

الخطوة
الرابعة

ضع خريطة لموقعك



مخطط؟

خريطة؟

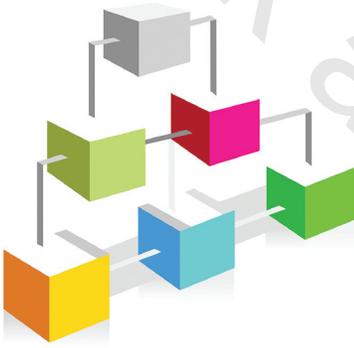
هل نحن نبني موقعًا إلكترونيًا أم برجًا سكنيًا؟

نعم

فكما أن للمهندس مخططاته.... فللموقع الإلكتروني مخطظه أيضاً.

إنه المخطط الذي سترى من خلاله بدقة **كيف** ستظهر رسالتك لجمهورك عبر موقعك الإلكتروني، الذي سيعتمد عليه فريق العمل فيما بعد في بناء الموقع وتأسيسه. فإستراتيجية موقعك التي وضعتها سابقاً يجب أن تتحول إلى خريطة تعكس **الأجزاء** الأساسية، التي سيتكون منها موقعك، و تعرض للمعلومات والخدمات التي ستوفرها للآخرين بشكل واضح.

إنها خريطة الموقع الإلكتروني، التي لا يُبنى موقع من دونها.



ما خريطة الموقع الإلكتروني؟

يمكن تشبيه خريطة الموقع الإلكتروني **بفهرس**

الكتاب. فهي عبارة عن تمثيل **هرمي** لكافة أجزاء

الموقع الإلكتروني وأقسامه وصفحاته الرئيسية،

التي سيتكون منها فيما بعد، ويبدأ الموقع الإلكتروني من صفحة إلكترونية رئيسة يراها الزائر بمجرد زيارته للموقع، فتقود زائرها إلى الأقسام الأساسية، التي يتكون منها الموقع الإلكتروني، وكل قسم من تلك الأقسام يتكون بدوره من أقسام فرعية تابعة له، وقد يتكون كل قسم فرعي بدوره من أقسام فرعية أخرى وهكذا. وبالطبع، فكل قسم يحوي عدداً كبيراً أو صغيراً من الصفحات الإلكترونية.

وخريطة الموقع الإلكتروني هي الوثيقة التي تحتوي على **نصو**ر مبدئي لتلك الأقسام الرئيسية والفرعية، التي سيتكون منها الموقع الإلكتروني عند إنطلاقه. ويتم تحديد جميع الأقسام على شكل **شجري**، بحيث يظهر كل قسم رئيس وما يتبعه من أقسام فرعية مع وصف **مختصر** أو **مفصل** لكل قسم، وذلك حسب ما يتوافر من معلومات، وما يتوافق



مع **حجم** الموقع الإلكتروني **ونوعه وطبيعته**. وقد يرافق الوصف سيناريو يوضح ماذا سيرى زائر الموقع الإلكتروني عند وصوله ذلك القسم، ويصف احتمالات ردود الفعل من قبل الزوار وكيفية التعامل معها.

وتعد خريطة الموقع الإلكتروني هي **الوثيقة الأساسية** التي تصف الموقع الإلكتروني بمتطلباته وأقسامه وأجزائه بشكل تفصيلي، وتعمل على **تنظيم المعلومات** التي سيتم نشرها على الموقع. فتساعد المصممين والمطورين على بناء موقع إلكتروني ناجح قريب إلى ما تتوقعه أنت وقريب لاحتياجات جمهوره المستهدف. لذلك يجب أن يتم الاهتمام بها ومناقشتها من قبل جميع فريق العمل العامل في الموقع قبل البدء بتنفيذ أي شيء.

ويتم الشروع في بناء خريطة الموقع الإلكتروني بشكل عملي بعد تجميع **المعلومات** المتوافرة كافة، سواء المتعلقة بهدف الموقع الإلكتروني أو بجمهوره المستهدف أو الإستراتيجية التي سيسير عليها الموقع الإلكتروني. حيث يتم وضع الأقسام الرئيسية التي يتكون منها الموقع، وما يحتويه كل قسم من أقسام فرعية، بناء على الاهتمامات الخاصة بجمهور الموقع، والمهام التي سيقومون بها، ووفقاً للمزايا التي سيوفرها الموقع لزواره.

ويجب تبادل الآراء **والأفكار** بين كامل فريق العمل ونماذج من مستخدمي الموقع عند مناقشة تلك الأقسام والتصنيفات. كما يمكن الاستعانة بالمواقع الإلكترونية المشابهة أو المماثلة في تحديد تلك الأقسام مع العمل على **التمييز** عن الآخرين. ويجب أن يكون لك دور كبير بوصفك صاحباً للموقع في هذا الأمر من خلال المشاركة في عملية بناء خريطة الموقع أو عند الانتهاء منها ومناقشتها. **ومثالاً** على خريطة لموقع يمكننا أخذ أبسط خريطة لموقع إلكتروني، فكل موقع إلكتروني يجب أن يحتوي على هذه العناصر على الأقل:

• **من نحن:** هو القسم الذي يتم فيه تعريف الزائر بهوية صاحب الموقع الإلكتروني، سواء كان فرداً أو مؤسسة أو هيئة، وسيرته وتاريخه وإنجازاته ونحو ذلك.

• **الأخبار:** هي أبسط جزء ديناميكي في الموقع الإلكتروني، يعطي الزائر فكرة عن الأحداث والفعاليات المتعلقة بك أو بشركتك أو منتجاتك أو حتى عملائك، وهي عادة أول ما يراه زوار الموقع الإلكتروني عند زيارتهم موقعك.

أسلوب البطاقات

- هناك طريقة يمكنك أن تتبعها في تجميع المعلومات والأفكار، التي تساعدك على بناء خريطة لموقعك، تكون واقعية ومبتكرة، وهي أسلوب البطاقات، التي يمكن وصفها بالخطوات الآتية:
- ١- قم بتوزيع مجموعة من البطاقات الورقية الفارغة صغيرة الحجم على من لهم علاقة بموقعك، سواء من منشأتك أو جمهورك أو حتى أصدقائك.
 - ٢- اطلب من كل واحد منهم أن يسجل في كل بطاقة فكرة يراها مناسبة للموقع الذي تعتمزم بناءه على أن يذكر اسم الفكرة وجملتين على الأقل عنها .
 - ٣- اجمع تلك البطاقات ممن وزعتها عليهم.
 - ٤- ابدأ بفرز البطاقات وتصنيفها، بحيث تصنفها إلى مجموعات، فالبطاقات التي تحمل أفكاراً متقاربة أو متماثلة ستكون في مجموعة واحدة. يمكنك أن تقوم بذلك وحدك أو من خلال اجتماع يشارك فيه من قام بتعبئة تلك البطاقات، وهو الأفضل.
 - ٥- سيتكون لديك في النهاية عدد من المجموعات، وهي التي تمثل التقسيمات الرئيسة للموقع، وضمن كل مجموعة ستجد عدداً من الأفكار التي تمثل بدورها التقسيمات الفرعية للموقع. ومن ثم تكون قد وصلت إلى الشكل المبدئي لخريطة الموقع الإلكتروني.

- **الخدمات والمنتجات:** هي الجزء الإعلامي في الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على كتلوج بالمنتجات والخدمات، التي يقدمها الموقع أو صاحبه، والذي يشجع الزائر على الاتصال بالموقع أو بصاحبه، للانتفاع بالخدمات أو المنتجات التي يقدمها، وكلما كانت التفاصيل أكثر، وكلما أرفقت التفاصيل بالصور والرسوم والحركة، كان عامل الجذب أكبر.
- **عروض خاصة (ما الجديد؟):** هي جزء ديناميكي في الموقع، يعرض لأي عروض خاصة يوفرها الموقع أو صاحبه: كخصم على منتج معين أو منتج جديد في الأسواق.
- **الأسئلة الشائعة:** هي عنصر أساسي في مواقع الشركات التجارية والدوائر الحكومية التي تتعامل بشكل مباشر مع الجمهور، حيث تعرض لمجموعة من الأسئلة التي قد تدور في أذهان الزوار وتجيب عنها. وتتبع هذه الأسئلة عادة من حاجات الجمهور المستهدف، ويتم تحديثها بشكل دائم بما يرد من الزوار من أسئلة عبر تفاعلهم مع الموقع.



• **اتصل بنا:** هو الجزء الفاعل في الموقع الذي يُمكن الزائر عملياً من الاتصال بالموقع أو صاحبه عبر نموذج إلكتروني يملؤه لهذا الغرض، أو على الأقل التعرف على العناوين التي تساعد على الوصول إليك بسهولة، وهو أبسط وسيلة للاتصال من قبل الزوار في الموقع، ولا يخلو موقع إنترنت منه.



نموذج موقع إلكتروني

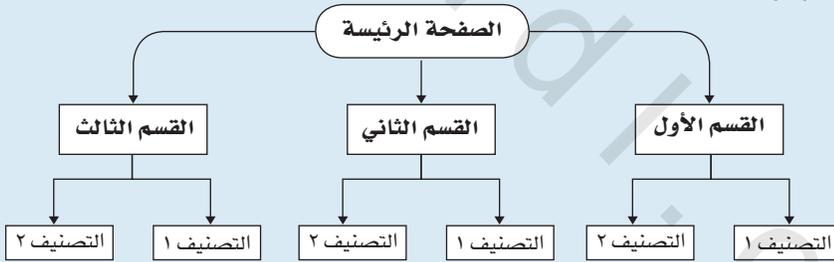
نظام التجوال في الموقع الإلكتروني

ترتبط خريطة الموقع الإلكتروني عادة بنظام التجوال في الموقع، الذي يحدد كيف سيتجول الزائر بين جنبات الموقع وصفحاته. ويعتمد نظام التجوال عادة على المستويات الرئيسة في خريطة الموقع، التي تنقسم إلى ثلاثة مستويات أساسية:

١- المستويات الرئيسة: التي تمثل الأقسام الرئيسة التي يتكون منها الموقع، وتتشابه مع الفصول الرئيسة للكتاب أو الأبواب الرئيسة في المجلة أو الجريدة. وعادة ما تظهر روابط تلك الأقسام الرئيسة في جميع صفحات الموقع، وتكون متاحة للزائر دائماً ضمن نظام التجوال الخاص بالموقع.

٢- المستويات الفرعية: التي تمثل التصنيفات الرئيسة داخل كل قسم رئيس من أقسام الموقع، وتظهر روابط كل قسم للمستخدم فقط عند دخوله القسم وزيارته له.

٣- المستويات النهائية: التي تمثل آخر المسار في القسم أو التصنيف الذي يقف عليه الزائر.



ممّ تتكون خريطة الموقع الإلكتروني؟

تُعدّ خريطة الموقع وسيلة مناسبة **لتنظيم المعلومات**، التي ستظهر في موقعك وتعطي فكرة تفصيلية عن أقسام الموقع وتصنيفاته، لتساعدك وتساعد فريق العمل على تخطيط الموقع عند تدشينه بتفاصيله، وتساعد على **إنجاز** المراحل القادمة، خصوصاً **التصميم** وبنية المحتوى. وعادة ما تحتوي خريطة الموقع على التفاصيل المتعلقة بالهدف والجمهور والإستراتيجية، التي تم تحديدها مسبقاً، إضافة إلى التمثيل الهرمي لأجزاء



الموقع وأقسامه على أن يحوي كل عنصر من عناصر تلك الشجرة ما يلي، وذلك كحد أدنى:

• **اسم الرابط أو القسم (الرئيس أو الفرعي):** الذي قد يمثل صفحة واحدة أو مجموعة من الصفحات في الموقع الإلكتروني أو حتى جزء من صفحة، ويجب أن يكون الاسم واضحاً، كما سيظهر في الموقع الإلكتروني فيما بعد.

• **الوصف:** يجب أن يرافق كل قسم وصف مختصر وواضح يبين طبيعة هذا القسم وموضعه في الموقع الإلكتروني، والمهمة الأساسية التي يقدمها لزائر الموقع الإلكتروني، والمهمة الرئيسية التي يقدمها للزوار.

• **السيناريو:** يمكن أن يرتبط بالرابط سيناريو تصويري، لما سيمر به الزائر عند تعامله مع ذلك الرابط للقيام بالمهمة المرتبطة به، بحيث يتم وصف الخطوات التي سيقوم بها، وما سيظهر له في كل خطوة. مع ملاحظة أن أي خريطة للموقع الإلكتروني يجب أن تحتوي على سيناريو واحد على الأقل، التي عادة ما ترتبط بالمهمة الأساسية أو ذات الأهمية التي قام عليها الموقع الإلكتروني.

تظهر خريطة الموقع الإلكتروني على هيئة شكل هرمي يصور بشكل عام صفحات الموقع الإلكتروني وأقسامه ومسارات الربط فيما بينها، فتوضح كيفية التجوال بين تلك الصفحات من قبل زوار الموقع الإلكتروني والطرق التي يمكن لهم أن يسلكوها للوصول إلى مهمة أو معلومة أو خدمة داخل الموقع..



و يجب الأخذ في الحسبان الأمور الآتية عند بناء خريطة الموقع الإلكتروني:

أولاً: وضوح أسماء الروابط والأقسام التي تحتويها خريطة الموقع الإلكتروني، بحيث تكون هذه **الأسماء** بلغة **سليمة** خالية من **الأخطاء** والاختصارات قريبة إلى المصطلحات التي يستخدمها جمهور الموقع الإلكتروني المستهدف. فما يناسب الصغار لا يناسب الكبار، وما هو موجه للنساء ليس ما هو موجه للرجال، وما هو للمهندسين ليس للأطباء، وهكذا. وتجنب المصطلحات التقنية الصعبة أو الشاذة أو غير المناسبة للأعراف.

ثانياً: أن يتم بناء خريطة الموقع الإلكتروني كما **يتوقعها** الجمهور المستهدف، وليس كما تتوقعها **أنت** أو من يصمم لك موقعك. فيتم تقسيم أجزاء الموقع الإلكتروني وفقاً **لما يتخيله** من سيزوره، فمثلاً إذا كنت تزور موقعاً إلكترونياً متخصصاً في السيارات فأنت تتوقع أن تجده مقسماً حسب نوع أو موديل السيارة، وليس حسب خدمات الشركة المنتجة مثلاً. وتتم معرفة توقعات الجمهور عادة من خلال دراسة طبيعة الجمهور المستهدف، وما يتوقعه من الموقع الإلكتروني كما أسلفنا.

ثالثاً: عليك أن تعلم أنه في أثناء تقسيم أجزاء موقعك ووضع الخريطة الخاصة به، فإنك تعمل للإنترنت، وليس لأي وسيلة إعلامية تقليدية أخرى. فهي ليست كتاباً أو جريدة، إنما صفحات إلكترونية يجب أن تتميز بالقصر والاختصار والوضوح، فالمقال الذي قد يتسع لتصنيف واحد في كتاب قد يحتاج إلى تصنيفات عدة في الموقع الإلكتروني. **رابعاً:** الاهتمام **بالبساطة** غير المخلة بالعمل أمر أساسي، فالتعقيد في بناء خريطة الموقع الإلكتروني والتكلف في بنائها والتدرج في مستوياتها الهرمية إلى **مستويات كثيرة** أمر غير مقبول، وسيجعل موقعك غاية في التعقيد. فوفقاً للإحصائيات فإن المستويات الهرمية لخريطة الموقع الإلكتروني يجب أن تتراوح بين **ثلاثة وخمسة** مستويات كحد أقصى.

خامساً: ركز في عملية بناء خريطة الموقع الإلكتروني على **المهمة الأساسية** للموقع الإلكتروني، واجعل لهذه المهمة **أكثر من مسار أو طريقة** للوصول إليها، فيختار زائر الموقع ما يناسبه. وتأكد من أن الوصف والسيناريو المتعلق بالمهمة أو المهام الرئيسية **كاف** تماماً، ليعطي التصور المناسب لما سيكون عليه الموقع الإلكتروني.

سادساً: حاول عرض خريطة موقعك على **عينة من عملائك** أو جمهورك المستهدف قبل إقرارها؛ لأنهم سيوفرون معلومات استرجاعية جيدة عن مدى ملاءمة التصنيفات والتقسيمات الواردة في الخريطة لما يتوقعونه.

إن خريطة الموقع الإلكتروني تعد الأسلوب الأكثر **منطقية**، والأقرب للواقع في وصف متطلبات الموقع الإلكتروني واحتياجاته، لأنها تقدم وصفاً تفصيلياً وبسيطاً وسهلاً للموقع



يفهمه المصمم والمطور في آن واحد، وتربط في الوقت نفسه بين **تقنية** الموقع الإلكتروني **ومحتواه**؛ لذا يجب الاهتمام بها وترك الوقت الكافي لإعدادها والاتفاق عليها بين الجميع.

وثيقة المتطلبات

في بعض الأحيان وفي المواقع الضخمة يتم إعداد وثيقة متطلبات تُرفق بخريطة الموقع يتم من خلالها سرد بعض المتطلبات الخاصة بالموقع الإلكتروني المزمع إنشاؤه، سواء كانت متطلبات تقنية أو عملية، بحيث تكون جميع هذه المتطلبات في مكان واحد بدلاً من تشتتها وضياع بعضها. ويتم من خلال هذه الوثيقة فرز تلك المتطلبات وفقاً لأهميتها من جهة، أو مدى إمكانية تطبيقها إما تقنياً أو مالياً من جهة أخرى. فعادةً ما تكون بعض تلك المتطلبات خيالية أو في حاجة إلى تكلفة مادية عالية جداً، ربما يمكن تأجيلها لمراحل قادمة.