

الفصل الثالث

(٢) تصميم موقع إلكتروني

مواقع التجارة الإلكترونية هي من أعقد المواقع الديناميكية التي يمكن أن تصادفها على شبكة الإنترنت ونجاح الموقع الإلكتروني هو ألا تشعر أن هناك أي تعقيد بل على العكس تماماً تجد البساطة والسرعة في تصفح الموقع والوصول ببسر إلى كافة الأقسام والمنتجات وألا تشعر أبداً بالضيق داخل الموقع رغم الحجم الضخم من البيانات التي يحتويها الموقع.

إذن فالموقع الإلكتروني هو موقع ديناميكي يتفاعل مع الزائر ويحتوي على محرك بحث (عربي - إنجليزي) وقسم خاص بالأعضاء له كلمة مرور وشفرة دخول وصفحات استطلاع ومقترحات بالإضافة إلى أهم ما يميزه وهو عربة التسوق التي تضع فيها مشترياتك وأنت تتجول داخل الموقع وهي تشبه لحد كبير عربة التسوق التي تستخدمها في المحلات التجارية الواعية غير أنها تقوم باحتساب قيمة مشترياتك وتطبق خصومات المتاجر وخصوماتك الشخصية كعضو في الموقع وتمكنك من أن تعدل في الكميات التي اشتريتها أو تلغيها وتخبرك عن مطابقة الكميات للمخزون وتحسب لك مصاريف شحن البضاعة لبلدك حتى تنتهي من الشراء فتنتقل بك إلى موقع البنك المشفر حيث يمكنك وضع بيانات بطاقة اعتمادك.

شروط التعامل مع المواقع الإلكترونية^(١):

يجب التعامل مع المواقع المحترفة في التجارة والتي تتوافر فيها الاشتراطات التالية:

- ١- يجب أن يقدم الموقع خدمة الدفع بواسطة بطاقات الائتمان من خلال خادم آمن وموقع مشفر أي أن رمز القفل يظهر في أسفل المستعرض.
- ٢- يجب أن يقدم الموقع خدمة شحن آمنة ومضمونة ويتحمل مسؤولية توصيل البضاعة للعملاء بأمان وسرعة.
- ٣- يجب أن يعلن الموقع عن سياسته تجاه عملاءه ويلتزم بما فيها من الأمان والسرية والخصوصية والخدمة وسياسة إرجاع البضائع وضمان الرضاء التام للعملاء.
- ٤- يجب أن يكون بالموقع قسم لخدمة العملاء قبل البيع وخدمة وموظفين مسؤولين للرد عن استفسارات العملاء.
- ٥- يجب أن يعلن الموقع بوضوح عن صفته الرسمية وعنوانه الدائم وأرقام التليفون والفاكس والبريد الإلكتروني .

تقدير تكاليف الموقع الإلكتروني:

إن الشركة الوهمية مثل أي مشروع تجاري، تتضمن العديد من التكاليف منها النفقات الثابتة والمتغيرة، والإدارية، وتتمثل بنودها على ما يلي:

- ١- التكاليف الثابتة: لا بد من البدء بها في مشروع إلكتروني وتلك التكلفة تقل كلما زادت عدد الوحدات المباعة. ومن أمثلتها تكلفة البرمجيات والمعدات والأجهزة وجمع المعلومات المبدئية ودراسات الجدوى والخدمة المقدمة للعملاء.

(١) د. محمد الصيرفي - التجارة الإلكترونية - مؤسسة حورس الدولية - الإسكندرية، ٢٠٠٤.

٢- **التكلفة المتغيرة:** وهي مستمرة وتزيد من تزايد حجم الإنتاج، ومن أمثلتها تكلفة الاتصالات ونقل البيانات. ومن أمثلتها: تكاليف التسويق والتي تزداد كلما ازداد عدد العملاء، وكذلك تكاليف الصيانة الدورية والتحديث.

٣- **التكاليف الإدارية:** وتلك لا ترتبط بإنشاء الموقع، وإنما لا بد منها لتفعيل الموقع الإلكتروني، ومن أمثلتها تكاليف تدريب العاملين، تكاليف التأمين والأمن الإلكتروني.

تختلف نسب هذه التكاليف طبقاً لمجموعة من العوامل أهمها:

- ★ عدد الموظفين والأجهزة والعملاء.
- ★ مدى الفصل بين الأنظمة الداخلية للمنظمة كالبيع والدفع والتسويق.
- ★ أسلوب الدفع للخدمات التي تقدمها شركات الإنترنت.
- ★ البنية التكنولوجية للموقع والسرعة المطلوبة ومدى توافر خادم أم شبكة متكاملة.
- ★ الخدمات التي تقدم للعملاء.

✳ العوامل التي ينبغي مراعاتها عند تصميم الموقع:

هناك مجموعة من العوامل ينبغي مراعاتها عند تصميم الموقع، من إنشاء الواجهة الأمامية للمحل، الإيجار في الموقع، سرعة تحميل الملفات من الموقع إلى جهاز الزائر، شراء محل ذو شاشة مسطحة.

وفيما يلي شرح مبسط لكل عامل:

(١) إنشاء الواجهة الأمامية الإلكترونية للمتجر:

لابد أن تكون واجهة الشركة أمام عملائها جيدة وإلا ستجد يوماً بعد يوم انخفاض أعداد المستخدمين الذين يزورون موقع الشركة مما يؤثر سلباً على عدد العملاء وتحولهم إلى مواقع بديلة منافسة لديها جاذبية ومعلومات كافية. أي أن خسارة الزائر للشبكة تعني خسارة حقيقية في أرباح ومبيعات الشركة، بل قد يترتب عليها في الأجل الطويل خروج الشركة من السوق الإلكتروني.

وهناك العديد من البدائل في كيفية إدارة وإنشاء الواجهة الأمامية الإلكترونية منها ما يلي:

البديل الأول: مقدمي خدمات إنشاء الواجهة الأمامية الإلكترونية:

وهنا نجد أن هناك ثلاثة جهات تقدم هذه الخدمات كما يلي:

١- المراكز الإلكترونية: يطلق عليها أحياناً المجمعات الإنترنتية، وهناك أكثر من ٣٠٠٠ مركز تجاري، ويتألف المجمع من واجهة أمامية واحدة لمجموعة من الجهات الأمامية الإلكترونية وتسمح إدارة أي مجمع بعمليات البيع والشراء بين المحلات التي تضمها وتوفر طرق موحدة في الدفع، ويدفع المشتري مرة واحدة داخل المجمع الواحد. هذا ولا بد أن تجد المراكز التجارية الإلكترونية مزايا تعلنها للزائرين تشجعهم على الشراء من المحلات بالمجمع مثل خصومات نقدية عند الشراء بمبلغ محدد في الزيارة الواحدة أو على مدار الشهر. أن يتم الدفع بطريقة مركزية، كأن تكون عربة التسوق يمكن التجول بها داخل المجمع ويتم الدفع مرة واحدة، أو أن تقدم خدمات متميزة للعملاء الدائمين للمركز ... الخ.

٢- مقدمي خدمات الإنترنت ISP .

٣- شركات الاتصالات.

البديل الثاني:

وهو أن تقوم الشركات ببناء الواجهة الأمامية الإلكترونية بنفسها وهنا يجب أن تراعي المعايير والعادات التقنية للشركة نفسها، فعلى سبيل المثال الشركة التي تكون معداتها من Unix يجب أن تستعين ببرمجيات وأدوات والمكونات الصلبة لـ Unix عند إنشاء الواجهة الإلكترونية للمحل ويمكن لتلك الشركات أن تفضل بين الخيارات الثلاثة الآتية:

- ١- بناء الموقع الإلكتروني من الصفر.
- ٢- الاستعانة بكتالوج إلكتروني أو الحلول المقدمة من مزودات التاجر.
- ٣- الاستعانة بمجموعة تجارية إلكترونية متطورة.

وخلاصة القول:

أن تصميم الموقع هو تغليف للمحتوى والإمكانيات التجارية للموقع، ولذا لا بد أن يكون جذاباً ويسهل استخدامه والتنقل بداخله. فأأي زائر لموقع على الشبكة يرغب في معرفة أين هو الآن؟ إلى أين يمكنه التوجه؟ وكيف يمكنه العودة من حيث أتى؟ فالموقع يجب أن يكون مختصراً ويشتمل على كافة المعلومات التي يحتاجها المستخدم، وأن يراعي ثقافة المنظمة والرسالة التي تقدمها.

(٢) الإبحار:

العملاء يرغبون في أن يجدوا ما يريدونه بمجرد الضغط على المفتاح على لوحة المفاتيح أو الفأرة من أي مكان في العالم وعدم تحقيق ذلك سيكون شعوراً لدى العملاء بأن الموقع لا يتيح المعلومات التي يحتاجونها. وقد لوحظ أن العديد من المواقع ركزت

اهتمامها على العديد من الرسومات والأشكال والصور لجذب العملاء لمواقعهم، إلا أنهم فشلوا في التفاعل مع عملائهم لانشغالهم بهذه التقنية الفنية أكثر من تركيزهم على سهولة استخدام العميل للموقع. وقد تناسى هؤلاء أن التقنية ما هي إلى أداة وليست هدفاً ينبغي تحقيقه.

(٣) سرعة التحميل :

وهنا يلاحظ أن بطء التحميل يولد كلاً من الإحباط والملل للعملاء، ويرجع السبب الرئيسي في هذا البطء إلى وجود كثير من الرسومات على الموقع أو عدم مجارات التكنولوجيا المتطورة التي تتحقق معها السرعة ADSL مع ملاحظة إن عدم التفكير فيما يرغب فيه العميل أو الزائر سيكون له عواقب وخيمة على مستقبل الموقع وبالتالي الشركة. ولذا لا بد أن يكون النص سريعاً، ويتضمن المعلومات التي تهتم الزائر.

(٤) محل ذو شاشة مسطحة :

وتتطلب تضمين إستراتيجية التجارة عبر الإنترنت داخل الشركة الحاجة لشراء محل ذو شاشة مسطحة وكذلك برامج لفتحه.

وبالإضافة إلى النقاط الأربع السابقة، فإن أي شركة عبر الإنترنت لا توفر الآتي سيكون مصيرها الانهيار:

١- مفتاح للفحص يمكن المشتريين الذين قرروا شراء منتجات من القوائم المعلنة، أن يقارن هذا المنتج مع بدائل أخرى، وذلك الوصول إلى قرار سديد بشأن إتمام المعاملة التجارية.

٢- مفتاح للبريد الإلكتروني للاتصال بالشركة.

- ٣- وسيلة يمكن للزوار من خلالها طلب معلومات إضافية عن المنتج أو الخدمة.
 - ٤- أداة بحث من نوع ما.
 - ٥- تحميل سريع دون الحاجة للتفكير أو البرامج الخاصة.
 - ٦- مواقع قابلة للتحميل بقدرة مودم ٢٨ كيلو بايت أو أكثر.
- وإذا كانت العوامل السابقة يؤدي إلى عدم توافرها إلى انهيار المنظمة الإلكترونية، فإن التقنيات الآتية ينبغي توافرها في الموقع الجديد، وأهمها:
- ١- إمكانية إتمام إجراءات الشراء عبر الإنترنت، تحرير طلب الشراء، وضع المنتجات في عربة التسوق، معرفة إجمالي المبلغ المطلوب دفعه، إمكانية الدفع الإلكتروني، وإذا كان هناك استحالة في تسليم المنتج الإلكتروني، فإنه لابد من تسليمه بالطريقة التقليدية التي يرغب فيها العميل.
 - ٢- الاعتماد على المتيديا والفيديو والصوت والجرافيك والرسوم المتحركة حتى لا يشعر العميل بالملل.
 - ٣- أن يكون هناك محتوى قائم على نص، يتضمن عرض بيانات الشركة، بيانات الاتصال بالشركة، معلومات تهم المستثمرين، مقالات ونشرات عن المنتجات، معلومات عن المنتجات...
 - ٤- أن تكون هناك أداة تسمح بتسجيل بيانات عن المترددين على الموقع.
 - ٥- إمكانية تفاعل العملاء مع الشركة، ومدهم بالمعلومات التي يطلبونها.
 - ٦- سهولة البحث في الموقع عن محتوى معين أو ملفات يرغب في تحميلها أو الاطلاع عليها.

٧- التحديث الدائم لواجهة الموقع مع الاحتفاظ بالأساسيات:

وينبغي أيضاً التحديث الدائم لواجهة الموقع وإضافة الجديد إليها كل فترة وجيزة على ألا يمس هذا التحديث أساسيات الموقع كالعلامة التجارية وطريقة كتابة اسم الموقع والشعار لأنها كلها يجب أن تبقى ثابتة حتى تكون اسماً عريقاً مع مرور الزمن. وينبغي أن يعتمد في ذلك على فناني الرسوم الخاصة بالشبكة والمبرمجين وذلك لإبداع الجديد كل فترة على ألا يشغل ذلك العملاء عن محتوى الموقع.

مثال على ذلك:

فتح صديق لي موقعاً على الإنترنت وقال لي أنه أعجب برسم كرتوني لرجل ذي منظر فكاهي يمشي من يمين الشاشة إلى يسارها ثم يعود بطريقة فكاهية. وعندما سألته عن اسم الموقع ذكره لي، وعندما سألت عن أنشطة الشركة صاحبة الموقع لم يستطيع ذكر شيء له قيمة. وفي اليوم التالي فتحت الموقع واكتشفت خطأ تلك الشركة فقد كان الرجل يمشي بين أيقونتين، وبالنقر على كل منهما يدخل الزائر إلى مستعرض لمجموعة من الخدمات التي تقدمها الشركة، لكن رسم الرجل كان أكبر وأوضح بين الأيقونتين فلفت نظر صديقي (وأعتقد أن هناك مثله كثير من الزوار) فلم ينتبه إلى وجود الأيقونتين اللتين تبدوان صغيرتين جداً مقارنة بحجم الرجل الكرتوني، كما أن ألوانهما كانت قاتمة. وبعد فترة فتحت نفس الموقع فوجدت الأيقونتين كبيرتين وألوانهما زاهية وكان الرجل الكرتوني يشير بإصبعه لكل منهما عندما يصل إليها. وهذا دليل على أن أصحاب الموقع تابعوه وطوروه إلى الأفضل.

* خطوات إنشاء موقع إلكتروني:

قبل إنشاء أي موقع ويب يجب التفكير أولاً في فكرة الموقع حتى يمكن تضمينها وفقاً للمجموعات المتعارف عليها على الشبكة فمثلاً هل سيكون موقع شخصي يقدم معلومات للأفراد في مجال رياضة أو ثقافة ما وبالتالي توضع في التصنيف C2C، أم موقع شركة تقدم سلع أو خدمات للعملاء فتوضع في B2C، أم موقع فرد يقدم خدمات إلى شركات مثل تصميم برامج أو تحليل بيانات أو جمع قوائم الاستقصاء فتوضع في C2B، أو موقع شركة تقدم مواد خام أو آلات أو برامج إلى شركات أخرى مثل B2B، أو مكتب استشاري أو موقع لأستاذ جامعي للتواصل مع طلابه أو جمعية تطوعية تضم موقعها لتقديم الحلول للأفراد.

وبعد تحديد الموضوع أو الفكرة الرئيسية لإنشاء الموقع، يتم التفكير في المعلومات الصور التي سيتم تضمينها وعدد صفحات الربط ونعرض فيما يلي الخطوات العملية لإنشاء موقع على صفحة Yahoo:

الخطوة الأولى:

سنقوم بفتح صفحة Yahoo، وفي الصفحة الرئيسية يتم اختيار أيقونة Geocities، كما يوضح الشكل التالي:



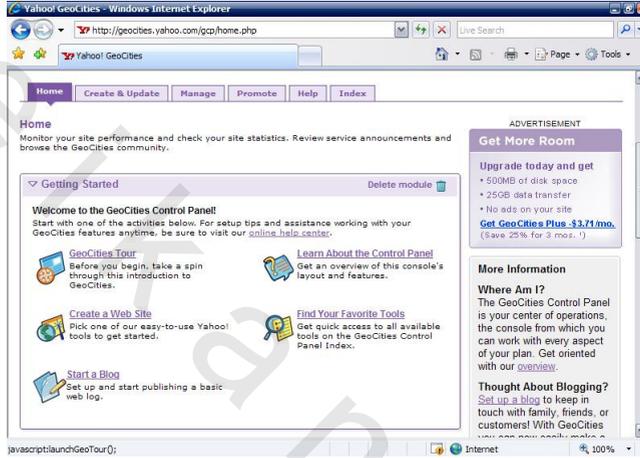
الخطوة الثانية:

يتم تسجيل اسم التعريف وكلمة السر، كما يوضح الشكل التالي:



الخطوة الثالثة:

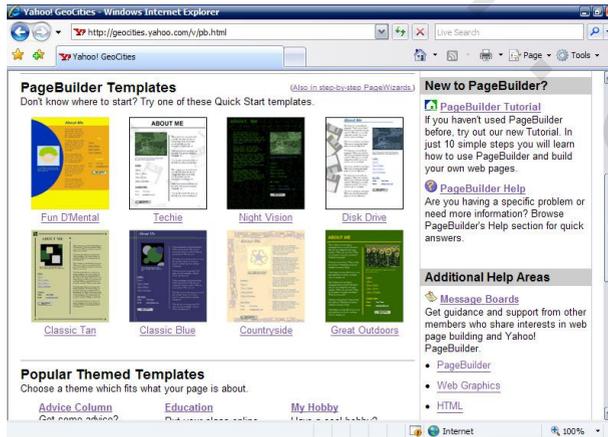
هناك خدمات مجانية تقدمها Geocities، لإنشاء صفحة خاصة على الشبكة، كما هي في الشكل التالي:



الخطوة الرابعة:

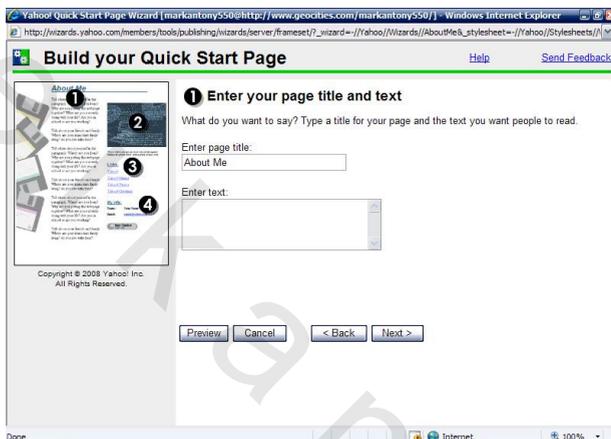
تقدم Geocities تصميمات مختلفة لخلفيات الصفحة الرئيسية Home Page المطلوب إنشائها، ويمكن للفرد اختيار ما يتناسب مع طبيعة الموقع الإلكتروني كما في

الشكل التالي:



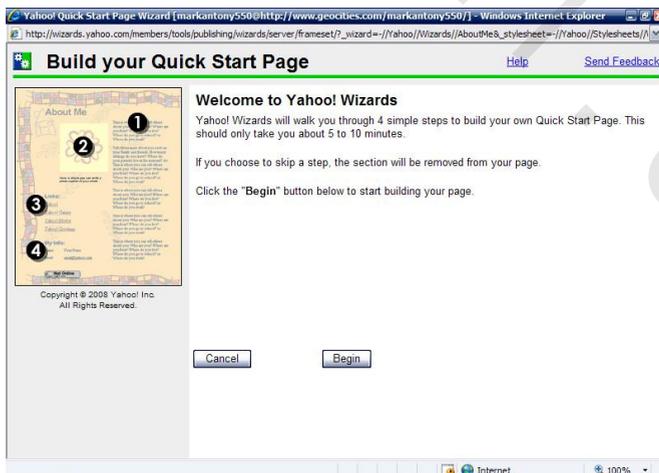
الخطوة الخامسة:

يتم إدخال اسم الصفحة التي ترغب في أن تعرض على الشبكة، حتى يمكن تبويبها ووضعها في المجموعة التي تناسب معها، كما يوضحها الشكل التالي:



الخطوة السادسة:

بناء الصفحة الرئيسية التي ترغب فيها باستخدام صفحة Wizard، كما يوضح الشكل التالي:



* أنواع المواقع الإلكترونية^(١):

يمكن تقسيم أنواع المواقع الإلكترونية، على شبكة الإنترنت، من زاوية المحتوى والمضمون الذي يتم بثه عليها، كما يأتي:

١- مواقع تجارية:

تتميز هذه المواقع بما يلي:

- أ- دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.
- ب- الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.
- ج- المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي.
- د- لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري.
- هـ- لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث.

^(١) محمد جاسم فلحس، النشر الإلكتروني، دار المناهج، عمان ٢٠٠٥، ص ١١٥-١١٧.

و- لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، وخاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية.

وهناك ثلاثة أنواع للمواقع التجارية على الإنترنت التي تسمى أحياناً (المتاجر الإلكترونية) وأهم هذه الأنواع^(١):

أ- موقع المتجر البسيط:

ومن خلاله يقدم صاحبه سلعة واحدة أو عدة سلع بسيطة ورخيصة ولا تحتاج لتكاليف كبيرة في التخزين والشحن، وغالباً ما يكون هذا الموقع مجانياً أو ذا تكلفة قليلة جداً.

وهناك بعض الشركات تشتري مواقع وتقسمها على عدة شركات أو أفراد فيما يعرف باسم المركز التجاري الإلكتروني Electronic Mall وبالتالي يكون نصيب صاحب كل متجر من الإيجار السنوي بسيطاً جداً.

وغالباً ما يعتمد صاحب الموقع على نفسه وقدراته الشخصية في إدارة هذا الموقع المتواضع وتحديث معلوماته أولاً بأول وكذلك في التعامل من خلاله مع العملاء، وتلبية طلباتهم وتنفيذ الاتفاقات وإرسال البضائع.

وهناك العديد من البرامج التي تساعد مستخدم الحاسب الآلي ليصمم موقعاً ويرفعه إلى الإنترنت. وقد يكون الحال أفضل قليلاً فيكون هناك عدة أفراد مسئولين عن الموقع وتعاملاته وتحديثه.

^(١) أكرم عبد الوهاب - التجارة الإلكترونية - مكتبة بن سينا للطباعة، ٢٠٠٤، ص ٢٥ وما بعدها.

وهذا النوع من المواقع الصغيرة والتي يعتمد أصحابها على أنفسهم وقدراتهم الشخصية في إنشائها وصيانتها ومتابعتها قد يكون أسوأ أنواع المواقع، وذلك لأن كل جزئية من هذه الجزئيات المذكورة لها متخصصون يجيدون القيام بها. وهذا أمر مشابه لقيام شخص ما بتغيير صنبور المياه في بيته بنفسه فلا يجيد تركيبه بالطبع مثل عامل السباكة، ويظل الصنبور يسرب الماء لفترة طويلة حتى يضطر صاحبه إلى إحضار عامل متخصص لإصلاحه أو تركيب آخر جديد محله.

وبالتالي فلا داع لأن ننشئ بأنفسنا موقعا تجاريا ضعيفا على شبكة الإنترنت وفي موقع غير مميز ليظل شبه مغمور لعدة أشهر أو سنوات ثم نضطر بعد ذلك إلى تغييره بآخر قوي وواضح يصممه ويتابعه ويصونه متخصصون. فلماذا لا تكون البداية قوية؟

ب- موقع خاص على الشبكة ذو اسم مباشر Domain Name :

تستطيع الشركات ذات الميزانيات الكبيرة شراء أسماء هذه المواقع وإدارتها بنجاح، بل وتحقيق أعلى الفوائد المادية من ورائها. والاسم المباشر معناه أن اسم الشركة هو أول ما سيكتبه المتعامل عند محاولته فتح الموقع، وقد يكون الاسم قصيراً جداً (وهذا ما تفعله أغلب الشركات الكبرى)، مما يؤدي إلى نجاح تلك التجارة الإلكترونية. ولا بد للاسم على أي حال أن يكون مميزاً وجذاباً ومعبراً. وفي هذه الحالة تدير الشركة موقعها الكبير بنفسها وتخصص له ما يلزم من المختصين لمتابعة تطويره وحل مشكلاته وتأمين بياناته وتعاملاته المالية والتعامل بسرعة فائقة مع العملاء وكذلك تحديثه باستمرار.

ج- موقع لدى شركة استضافة كاملة:

هناك شركات تقدم خدمة الاستضافة الكاملة للمواقع التجارية، وهي تتولى إدارة وصيانة وتشغيل وتأمين وتحديث عدة مواقع تجارية نيابة عن أصحابها مقابل أجر سنوي، ويقبل على هذا النوع من المواقع أصحاب الأعمال الذين يودون التركيز فقط في شؤون الإنتاج والتعبئة والتخزين وتسليم البضائع إلى أصحابها، ومتابعة شؤون التجارة التقليدية العادية على أرض الواقع.

والاستضافة نوعان:

استضافة داخلية: وفيها تكون أنت المالك لأجهزة الحاسب الآلي التي تدير منها موقعك وتستأجر من شركة الاستضافة الخطوط التي تربط موقعك بشبكة الإنترنت فقط.

استضافة خارجية: وهي أكثر انتشاراً الآن من الاستضافة الداخلية، وهي استضافة تشمل أيضاً المعدات التي يعتمد عليها موقعك في وجوده على شبكة الإنترنت، أي أنها تشمل كل شيء.

إلا أن هناك عيوباً أيضاً لمواقع الاستضافة الكاملة ومنها:

- ١- إن عملية الاستضافة الداخلية عالية التكلفة بدرجة كبيرة إلا أنها قد تكون ضرورية لبعض المواقع الضخمة.
- ٢- أما بالنسبة للاستضافة الخارجية فأكثر عيوبها وأكثرها وضوحاً هو عدم قدرتك على الوصول إلى موقعك على وحدة الخدمة بالسهولة الكافية.

٢- مواقع تفاعلية :

تتميز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال:

أ- المنتديات وساحات الحوار المكتوبة.

ب- غرف الدردشة.

ج- الحوارات الصوتية التفاعلية.

د- المجموعات البريدية.

ولا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها، ولكنها تحتاج إلى توفير مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع.

٣- مواقع تعريفية :

تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالباً ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية. وغالباً ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية، أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية أنشطتها وفعاليتها، وقد تقدم بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع.

٤- مواقع إعلامية تكميلية:

تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية، سواء أكانت صحفية أو إذاعية أو فضائية، مثل مواقع الصحف الورقية، والمحطات الفضائية وتتسم هذه المواقع بعدد من الموصفات:

- أ- الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل مع مؤسسات إعلامية، سواء أكانت دوراً إذاعياً أو فضائياً أو صحفياً.
- ب- إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها.
- ج- لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية، إلا في نطاق ضيق، وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة، بما يتلاءم مع طبيعة الإنترنت.

٥- مواقع صحفية:

تعد هذه المواقع صحفية إلكترونية بحتة، لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية، ولم تنشأ مكاملة لمؤسسة إعلامية، ولكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية، وتتميز هذه المواقع بأنها:

- أ- تعتمد على هياكل إدارة منتظمة.
- ب- تعتمد على محترفين في المجال الصحفي.
- ج- تركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية.

والآن.... وبعد أن تم إعداد الموقع التجاري الجديد وتحديد نوعه والطريقة التي سيبدو بها على شبكة الإنترنت والتأكد من توافر كل المميزات السابق ذكرها في الموقع من حيث المظهر والجوهر، يجب أن نطلق موقعنا على الإنترنت بالطريقة الصحيحة حتى تكون البداية قوية وتضمن لنا نجاحاً ساحقاً.

وحتى تكون البداية قوية لابد من توافر الشروط الآتية:

- ١- الوقت المناسب لإطلاق الموقع: فإذا كانت السلعة المعروض ببيعها على الموقع سلعة ذات موسم سنوية فيكون من الأفضل إطلاق الموقع قبل بداية أفضل مواسمها مباشرة، حتى يتعرف عليه الناس ويحقق شهرة جيدة خلال أيامه الأولى. أما إذا لم تكن هناك مواسم رواج محددة ويمكن للسلعة أو السلع أن تباع طوال العام، فإن إطلاق الموقع في هذه الحالة يرتبط بالجمهور المستهدف (جمهور الدول العربية والشرق الأوسط مثلاً) وبمواسم إقباله على الشراء (الصيف والإجازات).
- ٢- توافر القوى العاملة المدربة الكافية لتنفيذ حجم المبيعات المتوقع من أول يوم.
- ٣- توافر السلعة (أو السلع): وتوافر السلعة أو السلع التي نعرض بيعها هو من أهم الأمور التي ينبغي التأكد منها. فلا نبدأ تجارة إلكترونية على أمل شراء ما يلزمنا من هذه السلعة للتجارة الإلكترونية من مخازن شركات أخرى لم يسبق لنا التعامل معها. فقد تواجهنا مشكلات غير متوقعة ونسيء إلى أنفسنا أمام عملائنا الجدد. سواء بسبب عدم توافرها في أوقات معينة أو بسبب تغيير المواصفات.
- ٤- توافر المعلومات عن الشركات ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية (شحن- شحن سريع) وذات السمعة الحسنة في نفس الوقت حتى نتمكن من حسن تلبية طلبات العملاء بسرعة ودقة من أول يوم.

- ٥- تكثيف المتابعة لكل عمليات البيع والشراء بدقة خلال الشهور الأولى لظهور الموقع على الشبكة الدولية ومحاولة التغلب على المشكلات غير المتوقعة وحلها بسرعة. كما يجب أن نضع في الاعتبار أن هذه الفترة هي فترة حرجة جداً في عمر الموقع الإلكتروني. فهي فترة يتوقف عليها مستقبل الموقع بصفة عامة. ولا يجب إهمال أي مشكلة تحدث خلالها مهما كانت صغيرة.
- ٦- التعاون اللصيق مع شركات الخدمات الأساسية (الشركة المزودة بخدمة الإنترنت والشركة المسؤولة عن إنشاء الموقع وصيانته) وحل المشكلات بسرعة، والتأكد من استقرار الموقع وخلوه من مشكلات الشبكة.
- ٧- محاولة الالتفاف حول بعض المشكلات التي لا يمكن حلها بسرعة والاستفادة منها لحين حلها؛ فإذا كان الموقع يستغرق وقتاً طويلاً جداً في التحميل فيمكن الاستفادة من هذا الوقت في عرض شاشة تحتوي على معلومات مفيدة حتى لا يشعر العميل بالملل.
- ٨- الحرص الشديد على علاقات ممتازة مع العملاء من البداية: عميل الشبكة يأتينا بإرادته ويخرج من عندنا بإرادته ونحن لا نعلم ما الذي أخرج به ولا نتحدث إليه وجهاً لوجه لنعرف آراءه. فإذا خاطبنا بالبريد الإلكتروني أو غيره. فهذه فرصة جيدة جداً للتواصل معه.
- ٩- تكثيف الدعاية بكل الطرق المقترحة في الشهور الأولى التالية لإطلاق الموقع: فالموقع الجديد لا يحتاج لأن يعرفه كثير من الناس، ولا بد من خطة دعائية جيدة تصاحب إطلاق الموقع.

* مواقع المؤسسات التجارية على الويب أو الإنترنت:

تعرض الكثير من الشركات العملاقة اليوم خدمات ذات قيمة مضافة للزبائن على الإنترنت. لكن لا يمكن القول أن الإنترنت تقتصر على هذه الشركات الكبيرة أو العملاقة بل من السهل على الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم إعداد موقعها على شبكة الويب العالمية. والكثير من هذه الشركات كانت رائدة في هذا المجال وتبعتها الشركات العملاقة. وإليك أمثلة أو نماذج عن قليل من آلاف المؤسسات التجارية التي تعرض المعلومات والخدمات:

١- شركة أرنست أند يونغ للمنشورات الحاسوبية وعنوان موقعها على الويب:

<http://www.ernsty.co.uk/ernsty> (Ernst and Young)

٢- مايكروسوفت كوربوريشن Microsoft Corporation وعنوانها على الويب:

<http://www.microsoft.com>

٣- شركة ج. ساينزبري J. Sainsbury للمأكولات وعنوانها على الويب:

<http://www.j-sainsbury.co.uk>

المؤسسات التربوية:

١- صفحة MBA أو MBA page التابعة لكلية إدارة الأعمال في جامعة أوهايو

وتعرض المساعدة والنصائح لطلاب الدراسات العليا في إدارة الأعمال وعنوانها على

الويب: <http://www.cob.ohio-state.edu/dept/fin/mba.htm>

٢- الجامعة المفتوحة في بريطانيا Open University وعنوانها على الويب:

<http://www.open.ac.uk/>

٣- جامعة Virtual Online University وعنوانها على الويب:

<http://www.iac.net/-billp/>

المؤسسات الحكومية:

١- وكالة ناسا الأمريكية NASA التي تعرض صوراً فضائية:

<http://images.jsc.nasa.gov/hml/home.htm>

٢- وكالة STAT-USA التابعة لوزارة التجارة الأمريكية والتي تعرض معلومات

اقتصادية وتجارية خاصة بالحكومة الأمريكية: <http://www.stat-usa.gov/>

٣- وزارة التجارة والصناعة البريطانية: <http://www.dti.gov.uk>

المؤسسات الإدارية:

١- الأرشيف الإداري: (منتدى لتبادل الأفكار والمعلومات الخاصة بالإدارة وتعرض

الوصول إلى أبحاث في الإدارة ونشرات الدروس التدريبية الإدارية ومواد تعليم

الإدارة وأرشيف أكاديمية الإدارة).

عنوانه على الويب: gopher://ursus.jun.alaska.edu:70

المؤسسات الصحفية:

١- مجلة الإيكونوميست Economist عنوانها على الويب:

<http://www.economist.com>

٢- جريدة الدايلي تلغراف <http://www.telegraph.co.uk> وتتوافر كلمة مرور

حرة (غير سرية) للوصول إلى هذا الموقع.

٣- جريدة الفاينانشال تايمز Financial Time وعنوانها على الويب:

<http://www.ft.com>

مؤسسات أخرى:

١- مستعرض الأفلام السينمائية Movie Browser وعنوانه في الويب:

<http://www.cm.cf.ac.uk/movies/moviequery.html>

٢- هيئة الإذاعة البريطانية BBC <http://www.bbcnc.org.uk/BBC>

٣- دليل مطاعم ومقاهي لندن

<http://www.cs.ucl.uk/music/uk/london.html>

٤- دليل باريس Paris Pages وعنوانه في الويب:

<http://www.paris.org/whatsnew.html>

٥- دليل نيويورك About New York City وعنوانه في الويب:

<http://www.gc.cuny.edu/other/about NYC.html>

٦- اللائحة الرسمية لصفحات الويب البريطانية

<http://src.doc.ic.ac.uk/all-uk.html>

بعض مواقع الاستضافة المجانية على شبكة الإنترنت:

<http://www.50m.biz>

<http://www.vbzoom.com>

<http://www.home4arab.com>

<http://www.akhbar.khayma.com>

<http://www.dld.net>

<http://www.ayna.com>

<http://www.jeeran.com>

<http://www.dot.tk>

<http://www.wa7ah.net>

<http://www.atyab.info>

<http://www.anytimenow.com>

<http://server2.hostcost.com>

<http://www.50megs.com>

<http://www.spaceports.com>

<http://www.coolfreehost.com>

<http://www.f2g.net>

<http://www.dk3.com/index>

<http://www.hobbiton.org>

بعض مواقع آلات البحث الشهيرة على شبكة الإنترنت:

<http://www.infoseek.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://www.files.com>

<http://www.hotbot.com>

<http://www.linkstar.com>

<http://www.webcrawler.com>

<http://www.nln.com>

<http://www.radar.com>

<http://www.pointcom.com>

<http://www.mcp.com>

بعض مواقع آلات البحث العربية الشهيرة على شبكة الإنترنت :

<http://www.konouz.com>

<http://www.murshid.com>

<http://www.haneen.com>

<http://www.ayna.com>

<http://www.arabseek.com>

<http://www.aldalil.com>

<http://www.altavista.com>

<http://www.excite.com>

بعض مواقع البريد الإلكتروني المجاني :

<http://www.wwdg.com/email>

<http://www.netaddress.com>

<http://www.hotmail.com>

<http://www.geocities.com>

<http://www.yahoo.com>

أسماء بعض المواقع التجارية الناجحة جداً على الإنترنت وتصفحها مفيد جداً لمن يرغب في بدء نشاط تجاري إلكتروني

Ibm.com

Microsoft.com

Amazon.com

Intel.com

Gold.com

Agriculture.com

بعض البرامج التي تساعدك على تصميم موقعك الإلكتروني، ويمكن الحصول على نسخ تجريبية من هذه البرامج عن طريق شبكة الإنترنت:

Home Site

Xara 3D

Mall Serfer Shop

Personal Site Manager

Thing Make

Quick Site

Site Designer

Site Builder

Home Site HTML Edit

Web Position

وهذه أسماء بعض المواقع التي تساعدك على تصميم موقعك الإلكتروني:

easywebeditor.com

Soft14.com

sharewareriver.com

tipshareware.com

Gold-software.com

Softreal.net/downlinx.com

وأسماء بعض برامج لمكافحة فيروسات الحاسب الآلي، ويمكن الحصول على نسخ تجريبية منها من شبكة الإنترنت:

Norton Anti-virus

McAfee Anti-virus

PC Cillian

Thunder BYTE Anti-virus

Dr. Solomon's Find Virus

Panda Anti-virus

F Prot Anti-virus

Worm Explorer virus Killer

وهذه بعض برامج الجدران النارية وبرامج الحماية من مخاطر الإنترنت:

Internet Firewall

Segate Firewall

Tiny Personal Firewall

Internet Neighborhood

أسماء المناطق الخاصة بالدول:

وهي لوائح تضاف إلى أسماء المواقع لتوضح الدولة التي تنتمي إليها. وهي تفيد من يبحث على الشبكة حيث يعرف الدولة التي ينتمي إليها الموقع بمجرد رؤية اسمه وقبل أن يفتحه.

ويوجد الآن أكثر من ٢٠٠ لاحقة معروفة. سنذكر أشهرها فيما يلي:

.ae	الإمارات العربية	.al	ألبانيا
.ar	الأرجنتين	.at	النمسا
.au	أستراليا	.ba	البوسنة والهرسك
.be	بلجيكا	.bg	بلغاريا
.bh	البحرين	.bm	برمودا
.bn	بروني دار السلام	.br	البرازيل
.bw	بتسوانا	.by	بيلاروس
.ca	كندا	.ch	سويسرا
.ci	ساحل العاج	.cl	تشيلي
.cn	الصين	.co	كولومبيا

.cu	كوبا	.cy	قبرص
.cz	جمهورية التشيك	.dk	الدانمارك
.do	جمهورية الدومينيكان	.ec	الإكوادور
.eg	جمهورية مصر العربية	.es	أسبانيا
.et	أثيوبيا	.fi	فنلندا
.fj	جزر فيجي	.fr	فرنسا
.gb	بريطانيا العظمى	.ge	جورجيا
.gr	اليونان	.gt	جواتيمالا
.hk	هونغ كونج	.hn	هندوراس
.hu	المجر	.id	إندونيسيا
.ie	أيرلندا	.il	إسرائيل
.in	الهند	.ir	إيران
.is	أيسلندا	.it	إيطاليا
.jm	جاميكا	.jo	الأردن
.jp	اليابان	.ke	كينيا
.kr	كوريا الجنوبية	.kw	الكويت
.kz	كازاخستان	.lb	لبنان
.lk	سريلانكا	.ma	المغرب

.me	موناكو	.md	مولدوفا
.mt	مالطا	.mu	موريشيوس
.mv	جزر المالديف	.mx	المكسيك
.my	ماليزيا	.na	ناميبيا
.ng	نيجيريا	.ni	نيكاراجوا
.nl	هولندا	.no	النرويج
.np	نيبال	.nz	نيوزيلندا
.om	عمان	.pa	بنما
.pe	بيرو	.ph	الفلبين
.pk	باكستان	.pl	بولندا
.pt	البرتغال	.py	باراجواي
.qa	قطر	.ro	رومانيا
.sa	المملكة العربية السعودية	.se	السويد
.sg	سنغافورة	.sv	السلفادور
.th	تايلاند	.tn	تونس
.tr	تركيا	.tw	تايوان
.tz	تنزانيا	.ua	أوكرانيا
.ug	أوغندا	.uk	المملكة المتحدة

.us	الولايات المتحدة الأمريكية	.uy	أوروغواي
.uz	أوزبكستان	.ve	فنزويلا
.va	الفاتيكان	.vi	جزر فرجينيا
.vn	فيتنام	.ye	اليمن
.yu	يوغوسلافيا	.za	جنوب أفريقيا
.zm	زامبيا	.zw	زيمبابوي