

طراحی مجدد وب سایت بی فایده است

مرگ دوباره ققنوس

افشین فرشچی امین

شاید هر بار که به طراحی دوباره وب سایت خود می اندیشید، واقعا به آن احتیاج نداشته باشید. تجربه ثابت کرده است که طراحی مجدد، علاوه بر این که گران تمام می شود، طلا را خرج مطلا کردن است، چون واقعا صرف مسائل مهم نمی شود. دغدغه های اصلی پیشنهاد، اعلان، جلب اعتماد، درخواست عمل و اتمام آن عمل است که این مسائل در محتوای سایت قرار دارند، نه در قالب سایت.

طراحی دوباره سایت (نه محتوای آن) فقط حکم بسته بندی دوباره را دارد و بسته بندی دوباره یک محصول بی فایده، آن محصول را سودمند نمی کند. پس واقعا چه چیزی در طراحی وب تغییر ایجاد می کند؟

این موضوع کاملا درست است که طراحی دیداری سایت، حس تغییر را ایجاد می کند، ولی فاکتور اصلی نیست. آگهی های روزنامه، نامه های الکترونیکی رسمی، آگهی ها و ... لزوما جذاب نیستند. اغلب سادگی، صراحت، کسالت بار بودن یا راه حل های ناسازگار، جذابیت انگیز است.

فرمول اصلی موفقیت این است:

تعداد بازدیدکننده × ضریب تغییر = میزان موفقیت

تکنیک های افزایش بازدیدکنندگان

- بهینه سازی موتور جستجو در وب سایت
- بازاریابی پرداخت با کلیک
- ایجاد و تولید لینک
- محتوای خوب (چیزی که بتوان آن را به اشتراک گذاشت)
- پیشنهاد عالی
- اتصال به شبکه اجتماعی
- نشان تجاری قوی (که تعهد را به یاد مشتری بیندازد)
- دسترسی آسان به محتوای سایت
- گرافیک (فاکتور کم اهمیت).
- تکنیک های افزایش نرخ تبدیل
- درخواست عمل (در وب سایت خود یک دلیل بیاورید که کاربر بخواهد مطالب سایت تان را بخواند.)
- گزاره های مجاب کننده (که توجه را جلب

می کند و باعث افزایش اعتماد و هیجان می شود.)
- سهولت استفاده (تا جایی که می شود سایت را ساده نگاه دارید).

- اطلاعات کافی بدهید (کاربران را بکشانید و تا جایی که می توانید آن ها را در سایت نگاه دارید تا مطمئن شوید چیزی را که به دنبالش بودند، به دست آورده اند. باید مواظب باشید که خودتان در این میان به چیزی که می خواهید رسیده باشید.)

- هر چه بیشتر طراحی ها روی ظاهر و بسته بندی تمرکز کند، از پیغام اصلی فاصله می گیرد.
پس اگر طراحی دوباره فقط در حد بسته بندی جدید است، بهتر است از آن صرف نظر کنید.
بیشتر تغییرات، مبتنی بر حدس هایی انجام می شود که می تواند حتی از یک منبع آگاه، مطمئن و تحصیل کرده گرفته شود، اما باز هم اطمینانی نیست که قطعا به نتیجه مثبت برسد.



هیچ کس نمی تواند به طور قطع بگوید کدام طراحی جواب می دهد. تنها می توان گفت سرمایه گذاری روی عناصر کلیدی، می تواند نتیجه مثبت دهد.

تعدادی از عناصر کلیدی:

- تحقیق (شناخت مخاطبان تان، اهداف شان و چگونگی دستیابی به آن ها)

- SEO (معماری جستجوی هدفمند محتوا)

- USP (مشتری یابی مستقیم)

- CTA (درخواست عملیات)

- MVT (آزمایش چند متغیره)

- برداشت رونوشت از مطالب

- یک قدم نزدیک تر به طراحی دوباره.

- محتوای قابل دسترسی (تصاویر و متون را به شیوه ای قرار بدهید که با حداکثر سرعت ممکن بتوان از آن ها استفاده کرد.)

کم اهمیت ترین بخش این فهرست، ظاهر سازی سایت است؛ گرچه دسترسی ساده و تجربه راحت در اختیار قرار گرفتن اطلاعات، بدون شک احساسی دلپذیر به دست می دهد.

طراحی جذاب به خودی خود و نه به خاطر جذب کاربر، هنر است و هدف هنر، الهام بخشی است. در واقع، هدف طراحی، برقراری رابطه و وادار کردن به انجام عمل است. بنابراین:

- یک طراح خوب، پیغام شما را طراحی می کند نه بسته بندی را.

پیش از این که سراغ طراحی مجدد بروید، این سوالات را از خود پرسید:

آیا سایت شما دیده شده است؟

اگر سایت شما بازدیدکننده زیادی ندارد، روی بخش هایی تمرکز کنید که بتواند خدمات شما را نسبت به رقیبان بهتر توصیف کند. ببینید آیا سایت تان در ۱۰ یا ۲۰ جستجو اول گوگل هست یا نه؟! اگر نه، برای جستجوی هدفمند و SEO هزینه بیشتری کنید.

هدف سایت تان چیست؟

اگر نمی توانید هدف سایت تان را شفاف بیان کنید، از خیر طراحی های جذاب بگذرید و روی بخش بندی اهداف تان کار کنید.

چه کسانی و چرا از سایت شما استفاده می کنند؟

اگر هنوز نمی دانید که مخاطبان سایت شما چه کسانی هستند، لطفا پیش از این که سراغ طراحی وب سایت بروید، نگاهی به دفتر مشتریان تان بیندازید یا با چند دوست مشورت کنید. همچنین وقت خود را صرف این کنید که وقتی کاربران به سایت شما مراجعه می کنند، دنبال چه چیزی هستند و چه کاری در سایت شما انجام می دهند. سعی کنید بفهمید چه چیزی در وب درخواست بیشتری داشته است.

از بازدیدکننده چه انتظاری دارید؟

ممکن است نتوانید به سادگی به این پرسش پاسخ دهید. این مساله را برای خود روشن کنید که چه بازخوردی در سایت مورد نظر تان است؟ چگونه می خواهید محیط را برای افراد جذاب کنید؟ آیا هدف تان واقع بینانه است؟ جایی یادداشت کنید که می خواهید چه کسی سایت تان را ببیند، آن ها به دنبال چه چیزی هستند، هدف آن ها چیست و علاقه دارید چه کاری انجام بدهند. چه نوع گفتگویی اعتماد آن ها را جلب می کند و آن ها را برای قدم بعد ترغیب می کند؟

اطلاعات خود را به یک طراح وب حرفه ای بدهید

طراح خوب وب کسی است که قبل از شروع طراحی، ابتدا درباره سایت اطلاعات بگیرد. از سوی دیگر، هزینه کردن کپی رایتی مناسب و مهارت به خرج دادن در پیش برد، روندی ساده از ورودی تا هدف مساله است. مطمئن شوید این روند با مدل SEO شما همخوان است.

نظارت، آزمایش و نتیجه گیری

تحلیلی عمل کنید و بیاموزید که رفتار بازدیدکننده را هفتگی، از ابتدا تا آخر هفته تفسیر کنید. به طور متناوب، طراحی تمام مطالب مهم خود را دوباره بررسی کنید تا کارایی تغییرات سایت تان بالا برود.

سرگرمی های گوناگون

انجام کارهای مختلف با تصاویر دیجیتال شما

<http://www.bighugelabs.com>

برچسب هشدار بسازید

<http://www.warninglabelgenerator.com>

برای خودتان در آینده ایمیل بفرستید

<http://www.futureme.org>

میلیون ها جدول سودوکو

<http://www.websudoku.com>

لینکدونی

چهره نگاری آنالاین

<http://flashface.ctapt.de>

افکت های جالب برای عکس ها

<http://www.photofunia.com>

نوشتن با انگشت بریده!

<http://www.bloodyfingermail.com/message.php>

شما چه سالی به دنیا آمدید؟

<http://mumbojumbo.ir/1387/12/28>

انتشار جستجوهای گوگل به شیوه جدید!

<http://www.lmgtyf.com>

بازی های مخصوص هوش

<http://www.gamesforthebrain.com>

یکی تو بکش، یکی من!

<http://www.sketchswap.com>

تبدیل فینگلیسی! به فارسی در گوگل

<http://www.google.com/transliterate/persian>