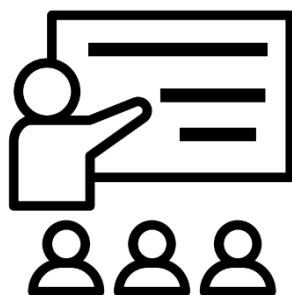


## دليل سياسات

الموقع الإلكتروني – Website Development  
قطاع صيانة السيارات والمعدات الثقيلة



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:

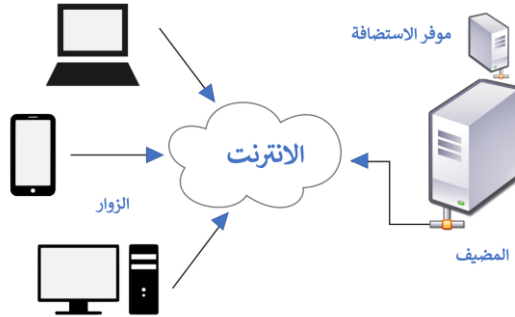
بمرور الوقت، قد تختلف متطلبات السوق الخاص بك ومن الحكمة أن تتم مواكبة ذلك على موقعك الإلكتروني. تسمح لك معظم منصات مواقع الويب الحديثة بإضافة جميع أنواع الوظائف الإضافية (plugin's) من خلال التحديثات والأدوات والمكونات الإضافية، وذلك مثل إضافة متجر إلكتروني ضمن الموقع أو أدوات احتساب الكميات المأتممة.

## 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.

## 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 أيضاً.
- 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](http://wix.com), [web.com](http://web.com), [wordpress.com](http://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 تباع 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.

## إنشاء واجهة مستخدم -موقع ويب- User Interface

تأكد من أن واجهة موقع الويب الخاص بشركتك تترك انطباعًا إيجابيًا يقود إلى النتائج وتكون ممتعة، لا تنسى وجاذبة. يمكنك القيام بذلك عن طريق تنفيذ ما يلي:

- استخدم رسومات جميلة وخطوطًا سهلة القراءة.
- تأكد من تحسين الصور للتحميل السريع. إذا كان موقع الويب الخاص بك بطيئًا، فإن محركات البحث مثل Google ستعاقب ترتيبك وتبعده عن الصدارة.
- ابحث في المنافسة لمعرفة كيف قاموا بتصميم وتحسين مواقعهم على الويب وبالتالي تنفيذ مكونات مماثلة لتعمل ضمن موقع الويب الخاص بشركتك.
- ابحث عن جمهورك المستهدف لمعرفة ما يريده من موقعك واجعل من السهل عليهم تحقيقه.
- ابق باستمرار على العلامة التجارية في جميع أنحاء تصميم موقع الويب الخاص بك.
- صمم نظام تنقل سهل الاستخدام يسمح للمستخدمين بالوصول إلى الصفحات بسرعة.
- انشر معلومات اتصال يسهل الوصول إليها.
- قم بالبحث على اتخاذ إجراء مثل اتصل بنا أو أطلب عرضًا أو اشتر الآن.
- قم بتقسيم المحتوى على صفحات مناسبة مثل:
  - الصفحة الرئيسية
  - معلومات عنا
  - المنتجات / الخدمات (بأوصاف وصور جذابة بصريًا)
  - خريطة الموقع (لأغراض تحسين محركات البحث)
  - فريق الإدارة
  - اتصل بنا
  - شروط الاستخدام (العقد عبر الإنترنت الذي يحكم كيفية استخدام المستخدمين لموقعك)
  - سياسة خاصة

**تذكر.** إذا كنت تهدف للإيصال اعمالك الى أكبر جمهور، فيجب إضافة اللغة الإنجليزية (أو أي لغة ثانية متداولة في محيطك) كخيار للزائر أيضًا.

## تحسين نتائج محركات البحث لتشير على موقعك SEO - Search Engine Optimization

الـ SEO عبارة عن مجموعة من الممارسات التي تطبقها على موقع الويب الخاص بك لضمان فهرسة محركات البحث وتصنيف موقع الويب الخاص بك بشكل مناسب ثم إظهاره لمستخدمي محرك البحث.

بمجرد الوصول إلى موقع الويب الخاص بك بواسطة محركات البحث، فإنه يتنافس مع مواقع الويب التي لها محتوى مشابه حيث كلما كان تصميم ومحتوى موقع الويب الخاص بك أفضل، كلما ارتفع موقعك على صفحات نتائج محرك البحث.

تحسين نتائج محركات البحث (SEO) هي عملية مستمرة في غاية الأهمية ويمكن أن تعني الفرق بين الظهور على الصفحة الأولى من صفحات نتائج محرك البحث (مما يؤدي إلى كميات كبيرة من الزيارات المجانية إلى موقع الويب الخاص بك) أو الصفحة 300 (مما يؤدي إلى عدم وجود زيارات).

يتضمن SEO بشكل أساسي الممارسات التالية التي يجب أن تكون متوفرة في الموقع الخاص بك:

- وقت تحميل سريع
- أن يكون موقعك آمنًا ولديه شهادة أمن SSL مثبتة؛ SSL - تقنية الأمان التي تضمن بقاء البيانات التي يتم تمريرها بين خوادم الويب والمتصفحات خاصة
- ان يكون موقعك متوافق مع الجوّال
- وجود روابط على مواقع ويب خارجية ذات محتوى ذي صلة وتؤدي إلى موقعك
- الحصول على التقييمات الإيجابية عبر الإنترنت (Google و Yelp و Facebook وما إلى ذلك)
- صلاحية الروابط الداخلية في جميع أنحاء موقعك للحفاظ على نقر الأشخاص وقراءتهم
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للربط بموقعك ( Facebook ، Twitter ، LinkedIn ، Pinterest ، إلخ.)

### إنشاء ونشر محتوى عالي الجودة بانتظام

من المهم أن تضع خطة محتوى وخطة نشر لهذا المحتوى الذي قد يكون اخر الاخبار المتعلقة بعملك او المقالات أو منشورات مدونة عالية الجودة على موقعك وعلى المواقع الخارجية التي ترتبط بموقعك.

قم بتحديث موقع الويب الخاص بك بمحتوى جديد وملائم من حين الى اخر. لكي تحصل على مرتبة عالية في نتائج محرك البحث وتشجع الأشخاص على العودة إلى موقعك مرارًا وتكرارًا،

يفضل وجود شهادات العملاء أو المستخدمين (Testimonials) على موقعك حيث انها طريقة رائعة لنشر محتوى جديد وعالي الجودة على موقعك مما يجعل عملك أكثر جاذبية.

### تثبيت أدوات مشرفي المواقع Webmaster Tools

استفد من البيانات الحيوية لمساعدتك في تحليل حركة المرور الزوار وأداء الموقع عن طريق تثبيت Google Analytics و Google Search Console (يفضل كلاهما عبر Google Tag Manager) حيث يمكن استخدام هذه الأدوات لتتبع الأنواع التالية من المعلومات:

- زوار موقعك يوميًا وأسبوعيًا وشهريًا ومن أي بلدان ونوع اجهزتهم
- عدد المشاهدات على كل صفحة من صفحات موقعك
- "معدل الارتداد" Bounce rate وهي النسبة المئوية للزوار الذين يأتون إلى موقعك ويغادرون بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط.
- متوسط الوقت الذي يقضيه الزوار في الموقع
- اشهار الروابط المعطلة على الموقع لاصلاحها
- الكلمات الرئيسية التي تقود المستخدمين إلى موقعك
- الروابط الخلفية لموقعك
- وقت تنزيل صفحة الويب
- معلومات أخرى يمكن أن تساعدك في تحسين مُحسنات محركات البحث الخاصة بك



**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 للجماهير 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 وناذرًا 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.

### العناصر المرئية:

يتشكل هذا الجزء من عملية التصميم من خلال عناصر العلامة التجارية وخيارات الألوان والشعارات المتعلقة بها. يجب ان تنقل العناصر المرئية رسالة ومعنى ويجب أن تكون متوافقة مع الجوّال، وتدعم عملية بناء الثقة في الموقع.

يُعرف المحتوى المرئي بأنه يؤدي إلى زيادة النقرات والمشاركة. ولكن أكثر من ذلك، يريد الناس مشاهدة الصور على موقع الويب، اذن، من المهم ان تكون المرئيات غير معقدة وسهلة الفهم وأن تعمل أيضًا على تحسين النص، لكي تنقل الرسائل الحيوية دون الحاجة إلى قراءتها.

### اختبار الموقع:

يجب اختبار كل صفحة بدقة للتأكد من أن جميع الروابط تعمل وأن الموقع يتم تحميله بشكل صحيح على جميع الأجهزة والمتصفحات. قد تكون الأخطاء ناتجة عن أخطاء صغيرة في البرمجة، وعلى الرغم من صعوبة العثور عليها وإصلاحها، من المهم القيام بذلك الآن بدلاً من تقديم موقع معطل للجمهور.

عليك إلقاء نظرة أخيرة على العناوين والأوصاف التعريفية للصفحة أيضًا، حتى ترتب الكلمات في عنوان التعريف عن الشركة يمكن أن يؤثر على أداء الصفحة في محرك البحث.

### إطلاق الموقع:

عندما يتم اختبار كل شيء بدقة ويكون سليماً وخالياً من الأخطاء يحين وقت الإطلاق. قد لا تزال هناك بعض العناصر التي تحتاج إلى تعديل بعد ذلك.

**تذكر.** لا يوجد نهاية للعملية، فبمجرد بدء تشغيل الموقع، يجب عليك تشغيل الاختبارات باستمرار على محتوى وميزات جديدة ومراقبة التحليلات وتحسين الرسائل التي يتم إيصالها من خلال الموقع.