

الخطوة

الثانية

تعرف على جمهورك



- لمن تبني موقعك؟
 لمن ستتوجه بالحديث؟
 هل هم الموردون أو الزبائن أو المشترين؟
 هل هم المعجبون أو المستهلكون أو ربات البيوت؟
 هل هم كبار في السن أو أطفال أو شباب؟
 هل هم طلبة المدارس أو الجامعات أو القوى العاملة في المجتمع؟
 هل هم الرجال أو النساء أو كلاهما؟

يجب أن تحدد من **البداية** لمن يتم **بناء** موقعك الإلكتروني، ولن سيتم تدشينه، وذلك حتى يتناسب محتوى الموقع الإلكتروني وطريقة ترتيب عناصره وتصميمه مع طبيعة الزوار المتوقع زيارتهم للموقع، فتقدم لهم ما يتوقعونه.

بالطبع يستطيع كل إنسان على وجه الكرة الأرضية زيارة موقعك بمجرد تدشينه عبر شبكة الإنترنت، بوصفه متاحاً لكل الناس، لكن هناك فئة مستهدفة **أساساً** بُني الموقع من أجلها. ولكي ينجح موقعك لا بد من تحديد طبيعة هذه الفئة، التي سيكون الموقع الإلكتروني بالنسبة إليهم أمراً مهماً يجذبهم لزيارته، وذلك حتى يتم بناء الموقع الإلكتروني وفقاً لحاجتهم وطبيعتهم. **فروع** المحتوى الذي يحويه الموقع الإلكتروني **وحجمه** وطبيعة **التصميم** تدور دائماً حول الزوار المستهدفين الذين سيتم تحديدهم.

في كثير من الأحيان يقدم الموقع الإلكتروني وظائف أو محتوى يزيد كثيراً عن حاجة زوار الموقع، فيكون عبئاً على الموقع وعبئاً على زواره، وهو تكلفة إضافية لا داعي لها، وقد تؤدي إلى فشل الموقع؛ لأنه أكثر تعقيداً مما توقعه الزائر، فمثلاً قد لا يحتاج الزائر سوى معلومات بسيطة ومختصرة عن السلع المعروضة، فيقدم الموقع عوضاً عن ذلك معلومات تفصيلية لا تساعد زائر الموقع على الوصول إلى ما يريد.



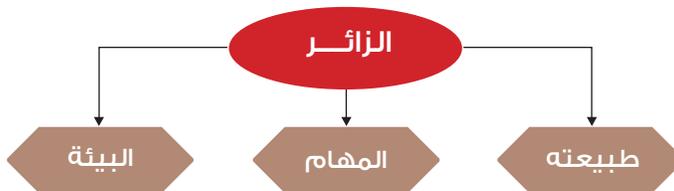


وليتم بناء الموقع الإلكتروني بشكل يتناسب مع زواره المستهدفين، فلا يكفي فقط مجرد معرفتهم وتحديدهم، بل لا بد من تحديد **خصائصهم واحتياجاتهم وتوقعاتهم** وكيفية **إرضائهم**. ويتم تحديد ذلك عادة بأن تعرف ثلاثة عناصر رئيسة عن جمهورك المستهدف على الأقل، وهي:

• **طبيعة الناس والأشخاص** الذين من المفترض أنك تبني الموقع الإلكتروني لأجلهم، لأن تصميم الموقع الإلكتروني وهيكلية بنائه لا بد أن تعتمد على طبيعة مستخدميه. هل هم كبار في السن أو أطفال أو نساء أو شباب؟ ما طبيعة المهارات والمعلومات التي يمتلكونها؟ فمثلاً إن كنت تعتزم بناء موقعك الإلكتروني للعملاء فلا بد أن تعرف طبيعة عملائك، أعمارهم ومستوى تعليمهم ونحو ذلك.

• **المهام** المتوقع أن يقوم بها هذا الجمهور المستهدف عندما يستخدمون موقعك، حيث تعتمد هذه المهام على الاحتياجات المتوقعة لزوار موقعك، التي سيقوم موقعك بتلبيتها؛ لأن معرفة تلك المهام سيساعدك على تحديد المعلومات والخدمات التي سيوفرها موقعك. فمثلاً قد تعتقد أن أهم مهمة سيقوم بها زوار موقعك هي معرفة تفاصيل عن المنتجات، التي تقوم شركتك بتوزيعها لمساعدتهم على الشراء، ومن ثم ستهتم بتوفير هذه المعلومات بشكل أكبر وأكثر من أي عنصر آخر في الموقع الإلكتروني.

• **البيئة** التي تحيط بجمهورك المستهدف، فيجب معرفة الخصائص الدينية والاجتماعية والتقنية المحيطة بمن سيزور موقعك؛ حتى لا يكون الموقع الإلكتروني مخالفاً لتلك البيئة، فلا يقدم ما يتعارض معها أو ما يتنافى مع الأجهزة المتوافرة لديهم؛ لأن مثل هذا التعارض قد يؤدي إلى نفور الناس من موقعك، حتى لو جذبهم في بداية الأمر.



ويمكن معرفة كل هذه المعلومات بمجرد الحصول عليها من **البيانات المتوافرة لديك** أو لدى شركتك أو عبر **الإنترنت**، كما يمكن في المواقع الضخمة اللجوء إلى أساليب جمع المعلومات: كالمقابلات والاستبيانات وأساليب المراقبة والملاحظة ونحوها، التي تتطلب متخصصين في هذا المجال.

وعادة ما يتم فرز المعلومات التي تم تجميعها على هيئة **جدول**، يتم من خلاله تحديد أنواع الأشخاص الذين سيزورون موقعك، وأمام كل نوع يتم تحديد المحتوى أو المهام التي تتوقع أن يقوم ذلك الشخص بها، ويكون ترتيب هؤلاء الأشخاص حسب أهميتهم بالنسبة لموقعك.

الأولوية	المهام	الجمهور المستهدف

نماذج للجمهور المستهدف لمواقع مختلفة:

• **موقع إلكتروني لبنك تجاري:** سيكون جمهوره المستهدف هم عملاؤه الأفراد والشركات، وستكون أهم المهام التي قد يقومون بها هي فتح حساب، ومعرفة الرصيد، وتحويل الأموال.

• **موقع إلكتروني لأحد الكتاب الروائيين المبدعين:** حيث سيكون الجمهور المستهدف من القراء، الذين يغلب عليهم الشباب المعتادون على شبكة الإنترنت، ولديهم اتصال بها، وستكون أهم المهام التي سيقومون بها الاتصال مع الكاتب وإبداء الآراء حول ما يكتب، وربما التواصل مع الآخرين الذين يقرؤون لهذا الكاتب، وتبادل الآراء معهم.



نموذج لموقع إلكتروني لبنك تجاري، لاحظ تقسيمات الموقع حسب الجمهور المستهدف

- **موقع إلكتروني شخصي:** حيث سيكون جمهوره المستهدف هم الأصدقاء والمعارف، وستكون أهم المهام التي سيقومون بها التعرف على آخر الأخبار، وتبادل الصور، والمقاطع الصوتية والفيديو. وقد يكون الهدف هو الحصول على عمل، ومن ثم سيكون الجمهور المستهدف هم الباحثين عن عمل، ويجب أن يقدم الموقع معلومات كافية عن طالب العمل وإبداعاته.
- **موقع إلكتروني لأحد الشخصيات السياسية:** حيث سيمثل جمهوره بالمؤيدين والمعارضين، وكلاهما ستكون أهم مهامه التي سيؤديها على الموقع الإلكتروني الحصول على آخر الأخبار وإبداء الآراء.
- **موقع إلكتروني لمصنع:** حيث سيمثل العملاء الجمهور المستهدف، الذي تتمثل مهامه في الحصول على معلومات عن المنتجات التي يوفرها المصنع، ومدى جودتها، وربما الشراء عبر الإنترنت.

حدد جمهورك بدقة

ركز جيداً على الجمهور المستهدف قبل بناء موقعك؛ لأنها الخطوة الأولى على طريق النجاح، وحاول أن تعرف بشكل أو بآخر ما المهام التي يرغبون القيام بها، لتكون محور اهتمام الموقع الإلكتروني، ومحور اهتمام فريق العمل فيه فيما بعد. فيجد جمهورك ما يبحث عنه في موقعك. فالتصميم والمحتوى سيكون أدق عندما تحدد نوعية زوار موقعك بدقة.

لاحظ أن تحديد زوار الموقع يؤثر أيضاً في محركات البحث، التي تساعد الناس للوصول إلى موقعك، فستتمكن من إخبار محركات البحث على الإنترنت بماهية زوار موقعك، بحيث يكونون مستهدفين عند قيامهم بالبحث عبر تلك المحركات. ويتم ذلك عادة باستخدام كلمات مفتاحية، تعبر عن الجمهور المستهدف، يتم إرفاقها بصفحات الموقع كطلاب، زوجة، عمال..... ونحو ذلك.

لاحظ أنه لا يوجد موقع إلكتروني يخدم كل الفئات، فهذه **أكذوبة** تروجها كثير من الشركات، فربما تحتاج بعض الفئات إلى مواقع خاصة بها، كما يحدث عادة مع الشركات الكبرى التي تفصل العملاء عن الموردين أو مع البنوك التي تفصل الأفراد عن الشركات.

تهمل الشركات التقنية عادة تحديد الجمهور المستهدف من الموقع الإلكتروني؛ إما تخفيضاً للتكلفة، أو جهلاً من قبل فريق العمل لديهم، فينتج عن ذلك ضعف شديد في البنية والتصميم، ويكون بداية لطريق الفشل.



إن اهتمامك بتحديد الجمهور المستهدف من موقعك، وتحديد المهام التي يرغب في أدائها سيساعدك على بناء موقع إلكتروني ناجح؛ لأنه ببساطة سيخلي احتياجات من أنشئ الموقع الإلكتروني لأجلهم، وسيعودون بذلك مراراً وتكراراً إلى موقعك، دون أن يكون كغيره طي النسيان.

English الصفحة الرئيسية | بولط خدمة الموقع | إميل بنا | تسجيل الموردين

English

SOHAR ALUMINIUM
الصهار الألمنيوم

من نحن | الألمنيوم | تطوير الأعمال | السلامة والبيئة | علاقات مع المجتمع | الدارة والماسبات | فرص عمل

التكنولوجيا لزيادة الإنتاجية

بارتيم من كونه واحدة من الإضافات الجديدة لسوق المعادن الشرق أوسطية وكونها أول شركة عمالية في قطاع الألمنيوم تكتمت صفار لليوم من خضم الأرقام القياسية منذ إنطلاقها.

شاهد الفيديو الخاص بالشركة
شحننا

الأخبار الصحفية

4 نوفمبر 2019
صهار آلومنيوم تخدم أجهزة مبانى الاتصالات الجوية البرقية

4 نوفمبر 2019
صهار آلومنيوم تستضيف مؤتمري عربال (ARABAL) الخامس عشر

4 أغسطس 2019
صهار آلومنيوم تفرج مليون ومئتان على 250 لتره مائتة في مملكة عمال قلنة

كلية رئيس مجلس الإدارة

منذ إنطلاقها قبل نحو 6 سنوات كان بنظرنا إلى صفار آلومنيوم على أنها محاولة لتعزيز وتنويع الإقتصاد العمالي اليوم حولت هذه المحاولة إلى حقيقة ملموسة بفر بها الجميع.

4 صورة لزيارتنا...

الممثلون الإقليميون
للساهمون والشركاء

نموذج لموقع إلكتروني لمصنع