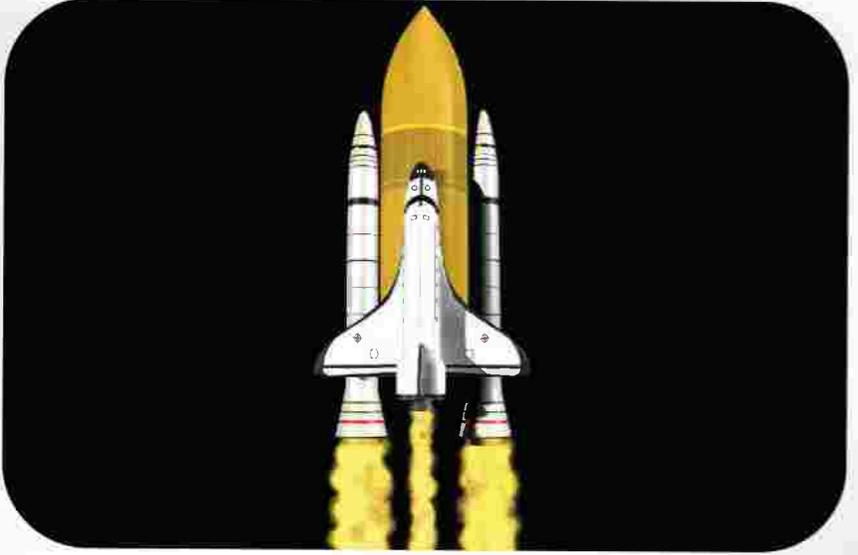


الخطوة

الحادية عشرة

دشن موقعك



لقد حان وقت المواجهة.

المواجهة الحقيقية مع جمهورك حول العالم. جاءت اللحظة التي ستضع فيها موقعك أمام زواره عبر الإنترنت، وتحصد كل ما زرعته على مدى الخطوات السابقة.

هنا، سيتم الشروع في تدشين الموقع الإلكتروني، ليكون متاحاً بشكل رسمي أمام **الزوار ومحركات البحث** حول العالم.

قبل أن تبدأ بتدشين موقعك

قبل التدشين يجب عليك **التأكد** من النسخة النهائية لموقعك قبل وضعها على المساحة المخصصة لها في شركة الاستضافة، ويجب ألا تتسنى الأمور الآتية عند تعاملك مع النسخة النهائية للموقع الإلكتروني:

- أن تتأكد أن **سرعة** تحميل الصفحات جيدة، وألا تتجاوز الخمس ثواني للصفحة الواحدة كحد أقصى خصوصاً في الصفحات الرئيسة للموقع.
- اعمل على **مقارنة** النموذج المصغر، الذي تم وضعه سابقاً مع الصفحات التي ينشرها نظام إدارة المحتوى، فيجب ألا يكون هناك اختلاف كبير بينهما.
- أن يظهر التصميم وكافة جوانب الصفحة بشكل مناسب في **جميع مستعرضات** الإنترنت المنتشرة بين المستخدمين والزوار، ويجب تجربته بشكل عملي على أكثر من مستعرض. على الأقل هناك أربعة مستعرضات يجب تجربة الموقع الإلكتروني عليها، وأن يعمل الموقع الإلكتروني من خلالها بشكل جيد دون مشكلات، وهي مستعرضات: Internet Explorer, FireFox, Chrome وعليك أن تتأكد بنفسك في هذه المرحلة من عمل الموقع الإلكتروني على تلك المستعرضات.

- تأكد من أن تتناسب **إحداثيات** الصفحة مع أحجام مختلفة من شاشات زوار الموقع الإلكتروني باعتبار كل مستخدم يفضل حجم ودقة معينة لشاشته على جهازه تختلف عن الأخرى. ومن ثم يجب أن يتوافق الموقع الإلكتروني مع كل تلك الأحجام وأخذها جميعاً في الحسبان، فلا تظهر بقع بيضاء فارغة أو تشوه في التصميم عند تغيير حجم الشاشة.



- احرص على أن تكون صفحات موقعك الإلكتروني الناتجة التي يزورها الناس مكتوبة **باللغة المعيارية للإنترنت HTML** دون أي لغات برمجية أخرى قدر الإمكان.
- يجب أن يحوي الموقع الإلكتروني أداة خاصة **بالبحث**، فهو عنصر أساسي لأي موقع إلكتروني؛ ليساعد الزوار على الوصول إلى المحتوى الذي يريده بسرعة. وتختلف قوة هذه الأداة من موقع إلكتروني لآخر حسب حجمه، لكنها يجب أن تكون متوافرة.

يعد أكثر عوامل النجاح لموقع أمازون الشهير هو قدرته الهائلة على البحث وتوفير نتائج دقيقة للزوار. فكلما تضخم حجم الموقع كانت الحاجة إلى محرك بحث قوي أساسية.



- جرب **التفاعل** مع الموقع الإلكتروني، بنفسك باستعراض صفحاته مثلاً أو بالاشتراك في القائمة البريدية أو عبر صفحة "اتصل بنا" أو استخدام المنتديات والمدونات وغيرها من وسائل التفاعل، فهو أهم عنصر في موقعك لزوارك وجمهورك.
- اختبر الموقع الإلكتروني بشكل عملي، واختبر كل أجزائه قبل أن تنتهي من هذه المرحلة وتدشن موقعك، وركز كثيراً على سهولة وقابلية الاستخدام، هل من السهل على الزوار أن يتعاملوا مع موقعك **دون تفكير**.

اسم المجال Domain Name:

يجب أن يكون لكل موقع إلكتروني اسم يمثل العنوان الذي يصل من خلاله الآخرون إليه، حيث إنه من غير السهل أو المقبول الاعتماد على عنوان الإنترنت الرقمي للوصول إلى الموقع، نظراً لصعوبة تذكره.

ويتم تسجيل الاسم لدى إحدى الشركات المرخص لها توفير الخدمة حول العالم، التي لها صلاحية تسجيل أسماء المجال من قبل مؤسسة الإنترنت للأسماء والأرقام المسجلة (آيكان Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). وهناك نوعان من أسماء المجال المتداولة حالياً:

- اسم المجال **العام** الذي لا يتبع لأي دولة، مثل YOURNAME.COM ويمكن تسجيل هذا الاسم عبر مئات الشركات المرخص لها تسجيل أسماء المجال حول العالم.
- اسم مجال **تابع لدولة معينة** كـ YOURNAME.COM.SA ويمكن تسجيل هذا النوع من أسماء المجال من الهيئة المسؤولة عن ذلك في الدولة المعنية، التي عادة ما تكون تابعة لوزارة تقنية المعلومات أو مركز المعلومات الوطني.
- يجب أن تتبته إلى أن تكون ملكية هذا الاسم لك **أنت** صاحب الموقع الإلكتروني. فتأكد أنك **أنت لا أحد غيرك** هو صاحب اسم الموقع الإلكتروني، وأن بريدك الإلكتروني الخاص بك هو البريد الرئيس الذي تم تعريف اسم صاحب الموقع الإلكتروني به عندما تم تسجيل الاسم، وأنت المتحكم فيه وفي تجديده، وليس الشركة المستضيفة أو أي شخص آخر، فكثيراً ما **تحكمت** شركات وأشخاص في المواقع من خلال أسمائها؛ لأن الناس عندما تُعرّف الموقع باسم معين، فمن شبه المستحيل تغييره بعد ذلك.

لقد انتشرت في الآونة الأخيرة عمليات القرصنة على أسماء المجال وبطرق مختلفة بحيث يتم سرقة اسم المجال ومن ثم توجيهه إلى صفحة أخرى خاصة بمن قام بالقرصنة. لذلك يجب الاهتمام بشراء اسم المجال من الشركات المعروفة والاحتفاظ بكلمة السر دون إعطائها لأحد وأن تستخدم بريدك الإلكتروني في عملية إنشاء وتسجيل الاسم.

وعادة ما تكون أسماء المجال باللغة اللاتينية برغم السماح مؤخراً بتداول أسماء مجال بلغات أخرى من بينها العربية. ويجب الانتباه إلى ما يلي عند اختيارك الاسم الخاص بموقعك على شبكة الإنترنت:

- أن **يعبر الاسم عنك** بشكل حقيقي، كأن يكون اسمك أو اسم شركتك، أو أن يكون معبراً عن طبيعة الموقع الذي تعتمزم تدشينه.



- أن يكون الاسم **سهل التذكر** من قبل الناس قدر الإمكان باستخدامك لكلمات بسيطة وغير معقدة.
- عليك اختصار الأسماء الطويلة قدر الإمكان، إما بأحرف لاتينية تعبر عن الاسم أو كلمة واحدة تختصر رسالة الموقع.
- إذا كان موقعك موقعاً محلياً خاصاً بدولة معينة فالأفضل أن تستخدم اسم الموقع التابع لهذه الدولة مثلاً www.domainName.com.ae أما إذا كان موقعك لا يستهدف منطقة أو دولة معينة فيمكنك اختيار اسم عالمي ك www.domainName.com كما يمكنك الجمع بين الاسمين، وكل ذلك حسب طبيعة جمهور الموقع المستهدف.
- ويتم ربط اسم المجال عند التدشين **بعنوان الإنترنت IP** الذي وفرته شركة الاستضافة لموقعك، والذي قد يكون عنواناً خاصاً فقط بموقعك أو عنواناً ديناميكياً مشتركاً بين عدد من المواقع.
- ويرتبط بكل اسم لموقع إلكتروني سجل خاص به، يُمكن مالك الاسم من تحديد جميع المتغيرات الخاصة بذلك الاسم كمزود البريد الإلكتروني، وأين سيتم استضافة موقعك، كما يُمكنك من تكوين أسماء فرعية لموقعك ك othername.yourname.com لاستخدامها في بناء واستضافة أكثر من موقع على نفس الاسم حسب حاجتك، ونحو ذلك من التعديلات.

DomainSite

Home What's New Support Cart Account

Hello emad770
If you are not emad770 [click here](#) to logout

Search by domain, keyword, or phrase SEARCH

DNS Management: emadsarhan.com << account << emadsarhan.com

A domain name must use our NS1 DOMAIN SITE.COM, NS2 DOMAIN SITE.COM, NS3 DOMAIN SITE.COM and NS4 DOMAIN SITE.COM nameservers in order to utilize Management to manage.

Record Type	Record Host	Record Answer	TTL	Priority (for MX)	Creation Date
CNAME	blog.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	300		2006-04-03 05:20:31
CNAME	calendar.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55
CNAME	docs.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55
A	emadsarhan.com	64.233.179.121 (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55
A	emadsarhan.com	66.249.87.143 (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55
A	emadsarhan.com	72.14.207.121 (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	alt1.aspmx.l.google.com (dns.cdn)	1800	20	2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	alt2.aspmx.l.google.com (dns.cdn)	1800	20	2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	aspmx1.google.com (dns.cdn)	1800	10	2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	aspmx2.googlemail.com (dns.cdn)	1800	30	2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	aspmx3.googlemail.com (dns.cdn)	1800	30	2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	aspmx4.googlemail.com (dns.cdn)	1800	30	2006-04-03 05:20:55
MX	emadsarhan.com	aspmx5.googlemail.com (dns.cdn)	1800	30	2006-04-03 05:20:55
CNAME	mail.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55
CNAME	SecretRecipe.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	1800		2010-01-31 00:48:42
CNAME	start.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	1800		2010-04-05 06:26:55
CNAME	www.emadsarhan.com	emadsarhan.wordpress.com (dns.cdn)	1800		2010-04-07 05:16:13
CNAME	www.emadsarhan.com	ghs.google.com (dns.cdn)	1800		2006-04-03 05:20:55

Error on page Internet Protected Mode On 125%

نموذج للسجل الخاص باسم المجال للموقع الإلكتروني حيث تظهر كافة المعلومات الخاصة بالاسم وتمكنك من التعديل والتحكم فيها.

البريد الإلكتروني:

أحد أهم الأدوات التي يجب أن تكون متوافرة عند تدشين الموقع الإلكتروني هو البريد الإلكتروني الخاص بموقعك، والمبني على الاسم الخاص بالموقع (مثلاً @mail.comName.domain) فهو الوسيلة الأساسية للاتصال مع جمهورك وزوار موقعك ويجب أن تكون متوافرة عند التدشين .

ليس من المقبول أن تستخدم عنواناً بريدياً عاماً أو مجانياً أو ليس ملك موقعك في تواصلك مع الزوار، فهذا يُعطي انطباعاً سيئاً عنك وعن موقعك.

ويمكنك الحصول على عناوين البريد الإلكتروني: إما من الشركة التي تم تسجيل اسم الموقع فيها، أو من شركة الاستضافة، أو من جهات أخرى متخصصة في توفير البريد الإلكتروني للأفراد والشركات، كما هو الحال مثلاً مع Google التي توفر نحو ١٠٠ عنوان بريدي إلكتروني على اسم موقعك مجاناً وبسعة تخزينية جيدة. لا تنسَ أن توفر **أكثر** من عنوان بريد إلكتروني للتواصل مع موقعك وفقاً لطبيعة الاتصال وحاجة المتصل، مثلاً بريد إلكتروني للموقع، وآخر للتسويق، وثالث للمبيعات، ورابع للدعم الفني.



تطبيقات جوجل تتيح الفرصة للشركات والأفراد إنشاء عناوين البريد الإلكتروني على موقعك وأدوات أخرى للتواصل.



إياك أن تستخدم عناوين بريد إلكتروني ليست على اسم موقعك ك mail@yahoo.com فهذا أمر سيئ رأيتك كثيراً حتى في مواقع كبيرة، لأنه يعطي انطباعاً سيئاً عنك وعن موقعك.

لاحظ أنه ليس شرطاً أن تكون الشركة الموفرة للبريد الإلكتروني هي ذات الشركة المستضيفة لموقعك، أو الشركة التي سجلت اسم الموقع لديها، كما قد يروج بعض الناس، بل هو **قرار بيدك أنت**، فعند تسجيلك اسم موقعك تستطيع من خلال الموقع الذي سجلت فيه التحكم فيمن سيكون مزود خدمة البريد الإلكتروني من خلال التعديل في سجل اسم المجال.

والآن .. ابدأ التدشين

يتم التدشين تقنياً للموقع الإلكتروني **بتحميل** ونشر ملفات الموقع النهائي إلى الخادم المباشر الخاص بك أو المساحة المخصصة لك لدى شركة الاستضافة، لتكون متاحة الوصول من قبل الآخرين حول العالم، وتتم عملية النشر إما يدوياً عبر بروتوكولات نقل البيانات FTP أو أوتوماتيكياً عبر نظام إدارة المحتوى.

ويتم التدشين بعد ذلك على **مرحلتين**:

- **التدشين المبدئي للموقع الإلكتروني**: الذي يتم من خلال نشر الموقع الإلكتروني على شبكة الإنترنت دون الإعلان عنه **ودون ربطه باسمه**، ويظل يعمل على الرقم الخاص به أو على عنوان مؤقت على شبكة الإنترنت، بحيث يتم تجربة الموقع الإلكتروني من قبل زوار يتم دعوتهم لذلك بهدف الحصول على ملاحظاتهم من جهة والتأكد من سلاسة العمل في الموقع الإلكتروني وتناسبه مع زواره من جهة أخرى.
- **التدشين الرسمي للموقع**: الذي لا يتم إلا بعد إتمام تنفيذ الملاحظات كافة التي وردت في أثناء التدشين المبدئي للموقع الإلكتروني ويتم حينها **ربط الموقع الإلكتروني باسمه** على شبكة الإنترنت، ومن ثم بدء **الإعلان عنه** عبر وسائل الإعلان المتوافرة

كالصحف والمجلات والمواقع الإلكترونية الأخرى حسب طبيعة الموقع الإلكتروني والميزانية المخصصة لذلك.

اختبار الموقع الإلكتروني:

يتساهل الكثيرون حينما يدشنون مواقعهم، فلا يأخذون **الوقت الكافي** في اختبارها والتأكد من سلامة عملها ومن ثم لا يلتفتون لما قد يواجه الزوار من مشكلات قد تعيقهم عن الاستمرار في زيارة الموقع الإلكتروني برغم القيمة العالية التي قد تكون في المحتوى المنشور، وهذا قمة الاستهتار بإحدى أهم وسائل الإعلام في عصرنا هذا، ولا نجد مثل هذا الاستهتار إلا في عالمنا العربي، بل للأسف من شركات كبرى لا يُستهان باسمها، وإذا لم تصدق ما أقول فعليك زيارة المواقع الإلكترونية للشركات المساهمة الضخمة في عالمنا العربي وتشاهد بنفسك.

لا بد قبل نشر الموقع الإلكتروني بشكل **نهائي** التأكد من أن كل شيء على ما يرام. فالخروج أمام ملايين الناس حول العالم ليس بالأمر السهل، ويجب التأكد أنه لا توجد أي مشكلات سواء في عمليات **النشر** لمحتوى الموقع الإلكتروني أو في سهولة **زيارته** من قبل الآخرين. وتعد عملية الاختبار عملية مستمرة تبدأ مع بداية العمل في الموقع الإلكتروني، ولا تنتهي بتدشينه، بل تستمر ما دام أن الموقع الإلكتروني يعمل. ويفضل أن تتم عملية الاختبار من قبل من **لم يعملوا** في الموقع الإلكتروني من قبل، ضماناً للحياضية والدقة في النتائج.

وتشمل عمليات الاختبار ما يلي:

- التأكد من **سلامة نظام إدارة المحتوى وقدرته على النشر** قبل وفي أثناء وبعد تدشين الموقع الإلكتروني. ويتم ذلك ليس فقط على الأجهزة لدى صاحب الموقع الإلكتروني، بل أيضاً على الخوادم عند شركة الاستضافة.
- التأكد تقنياً من **سلامة أدوات التفاعل** التي يحتوي عليها الموقع الإلكتروني، من خلال تجربتها بشكل عملي بعد استقرار الموقع لدى الخادم في شركة الاستضافة وعلاج أي مشكلة قد تطرأ.



- التأكيد من **سلامة المحتوى** الذي يتم نشره وعدم مخالفته لسياسة الموقع الإلكتروني أو الأعراف والتقاليد. ويمكن استخدام أدوات سير العمل بشكل فاعل لتحقيق هذه المهمة، بحيث لا يتم نشر أي محتوى إلا بعد تدقيقه والموافقة عليه من قبل من لهم الصلاحية.
 - العمل على التأكد من **سهولة الاستخدام** بالنسبة لجميع أنواع الزوار الذين يستهدفهم الموقع. ويتأتى ذلك بتجربة خدمات الموقع من أشخاص ليس لهم علاقة بمراحل التنفيذ التي تمت وأخذ ملاحظاتهم والعمل على إصلاحها بعد تقييمها.
 - التعرف وبشكل مستمر على **المشكلات والأخطاء** التي قد يحتويها موقعك ومدى توافقه مع المعايير العالمية، حيث توفر المنظمة العالمية W3C أدوات متخصصة بفحص المواقع الإلكترونية كما توفر جوجل أيضاً أدوات لقياس مدى قابلية الاستخدام للمواقع الإلكترونية، كموقع Browser Size الذي يعمل على تحديد مدى فاعلية المنطقة النشطة في موقعك وإمكانية مشاهدتها من قبل زوارك.
 - **خطة للاستمرار** في الاختبار والصيانة والتأكد من سلامة العمل، فالأمر لا ينتهي عند التدشين، بل هو مستمر مادام موقعك حياً.
- وتعمد المواقع الكبيرة عادة في اختبار مواقعها إلى جمع عينة من المستخدمين المحتملين للموقع في مكان واحد وإعطائهم سيناريو معيناً لمجموعة من المهام، ثم يُطلب منهم تجربتها عبر عملهم على الموقع، ويتم بعد ذلك القيام بتقييم استخدامهم للموقع ومدى نجاحهم في القيام بكل المهام التي قاموا بتجربتها محددين المشكلات التي واجهوها في أثناء تجربتهم. فهذا يعطي فكرة تفصيلية عن مدى سهولة استخدام الموقع والعمل على إصلاح ما يمكن إصلاحه.