

بسمه تعالی

مدیریت وب سازمانی



مدرس : ناهید خوشنویس

نام درس: مدیریت وب سازمانی			
پیش نیاز/اهمیت: شبکه های اجتماعی			
عملی	نظری	واحد	
۱	۱	واحد	
۳۳	۱۶	ساعت	
الف: هدف درس: دانشجویان برای مدیریت وب سازمانی توانمندیهای لازم را کسب نمایند.			
ب: سر فصل آموزشی:			
ردیف	رتوس مطالب و ریز محتوا		زمان آموزش (ساعت)
	رتوس مطالب	ریز محتوا	عملی
۱	الزامات راه اندازی وب سازمانی	هاست و دامین و عزیزین	۵
		سند راهبردی وب سازمانی	
		شناسنامه وب سازمانی	
		استایل بوک وب سازمانی	
۲	الزامات مدیریت محتوای وب سازمانی	مدیریت وب سازمان بر عهده چه کسی است؟	۵
		سوزه باین و برداش محتوای در وب سازمانی	
		کیفیت و شیوه های انتشار محتوا در وب سازمانی	
		نظارت، ارزیابی و کنترل محتوا در وب سازمانی	
۳	استانداردهای ارزیابی و توسعه وب سازمانی	شاخص های گرافیکی وب سازمانی	۶
		شاخص های محتوایی وب سازمانی	
		شاخص های تکنولوژیکی وب سازمانی	
		نحوه توسعه وب سازمانی متناسب با نیازهای سازمان	
ج: منبع درسی:			
۱- ارزیابی فضای مجازی، دکتر سعید رضا عاملی، انتشارات شورای عالی اطلاع رسانی، تهران ۱۳۸۸			
۲- طراحی پایگاه های وب دستگاه های دولتی، سرویس علی دوستی، انتشارات پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران و نشر چاپار، تهران ۱۳۸۸			



شش مرحله ساخت و راه اندازی یک وب سایت

حرفه ای عبارتند از:

۱. تعیین اهداف برای کارکرد وب سایت

۲. طراحی وب سایت برای انتقال پیام تان Design

۳. گرفتن یک دامین یا نام دامنه برای وب سایت Domain

۴. پیدا کردن یک میزبان برای سایت Host

۵. تبلیغ و ترویج خدمات سایت

۶. نگهداری و توسعه سایت

دامین چیست ؟

دامنه در حقیقت نام وب سایت شما می باشد که از دو قسمت نام و پسوند تشکیل شده است.

پسوندهای بین المللی رایج عبارتند از .com، .net. و .org که دارای مصارف عمومی می باشند و هر یک به ترتیب معرف سایتهای تجاری (Commercial)، شبکه (Network) و سازمانی یا غیر انتفاعی (Organization) می باشند.

دامنه های .info، .biz و .name نیز در زمره دامنه های قابل ثبت برای عموم ولی با کاربری خاص می باشند. پسوند .info برای سایتهای اطلاعاتی (Information)، پسوند .biz برای سایتهای تجاری (Business) و پسوند .name فقط برای سایتهای شخصی مناسب می باشد

استفاده از این سه پسوند در خارج از این چارچوب تعریف شده ممنوع و منجر به حذف دامنه و سلب حقوق مربوطه از مالک آنها خواهد شد. همچنین کلیه دامنه

های بین المللی فوق و بسیاری از دامنه های محلی تابع قوانین حمایت کننده از علائم تجاری می باشند.

همانطور که برای تهیه یک محل سکونت یا تجارت اولین سوال آدرس منطقه مورد نظر است، برای وب سایت نیز این امر اولین مرحله برای شروع می باشد و همانطور که در دنیای واقعی نیز آدرس شما بیانگر بسیاری از نکات برای مخاطبین قبل از رویارویی با شما می باشد.

دردنیای مجازی نیز این امر صادق است. آدرس شما مثلا در یک محل گرانقیمت یا یک ساختمان معروف گویای سطح بالای فعالیت شماست ، آدرس دفتر کار شما در یک محل مسکونی ممکن است مشکلاتی را برای شما بوجود آورد یا مراجعین شما را دچار سردرگمی نماید ، فعالیتهای تجاری در مناطق مسکونی ممکن است با محدودیتهایی روبرو گردد. با کمی تفاوت می توان مشخصه های مشابهی را نیز برای آدرس مجازی تعریف نمود

هاست یا هاستینگ چیست ؟

هاست بدین معنی است که شما بتوانید صفحات طراحی شده وب سایت خود را در فضایی روی اینترنت قرار دهید ، بدین معنی که ، به فضای اختصاص داده شده به شما دسترسی کامل دارید ،

می توانید فایل های خود را `upload` (بالاگذاری) کنید ، آمار مربوط به سایت خود را داشته باشید ، و

هر بخش کوچک روی سایت و ایمیل های

خود را مدیریت کنید و

عوامل اصلی طراحی سایتی مناسب

عواملی مختلف با همدیگر منطبق می شوند تا طراحی یک سایت مناسب و موفقیت آمیز شود. سه عامل اصلی عبارتند از:

۱- ظاهر طراحی

۲- محتوی

۳- برنامه نویسی

اشتباهات مهم در طراحی وب سایت

۱. بدون یک استراتژی شروع می کنید.
۲. یک نشان (لوگو) اینترنتی ندارید یا اگر دارید مناسب نیست.
۳. برای پیشبرد اهداف خود تکنولوژی غلط انتخاب می کنید.
۴. یک طرح بازاریابی اینترنتی تدارک ندیده اید.
۵. راهی برای اندازه گیری تاثیرات سایتتان ندارید.
۶. تکنولوژی مورد استفاده شما با سیستم بازدیدکنندگان سایت شما تطابق ندارد.
۷. کاربران و مراجعان خود را گمراه می کنید.
۸. ارتباط با شما توسط سایت بسیار سخت است

دلایل اهمیت داشتن وب سایت

وجود وب سایت اعتبار شما را افزایش می دهد.

وب سایت باعث می شود سازمان شما در هر زمان و از هر مکان قابل دسترسی شود.

وجود وب سایت سهولت ارجاع مشتریان جدید یا ارجاع توسط سایرین را بالا می برد.

وب سایت یک ابزار قوی ارتباطی است.

وب سایت باعث افزایش ارزش تبلیغات شما می شود.

وب سایت به شما کمک می کند با مشتریان بالقوه در ارتباط شوید.

انواع وب سایت ها

از لحاظ نحوه طراحی و اجرا و مدیریت فنی دو نوع سایت وجود دارد :

۱- وب سایت های ایستا (Static) : این وب سایت ها بیشتر حالت اطلاع رسانی و معرفی عملکردها، خدمات، فعالیت ها، کالاها، ابزارها و ... دارند.

دارای حالت نمایشی ثابت و صفحاتی معین هستند.

۲- وب سایت های پویا (Dynamic) : این وب سایت ها کلاً با زبان های برنامه نویسی تخصصی تحت اینترنت ساخته می شوند.

حالت نمایشی پویا و متغییر دارند.

قابل کنترل و مدیریت هستند.

دارای ارتباط تعاملی با کاربر می باشند.

انواع وب سایت ها

از نظر تقسیم بندی هدف سایت، انواع زیر قابل ارائه هستند:

اطلاع رسانی، تجاری، فرهنگی، آموزشی، تبادل نظر

اطلاعات و سرگرمی

کارکردی که برای سایت سازمانها خصوصا دستگاههای خدماتی دولتی

اندیشیده شده فراهم کردن محیطی است که منجر به موارد زیر شود:

۱. کاهش مراجعه حضوری از طریق ایجاد فرمهای آنلاین

۲. کاهش انتشار محصولات چاپی همچون بروشور، نشریات و...

۳. سرعت در ارائه خدمات و اطلاعات مورد نیاز مخاطبان

۴. استفاده از تولید محتوای چند رسانه ای

۵. بهینه سازی هوشمند برای موتورهای جستجو

بهینه سازی در سایت های شبکه های اجتماعی

سیستم مدیریت محتوا (cms) چیست ؟

سیستم مدیریت محتوا ، ترجمه عبارت :

content management system یا CMS است ، که به معنای سیستم نرم

افزاری ای است که به کمک آن محتوا مدیریت می شود و به نرم افزارهایی گفته

می شود که نظام قابل مدیریتی را در ثبت ، بروزرسانی و بازیابی محتوا فراهم

می آورند .

CMS یا سیستم مدیریت محتوا چرخه زندگی صفحات وب سایت اینترنتی را از لحظه ایجاد تا زمان انقراض در بر می‌گیرند و به صاحبان این وب سایت ها ، که لزوماً آشنای با مباحث تخصصی اینترنت ، وب و برنامه نویسی تحت وب نیستند ، اجازه می‌دهند تا بتوانند سایت های خود را به نحوی حرفه ای مدیریت کنند.

سیستم مدیریت محتوا تحولی شگرف در زمینه طراحی و مدیریت وب سایت‌های اینترنتی به‌شمار می‌آید. امروزه توقع بینندگان سایت‌های وب بسیار بالا رفته و دیگر مرور وب سایت‌هایی با صفحات ثابت و راکد هیجانی در آنها ایجاد نمی‌کند. ۱

امروز کاربران به دنبال سایت‌هایی می‌گردند که بتوانند به نوعی (۱) در گوشه‌ای از آن سهمی داشته باشند و ارائه محتوی، مطالب و (۲)اطلاعات جدید در هر بار رجوع کاربران به وب سایت ، می‌تواند آنها را پایبند سایت نماید

یکی از مشکلاتی که تا امروز به نوعی باعث می‌شد تا افراد کمتری به فکر داشتن یک وب سایت اینترنتی بیفتند ، هزینه‌های بالای طراحی آن بوده ، به عنوان نمونه برای طراحی وب سایت‌های اینترنتی ، سابق بر این تعدادی نیروی متخصص طراح وب ، مشغول طراحی آن در چندین ماه و رفع ایراد و پشتیبانی از وب سایت می‌شدند لذا هزینه طراحی و پشتیبانی وب سایت بالا بود ، ولی امروزه با در دسترس بودن سیستم های مدیریت محتوا دیگر چنین مشکلی وجود ندارد.

یک CMS چه امکاناتی دارد ؟

طیف وسیعی از امکانات . اکثر CMS ها در ورژن های مختلف و با قابلیت های مختلف به بازار عرضه می شوند . البته قابلیت به روز کردن اطلاعات در همه مشترک است اما قابلیت های ویژه ای دیگر دارند که با قیمت های مختلف به شما پیشنهاد می دهند از جمله:

۱- مدیریت اطلاعات فرستاده شده توسط کاربران و تایید اطلاعات

۲- چند زبانه بودن

۳- ایجاد نقشه سایت دینامیک

۴- امکان ایجاد تجارت الکترونیک یا فروشگاه مجازی

۵- ایجاد فرم برای دریافت اطلاعات کاربران

۶- بهینه سازی تصاویر آپلود شده

۷- امکان جست و جو در مطالب سایت

۸- امنیت بیشتر

۹- گزارش آمار بازدید از صفحات

Web Hosting یا میزبانی وب چیست ؟

- میزبانی وب مفهومی است که وقتی می خواهید وب سایتتان بر روی اینترنت برای همه قابل دیدن باشد به آن نیاز دارید. به زبان ساده ، وب سایت شما باید روی یک سرور میزبان قرار گیرد.
- تمام شرکت ها ، ارگان ها و حتی افراد شخصی که نیاز به وب سایت دارند برای میزبانی سایت شان به سراغ شرکت های ارائه دهنده خدمات میزبانی می روند. در چنین شرکت هایی سرور های آنها غالباً در خارج از ایران و در معروف ترین و مجهزترین Datacenter های دنیا قرار دارد
- جایی که به صورت ۲۴ ساعته برق به سرور ها متصل است و اینترنت قطعی ندارد و برای مواقع اضطراری تمهیداتی اندیشیده شده است.

- در اکثر موارد ، یک سرور میزبان وب فضای Hard خود را به فضاهای کوچک تری تقسیم کرده و آن را با هزینه کمتر در اختیار افراد مختلف قرار می دهد در این حالت از چندین سایت تا چند صد سایت از سرور میزبان به صورت مشترک استفاده می کنند. برای سایت های مهم یا با حجم اطلاعات بالا ، سرورهای اختصاصی از نظر امنیتی و پایداری سرویس ها به هیچ وجه قابل مقایسه با سرور های مشترک نیستند

- این نکته که سرورهای میزبان شما در چه مرکز داده ای و در کدام کشور واقع شده و فراهم شدن شرایط امکانات این مرکز داده از نظر پهنای باند ، امکانات امنیتی ، استحکام بنای فیزیکی ، پیش بینی شرایط بحرانی مانند قطعی برق ، آتش سوزی ، زلزله و... تا چه میزان است از شاخص های مهمی برای تصمیم گیری جهت انتخاب یک سرویس دهنده خدمات میزبانی وب است.

- وقتی که یک اکانت میزبانی وب از هاست مورد نظر خود خریداری می کنید ، به بخشی از یکی از سرور های هاست دسترسی پیدا خواهید کرد. شما یک نام کاربری و یک رمز دریافت کرده که با کمک آن می توانید به اکانت میزبانی خود متصل شوید. وقتی اتصال برقرار شد شما فایل هایتان را به سرور هاست آپ لود می کنید و ... وب سایت شما به همین سادگی برای میلیون ها بازدید کننده قابل دسترسی است!

• وب مستری و مدیریت سایت

- گردآوری مطالب و اطلاعات مرتبط با موضوع سایت، ویراستاری متون و محتوای سایت و چینش و ساختار بندی اطلاعات
- مدیریت تعاملات سایت با کاربران و نظارت بر کاربران
- فرمت دهی مطالب و تنظیم پارامترهای شیوه نامه آبخاری سایت (CSS) و پوشش گرافیکی سایت

وب مستری و مدیریت سایت

- ویرایش مطالب و متون سایت جهت فرمت دهی متون ,
- مشخص کردن عبارات دارای تاکید به صورت بولد , ایتالیک یا آندرلاین ,
- تنظیم سایز متون بر اساس میزان اهمیت ,
- تنظیم زیبایی و خوش فرمی متون ,
- استفاده از عکس های مرتبط با متن ,
- برقراری لینک های داخلی و خارجی در متون برای ناوبری کاربر بین صفحات ,
- تنظیم پارامترهای شیوه نامه آبخاری جهت متحد الشکل کردن فرمت ها در تمامی صفحات

چرا مدیریت وب سایت سازمانی اهمیت دارد؟

- باعث قدرتمند شدن روابط عمومی ها شده اند
- تغییراتی که اینترنت در روابط عمومی ها به وجود آورد و فعالیت های آن را گسترده تر کرد، چنان موجب قدرتمندتر شدن این بخش سازمانی شد که پیش از این، در تاریخ روابط عمومی سابقه نداشته است.
- فرصت بی نظیری را برای پایش افکار عمومی و بازخورد اطلاعات و خدمات سازمان به وجود آورده اند

- روابط عمومی ها؛ مسئول فضای مجازی سازمان ها
- ماهیت فیزیکی یک سازمان که شامل ساختمان مرکزی، مدیریت ها و ادارات مختلف می شود تحت رهبری و فرماندهی شخص اول سازمان است.
- اما وب سایت های سازمانی، فضایی فراهم کردند که تمام آن ساختار سازمانی، خدمات و فعالیت هایش در شکل فیزیکی به فضای مجازی نیز انتقال یابد و مدیریت و رهبری و هدایت این بخش به عهده روابط عمومی ها گذاشته شده است.

دو کارکرد اصلی وب سایت سازمانی

- با توجه به اینکه سازما نها به لحاظ عملکرد، کارکردشان با یکدیگر تفاوت دارد لذا نمی توان یک نسخه واحد برای همه سازما نها نوشت.
- اما آنچه مشخص است این است که روابط عمومی ها دو وظیفه مهم برعهده دارند.
- ۱. زمینه مراجعه حضوری مشتریان را تا حد امکان کمتر کنند.
- ۲. به گردآوری نظرات و تحلیل و بررسی اطلاعات دریافتی از مخاطبان پردازند

چهار محور اصلی برای مدیریت سایت

- محتوا - طراحی - امکانات تعاملی - سایت ساختاری ساختاری

منظور سازماندهی مناسب مطالب در قالب منوهاست. به طوری که فرد

حتی برای اولین بار هم که به سایت مراجعه می کند به سرعت مطالب

مورد نظر خود را پیدا می کند. ناوبری مناسب و یکسان در همه صفحات و

مشخص بودن مکان کاربر در هر نقطه عمق وب گاه حداکثر ۳ باشد. به

عبارتی حداکثر با سه لینک بتوان به صفحه مورد نظر رسید.

- ساختار درختی و سلسله مراتبی لینک ها در نقشه سایت مشخص باشد

مدلی برای مهندسی مجدد سایت سازمانی

آسیب شناسی وب سایت

ارزیابی سایت فعلی با پرسشنامه معیار بررسی تطبیقی با سایت های مشابه

نیاز مخاطب

طراحی پرسشنامه شناسایی نیازهای مخاطب

ترسیم ساختار

جمع بندی نیاز مخاطب و الزامات ترسیم نقشه سایت

بنابر این بدانید که مخاطب....

- ▶ خبر برایش مهم نیست او به دنبال دریافت اطلاعات از خدمات و گرفتن فرمها و... است.
- ▶ به دنبال اطلاعات است
- ▶ به سرعت می خواهد از یک بخش به بخش دیگر برود.
- ▶ عجله دارد و نمی تواند زمان زیادی صرف کند.
- ▶ وب سایت سازمان مانند یک دفترچه تلفن باید راهنمای خوب و ساده ای باشد.

در این بخش به ویژگی های زیر اشاره می شود:

- ▶ صفحه اول سایت و صفحات داخلی،
- ▶ طراحی لوگو،
- ▶ ویژگی گرافیکی چشم نواز،
- ▶ توازن رنگ،
- ▶ وضوح تصاویر گرافیکی،
- ▶ فونت ها،
- ▶ استفاده مطلوب از قابها،
- ▶ بارگیری صفحات و

محتوا

- ▶ تا چه حد محتوای سایت به روز است؟
- ▶ تا چه حد اصول نگارش محتوای وب رعایت شده است؟
درباره ما، پیام رئیس سازمان و...
- ▶ تا چه حد اصول خبرنویسی در فضای وب رعایت شده
است؟ (کوتاه نویسی، تیتر، لید و سبک تنظیم خبر)
- ▶ تا چه حد از خبرهای مرتبط و هایپرلینک برای آرایه
سابقه استفاده شده است؟

❖ دسترس پذیری

اطلاعات موجود در وبسایت باید حداقل در قالب HTML موجود باشند تا کاربر بتواند بدون نیاز به سایر نرم افزارها یا دانلود فایلی به اطلاعات مورد نظر دسترسی یابد.

محتواها PDF محور نباشد!

▶ با این وجود زمانی که سخن از محتوا در فضای وب مطرح می شود منظور صرفا محتوا به صورت متن نیست بلکه اینترنت، امکان در هم آمیختن همزمان صدا، تصویر و فیلم و نوشتار را در قالب چندرسانه ای (Multi media) فراهم می کند.

▶ تا چه حد از امکانات چند رسانه ای استفاده شده است؟

امکانات تعاملی سایت

- ▶ استفاده از قابلیت های نرم افزاری و بهره گیری از فناوری های نوین ارتباطی مبتنی با وب ۲ و "کاربر محور" بودن
- ▶ توجه به SEO
- ▶ اهمیت به SMO

برخی از نتایج مشترک
تحقیقات انجام شده برای
وب سایت های سازمانی ایرانی

- سایت بر اساس خواسته مدیریت ها و واحدهای سازمان طراحی شده و نه نیاز کاربران
- مطالب درون سازمانی و برون سازمانی بدون تفکیک در یک وب سایت آمده است
- آنچه بیشتر نمایان است شرح وظایف واحدها و اخبار سازمان است

- به بازاریابی محتوایی توجهی شده است:
- عدم استفاده از چانک و ایجاد صفحات کاربردی برای لینک دهی
- برای محتوای غیر خبری، بروشور نباید آپلود نشود
- عدم رعایت نکات نگارش در فضای وب
- (از نظر تیترونیسی، لیدنووسی، هایپر لینک)

- عدم وجود برنامه ریزی برای بهبود رتبه در فضای مجازی و بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO)
- عدم وجود برنامه استراتژیک برای بهره‌گیری از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی (SMO)
- عدم بهره‌گیری از سرویس RSS

• Search Engine Optimization

- سئو برگرفته از عبارت است که کلمات معادلی چون SEO یا بهینه‌سازی موتور جستجو دارد که همگی آنها به یک معنی می‌باشند و می‌توان آن را بصورت زیر تعریف نمود:
- سئو (بهینه‌سازی موتور جستجو) به معنای فریب و یا دستکاری موتورهای جستجو با روش‌های غیر اخلاقی نیست. آن‌ها برای کمک کردن به بهبود رویت و ارتباط وب سایت‌ها در نتایج جستجوی طبیعی با هدف رسیدن به رتبه‌بندی بالا، ایجاد شده‌اند.
- سئو را می‌توان مجموعه‌ای از روش‌ها برای تغییر استراتژیک وب سایت‌ها دانست. این فرآیند به بیان مهمترین عوامل مرتبط صفحه و افزایش اهمیت آن در صفحه نتایج جستجو، می‌پردازد.

• واژه SMO

مخفف عبارات SocialMediaOptimization

شامل تکنیکهای انتشار مطالب در شبکه های اجتماعی می شود. به طور عام، بهینه سازی شبکه های اجتماعی یعنی بهینه سازی یک سایت و محتوای آن در حیطه اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی که هدف آن افزایش ترافیک و مطرح شدن می باشد



استانداردهای یک وب سایت خوب

ملاک داوری	نحوه ارزیابی
قالب : طراحی و گرافیک سایت (زیبایی شناسی ، سرعت لود شدن ، سادگی ، رنگ ، عکس ، مولتی مدیا ، راهنمایی)	عالی <input type="checkbox"/> خوب <input type="checkbox"/> متوسط <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/> ضعیف <input type="checkbox"/>

ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	محتوا : به روز بودن و غنی بودن بخش های محتوایی
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	لینک و هایپر لینک (پیوندهای ارتباطی ، پیوندهای داخلی متنی)
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	خروجی RSS
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	وضعیت موتور جستجو (داخلی یا خارجی) و آرشیو
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	امکانات تعاملی (کامنت ، ایمیل ، نظر سنجی ، باکس ارسال پیام ، آدرس ها و تلفن های تماس)
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	رتبه در موتورهای جستجو و کانترینگ
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	خبرنامه الکترونیک (اشتراک آنلاین ، امکان عضویت و لغو عضویت ، فعال بودن خبرنامه)
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	تالار گفتگو Forum و وبلاگ
ب	ضعیف <input type="checkbox"/>	متوسط <input type="checkbox"/>	خوب <input type="checkbox"/>	عالی <input type="checkbox"/>	نقشه سایت ، پاسخ به پرسش های متداول و سایر امکانات ابتکاری
					جمع کل

تولید محتوی در فضای سایبر

WEB ۱.۰

وب‌اهمان اینترنت است: وب‌سایت، لینک، داون‌لود، آپ‌لود، پست الکترونیک و...

"وب ۱" وقتی اختراع شد، که عنوان "وب ۲" اختراع شد.

در وب ۱، هدف دسترسی همگان به اینترنت بود.

WEB ۲.۰

در وب ۲ همه چیز بر پایه مشارکت معنی پیدا می‌کند.

سایت‌های اینترنتی دو طرفه شدند و جریان جدیدی از اطلاعات از سمت کاربران به سمت اینترنت روان شد.

از ویژگی‌های منحصر به فرد وب ۲ می‌توان گفت که به همان آسانی که مطلبی منتشر می‌شود، این امکان برای کاربر فراهم شده است که آن‌ها را ویرایش کند یا تغییر دهد.

"وب ۲" را یک رویکرد نو می‌دانند نه یک تکنولوژی تازه.

۱- استفاده از بیلبردها



آیا به لوگوهای سازمانها توجه کردید؟ شما را یاد چه می اندازد؟

پس تغییرات به وجود آمده در طراحی و توسعه امکانات در اینترنت، موجب شده که بحث تولید محتوی در فضای سایبرجدی تر از گذشته مطرح شود.

اما این امکانات وب ۲ در روابط عمومی چیست؟

ابزارهای روابط عمومی ۲

خبرخوان ها

مخاطبان سازمان می توانند بدون مراجعه روزانه به سایت از تازه ترین اخبار و مطالب آن آگاه شوند.

خبرنگاران از این ابزار برای دریافت اخبار روابط عمومی ها استفاده می کنند.

روابط عمومی ها می توانند از RSS در مقام ابزار مانیتورینگ سایت های خبری و حتی وبلاگ ها استفاده کنند و تازه ترین اخبار را به سادگی مرور کنند.

انواع رسانه های اجتماعی

سهولت برقراری ارتباط با این سایت ها و نحوه استفاده شان باعث شده که امروز آن ها را یک رسانه بشناسیم.

۱. شبکه های اجتماعی

۲. وبلاگ ها

۳. ویکی ها

۴. پادکست ها

۵. فروم ها

۶. کامیونیتی های محتوایی

۷. میکرو بلاگ ها

۸. شبکه های اجتماعی

شبکه اجتماعی (Social Networks) یک ساختار اجتماعی است که از گروه هایی که عموماً فردی یا سازمانی هستند تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل اند

شبکه های اجتماعی به اعضای شان اجازه ساخت صفحات شخصی و برقراری ارتباط و شبکه سازی با دوستان آنلاین را می دهند.

کاربران اینترنتی از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پروفایل‌ها و صفحات گروه‌های حامی و مورد علاقه برای خودشان بسازند. روابط عمومی‌ها نیز با ساختن فضا و معرفی سازمان، گروهی از مخاطبان خود را در این محیط گرد هم می‌آورند.

وبلاگ

وبلاگ‌ها (Blogs) که شناخته‌شده‌ترین نوع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند، ژورنال‌هایی آن لاین هستند که با محتواهای جدید کاربران به‌روز می‌شوند.

در وبلاگ امکان دریافت نظرات برای هر نوشته (Comments) وجود دارد. ویژگی که وبلاگ‌ها را از دیگر انواع وبسایت‌ها متفاوت و متمایز می‌کند لحن نوشتاری وبلاگ‌هاست.

راه اندازی وبلاگ گروهی برای همکاران: این مکانی برای تمرین نوشتن است و ارتباطی دوسویه با زبانی راحت را فراهم می‌کند.

ویکی‌ها

ویکی‌ها (Wikis) سایت‌هایی هستند که به کاربران اجازه اضافه کردن و ویرایش محتوی را می‌دهند و محتوای تولید شده‌شان حاصل مشارکت اعضاست.

پادکست‌ها

منظور از پادکست‌ها هم فایل‌های صوتی و هم تصویری هستند. پادکست‌ها را یکی از شکل‌های قدرت‌مند رسانه‌های اجتماعی مطرح کرده‌اند.

بسیاری از روابط عمومی ها به تولید و انتشار پادکست روی آورده‌اند .

اتاق های گفت و گو

فروم‌ها (Forums) که از دوران پیش از تولد مفهوم رسانه‌های اجتماعی فعالیت می‌کردند فضایی برای طرح بحث و گفت و گو در موضوعات مختلف محسوب می‌شوند.

فروم‌ها معمولا حول موضوعی خاص شکل می‌گیرند.

راه اندازی اتاق مباحثه و یا فروم در وب سایت سازمان و یا وب سایت اینترنتی سازمان به منظور مشارکت حداکثری و بهره گیری از نظرات، پیشنهادها و انتقادهای کاربران الزامی است.

کامیونیتی‌های محتوایی

کامیونیتی‌های محتوایی (Content Communities) امکان مدیریت و به اشتراک‌گذاری نوعی خاص از محتوی مانند عکس، فایل‌های ویدئویی، متن یا لینک را فراهم می‌کنند.

کاربر برای استفاده باید ثبت‌نام کند و پس از ثبت‌نام دارای صفحه شخصی است و امکان متصل شدن به دوستان را دارد. هر چند این نوع وب‌سایت‌ها بر اشتراک‌گذاری نوع خاصی از محتوی متمرکز هستند.

به‌عنوان مثال فلیکر (Flickr) در حوزه به‌اشتراک‌گذاری عکس فعالیت می‌کند و از محبوب‌ترین سایت‌های در زمینه تصویر در دنیاست.

یوتیوب (YouTube) نمونه دیگری از این نوع وب‌سایت‌هاست که در حوزه اشتراک‌گذاری فایل‌های ویدئویی فعالیت می‌کند.

دیگ (Digg) سایت دیگری از این نوع است که به منظور به اشتراک گذاری اخبار و محتوای متنی تاسیس شده و فعالیت می کند.

در پی حذف ایمیل تحقیقات موسسه تحقیقاتی "نیلسون" نشان می دهد که عملکرد پیام های فوری که شبکه های اجتماعی عرضه می کنند قاتل شماره یک در نابودی و حذف سرویس های پست الکترونیک به شمار می رود.

از این رو ایمیل ها خود شبکه های اجتماعی را در فضای خود شریک کردند.

میکرو بلاگ ها (Microblogging)

روابط عمومی ها از این ابزار هم برای ارسال پیام های کوتاه خود همانند کاری که از طریق تلفن همراه انجام می دهند می توانند استفاده کنند.

نکته قابل تامل این که نوشتن پیام های کوتاه و اثرگذار دارای آن چنان اهمیتی است که دانشگاه گریفیت استرالیا پس از مشاهده کاربردهای اساسی توییت در خبر رسانی و هم چنین عدم توانایی دانشجویان خبرنگاری در استفاده موثر از این ابزار تصمیم گرفته است آموزش توییت را به یکی از واحدهای اجباری درسی تبدیل کند.

SEO= Search Engine Optimization

هدف SEO اصلاح کدها و ساختار سایت برای بالا بردن شانس آن در کسب رتبه های بالا در نتایج جستجو است.

SEO در حقیقت پروسه ای است که کمک می کند محتوای یک سایت ساده تر، راحت تر و به دفعات در اختیار موتورهای جستجوگر قرار گیرد.

SEO اصلاح تمام کدها، حذف کدهای زاید، کاهش حجم صفحات، تنظیم چگونگی نمایش متن صفحه، نحوه لینک دادن صفحات به یکدیگر، مطابقت کدهای سایت با استانداردهای موجود و تمام آن چه که به خود سایت مرتبط است را به عهده می گیرد

کلام آخر در این بحث

قدری تحقیق کنید و ببینید کدام اجتماعات (در اینترنت و در دنیای واقعی) به کار شما علاقه مندند و به آن اجتماعات پیوندید.

فقط به فکر تولید خبر نباشید، ببینید مخاطب شما، مشتری شما و کاربر شما در سایت به دنبال چیست؟

از کارکنان سازمان و تقویت ارتباطات درون سازمانی غافل نشوید.

تمامی انتشارات خود را به شیوه الکترونیک در شبکه اینترنت قرار دهید.

برای مشارکت کارکنان با استفاده از ابزارهایی که گفته شد برنامه ریزی کنید.