

چگونه یک وب سایت بسازیم؟: راهنمای ساخت وب سایت

برای موفقیت در دنیای تجارت امروز ، باید بدانید چگونه یک وب سایت حرفه ای بسازید. این تجارت چه راه اندازی یک فروشگاه کوچک آجر و ملات باشد، چه یک تجارت آنلاین یا یک شرکت تجارت الکترونیک. حتی زمانی که فروشنده یک برند هستید ، برای کارفرما یا برای خودتان، باید در فضای آنلاین حضورداشته باشید تا افراد بتوانند شما را پیدا کنند و بتوانید تجارت خود را توسعه دهید.

داشتن یک وب سایت با طراحی خوب ، بیدرنگ شکل حرفه ای تری به شما و کسب و کارتان می دهد. یک وب سایت تجاری امکان ارتباط با مشتریان را به شما می دهد و آنها را نیز در جریان روند کار شما قرار می دهد در حالیکه به جذب مشتریان جدید هم کمک می کند. به علاوه ، اگر این کار را به درستی انجام شود ، وب سایت شما می تواند ابزار مهمی برای معروفیت برند شما باشد.

آیا آماده یادگیری نحوه ایجاد وب سایت توسط خودتان و ارتقاء کسب و کار آنلاین خود به سطح بعدی هستید؟ این راهنمای گام به گام برای مبتدیان شما را در این فرآیند راهنمایی می کند و به شما کمک می کند تا با انتخاب های مناسب وب سایت متمایز از دیگران داشته باشید.

مرحله 1: در مورد هدف وب سایت تصمیم بگیرید

قبل از شروع طراحی وب سایت خود ، باید اهدافی را که با ساخت این سایت دنبال می کنید را دقیقاً تعریف کنید. آیا به دنبال این هستید که چگونه کالا و خدمات خود را مستقیماً به مشتریان بفروشید ، یا در درجه اول به یک منبع اطلاعاتی مناسب نیاز دارید که مردم بتوانند درباره کسب و کار شما بدانند؟ یا هر دو؟

تا آنجا که ممکن است اهداف خود را جزئی تر تعیین کنید. به عنوان مثال ، ممکن است بخواهید که:

• کالا یا محصولات دیجیتالی خود را به فروش برسانید یا خدمات ارائه دهید

• جایی داشته باشید که مشتریان محلی بتوانند ساعات کار ، قیمت یا سایر اطلاعات شما را در مورد شرکت شما پیدا کنند

• هویت و پیام برند خود را به اشتراک بگذارید.

• برای ارسال اعلانات و به روز رسانی فعالیتها استفاده کنید

• نظرات و توصیه های مشتریان را به نمایش بگذارید

• سرخ ها را به سمت راههای فروش خود هدایت کنید

• بهتر است بیش از یک هدف برای وب سایت خود داشته باشید - به شرطی که برای دستیابی به هر یک راهکار داشته باشید.

به عنوان مثال ، اگر یکی از اهداف اصلی شما تبدیل سرخ ها به فروش باشد ، وب سایت شما چگونه این کار را انجام می دهد؟ آیا ویدیوهای توضیح دهنده و جزئیات محصول یا خدمات را ارسال خواهید کرد تا مردم قبل از صحبت با نماینده فروش بیشتر بدانند؟ آیا قصد دارید سرخ های بالای هرم را هدف گرفته و اولین جرقه علاقه مندی را ایجاد کنید؟ یا برای هر نوع سرخ ایده ای در نظر خواهید داشت؟

هرچه اهداف مشخص تر و جزئی تر باشد ، راحت تر می توانید در مورد نحوه ساخت وب سایت خود تصمیم بگیرید.

مرحله 2: یک دامنه دلخواه انتخاب کنید

اولین چیزی که وب سایت شما نیاز دارد یک دامنه است. دامنه شما پایگاه اصلی شما در اینترنت و نشانگر شما است تا جهان بتواند شما را پیدا کند. آن را نسخه مجازی و بهترین فروشگاه خود در نظر بگیرید.

انتخاب نام دامنه خود

نام دامنه شما چیزی است که افراد در مرورگرهای وب خود تایپ می کنند تا شما را بیابند. شما می خواهید آن را به یاد ماندنی و منحصر به فرد کنید و در عین حال تناسب منطقی با تجارت شما داشته باشد. نگران نباشید - پیدا کردن یک نام دامنه آسان تر از آن است که به نظر می رسد!

اگر یک نام تجاری دارید، ابتدا بررسی کنید که آیا این اسم دامنه سفارشی (custom domain name) به عنوان دامنه، قابل دسترسی است یا خیر. اگر قابل دسترسی نبود، بررسی کنید که آیا افزودن اطلاعات موقعیت مکانی کمک کننده است یا خیر. به عنوان مثال ، اگر "carolsdogwash" قبلاً گرفته شده ، "carolsdogwashmilwaukee" را امتحان کنید.

اگر نام کسب و کار شما طولانی یا پیچیده است ، استفاده از جایگزین اشکالی ندارد. در این صورت ، کوتاه کردن کلمات می تواند مفید باشد - برای مثال:

"dchlaw" برای "The Law Firm of Dewey, Cheetem, and Howe"

توجه داشته باشید که این نام ، اسم تجاری - حقوق (law) در دامنه دارد. این امر باعث می شود هم به خاطر سپردن آن آسان باشد و هم موتورهای جستجو می توانند به کاربران بگویند چه محتوایی را قرار است بدانند.

انتخاب پسوند دامنه

وقتی دامنه خود را انتخاب می کنید ، باید افزونه ای را نیز انتخاب کنید. اولین انتخاب شما نوع متداول ".com" باشد مگر اینکه شما یک سازمان غیرانتفاعی باشید ، زیرا افراد به طور پیش فرض تمایل دارند ".com" را در انتهای وب سایت ها تایپ کنند. سایر گزینه ها عبارتند از:

".net" : برای شرکت های فناوری

".org" : برای غیرانتفاعی

".info" : برای سایتهای مرجع اطلاعات

".club" : برای گروه های مورد علاقه

مرحله 3: انتخاب میزبان (هاست)

هر وب سایت نیاز به میزبان وب (هاست وب) دارد. میزبان (هاست) شرکتی است که فضای داده را روی سرورهای خود می فروشد یا اجاره می دهد. آن فضا به خانه وب سایت شما تبدیل می شود و تمام اطلاعات مربوط به هر صفحه ای را که ایجاد می کنید در خود نگه می دارد. برای درک بهتر ، می توانید به شرکت میزبانی (هاستینگ) خود مانند مدیر املاک اینترنت فکر کنید.

دو نوع میزبانی (هاستینگ) وجود دارد که توسط ارائه دهندگان میزبانی (هاستینگ) ارائه می شود . که از این قرارند:

• میزبانی مشترک (هاستینگ مشترک)، که در آن چندین وب سایت دارای فضای ذخیره سازی روی یک سرور واحد هستند. هر سایتی بخش مخصوص به خود از سرور دارد ، بنابراین اطلاعات همه ایمن می ماند.

• میزبانی اختصاصی (هاستینگ اختصاصی)، که در آن یک وب سایت کل سرور را در اختیار دارد. این نوع میزبانی (هاستینگ) بیشتر توسط سایتهای بسیار بزرگی مانند گوگل و آمازون که هزاران صفحه و حجم عظیمی از ترافیک داده دارند استفاده می شود.

مرحله 4: یک وب ساز انتخاب کنید

به استعاره املاک بر می گردیم، اکنون آدرس (دامنه خود) را انتخاب کرده اید و زمین را خریداری کرده اید (میزبان (هاست) گرفته اید). گام بعدی ساخت سایت است.

درست مانند این که شما در حال ساخت یک ساختار فیزیکی هستید ، یک چارچوب محکم باعث می شود سایت شما در بهترین حالت ظاهر و عملکرد خود را نشان دهد. یکی از گزینه ها این است که برای ساخت و طراحی سایت خود به یک متخصص پول بپردازید. هزینه متوسط آن سرویس در سال 2021 بین 4000 تا 10.000 دلار است ، اما در صورت نیاز به چندین صفحه یا عملکرد پیچیده تر ، می توانید هزینه بیشتری بپردازید.

بخشی از هزینه ای که در این مورد پرداخت می کنید مهارت های طراحی و کد نویسی لازم برای ایجاد یک سایت است. دوباره به آن ساختمان فرضی فکر کنید. برای ایجاد چارچوب برای طراحی وب سایت از ابتدا ، نیاز به تخصص سطح حرفه ای وب دارد ، درست مانند ساخت چارچوب یک خانه که به متخصص نیاز دارد.

مرحله 5: نقشه سایت خود را ترسیم کنید

داشتن یک صفحه اصلی و یک صفحه "تماس با ما" مهم است. فراتر از آن ، نقشه سایت شما به اهدافی بستگی دارد که در مراحل اولیه مشخص کرده اید.

در اینجا ایده هایی برای شروع روند ایجاد وب سایت وجود دارد:

• یک "صفحه فشرده" (خلاصه "squeeze page") ، که بازدید کننده را تشویق می کند ، احتمالاً برای دسترسی به محتوای قابل بارگیری یا دریافت کد تخفیف، آدرس ایمیل خود را وارد کند.

• صفحه ثبت راهنما (lead capture page) که افراد نام و اطلاعات تماس خود را وارد می کنند تا بتوانید برای اطلاعات بیشتر با آنها تماس بگیرید.

• صفحات اطلاعات محصول یا خدمات را می توانید به وب سایت خود اضافه کنید.

• صفحه "درباره ما" با اطلاعات مربوط به شرکت شما

• صفحه ای برای اعلام نظر و توصیه مشتریان

• صفحه قیمت گذاری که برای مشاغلی که ارائه خدمات و اشتراک دارند مهم است

همچنین می توانید صفحات فرود (صفحه ورود یا اولیه (landing pages)) ایجاد کنید که با کمپین های خاص بازاریابی هماهنگ است. به عنوان مثال ، اگر کمپینی را برای تبلیغ یک دسته محصول خاص اجرا می کنید ، می توانید یک صفحه اولیه برای آن دسته ایجاد کنید و مواردی را که تبلیغ می کنید مشخص کنید. حتی می توانید قیمت تبلیغاتی را نیز اضافه کنید.

مرحله 6 : طراحی وب متناسب با نام تجاری شما را انتخاب کنید

وب سایت شما یکی از بهترین ابزارهایی است که برای ایجاد نام تجاری خود در اختیار دارید. همه عناصر اصلی که هویت نام تجاری را برجسته می کند از این قرار اند:

آرم ها

تایپوگرافی

رنگ

بسته بندی

محتوای نوشتاری

ظاهر وب سایت شما ترکیبی از هر یک از این عناصر است - بله ، از جمله بسته بندی ، به شرطی که یک صفحه محصولات یا خدمات همراه با تصاویر داشته باشید. آنها در کنار هم هویت برند شما را به نمایش می گذارند.

هویت شما باید ثابت باشد ، به ویژه هنگامی که کسب و کار شما جدید است و در حال ایجاد برند خود هستید. مشتریان، به همان روش یک آشنایی دوستانه جدید با شما آشنا می شوند ، می دانند باید انتظار چه چیزی را داشته باشند و مواردی مانند لوگو ، فونت و گرافیک شما را تشخیص می دهند.

ظاهر همدست و یکنواخت وب سایت این ارتباطات را شکل میدهد و درعین حال کمک می کند مشتریان جدید به برند شما جذب شوند. مردم به زیبایی شناسی برندهای مختلف ، از سبک گرافیک گرفته تا رنگ بندی ، جذب می شوند. شما حتی بسته به رسمی یا غیر رسمی بودن برند خود ، معاصر یا کلاسیک بودن و غیره با افراد مختلف ارتباط برقرار خواهید کرد.

مرحله 7: صفحات خود را بسازید

هنگامی که مجموعه زیبا شناختی خود را داشتید ، می توانید شروع به ساخت صفحات اولیه (landing pages) مختلف خود کنید. این یکی از لذت بخش ترین بخشهای ایجاد یک وب سایت است-حتی وقتی از یک سایت ساز بکش و رها کن (drag-and-drop website builder) مثل Mailchimp استفاده می کنید. استفاده از ویرایشگر Mailchimp برای همه آسان است ، حتی اگر تجربه کد نویسی یا طراحی ندارید. کافی است به صفحه ای که می خواهید بسازید بروید و کار با سایت ساز بکش و رها کن. drag-and-drop site builder را امتحان کنید.

داخل سایت ساز، می توانید روی بخش های جداگانه مانند نوار هدایت وب سایت Website navigation bar ، هدر header، محتوای ویژه و اطلاعات محصول کار کنید. در هر یک از این بخش ها ، می توانید بلوک های محتوا را ویرایش ، اضافه ، منتقل و حذف کنید تا از نتایج راضی باشید.

هدف اصلی شما این است که سایت قابل درک از نظر بصری ، آسان در جهت دهی و توصیف کننده کسب و کار شما باشد. منوی جهت دهی خود را طوری بسازید که بازدیدکنندگان بتوانند به سرعت صفحات مورد نظر خود را پیدا کنند. از پنجره های بازشو استفاده کنید تا نوار بیش از حد شلوغ نشود. به عنوان مثال ، اگر چندین سرویس دارید ، آنها را زیر شاخه کشویی "خدمات" قرار دهید.

همیشه یک عبارت توصیفی در بالای هر صفحه داشته باشید تا بازدیدکنندگان بدانند که به چه چیزی نگاه می کنند. عبارات خلاقانه خوب است ، اما مطمئن شوید که پیام را در خود داشته باشد(پیام را برساند) . این برای همه محتواهایی که در بالای "fold" ظاهر می شوند ، اهمیت دارد ، آن خط نامرئی در صفحه که آنچه را که ابتدا می بینید به آنچه که پایینتر صفحه باید دید تقسیم می کند.

سعی کنید مهمترین اطلاعات و پیامهای کلیدی را در بالای صفحه (fold) نگه دارید. جزئیات بیشتر می تواند پایین صفحه (fold) باشد ، اما طرح را تمیز و مرتب نگه دارید.

اگر قسمت دعوت به کار (call-to-action(CTA)) دارید، صفحه ای در دید برای آن پیدا کنید. بسیاری از افراد برای پیدا کردن CTA به پایین صفحه مراجعه می کنند، اما گاهی اوقات بهتر است در بالای صفحه هم باشد. تجربه استفاده از سایت ساز بکش و رها کن Mailchimp، ساده و سرگرم کننده است، بنابراین خجالت نکشید- ایده هایتان را امتحان کنید و ببینید چگونه کار می کند.

مرحله 8: برای موتورهای جستجو بهینه سازی کنید

سئو SEO یا بهینه سازی موتورهای جستجو چیزی است که هر صاحب وب سایت تجاری باید در مورد آن فکر کند. این شیوه ایجاد و بهینه سازی محتوای شما برای ارتباط با نحوه جستجوی مشتریان بالقوه است که به دنبال محصولات یا خدمات شما در موتورهای جستجو هستند.

هر موتور جستجو الگوریتم متفاوتی دارد، اما گوگل تقریباً 92 درصد از کل جستجوها را انجام می دهد، بنابراین عاقلانه ترین کار بهینه سازی برای جستجو در گوگل است. هرگاه کسی جستجویی را انجام دهد، گوگل صفحاتی را که معتقد است معتبرتر و مرتبط تر با آن جستجو هستند به او نشان می دهد. جستجوی محتوای خود را دوستانه کردن (friendly) به معنای ایجاد محتوایی است که Google می خواهد به همه نشان دهد.

قوانین SEO همیشه در حال تغییر است، اما دو چیز همیشه مهم هستند: کلمات کلیدی (keywords) و کیفیت محتوا. کمی وقت بگذارید تا کلمات کلیدی مورد استفاده مردم برای جستجوی محصولات یا خدماتی مانند محصولات شما در موتورهای جستجو را پیدا کنید و محتوای خود را بر اساس آنها سفارشی کنید. محتوای شما باید منحصر به فرد و توصیفی باشد.

بک لینک ها - لینک ها به سایت شما از سایت های دیگر - نیز مهم هستند، اما ایجاد آنها زمان می برد. به محض داشتن وب سایت، ابتدا پیوند دادن (لینک کردن) به آن را از رسانه های اجتماعی خود شروع کنید و دنبال کنندگان خود را نیز به انجام این کار تشویق کنید. همچنین می توانید از مخاطبین خود بخواهید که در مورد محصولات و خدمات شما در سایتهای نظرسنجی مصرف کننده نظر بدهند تا بک لینکهای بیشتری دریافت کنید.

نکته حرفه ای: موتورهای جستجوی امروزی نشان می دهد که 59 درصد از موتورهای جستجوی ایالات متحده از طریق دستگاه های تلفن همراه اتفاق می افتد، بنابراین سایت هایی را که برای موبایل مناسب هستند (موبایل فرندلی) در اولویت قرار می دهند. اطمینان حاصل کنید که صفحات شما به راحتی قابل مشاهده و حرکت از طریق تلفن های هوشمند و رایانه لوحی (تبلتها) هستند.

مرحله 9: لینک های خود را بررسی کرده و وب سایت خود را منتشر کنید

وب سایت خود را آزمایش کنید. لینک های داخلی شما باید در اولویت باشند. این لینک ها به کاربران شما و همچنین مرورگران سایت Google کمک می کنند تا قسمت های مختلف سایت شما را پیدا کنند، و اگر کار نکنند، کاربران شما و Google ممکن است متوجه وجود این صفحات دیگر نشوند.

در مرحله بعد ، هر بک لینک خروجی از سایت هایی که تحت کنترل شماست ، مانند صفحه فیس بوک یا بیوگرافی اینستاگرام خود را بررسی کنید. همچنین ، مطمئن شوید که در صورت وجود لینک به سایت های دیگر، به صفحات فعال آن سایت پیوند باشد. لینک های غیر فعال می توانند باعث شوند که سایت شما کمتر حرفه ای به نظر برسد و روی تجربه کاربران شما اثر منفی بگذارد.

اگر مراحل بالا را دنبال کرده اید ، وب سایت جدید شما اکنون برای انتشار در دنیا آماده است! یکبار دیگر آن را مرور کنید تا مطمئن شوید همه چیز همانطور که می خواهید به نظر می رسد. اگر می توانید ، بگذارید شخص دیگری آن را مرور کند و کمی درون آن بچرخد تا نظر شخص دومی را هم در مورد خوبی عملکرد آن بدانید.

اگر همه چیز خوب به نظر می رسد ، شروع کنید - آن را منتشر کنید.