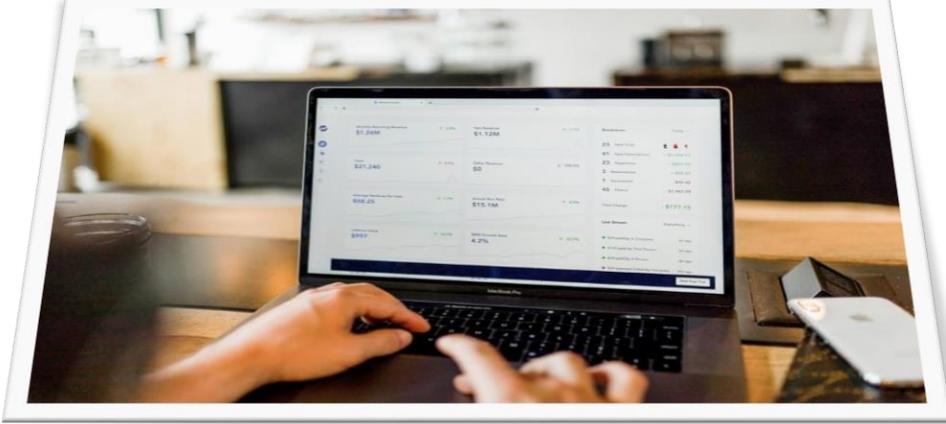


المحاضرة رقم 03 : تصميم الموقع أو المتجر الرقمي

يجب أن يتم تصميم المتجر الإلكتروني بطريقة تتماشى مع الغرض منه ومع احتياجات المستخدمين المستهدفين، ويجب توفير تجربة مستخدم سهلة ومريحة وجذابة لضمان جذب واحتفاظ المستخدمين وتحقيق الأهداف المرجوة.

1. مفهوم تصميم المتجر الرقمي:



تصميم متجر الكتروني هو عملية تخطيط وتصميم صفحات الويب التي يتم إنشاؤها عبر شبكة الإنترنت، ويتضمن تصميم المتجر الإلكتروني عادة تصميم واجهة المستخدم الرسومية وترتيب المحتوى على الصفحات، وتنسيق الصور والنصوص والألوان والرسومات بطريقة جذابة وسهلة الاستخدام.

يعد **المتجر الإلكتروني** منصة رئيسية **للتجارة الإلكترونية**، حيث يمكن للأفراد والشركات بسهولة بيع منتجاتهم عبر الإنترنت والتواصل مع عملائهم بشكل فعال وفي أي وقت.

يمكن تعريف **المتجر الرقمي** ببساطة عبارة عن أنه **موقع** أو **منصة** لبيع وشراء السلع سواء كانت منتجات أو خدمات أو معلومات **عبر شبكة الإنترنت**.

2. أهمية تصميم المتجر الرقمي:



تساعد المتاجر الإلكترونية على تحقيق الأهداف التجارية أو الشخصية لصاحب المتجر، سواء كان ذلك بزيادة عدد الزيارات أو زيادة مبيعات المنتجات أو توفير محتوى قيم ومفيد للزوار.

يلعب الموقع الرقمي أو المتجر الرقمي عدة أدوار في النشاط التسويقي للمؤسسة:

- يعتبر عنصراً من النشاط الترويجي والنشاط الإعلاني؛
- يعتبر قناة من قنوات التوزيع؛
- يعتبر جزءاً من عملية إبراز صورة المؤسسة وتقديم البيانات التي يحتاجها العميل؛
- يعتبر موزعاً لرسائل الأعمال التجارية؛
- يعتبر بمثابة بطاقة أعمال تعرف بها المؤسسة (التعريف بها، نشاطاتها، حصيلتها، الخ).

3. فوائد إنشاء متجر إلكتروني

لإنشاء متجر إلكتروني العديد من الفوائد والمزايا، ومن أهم هذه الفوائد:

- ✦ زيادة الوصول إلى جمهور أوسع عبر الإنترنت، حيث يمكن للأشخاص في جميع أنحاء العالم الوصول إلى المتجر الإلكتروني.
- ✦ تعزيز العلامة التجارية لدى الشركة من خلال إنشاء متجر أو موقع إلكتروني يعكس هوية العلامة التجارية وقيمها ومنتجاتها وخدماتها.
- ✦ يمكن للشركات توفير الوقت والجهد اللازمين للتواصل مع العملاء والموردين والشركاء التجاريين، حيث يمكن للزوار الوصول إلى موقع الشركة والتعرف على المنتجات والخدمات والاتصال بالشركة بشكل مباشر وسريع.
- ✦ زيادة المبيعات من خلال إنشاء موقع إلكتروني يتيح للعملاء شراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، وتوفير خيارات الدفع الآمنة والمريحة.
- ✦ تحسين تجربة المستخدم من خلال إنشاء موقع إلكتروني يتيح للمستخدمين الوصول إلى المعلومات بسهولة ويسر، وتوفير واجهة مستخدم بديهية ومريحة.

- ✚ **الاحتفاظ بالعملاء** من خلال توفير خدمة عملاء ممتازة عبر الموقع الإلكتروني، وتقديم محتوى ذو قيمة مضافة وتجربة شراء مريحة وسلسة.
- ✚ **يمكن للشركات تحليل البيانات المتعلقة بالزوار والعملاء** من خلال الموقع الإلكتروني، واستخدام هذه البيانات لتحسين الأداء وتحسين تجربة المستخدم.



4. مميزات المتجر الرقمي:

- ومن أهم مميزات المتجر الرقمي:
- **توفير الوقت والمجهود:** من أهم مميزات المتجر الرقمي أنه يتيح للمستخدمين الشراء من خلاله في أي وقت ومن أي مكان في العالم، وهذا يعطيهم مرونة كبيرة؛ حيث لا يضطر العميل للتوجه إلى المتجر لشراء احتياجاته.
- **طرق الدفع المختلفة:** توفر العديد من المتاجر الإلكترونية مجموعة من طرق الدفع المختلفة، مثل الدفع ببطاقة الائتمان، أو الدفع عند الاستلام، الأمر الذي يعطي مرونة للمستخدم عند الشراء من المتجر الرقمي، ويتيح للعميل اختيار الطريقة الأنسب له.
- **الشراء من أي مكان:** من مميزات المتجر الرقمي أنه يتيح للمستخدم الشراء أو البيع من أي مكان في العالم، شرط أن يكون المتجر يوفر توصيل المنتجات إلى هذه الدولة، كما توفر بعض المتاجر إمكانية حجز المنتج، وإشعار المستخدم بتوفره.

- **سهولة الوصول للعميل:** ساهم التسويق الرقمي وطرقه المتعددة بتوفير عدد كبير من الأدوات والطرق التي تساعد في الوصول إلى العميل المستهدف بشكل سهل، وذلك من خلال ظهور الإعلان الخاص بالمنتج في الوقت الذي يحتاجه العميل.

- **معرفة آراء المستهلكين:** يمكن من خلال المتجر معرفة آراء العملاء وتقييمهم للمنتج أو الخدمة، الأمر الذي يساعد في إقبال عملاء جدد للتعامل مع هذا المتجر، وشراء خدماته والمنتجات التي يقدمها.

- **توقع احتياجات العميل:** من خلال تاريخ العميل الشرائي في المتجر الرقمي، يمكن الاعتماد على الوسائل التكنولوجية التي تستند على نظام الذكاء الصناعي، والذي يقوم بعرض مقترحات للمنتجات أو الخدمات التي من الممكن أن يقبل العميل على شرائها.

4. المعايير والمهارات اللازمة لتصميم متجر إلكتروني

✚ المعرفة بلغات البرمجة وأدوات التطوير: مثل **HTML – CSS – JavaScript- PHP** وغيرها.

✚ التصميم الجرافيكي والإبداعية: لتصميم واجهة المستخدم والرسومات والصور والشعارات.

✚ القدرة على التفاعل مع قواعد البيانات: لتحسين وتخزين وإدارة المحتوى على الموقع.

✚ فهم الأساسيات في تحسين محركات البحث وتسويق المحتوى: لتحسين ظهور الموقع في نتائج محركات البحث وزيادة عدد الزيارات.

✚ القدرة على العمل بشكل مستقل والتعامل مع العديد من البرامج والأدوات المختلفة لإنشاء وتحرير المواقع.

5. الأدوات الأكثر شيوعًا لتصميم موقع إلكتروني بسهولة واحترافية

منصات إنشاء المواقع مثل **وردبريس وسكوير سبيس وويكي**، وأدوات التصميم المجانية أو المدفوعة مثل

Shopify – Adobe Photoshop – Sketch – Figma، وأخيرًا منصات التجارة الإلكترونية مثل **Shopify –**

Magento – WooCommerce.

6. طرق الوصول إلى الموقع أو المتجر الرقمي:

يمكن الوصول إلى المواقع الرقمية بعدة طرق أهمها:

- **عنوان الموقع التجاري الإلكتروني:** بكتابة اسم النطاق أو عن طريق رابط؛
- **محركات البحث:** من خلال استعمال بعض الكلمات الدلالية المتعلقة سواء بالمنتج، أو اسم المتجر أو طبيعة نشاطهم، ويتم الاستعانة بمحركات البحث عندما يكون المنتج غير شائع أو المتجر غير معروف؛
- **الفهاريس والبوابات الإلكترونية:** وهي مواقع مزودة بروابط إلى مختلف المواقع التجارية، ويكون البحث على شكل فهرسي مرتب حسب طبيعة المنتج أو النشاط أو المنطقة الجغرافية؛
- **مراكز التسوق المرئية:** أحيانا يلجأ بعض تجار التجزئة إلى تنظيم أنفسهم على شكل مراكز للتسوق تكون متصلة مع بعضها البعض، ويمكن للزبون أن يتسوق منها خلال عملية واحدة (طلبية واحدة وأمر دفع واحد)؛
- **شبكات التواصل الاجتماعي:** أين تقوم المنظمة بالترويج لموقعها نظرا للانتشار والاستعمال الواسع لهذه الشبكات.



7. كيفية تصميم مواقع احترافية :



هناك 6 نصائح يجب اتباعها لإنشاء موقع إلكتروني احترافي، وهي:

1. **تحديد الغرض من الموقع الإلكتروني والجمهور المستهدف والمحتوى المطلوب عرضه على الموقع.** يمكنك رسم خريطة الموقع لتحديد صفحات الموقع المختلفة وعلاقتها ببعضها البعض.
2. **يجب تصميم واجهة المستخدم بطريقة جذابة وسهلة الاستخدام،** وتحتوي على جميع المعلومات اللازمة للمستخدمين. يجب مراعاة تناسق الألوان والخطوط والرسومات والصور المستخدمة، وضمان أن تكون الواجهة متوافقة مع مختلف الأجهزة والشاشات.
3. **تطوير المحتوى بشكل متناسق واحترافي،** ويجب أن يكون المحتوى يتماشى مع الغرض من الموقع والجمهور المستهدف.
4. **تحسين الموقع لمحركات البحث** لزيادة ظهور الموقع في نتائج البحث وجلب المزيد من الزوار، ويمكن تحقيق هذا الهدف عن طريق استخدام الكلمات الرئيسية المناسبة وتحسين عناوين الصفحات والوصف والعناصر الأخرى المتعلقة بتحسين محركات البحث..

5. **اختبار الموقع بشكل دوري** لضمان أنه يعمل بشكل صحيح وأنه يتوافق مع مختلف الأجهزة والمستعرضات. كما يجب تحديث الموقع بشكل دوري لتحسين أدائه ومنح المستخدمين تجربة أفضل
6. **إطلاق الموقع بعد التأكد من جاهزيته** ونشره على الإنترنت، والاهتمام بالتسويق للموقع لجذب المستخدمين وزيادة عدد الزيارات.

أما بالنسبة لمراحل تصميم الموقع الرقمي فهي:

- المرحلة الأولى: اختيار اسم تجاري للموقع الرقمي:** وذلك عن طريق اختيار اسم نطاق (Domain/domaine) الذي يمثل العنوان الخاص بكل موقع على شبكة الأنترنت، فهو إذن مميز وغير مكرر لكل موقع. يستحسن أن يكون هذا الاسم قصيرا وسهل التذكر ومرتبطا باسم المؤسسة أو باسم المنتج أو بطبيعة نشاط المؤسسة. ويتكون عادة من ثلاثة مستويات:
- نطاق المستوى الأعلى (TLD) (top-level domain) يشير عادة إلى رمز البلد (DZ) أو قطاع النشاط (com)؛
 - نطاق المستوى الثاني (SLD) (Second-Level Domain) يشير عادة إلى اسم المؤسسة أو نشاطها أو أحد منتجاتها؛
 - النطاق الفرعي (SD) (Subdomain) عادة ما يكون (WWW) ولكن يمكن استعمال أي حروف للدلالة عن الخادم المضيف للموقع.
- المرحلة الثانية: حجز اسم النطاق:** عن طريق البحث عن النطاقات المتوفرة من خلال بعض المواقع مثل موقع (whois) أو لدى مسجلي النطاق (registrar) إذا كان نطاقا يخص بلدا معينا مثل مكتب (N.I.C) في الجزائر بالنسبة لامتداد النطاق dz. وقد يتطلب الأمر إجراءات إدارية لذلك.
- المرحلة الثالثة: تصميم صفحات الموقع وربطها بقاعدة البيانات:** سواء عن طريق:
- بناء موقع من الصفر بواسطة لغات التصميم والبرمجة (HTML/CSS)، JavaScript، PHP، (SQL).
 - الاستعانة بأنظمة إدارة محتوى الويب (CMS) (Content management system) مثل (Wordpress)، (Joomla) التي توفر قوالب لتصميم المواقع دون معرفة مسبقة بالبرمجة؛
 - أو استعمال تطبيقات البرمجيات مثل: (البرنامج كخدمة) (Software as a service) (أين تقترح بعض المؤسسات متاجر فارغة مزودة بكل الأدوات اللازمة (متابعة الطلبات، الدفع الإلكتروني، تحليل البيانات) وما على المؤسسة إلا ملؤها بمنتجاتها، وذلك مقابل اشتراك.
- المرحلة الرابعة: إجراء التغييرات والتحديثات اللازمة على الموقع:** سواء من الجانب الفني (أي ما يتعلق بتصميم وصيانة وتأمين الموقع)، أو بالجانب التجاري (أي ما يتعلق بمحتوى الموقع والتواصل مع العملاء).

8. تكاليف تأسيس متجر رقمي:

التكاليف الثابتة: كتكاليف التصميم والبرمجيات والمعدات والأجهزة، والدراسات والخبرات والتسجيل، وتكاليف شراء اسم النطاق والاستضافة وتأمين الموقع وصانته؛

- **التكاليف المتغيرة:** وهي تكاليف تتغير بتغير حجم المبيعات كتكاليف الاتصالات ونقل البيانات، تكاليف الصيانة الدورية، والتحديث والشحن والتوصيل والترويج للموقع؛



التكاليف الإدارية: ليس لها علاقة مباشرة بتأسيس الموقع ولكنها تساهم في تحسين أدائه (تكوين العمال، التأمين... الخ).

تتوقف **اسعار** وتكاليف إنشاء موقع إلكتروني على العديد من العوامل ومنها حجم ونوع الموقع الإلكتروني، طريقة تصميم الموقع الإلكتروني، والخدمات الإضافية مثل تطوير البرمجيات وإدارة المحتوى وتحسين محركات البحث وتصميم الشعار والرسومات والتسويق الإلكتروني وغيرها، وأيضا تكاليف استضافة الموقع الإلكتروني وأخيرًا تكاليف التطوير والصيانة المستقبلية للموقع الإلكتروني.

لتقليل من تكلفة تصميم متجر إلكتروني يجب اتباع النصائح الآتية

- استخدام القوالب الجاهزة لتصميم الموقع الإلكتروني بدلاً من تصميم الموقع من الصفر.
- تحديد الخدمات الأساسية والضرورية للموقع الإلكتروني والتخلص من الخدمات الإضافية التي قد لا تكون ضرورية في البداية.
- البحث عن شركات التصميم والتطوير التي توفر خدمات بأسعار منخفضة، مع الحرص على التأكد من جودة الخدمات التي تقدمها هذه الشركات.
- التفاوض على الأسعار مع شركات التصميم والتطوير، خاصةً إذا كانت الشركة تعمل على مشروع كبير.
- تحديد الميزانية والأولويات للموقع الإلكتروني والالتزام بها.

9. العناصر المكونة للمتجر الرقمي

حتى يكون الموقع التجاري الرقمي فعالاً، يجب أن يتضمن بعض العناصر المهمة:

الصفحة الرئيسية: وهي بمثابة واجهة الموقع حيث تعطي الانطباع الأول لدى العميل حول منتجات المنظمة وسياساتها ونشاطها، ويعد أيضاً نقطة الانطلاق إلى صفحات الموقع الأخرى، لذلك يجب الحرص على تسهيل الوصول إليها؛

الصفحات الفرعية: وهي صفحة لفهرس المنتجات، و صفحة لكل منتج، و صفحة للتعريف بالمنظمة والاتصال بها، وأخرى لشروط البيع والشراء وكيفية الاستخدام، و صفحة خاصة بحساب الزبون لتعقب عملياته أو تعديل بياناته.

شريط الاستكشاف والبحث: ويقع في الصفحة الرئيسية ويستحسن تعميمه على باقي الصفحات، فمن خلاله يستطيع الزبون التعرف على محتويات الموقع والبحث السريع عن أي سلعة أو خدمة؛

شريط الأدوات: على غرار شريط الاستكشاف والبحث يقع في الصفحة الرئيسية.

الأدوات الداعمة لعملية البيع: وهي أدوات تجعل عملية البيع تتم بطريقة آلية، منها عربة التسوق (أو سلة التسوق) ونظام إنجاز الطلبات ونظام التسديد المالي ونظام التحميل والتوزيع، ونظام الإحصائيات.

10. قياس فعالية الموقع التجاري الرقمي وأهم عيوبه

* قياس فعالية الموقع التجاري الرقمي

يمكن قياس مستوى فعالية الموقع التجاري الرقمي من خلال عدة أساليب أهمها:

- حجم المبيعات المحققة؛
- مستوى شهرة ورواج الموقع؛
- مستوى زيارات الزبائن للموقع؛
- مستوى تحول الزبائن من مواقع المنافسين إلى موقع المؤسسة؛
- مستوى تذكر الزبائن للموقع الإلكتروني للمؤسسة؛
- مستوى أداء الموقع: ويقاس هذا الأداء بحساب معدل الثواني اللازمة لتحميل الصفحة الرئيسية للموقع؛
- نسبة تعطل الموقع عن العمل: من المفروض أن الموقع يبقى شغالاً طول الوقت، لذا تحرص المنظمة على تجنب تعطله عن طريق استخدام خوادم (servers) قوية وأخرى احتياطية مع ضمان صيانتها.

• عيوب المتجر الرقمي

يمكننا حصرها في النقاط التالية:

- صعوبة الحصول على ثقة العملاء خاصة مع بداية المشروع، وذلك بسبب تعرض بعضهم لعملية نصب أو احتيال من متاجر أخرى.

- صعوبة التعامل مع المتجر لأول مرة؛ حيث تختلف طبيعة كل متجر وتصميمه، وطريقة تصنيف المنتجات فيه.

- الحاجة إلى إضافة وسائل حماية ذات مستويات عالية، وذلك للحفاظ على المتجر الرقمي من هجمات المخترقين، وهي من أبرز عيوب المتجر الرقمي؛ إذ إنها تعرض المتجر لخسارة عملائه لعدم وجود الأمان والحماية.

أيهما أفضل: إنشاء موقع إلكتروني أم إنشاء تطبيق؟

الأفضل إنشاء موقع إلكتروني إذا كان الهدف هو الوصول إلى جمهور واسع وتوفير محتوى ثابت ومعلومات إضافية، بينما يمكن أن يكون من الأفضل إنشاء تطبيق إذا كان الهدف هو توفير تجربة مستخدم مخصصة ومتميزة والاستفادة من ميزات الأجهزة المحمولة.