



## هشت اشتباه مهلک در طراحی وبسایت

حضور موفق و موثر در وب و حفظ این موقعیت، به مسئله‌ای بسیار پیچیده تبدیل شده است و ربودن گوی سبقت در کسب قدرت در اینترنت به عنوان یک ابزار بازاریابی، روزبه‌روز ضروری‌تر به نظر می‌رسد.

مزیت چنین کاری این است که فناوری عمده‌ای که تا چند سال پیش فقط در اختیار شرکت‌ها و اشخاص به‌خصوص بود، از قبیل صدا، تصویر، تجارت الکترونیک، نرم‌افزارهای مدیریت بانک‌های اطلاعاتی، ایمیل و ... اکنون به تقریب در اختیار هر شخصی قرار دارد؛ اما مشکل بسیار بزرگ این است که تعدد در انتخاب‌ها و فرصت‌ها می‌تواند بسیار گیج‌کننده باشد.

در این مقاله به هشت مطلب مهم اشاره می‌شود که شما را راهنمایی می‌کند چگونه از بزرگ‌ترین اشتباهاتی که اغلب مردم هنگام طراحی یا طراحی مجدد پروژه‌های وب مرتکب می‌شوند جلوگیری کنید.

## ۱. بدون راهبرد بازاریابی شروع کنید

وبسایت‌ها نیز مانند بروشورها، مجلات، کارت‌های ویزیت، آگهی‌های پستی و مانند این‌ها، در عمل بخشی از بازاریابی شما به شمار می‌آیند نه فقط چیزی که درست می‌کنید به صرف اینکه گفته باشید «من هم یک وبسایت دارم». قبل از اینکه شروع کنید، باید سوالات مهمی راجع به راهبرد وبسایت از خودتان بپرسید. اول بدانید که به چه دلیل وبسایت می‌خواهید.

اهداف شما چیست؟ برای آموزش؟ انگیزه؟ آگاهی دادن؟ جذب کسب‌وکارهای جدید؟ خدمات‌رسانی به مشتریان فعلی؟...

می‌خواهید بازدیدکنندگان، از بازدید سایت شما چه چیزی دستگیرشان شود؟ اگر ندانید به کجا می‌روید، کسی نمی‌تواند بگوید چگونه به آنجا برسید؛ بنابراین قبل از انجام هر کار دیگر، یک طرح بازاریابی اینترنتی برای سایت خود بنویسید.

## ۲. یک نشان (لوگو) اینترنتی ندارید یا اگر دارید مناسب نیست

بعد از اینکه اهدافتان مشخص شد و معلوم شد طرف حساب شما کیست، سایت شما باید به تناسب آن‌ها طراحی شود. یک سایت موسیقی که به طور معمول مورد توجه جوانان است باید با سایتی که مختص بزرگ‌ترها است تفاوت داشته باشد. به محض اینکه موقعیت خوبی پیدا کردید و نشان اینترنتی شما به درستی جا افتاد، سایت شما مشتریان بالقوه شما را از انبوه بازدیدکنندگان آنلاین جدا خواهد کرد.

## ۳. برای پیشبرد اهداف خود فناوری نامتناسبی انتخاب می‌کنید

وبسایت‌ها از این نظر به دو دسته عمده تقسیم می‌شوند: یکی وبسایتی که مالکیت آن در اختیار شما است و دیگر، وبسایتی که آن را اجاره می‌کنید. مدل اجاره‌ای یعنی سایتی به شما پیشنهاد می‌شود که زیر نظر شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات کاربردی اداره می‌شود. شما به طور معمول مبلغی جهت راه‌اندازی و تنظیمات

آن پرداخت می‌کنید و بسته به نوع سایت و خدمات آن، اجاره ماهانه، پرداخت می‌کنید؛ در این صورت مالکیت وبسایت متعلق به شما نیست و شما فقط مالک محتویات سایت به شمار می‌آیید. اگر به هر دلیلی دیگر نخواهید با این شرکت کار کنید، نمی‌توانید سایت را با خودتان ببرید.

در صورت راه‌اندازی وبسایت با مالکیت شخصی، شما می‌توانید یک طراح وب را در اختیار بگیرید (یا با یک شرکت طراح وب قرارداد ببندید) یا اینکه خودتان سایت را طراحی کنید و در نهایت یک هزینه ماهانه یا سالانه برای اجاره فضا و ثبت دامنه خود بپردازید؛ در این صورت هم سایت و هم محتویات آن در مالکیت شما است و به راحتی می‌توانید آن را به یک خدمات‌دهنده و میزبان دیگر انتقال دهید.

همچنین می‌توانید از بسته‌های سایت‌ساز بهره ببرید؛ یعنی بدون نیاز به دانش برنامه‌نویسی، در کمترین زمان و با کیفیتی بالا خودتان سایتتان را بسازید و مدیریت کنید. بدین ترتیب علاوه بر محرمانه نگه داشتن اطلاعات خود، در صورت نارضایتی از خدمات میزبانی وب، به راحتی می‌توانید سایت خود را به میزبان بهتری انتقال دهید و خود تنها مالک آن باشید.

## ۴. یک طرح بازاریابی اینترنتی تدارک ندیده‌اید

عباراتی مثل «راه بینداز تا به سراغت بیایند» برای برنامه‌ریزی بلندمدت جواب نمی‌دهد. توسعه وبسایت و پیشبرد اهداف تجارت الکترونیک نیازمند صرف هزینه و سرمایه‌گذاری است، وگرنه نباید منتظر نتیجه بود. یک طرح خوب بازاریابی اینترنتی زیاد برای شما گران در نمی‌آید.

یک نکته بسیار مهم این است که راه‌های بسیاری وجود دارد. وبسایت‌های موفق از همین راه‌ها موفق شده‌اند.

هر چه زودتر، شروع کنید به ساختن بانک ایمیل. در سایتتان گزارش‌های رایگان قرار دهید. پشت کارت ویزیت خود پیشنهادهایی درج کنید. اگر می‌خواهید در این زمینه بیشتر کار کنید، با یک متخصص بهینه‌ساز موتور جست‌وجو مشورت کنید؛ کسی که

می‌تواند سایت شما را برای موتورهای جست‌وجوی قوی مثل Google و Yahoo جذاب کند تا به راحتی آن را بپذیرند. در سطح پیشرفته‌تر، می‌توانید تبلیغات «پرداخت برای هر کلیک» برای کسب جایگاه بالا در فهرست‌های موتورهای جست‌وجو را در نظر بگیرید.

## ۵. راهی برای اندازه‌گیری تاثیرات سایتان ندارید

ضرب‌المثل قدیمی «آب در هاون کوبیدن» شنیده‌اید؟ شما باید بدانید که سایتتان فایده‌ای دارد یا نه. اطمینان حاصل کنید که شرکت خدمات‌دهنده شما امکان آمارگیری سایت را در اختیار شما قرار می‌دهد. شما به کمک این ویژگی می‌توانید بفهمید چه کسانی و از کجا و چگونه از وب‌سایت شما بازدید کرده‌اند و آیا میزان بازدید از آن روبه‌رشد است یا خیر.

یک برگه ثبت ایمیل برای ساخت بانک ایمیلی که پیش‌تر به آن اشاره شد در نظر بگیرید. پیشرفت سایت را همواره زیر نظر داشته باشید. به طور مرتب نظارت کنید چه چیزی موثر است و چه چیز بی‌تاثیر و بر اساس بازخوردهایی که تدارک دیده‌اید به طور مستمر تغییرات مورد نیاز را اعمال کنید.

## ۶. فناوری مورد استفاده شما با سامانه بازدیدکنندگان از سایت شما تطابق ندارد

همه ما تجربه‌هایی ناخوشایند از مراجعه به وب‌سایت‌هایی داریم که «باز نمی‌شوند». در بسیاری از مواقع طراح سایت چیزهایی در صفحه قرار داده است که برای دیدن آن‌ها مجبوریم یک نرم‌افزار دیگر دانلود (بارگذاری) کنیم. انتظار نداشته باشید مشتریان بالقوه شما با دیدن این موارد، مشتری واقعی شما شوند. در مورد بینندگان و مراجعان سایتتان تحقیق کنید و از نوعی فناوری استفاده کنید که با سطح فناوری آنان همخوان باشد؛ به عنوان مثال اگر می‌دانید مراجعان وب‌سایت شما اینترنت پر

سرعت ندارند، از عکس‌های دارای حجم زیاد که بارگذاری آن‌ها زمان زیادی می‌برد استفاده نکنید.

## ۷. کاربران و مراجعان خود را گمراه می‌کنید

پیوندهای هدایتگر شما در وبسایتتان باید به خوبی شفاف و قابل درک باشد. در تمامی صفحات، کلیدهای پیوند باید در یک موقعیت باشد. در تمام صفحات باید همیشه کلید Home (صفحه اصلی) موجود باشد. موارد گیج‌کننده مشتریان شما را از وبسایتتان فرار خواهد داد.

## ۸. برقراری ارتباط با شما از طریق سایت بسیار سخت است

راهی بسیار ساده و روان برای ارتباط مراجعان وبسایت با خودتان در نظر بگیرید. اطلاعات تماس خود را با دسترسی ساده در تمامی صفحات قرار دهید. به مراجعان بفهمانید از آنچه می‌خواهید، مثل: «با ما تماس بگیرید!» یا «در نشریه الکترونیکی ما عضو شوید.»