



الفصل الثامن: إنشاء موقع للتجارة الالكترونية على الانترنت

العنوان	رقم الصفحة
1. مقدمة	4
2. خطوات إنشاء موقع للتجارة الالكترونية على شبكة الانترنت	5
3. تسجيل اسم النطاق	6
4. كيفية اختيار المستوى الأعلى للنطاق TLD	7
5. كيفية اختيار المستوى الثاني للنطاق SLD	8
6. اختيار المسجل	9
7. معنى الاستضافة ومزاياه	10
8. التطوير الداخلي للموقع مقابل الاستعانة بمصادر خارجية	11
9. معالجة أعطال البرنامج	12
10. التسويق والدعاية والإعلان	13
11. دور محركات البحث في التسويق	14
12. التمارين	17

الكلمات المفتاحية:

اسم النطاق، الإستضافة، مزود خدمة الانترنت، قانون الاتصالات اللائقة، قانون حقوق التأليف والنشر الألفي الرقمي، تطوير الموقع، التسويق، الدعاية والإعلان، محركات البحث.

ملخص:

نتعرف في هذه الوحدة على كيفية إنشاء موقع على شبكة الانترنت، خطوات إنشاء موقع، كيفية تسجيل اسم النطاق، معنى الاستضافة ومزايا استخدام المضيف، مسؤولية مزود خدمة الانترنت، كيفية تطوير الموقع، بالإضافة إلى التسويق والدعاية والإعلان للشركة الالكترونية.

الأهداف التعليمية:

يتعرف الطالب في هذا الفصل على:

- خطوات إنشاء موقع الكتروني
- كيفية تسجيل اسم النطاق
- معنى الاستضافة ومزايا استخدام المضيف
- كيفية تطوير الموقع
- التسويق والدعاية والإعلان
- محركات البحث ودورها في التسويق

المخطط:

12 وحدة عناوينها بالترتيب المحدد:

1. مقدمة.
2. خطوات إنشاء موقع للتجارة الالكترونية على شبكة الانترنت.
3. تسجيل اسم النطاق.
4. كيفية اختيار المستوى الأعلى للنطاق TLD.
5. كيفية اختيار المستوى الثاني للنطاق SLD.
6. اختيار المسجل.
7. معنى الاستضافة ومزاياه.
8. التطوير الداخلي للموقع مقابل الاستعانة بمصادر خارجية.
9. معالجة أعطال البرنامج.
10. التسويق والدعاية والإعلان.
11. دور محركات البحث في التسويق.
12. التمارين.

1. مقدمة:

لا يعتبر إنشاء صفحة على شبكة الانترنت مسعى في غاية الصعوبة هذه الأيام، والواقع أن أي شخص يقوم بتشغيل بحث واسع النطاق من خلال إحدى محركات البحث الرئيسية، يستطيع المرور بعدد لا يعد ولا يحصى من الصفحات "المحلية الصنع"، والتي تم إنشاؤها من قبل الأفراد لتعكس مصالحهم الشخصية أو بعض طموحاتهم في الحياة.

ولا يحتاج المرء لإعداد موقع على شبكة الانترنت لأكثر من جهاز حاسوب متصل بالانترنت، ومتصفح مجهز بتطبيق محرر نصوص أساسي، ومزود خدمة انترنت يوفر استضافة المواقع لمستخدميها. ويتوجب على هؤلاء المستخدمين طلب الاستشارة القانونية لكن هذه الاستشارة تقتصر عادةً على انتهاكات حقوق النشر والعلامات التجارية من قبل منشئي الموقع.

إلا أن التجارة الالكترونية تمثل تحدياً مختلفاً كلياً، وفيما يلي أهم القضايا التي تجعل التمثيل القانوني فعال وحاسم في هذا المجال: الطبيعة المتطورة للتقانة المطلوبة - عدد المشاركين في إنشاء موقع وتسهيل المعاملات - المخاوف المتعلقة بالخصوصية للعملاء الذين يمكنهم منح الموقع معلومات عن أنفسهم - مجموعة كبيرة من الحقائق الأخرى المتعلقة بالشركات عبر الانترنت.

وبالإضافة إلى ذلك غالباً ما يتطلب إنشاء مواقع التجارة الالكترونية سرعة كبيرة وحرفية عالية وذلك بسبب طبيعة هذه الصناعة، مما يستدعي إضافة طبقة من التعقيد الذي يتطلب إلى المزيد من الحذر والاستعداد وإلى الاعتماد على قانونيين في هيكلة المعاملات.

2. خطوات إنشاء موقع للتجارة الالكترونية على شبكة الانترنت:

فيما يلي الخطوات العامة لإنشاء موقع للتجارة الالكترونية، واستكشاف ضرورة أو امكانية التمثيل القانوني في المراحل الحاسمة المختلفة لعملية الإعداد، وذلك بناءً على ما تفعله الشركات الالكترونية في الولايات المتحدة:

1. تسجيل اسم النطاق

2. الاستضافة

3. تحديد مسؤوليات مزود خدمة الانترنت

4. تطوير الموقع

5. التسويق والدعاية والاعلان

3. تسجيل اسم النطاق:

تعتبر عملية تسجيل إسم النطاق الخطوة الأولى في إنشاء موقع على شبكة الانترنت. واسم النطاق هو عنوان فريد يوجه متصفح المستخدم إلى جهاز الحاسوب الذي يستضيف الموقع، ويتألف عادةً من عنصرين: المستوى الأعلى للنطاق TLD والمستوى الثاني للنطاق SLD (والذي يدعوه البعض ببساطة اسم النطاق).

ويعتبر المثال الأكثر شهرة للمستوى الأعلى للنطاق هو (.com) حيث نجده في نهاية العديد من عناوين الويب، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من النطاقات العليا المخصصة لبلدان معينة، وتعرف النطاقات العليا لرمز البلد أو ccTLDs، وتشمل نطاقات مثل (.jp) لليابان - (.fr) لفرنسا - والمثال الأكثر إثارة (.tv) تابع لتوفالو. أُعطيت إدارة هذه المواقع إلى السلطات في كل دولة، وبعض السلطات حددت تسجيله لسكان تلك الدولة، في حين أن بعضها الآخر (أبرزها توفالو) جعلت التسجيل مفتوحاً لأي شخص على استعداد لدفع الثمن. وأخيراً فقد اختارت مؤسسة الانترنت للأسماء والأرقام المخصصة (ICANN)، سبع حقول جديدة لمستويات النطاق العليا العامة من خلال المقترحات المقدمة من قبل مؤسسات من القطاع الخاص، وتتضمن: النطاق الجديد (.biz) التابع لشركات الأعمال - (.pro) تابع للمحامين والأطباء والمحاسبين.



4. كيفية اختيار المستوى الأعلى للنطاق TLD :

يعتبر اختيار المستوى الأعلى للنطاق TLD الخطوة الأولى في تسجيل اسم المجال (النطاق)، ويوجد العديد من خدمات التسجيل للحصول على النطاقات الثلاثة العامة غير المقيدة، مع مجموعة متنوعة من الأسعار وخيارات الخدمة المتاحة، ولا بد من مراجعة مصطلحات سياسات اتفاقية خدمة التسجيل لمعرفة حقوق صاحب المجال وواجباته. كما يملك معظم المسجلين الحق في إلغاء تسجيل النطاقات بناءً على تقديراتهم الخاصة.

وقد بدأت المحاكم بالربط بين أسماء النطاقات وحقوق الملكية، فمثلاً في واحدة من الحالات القليلة النادرة لمعالجة موضوع أسماء النطاقات على اعتباره ملكية، قضت محكمة الولاية في ولاية فرجينيا أن اسم النطاق هو شكل من أشكال موضوع الملكية الفكرية غير الملموسة. وقد انعكست القضية لاحقاً عندما حكمت محكمة فيرجينيا العليا بأنه لا اعتبار أسماء النطاقات ذاتها ملكية.

ومع ذلك فقد ألقى القرار اللاحق للمحكمة الفيدرالية بعض الشكوك حول حقوق الملكية في أسماء النطاقات أمام المحكمة، وانهى القضية في نهاية المطاف من دون الإجابة عن هذا السؤال نهائياً.

وبالإضافة إلى ذلك يجب أن تلتزم جميع النطاقات المفتوحة حالياً (.net - .org - .com) بمعيار موحد لاتفاقية تسوية النزاعات حول اسم النطاق، والتي يخضع بموجبها مالك النطاق لإجراءات قرار إلزامي إذا ما اشتكى مالك العلامة التجارية على اسم النطاق.

وتسجل معظم المؤسسات التجارية عادةً نفس الاسم في جميع النطاقات الثلاثة فقط لتجنب إرباك العملاء.



5. كيفية اختيار المستوى الثاني للنطاق SLD:

الخطوة الثانية في تسجيل اسم النطاق هي اختيار نطاق المستوى الثاني (SLD أو 2LD)، والذي يعتبر جزء من اسم النطاق الذي يسبق المستوى الأعلى TLD.

ومن أهم الأمثلة الشائعة عن SLD: Amazon في amazon.com – و CNN في CNN.com. ويعتبر اختيار المستوى الثاني للنطاق أمراً مهماً بشكل خاص لأولئك المعنيين بالتجارة الإلكترونية، كونهم يهتمون بالشعارات والعلامات التجارية، ويتوجب اختيار هذا الاسم بالتشاور مع المستشار القانوني للعلامة التجارية. وبما أن أغلبية الكلمات شائعة والعبارات القصيرة قد تم استخدامها كأسماء للمستويات الثانية للنطاقات، فقد توجب على الشركات البحث عن النطاقات العليا لرمز البلد المفتوحة أو واحدة من النطاقات العليا الجديدة، وذلك لتسجيل اسم معقول ويمكن تذكره بسهولة.

ويجب على الشركات الإلكترونية استخدام موقع بحث Whois وخدمة التسجيل العالمية VeriSign للتأكد من الاسم المتاح في النطاقات، بالإضافة إلى أنه يتوجب على كل نطاق أن يمتلك قاعدة بيانات خاصة به شبيهة بموقع Whois، ولكن يمكن البحث عن العديد منها عن طريق موقعي Allwhois و Uwhois.

ويكون المرء بمأمن عندما يقوم بتسجيل علامة تجارية خاصة به أو اسم تجاري، وإذا ما كان هذا الاسم قد تم تسجيله واستخدامه من طرف آخر، فلا بد من التشاور مع الجهة المسؤولة عن حل نزاعات أسماء النطاقات الموحدة أو وفق القانون المحلي بخصوص الأساسات الممكنة لفرض نقل النطاق لمالكه.

أما إذا كان الطرف الآخر يمتلك لحقوق أعلى، أو إذا لم يكن قد أنشأ المرء أي حق قانوني له في الاسم الذي يرغب في استخدامه، فتكون الخطوة الأولى في تسجيل اسم المستوى الثاني للنطاق هو البحث عن علامة تجارية.

amazon.com

6. اختيار المسجل:

يملك جميع المسجلين على النطاق تقريباً عملية بحث بسيطة لمعرفة ما إذا كان الاسم متاحاً، ويملك العديد منهم أدوات لمساعدة المستخدمين في العثور على أسماء نطاقات متاحة تحتوي على كلمات مماثلة إذا كان الاختيار الأصلي غير متوفر، ويعطي معظم هؤلاء المسجلين بعد أن يتم العثور على اسم نطاق متاح (المستوى الأعلى والثاني على حد سواء) خياراً من الخيارات للمسجلين الجدد من حيث السعر والمدة. فقد يمنح المسجلين أسماء النطاقات لفترات محددة من الزمن فقط، مع إتاحة خيار تجديد الاسم عند انقضاء الفترة المحددة، ويعطي بعض المسجلين خيارات لفترات تسجيل مختلفة. وقد يقدم مسجلين آخرون حزم مختلفة من الخدمات مقابل رسوم إضافية، فعلى سبيل المثال يمكن تقديم خدمات استضافة للمسجلين، في حين بعض المسجلين الآخرين لا يقدمون خدمة الاستضافة ولكنها تطلب من المسجل تزويدها بمعلومات عن مخدم اسم النطاق DNS قبل تسجيل الاسم. ويعتبر الطريق الأسهل لهؤلاء غير المستعدين تماماً لإنشاء مواقعهم على شبكة الانترنت، هو في اختيار المسجل الذي يوفر لهم استضافة مجانية، وهذا يعني أساساً بأن المسجل يقوم بتسجيل الاسم من دون الحاجة إلى معلومات مخدم اسم النطاق، ورفع الاسم على المخدم إلى أن يصبح المسجل جاهزاً لاستخدام الاسم.

7. معنى الاستضافة ومزاياها:

تحتاج معظم الشركات بعد تسجيل اسم النطاق إلى اتخاذ الترتيبات اللازمة لخدمات الاستضافة، وتختلف الخدمات الفعلية المقدمة في اتفاقية استضافة الموقع من مزود إلى آخر، مما يجعل تعميم ما تشمله الاستضافة بالضبط أمراً صعباً.

ويخزن المضيف بشكل عام صفحات الويب لصالح العميل، ويدير لوحة مفاتيح عملاقة من النوع الذي يربط مستخدمي الويب عبر الإنترنت مع الصفحات المطلوبة من الشركة المستضافة.

يقوم المضيفون عموماً بتسهيل هذا التخزين والتواصل من خلال تشغيل مراكز استضافة، ومساحات تخزين كبيرة تحتوي على أجهزة الحاسوب يخزن فيها العملاء صفحات الويب ويتم ربطها بالإنترنت عبر خطوط الألياف البصرية ذات النطاق الترددي العالي.

على الرغم من أن بعض الشركات تملك الأجهزة والمكاتب والموظفين والموارد الذاتية لتكوين خدماتهم واستضافة مواقعهم الخاصة، إلا أن استخدام مركز استضافة يوفر بعض الفوائد المميزة مثل:

- توفير الكثير من النفقات: ، حيث تقوم هذه المصادر غالباً بتشغيل أحد المواقع بربع التكلفة، من حيث شروط الموارد المذكورة أعلاه
- تقليل فرص المشاكل بسبب الخروقات الأمنية وانقطاع الكهرباء، وهو ما يحصل إذا اختار أحدهم مركز استضافة مع ميزة الأمان على مدار الساعة، ومولدات الطاقة الاحتياطية والبيئة التي تسيطر على مساحة التخزين والمباني التي تم إنشاؤها لمقاومة الكوارث الطبيعية.
- السرعة: بالرغم أن قرب المستخدم من المخدم هو عامل رئيسي في السرعة، إلا أن هناك عوامل أخرى مؤثرة مثل: سرعة عرض النطاق الترددي - سرعة المخدم - عدد المراحل. (في الواقع تعتمد بعض المواقع الالكترونية الأوروبية التي تملك زوار أوروبيون في المقام الأول على الاستضافة في الولايات المتحدة، ما يمنحها اتصالات أسرع وأرخص).
- وجود مخدمات ذات قدرة عالية ووصول سريع إلى الانترنت
- الاتصال الأسرع للمستخدمين/المستهلكين الموجودين في أماكن بعيدة عن مقر الشركة
- إنشاء عدد من المخدمات البديلة في أماكن مختلفة من أجل توفير سرعة أكبر لعدد أكثر من الناس.



8. التطوير الداخلي للموقع مقابل الاستعانة بمصادر خارجية:

يعتبر تصميم المواقع الالكترونية والبرمجة على غرار الاستضافة، شيئاً قابلاً للتطوير من قبل أفراد من الداخل أو من خلال الاستعانة بمصادر خارجية. ويمكن أن تستفيد بعض الشركات من فوائد الاستعانة بمصادر خارجية في مجال استضافة المخدمات، وتصميم المواقع، ولكن تبقى البرمجة عملاً داخلياً لأسباب متعددة. ويعتبر تصميم الموقع الجانب الأكثر أهمية لشركات التجارة الالكترونية، ويمكن تعريف الموقع بأنه المكان الذي يتفاعل فيه العملاء مع الشركة وشراء المنتجات، ويكون الموقع بحد ذاته هو المنتج في بعض الحالات (كما هو الحال مع مزودي المحتوى) ويوجد سبب آخر لاحتفاظ العديد من الشركات بعملية تصميم الموقع والبرمجة عملية داخلية، وهي أن اقتصاد الانترنت بشكل عام والشركات الالكترونية على وجه التحديد غالباً ما تتطلب التغيرات السريعة في كل من المحتوى وتصميم المواقع على حد سواء.

من حيث المحتوى، قد تكون القضية في الغالب في حاجة الشركة الالكترونية إلى إضافة منتجات حديثة أو معلومات المنتج إلى موقعها، إما كجزء من خطة الشركة أو رداً على أحداث معينة في السوق. أما بالنسبة للتصميم بشكل عام، فإنه يأتي في كثير من الأحيان للتأقلم مع أذواق الزبائن ومع ما يقدمه المنافسون، والذي يمكن أن يجعل من تصميم موقع الكتروني جديد محدد أمراً أكثر جاذبية للعملاء، أو أسهل في الاستخدام. وبالتالي فإن الإبقاء على فريق المبرمجين/ المصممين الداخليين يسمح للشركة الالكترونية بالرد على هذه التغيرات بسرعة، ويحافظ على عمل هذه الشركات بسلاسة، والذي قد لا يمكن أن يكون متاحاً في حال جرى الاستعانة بمصادر خارجية فيما يتعلق بالمخدمات، بسبب النقص في الكوادر أو الوقت أو المطالبة الملحة لجزء من المصممين والمبرمجين المتعاقدين مع الشركة.

ومع ذلك، لا تستطيع كل شركة الاحتفاظ بفريق تصميم وبرمجة داخلي يكون مجهز تجهيزاً كاملاً بشكل دائم، وقد لا تملك بعض الشركات الصغيرة الميزانية أو الحاجة الملحة لتطوير مبرمجهم. فقد تختار الشركات الكبيرة الاستعانة بمصادر خارجية لجوانب معينة من خدمات التصميم والبرمجة، مثل تصميم الرسوم والتحرير وتطوير البرمجيات الأساسية، وخصوصاً أن أي طرف خارجي قد لا يفهم بشكل كامل الرؤية والغرض من الشركة الالكترونية، لذلك يجب أن يعمل فقط على الجوانب الأكثر شمولية من التصميم والبرمجة.

وغالباً ما يتم توظيف مبرمجين خارجيين لتنفيذ نظم التحقق من بطاقات الائتمان، ونظم الجرد والأرشفة، ومحركات البحث الداخلية. وكلما كان جانب من جوانب عمل الموقع الالكتروني أكثر ميكانيكية (آلية)، كلما كان على الأغلب مستعينا بمصادر خارجية. وهكذا توجه العديد من البرمجة المستعينة بمصادر خارجية نحو الوظائف الخلفية والجوانب الداخلية التي تحافظ على عمل الموقع الالكتروني بسلاسة وراء الكواليس.

9. معالجة أعطال البرنامج:

يمكن معالجة أعطال البرمجة والمشاكل الأخرى المرتبطة بها من خلال العقود بين الشركة الالكترونية والمبرمجين المتعاقدين معها.

ويعتبر ذلك بشكل خاص مصدر قلق بالغ، عندما تؤدي مشاكل البرامج إلى الاختراقات الأمنية، والذي قد تقود إلى وضع المخترق لمواد مسيئة على الموقع الالكتروني للشركة وإلى ظهور المعلومات الشخصية أو أرقام بطاقات الائتمان.

ويجب أن تراعي العقود آلية لمعالجة المشاكل غير المحتملة التي قد تظهر، واتخاذ الترتيبات لإدخال التعديلات اللازمة لمعالجتها، فضلاً عن معالجة البرمجة المهمة أو التي تكون دون المستوى.

ويتوجب على الشركات الالكترونية عند توظيف مبرمجين خارجيين التحقق من المشاكل السابقة المرتبطة بعمل المبرمجين، وسجلات خدمتهم العامة، ورضا العملاء من أجل جعل الحكم المبلغ عن احتمال المشاكل والآثار السلبية المحتملة على الزبائن.

ومع ذلك ينبغي الاعتراف بأن البرمجة هي حقل متغير باستمرار، وبالتالي لا تكون خالية من الأخطاء بالمطلق، وهذا ينبغي أن يقود الشركة الالكترونية إلى تنفيذ خطط الطوارئ للمشاكل بسبب أعطال البرنامج، واتخاذها لآليات لمعالجة مثل هذه المشاكل على الفور.



10. التسويق والدعاية والإعلان:

لابد من استخدام الدعاية والإعلان والتسويق لتصبح الشركة الالكترونية ناجحة. ومع ذلك يثير التسويق والدعاية والإعلان في الوسط الالكتروني على الانترنت قضايا ضخمة جديدة والتي يتوجب على ممارس التجارة الالكترونية أن يكون على علم بها. سيتم تسليط الضوء في هذا القسم -من خلال استعراض دور محركات البحث في التسويق- على بعض الأساليب المشتركة للدعاية والإعلان والتسويق عبر الانترنت، ودراسة بعض المسائل القانونية التي قد تظهر في هذه السياقات. (ملاحظة: لن يتم التعامل هنا مع التسويق والدعاية والإعلان عبر وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والراديو واللوحات الاعلانية والرسائل البريدية الجماعية .. الخ)



11. دور محركات البحث في التسويق:

لعل محركات البحث هي أكثر الوسائل فعالية وأقلها تكلفة يمكن للشركة الالكترونية استخدامها للوصول إلى الزبائن المحتملين، وهي طريقة تساعد على قيام العديد من المستهلكين بالمقارنة بين الشركات التي تقدم المنتجات أو الخدمات التي تريدها.

يوجد نوعان رئيسيان من محركات البحث: أدلة الويب (Directories) والمحركات التي تستخدم الزواحف (Crawler) إلى فهرس المواقع الالكترونية.

وتعمل الأدلة عموماً عن طريق التماس المواقع الالكترونية لإدراجها في دليل شبكة الانترنت، والذي يتم البحث عنها لاحقاً من قبل المستخدمين. وفي هذا المعنى هو عملية نشطة تتطلب العمل الإيجابي من جانب الشركة الالكترونية من أجل إدراجها ضمن الدليل. وأكثر الأدلة على شبكة الانترنت شهرةً هو موقع Yahoo حيث يقوم بقبول الطلبات من المواقع الالكترونية ليتم تضمينها في فئة معينة ضمن مخطط تنظيم Yahoo. ولا يضمن مجرد اقتراح موقع ببساطة الإدراج الفوري في دليل Yahoo، إذ يتوجب على موقع Yahoo مراجعة الموقع المقترح قبل ادراجه، لتحديد فيما إذا كان في الفئة المناسبة وإذا كان مناسباً لتضمينه ضمن الموقع.

وتعمل محركات البحث التي تستخدم الزواحف على فهرسة المواقع بطريقة مختلفة جداً عن طريقة عمل أدلة الويب. حيث تستخدم هذه المحركات وسائل تكنولوجية (تقانية) (غالباً ما تدعى الروبوتات) لتمشيط شبكة الانترنت، ومن ثم فهرسة المواقع في محركاتها ليتم سحبها عند مطابقتها مع مصطلحات المستخدم البحثية. وأهم الأمثلة عن أكثر تلك المحركات شعبية التي تستخدم هذه التقنية (التكنولوجية) هو محرك البحث Google، حيث يستخدم Google برنامج الزحف عبر الانترنت Googlebot لاستكشاف العرض الواسع من صفحات الويب المتاحة على شبكة الانترنت وفهرستها ليتم استخدامها في محرك البحث الخاص به.

وبالإضافة إلى ذلك تقوم بعض المحركات القائمة على الروبوت مثل Google بإخضاع عناوين URL من أجل الحصول على إضافة أسرع ضمن فهرسها.

وعلى النقيض مما كان متعارفاً عليه في الأيام الأولى لمحركات البحث، فقد اختفت الآن القدرة على شراء تصنيفات أعلى في قمة محركات البحث.

ويسمح الفهم الأمثل لأنظمة التصنيف في محركات البحث من اتخاذ التدابير اللازمة من قبل شركة الكترونية ما في عدة مجالات رئيسية لضمان وضع أفضل.

وتشمل هذه المجالات: [النقر الرائج](#)، [رابط رائج](#)، [المواظبة](#)، [بالإضافة إلى العوامل ذات الصلة بالصفحة مثل العلامات والكلمات المفتاحية](#).

ويعتبر النقر الرائج مقياساً لعدد المرات التي قام بها مستخدم محرك البحث بالنقر على موقع معين عند استرجاعها كنتيجة للبحث، وكلما زاد عدد المستخدمين الذين يختارون موقع معين، كلما ارتفع التصنيف.

وبما أن مستخدم محرك البحث يشاهدون فقط العنوان والوصف المختصر عندما يتم استرجاع نتائج البحث (إما على أساس وصف المقدمة أو الأسطر الأولى من نص ما على الموقع الالكتروني)، لذا ينبغي أن يكون العنوان والوصف مصمماً لجذب المشاهدين أو بطريقة أخرى وضع موقع معين بعيداً عن مواقع الآخرين.

أما فيما يتعلق بالمواظبة، فيعتبر تخطيط موقع الكتروني ما والتصميم العام مهماً جداً بالنسبة للمستخدمين لتحديد المدة الزمنية التي سيقضونها في الموقع.

وكلما زاد المدى الذي تقدمه الشركة الالكترونية لجذب المستخدمين إلى موقعها الالكتروني، كلما زادت المواظبة وارتفع مستوى التصنيف.

وينبغي على الشركة الالكترونية عند تصميمها للموقع أو الإشراف على عمل المصممين الخارجيين، الانتباه إلى العوامل التي تؤثر في المواظبة، مثل التخطيط العام ، سهولة التنقل ، التشغيل، بالإضافة إلى تواتر تحديثات الموقع.

ويمكن تنفيذ قياس التدقيق الذاتي للمواظبة من قبل خدمات الإستضافة في كثير من الأحيان، حيث يمكن أن تحصل الشركة الالكترونية على معلومات قيمة حول زوارها، والفترة الزمنية التي أنفقوها في الموقع، مما يسمح بتوليد موقع الكتروني قادر على زيادة المواظبة من خلال معرفة تفضيلات الزوار واحتياجات الحوسبة.

ويعتبر الرابط الراجح أمراً مهماً في مخططات التصنيف لبعض محركات البحث ولاسيما في Google، ويقاس هذا المقياس أساساً عدد روابط الموقع الالكتروني بالمقارنة مع مواقع أخرى، ويعطي تصنيفات أعلى للمواقع التي تمتلك روابط أكثر من غيرها.

وتأخذ مخططات تصنيف معينة في عين الاعتبار أصل الروابط إلى جانب قياس الأرقام المطلقة، (وأبرزها موقع Google)، حيث تقوم بتصنيف الروابط من الصفحات الأكثر ترتيباً، وتجعل تصنيفها أعلى من تلك الصفحات ذات الترتيب الأقل مرتبة.

وقد يؤثر موقع الرابط الراجح ضمن مخططات التصنيف على الخطط التسويقية عند تحديد اتفاقيات الانتساب والشراكة مع المواقع الأخرى، بالإضافة إلى استراتيجيات الإعلان المختلفة.

وتتعامل العوامل المرتبطة بالصفحة بشكل أقل مع تصورات المشاهد حول الموقع الالكتروني، وتتعامل بشكل أكثر مع كيفية قراءة محرك البحث للتوظيف الداخلي للكلمات المفتاحية في النص داخل الموقع الالكتروني، واستخدام العلامات الفائقة في برمجة الويب.

وبهذا المعنى، تكون العوامل المرتبطة بالصفحة متحكمة باسترجاع الموقع كنتيجة في البحث، على الرغم من تأثير العوامل المذكورة أعلاه في تصنيف أو وضع الموقع على صفحة النتائج.

وبالتالي يتوجب على موقع الشركة الالكترونية **البحث عن وسيلة عكسية** بطريقة ما، من أجل تحديد كيفية وصول المستخدمين إلى الموقع من خلال محرك بحث أو معرفة رغبات المستخدمين بكيفية الوصول إلى موقعها. وتعتبر الطريقة الرئيسية لضمان وصول المستخدمين إلى أحد المواقع، هي بإنشاء مجموعة من الكلمات المفتاحية التي تصف المحتوى وعروض المنتجات الموجودة في الموقع.

يتوجب على أصحاب المهن والشركات الالكترونية على حد سواء ادراك أن عدداً كبيراً من الحالات قد نشأت منطوية على العلامات الفائقة ونزاعات العلامات التجارية. ونشارك العديد من الحالات تلك التي تقوم بمحاولة لإظهار اكتظاظ الزوار في مواقعها، (وبعيداً عن المنافسين)، وقد استخدم مطورو الويب العلامات التجارية للمنافسين في وضع علاماتهم الفائقة. ولهذه الغاية ينبغي على صاحب الشركة الالكترونية أن يكون على دراية بالأقسام ذات الصلة برمز العلامة التجارية التي تتعامل مع الاستخدام العادل، والبحث عن العلامة التجارية باستخدام أي من الكلمات المفتاحية المحتملة التي قد تكون علامة تجارية لشركة منافسة.

وينبغي أن تتضمن اتفاقية تطوير الشبكة سياسات الشركة الالكترونية المتعلقة بوضع علامات لمستوى محرك البحث، وذلك لما قد يواجهه تطوير الموقع الالكتروني من قضايا.



12. التمارين:

1. لا يحتاج المرء لإعداد موقع على شبكة الانترنت لأكثر من جهاز حاسوب متصل بالانترنت، ومتصفح مجهز بتطبيق محرر نصوص أساسي، ومزود خدمة انترنت يوفر استضافة المواقع لمستخدميها:

A. صح

B. خطأ

2. الخطوات العامة لإنشاء موقع للتجارة الالكترونية:

A. تسجيل اسم النطاق

B. الاستضافة

C. مسؤولية مزود خدمة الانترنت

D. تطوير الموقع

E. التسويق والدعاية والاعلان

F. كل ما تقدم صحيح

3. تعتبر الخطوة الأولى في إنشاء موقع على شبكة الانترنت عادةً هي:

A. تسجيل اسم النطاق

B. الاستضافة

C. مسؤولية مزود خدمة الانترنت

D. تطوير الموقع

4. يتألف اسم النطاق عادةً من عنصرين: المستوى الأعلى للنطاق TLD والمستوى الثاني للنطاق SLD:

A. صح

B. خطأ

5. يعتبر اختيار المستوى الأعلى للنطاق TLD الخطوة الأولى في تسجيل اسم النطاق:

A. صح

B. خطأ

6. أهم مزايا استخدام المضيف:

- A. توفير المال
- B. زيادة سرعة الصفقة
- C. تقليل المشاكل بسبب الخروقات الأمنية وانقطاع الكهرباء
- D. كل ما سبق صحيح

7. التجارة الالكترونية التي لا تملك بنية تحتية مكتفية ذاتياً بشكل كامل، تحتاج إلى مزود خدمة انترنت من نوع ما:

- A. صح
- B. خطأ

8. يمكن تطوير الموقع بإحدى الطرق التالية:

- A. التطوير الداخلي مقابل الاستعانة بمصادر خارجية
- B. تطوير الموقع الالكتروني وانتهاك قواعد السلوك / المحتوى
- C. ترخيص البرمجيات وعقود عمل مقابل الأجرة
- D. كل ما سبق صحيح

9. يمكن معالجة أعطال البرمجة والمشاكل الأخرى المرتبطة بها من خلال العقود بين الشركة الالكترونية والمبرمجين المتعاقدين معها:

- A. صح
- B. خطأ

10. يتوجب على الشركات الالكترونية عند توظيف مبرمجين خارجيين التحقق من:

- A. المشاكل السابقة المرتبطة بعمل المبرمجين
- B. سجلات خدمتهم العامة
- C. رضا العملاء
- D. كل ما سبق صحيح

11. يجب أن يكون موضعاً في اتفاقية الإعلان:

A. القضايا المتعلقة بموضع الإعلان

B. عدد مشاهدات الإعلان

C. ضمانات المشاهدين

D. كل ما سبق صحيح

12. تصل معظم الشركات الالكترونية إلى الزبائن المحتملين عن طريق الإعلانات فقط:

A. صح

B. خطأ

13. يوجد نوعان رئيسيان من محركات البحث: أدلة الويب والمحركات التي تستخدم العناكب أو برامج زحف

الويب إلى فهرس المواقع الالكترونية:

A. صح

B. خطأ

14. تعمل محركات البحث التي تستخدم العناكب أو تقنيات زحف الويب لفهرسة المواقع بنفس طريقة عمل أدلة

الويب:

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة	رقم التمرين
(A)	1
(F)	2
(A)	3
(A)	4
(B)	5
(D)	6
(A)	7
(D)	8
(A)	9
(D)	10
(D)	11
(B)	12
(A)	13
(B)	14