ما يحتاجون إليه في مكان آخر.

تضع معظم مواقع الويب قائمة التنقل أفقيًا في أعلى كل صفحة. إذا كانت القائمة في مكان آخر، فقد يرتبك زوار الموقع كما في المثال ادناه.



في المثال أعلاه، التصميم نظيف للغاية، خيارات القائمة محدودة للغاية مما يجعل من السهل على الزوار اختيار مجموعة تناسب احتياجاتهم. وكذلك من الممكن ملاحظة وجود القليل من النص على الشاشة، وال CTA واضح

جدا. وبالتالي يجعل هذا النوع من التصميم من المستحيل تقريبًا أن يضيع زوار موقع الويب أو يتشوشون أثناء التنقل.

تحسين التصميم للأجهزة المحمولة

إذا كان موقع الويب لا يبدو جيدًا على الهاتف الذكي، فلن يرغب الأشخاص في الاستمرار بالتصفح فيه.

يجب التأكد من أن تصميم موقع الويب مناسبة للجوّال واختبار ذلك قبل اشهار الموقع. تشير دراسات أجريت في عام 2020 بأن أغلب تصفح الانترنت، عالمياً، يحصل من الهاتف الذكي مما يجعل مناسبة موقعك الإلكتروني للهواتف الذكية أمراً بالغ الأهمية.

من المهم تمكين التتبع - Analytics لتحديد ما إذا كان موقعك على الويب يؤدي وظيفته بالفعل. يجب أن يتضمن التصميم النهائي وظيفه لقياس المؤشرات الرئيسية مثل حركة المرور والأهداف والتحويلات.

نظام إدارة المحتوى - CMS Content Management System

يجب نشر محتوى جديد وفريد باستمرار لاستقطاب الزوار بشكل دائم وكذلك توفير زخم تسويقي رقميًا طويل المدى. من باستخدام CMS من خلال أجندة محتوى دورية. ابحث لتجد أفضل CMS لغاياتك، هناك العديد من أنظمة إدارة المحتوى مثل wordpress, joomla, squarespace وغيرها من الأنظمة السهل استخدامها.

التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي

يجب دمج جميع منصات الوسائط الاجتماعية ذات الصلة في تصميم الموقع، حيث يؤدي السماح للمستخدمين بالوصول السريع إلى صفحات الوسائط الاجتماعية من موقع الويب إلى توسيع نطاق وصول العلامة التجارية على الفور ويساعد على زيادة الرؤية وحركة المرور.

أمن الموقع

يجب أن يتضمن موقعك الإلكتروني بروتوكولات أمان وخصوصية لحماية بيانات العميل أو المستخدم ولضمان بان الموقع لا يتسبب في تحميل ملفات ضارة على أجهزتهم. تأكد من ان جميع خصائص ومحتوى الموقع خالية من الملفات الضارة قبل تحميلها.

تذكر. تأكد من الخصائص الأمنية للمضيف. حمل على موقعك شهادات SSL