דגשים לבניית האתר שלכם

ניתוח התשובות שלכם לשאלון מעלה את הצורך לשים דגש מיוחד על הנושאים הבאים בעת בניית האתר:

1. אפיון

אפיון הוא שלב הכרחי בבניית כל אתר אינטרנט, אך לכל סוג של אתר אינטרנט נדרשת רמה שונה של אפיון.

לפי התשובות שלכם לשאלון, הנקודות שיש לשים עליהן דגש באפיון הן:

- הגדרת מטרות האתר וקהלי היעד שאליהם פונה האתר
- עץ אתר: המבנה ההיררכי של האתר
- תבניות עמודי האתר: כולל הרכיבים הנדרשים לכל עמוד (לדוגמה: טופס, כפתורי שיתוף, וכדומה)
- התנהגות ממשק המשתמש (מה קורה כאשר מתבצעת פעולה כלשהי, כמו לחיצה על כפתור, שליחת טופס, מעבר עכבר, וכדומה)
- מפרט טכני: רשימת הרכיבים הטכניים, לרבות:
  - הפלטפורמה שבה האתר ייבנה (לדוגמה: וורדפרס, וויקס, ווכפלואו, שופיפיי, וכדומה)
  - תוספים שיותקנו על האתר – עם חלוקה לתוספים בתשלום וללא תשלום (לדוגמה: אלמנטור פרו, יואסט, גראביטי פורמס וכדומה)
  - התממשקויות – רשימה של מערכות שאליהן האתר צפוי להסתנכרן (לדוגמה: מערכת דיוור, CRM, וכדומה)
  - רכיבי אבטחה שיותקנו באתר/בשרת

2. Search Engine Optimization – SEO – התאמה למנועי החיפוש של גוגל

לפי תשובותיכם לשאלון אין לכם צורך הכך שגוגל יזהה את האתר שלכם ויפנה אליו, אך עדין כדאי לקחת בחשבון כמה נקודות מאחר שהן רלוונטיות גם לטובת הנגשת האתר לבעלי מוגבלויות וגם למיטוב חווית הגלישה באתר:

- תיוג נכון של כותרות בטקסטים השונים באתר, לפי היררכיה שמסייעת לגוגל להבין איזה טקסט הוא כותרת ראשית, איזה משנית ואיזה טקסט רגיל. תיוג זה נעשה לפי רמות של H: H1,H2,H3 וכן הלאה.
- כתובות העמודים (URL) צריכות להכיל טקסטים בעלי משמעות (למשל: services/).
- יש לוודא שהאתר יחובר ל-google analytics ול-Google Search Console כולל העלאת site map ידנית אם יש בכך צורך.

3. מהירות טעינה

המהירות שבה האתר נטען חשובה גם לחוויה של הגולש וגם לדירוג במנוע החיפוש של גוגל, ולכן יש כמה דברים שכדאי לשים לב אליהם כבר בשלב בניית האתר:

תמונות:

רצוי להקטין את משקל התמונות לפני שמעלים אותן לאתר (מקסימום 0.5mb). אפשר לעשות שימוש בתוסף שמקטין את התמונות אוטומטית כבר בזמן ההעלאה שלהן לאתר.

באתרים שבהם יש צורך בתמונות באיכות גבוהה, וידיאו או קבצים כבדים אחרים – כדאי לשקול פתרונות ייעודיים למקרים מהסוג הזה, שיאפשרו חווית גלישה טובה באתר למרות משקל התמונות (למשל: שרת CDN).

תוספים או קוד:

בתהליך בניית אתר אפשר לבחור בין כתיבת קוד ייעודי שיבצע פעולה מסוימת לבין התקנת תוסף – קוד שכבר נכתב על ידי אחרים ומבצע פעולה דומה, מה שחוסך זמן ומאמץ. אולם, להתקנת תוסף במקום כתיבת קוד יש גם מחיר, כמו המשקל שלו באתר, הקריאות שהוא מוציא לשרת ומאיטות את קצב הגלישה, עדכונים ולעיתים גם תשלום שנתי קבוע.

לכן, הבחירה בין כתיבת קוד לבין תוסף צריכה להיעשות בצורה מושכלת שבה בודקים את יתרונות השימוש בתוסף למול התועלת שלו. בהרבה מקרים, הצורך שלכם יכול להיפתר במספר שורות קוד וללא צורך בהתקנת תוסף, ולעיתים הבחירה ההגיונית היא בתוסף. בכל מקרה, חשוב לוודא שלבונה האתר שלכם את יש הידע לא רק להתקין תוספים, אלא גם לבחור עבורכם בפתרון האידיאלי ולכתוב קוד אם יהיה בכך צורך.

4. עיצוב

שלב העיצוב אינו מסתכם בבחירת צבעים ועיצובים. הוא משפיע על חוויית המשתמש, ומשפיע על האופן שבו גוגל יתפסו את האתר שלכם. אם האתר שלכם אינו נוח לגלישה בשל שימוש בפונטים קטנים או לא קריאים, כפתורים שקשה ללחוץ עליהם או ניגודיות שלא מאפשרת קריאה נוחה – גם הגולש וגם גוגל לא יאהבו את התוצאה.

לכן, חשוב לשים דגש על:

1. ריספונסיביות: התאמה למכשירי קצה שונים הכרחית. בעניין זה הנטייה היא לעצב את האתר קודם כול לתצוגת WEB על מסך מחשב, ורק אז לבצע התאמות למובייל. ברוב המקרים הגלישה ממכשירים ניידים היא העיקרית, ויש לשים לב לכך.
2. פשטות: בהרבה מקרים מושקעים מאמצים להפוך את האתר, ובעיקר את דף הבית, למרשים על ידי שימוש בהנפשות, סרטונים שרצים ברקע, באנרים מתוחכמים וכדומה. זכרו שדף הבית ייראה כך בעיקר בתצוגת WEB, ואילו בתצוגת מובייל יאבד הרבה מהקסם. שנית, לשימוש בהנפשות ובסרטונים יש השלכות על מהירות האתר, הנגישות שלו ואלמנטים נוספים. החוכמה היא לייצר אתר מרשים – אך פשוט. במקרה הזה LESS IS MORE, וזה גם יחסוך לכם לא מעט כסף בעיצוב ובפיתוח.
3. הקשיבו להמלצות של מעצב האתר לגבי חוויית משתמש וזכרו שאתם לא הלקוח הסופי, אלא הלקוח שלכם.

5. תוכן – בלוג/ מגזין/ מרכז ידע

הקמת בלוג/מרכז ידע היא אחת הדרכים להוכיח את ערכי המותג שלכם, למצב את עצמכם כמומחים בתחומכם ולהדגיש את הייחודיות והבידול שלכם. יתרון משמעותי נוסף לשילוב של בלוג/מרכז ידע באתר הוא ההזדמנויות שהוא פותח מול מנוע החיפוש של גוגל, שכן יש לכם הזדמנות לכתוב תוכן שרלוונטי לביטויי מפתח הקשורים בעולמות התוכן שלכם, לקבל כניסות של קהל יעד רחב יותר, זמני שהייה גבוהים יותר עבור תוכן איכותי, לצבור יותר צפיות בדפים באתר ועוד.

הקמת בלוג כרוכה בעיצוב של שתי תבניות נוספות לפחות:

- עמוד בית לבלוג, שמרכז את הכתבות והמאמרים ומאפשר במקרה הצורך חלוקה לקטגוריות.
- עמוד פנימי לכתבות ולמאמרים, שצריך להיות מעוצב באופן מיטבי לקריאה נוחה של טקסט ולביצוע פעולה בסופו.

היזהרו מ"תסמונת הפוסט השלישי", זו שבה אתם מוותרים על השימוש בבלוג אחרי שלושה פוסטים, מחוסר זמן, רעיונות או תוכנית תוכן מסודרת. השתמשו בחברת תוכן שתוכל להפיק תוכן באופן שוטף (לרוב: לרוב בין כתבה אחת לארבע בחודש).

6. חיבורים והתממשקויות

חלק מבוני האתרים ימפו את הנושא של חיבורים והתממשקויות תחת האפיון ואחרים לא. שימו לב שהנושא לא נופל בין הכיסאות: אם הנושא לא קיבל התייחסות באפיון, חשוב לשבת ולשרטט את הפלואו של כל אחד מהחיבורים וההתממשקויות באתר.

נסקור רכיבי חיבור נפוצים ונקודות למחשבה:

- טופסי צור קשר, הרשמה לניוזלטר, לידים ופניות: יש להחליט מי בצד שלכם מקבל אותם ובאיזה אופן, אם ממלא הטופס מקבל באופן אוטומטי מייל חוזר (מיידי, אחרי תקופה, או שניהם), אם הפנייה מתועדת במערכת כלשהי (למשל CRM), ובמקרה של ריבוי טפסים מסוגים שונים – הפניית טפסים שונים ליעדים שונים ושמירה על תיעוד מסודר.
- באתרי מכר – e-commerce: יש לבדוק את הצורך במעקב אחרי נטישת עגלה, חיבור למערכת מלאי, מערכת סליקה, שליחת חשבוניות וקבלות באופן אוטומטי, ניהול מועדון לקוחות וכדומה.
- מערכות דיוור – לרוב, בונה האתר יספק חיבור של המערכת שאליה אתם מנויים אל האתר. אם אין לכם מערכת כרגע, יש לשקול איזו מערכת הכי מתאימה לצרכים שלכם.

חשוב לדעת שמערכות הדיוור הפכו למתוחכמות מאוד בשנים האחרונות, והן פותחות אפשרויות למקסם את השימוש בהן לטובת העסק שלכם, בין אם מדובר באוטומציות הקשורות לקידום המרות (למשל שליחת מייל ייעודי ללקוח בעקבות נטישת עגלת קניות יכול להחזיר אותו למסלול הרכישה) ובין אם באוטומציות שחוסכות לכם זמן וכוח אדם עבור ביצוע פעולות שחוזרות על עצמן

(מייל תודה, קביעת פגישות, תזכורות, שליחת חשבוניות/קבלות, מענה לשאלות נפוצות ועוד).

- צ'אט בוט – רכיב זה לרוב לא יגיע כחלק אינטגרלי מבניית האתר ויהיה עליכם לפנות לאיש מקצוע העוסק בכך. עם זאת, במידה שאתם מתכננים לשלב צ'אטבוט באתר – כדאי ליידע את המעצב, ולהימנע ממצב שבו הכפתור הכי חשוב בעמוד מוסתר ע"י הצ'אטבוט.

7. פיקסלים

פיקסלים הם למעשה מקבץ שורות קוד שמספקות רשתות חברתיות, מערכות גילוי תוכן ומערכות פרסום כמו גוגל אדס, ואותן משלבים בקוד האתר. הפיקסלים מאפשרים "לצבוע" את הקהל שביקר באתר שלכם, לבנות קמפיינים חכמים יותר על בסיס ההתנהגות שלהם באתר ולמטב את המשפך השיווקי שלכם. את הפיקסלים כדאי להטמיע בקוד של האתר או דרך תג-מנג'ר ולא באמצעות תוספים.

פיקסלים נפוצים: גוגל אדס, פייסבוק (ואינסטגרם), לינקדאין, אאוטבריין, טאבולה.

8. אבטחה

מיפוי רכיבי האבטחה של האתר נמצא בשלב האפיון, אך ראינו לנכון להדגיש את נושא תעודת ה-SSL. תעודה זו מצפינה את התקשורת בין המחשב של הגולש לשרת. תעודת SSL הפכה ל(כמעט) חובה; כל מערכת קידום ממומן תדרוש מכם התקנה של תעודה כזו באתר. גוגל מתייחסת לתעודה זו כחובה בשיקולי דירוג האתרים, ודפדפני האינטרנט מציגים התרעה לצד אתרים שאין להם תעודה שכזו. לכן, עליכם לוודא שתותקן באתר תעודת SSL (לתעודה עלות שנתית, ולרוב חברות האחסון יציעו אותה כשירות בתשלום נוסף או כחלק מהשירות).

9. נגישות

לפי הדין הישראלי, בעלי אתרים מחויבים לפעול להנגשתם של האתרים לבעלי מוגבלויות, לפי רמות שונות של הנגשה (כך, למשל, אתר ממשלתי מחויב בהנגשה יותר מאתר פרטי). החובה להנגיש את האתר אינה מוטלת על החברה שבונה לכם את האתר, ולרוב ההנגשה נעשית על ידי מומחי הנגשה לאחר שהאתר באוויר. עם זאת, ההמלצה שלנו היא לפנות למומחה הנגשה כבר בשלב האפיון (ולפני שהאתר נבנה) על מנת "לחסוך" מראש שימוש ברכיבים שמורכב ויקר להנגיש אותם (גלריות קרוסלה, באנרים וצ'אטבוטים). כך, ההנגשה תוזל משמעותית בסוף בניית האתר.

2 מושגים שכדאי שתכירו

1. דומיין

דומיין הוא השם הייחודי של האתר שבאמצעותו הרשת יודעת מהיכן לשאוב מידע ובהתאמה להציג לגולש את האתר שלכם. במידה שאין לכם דומיין - יהא עליכם לרכוש

אחד. יש לשים לב לאפשרויות השנונות של סיומות, בהתאם לאופי האתר שלכם ולמטרותיו. אם כבר יש לכם דומיין ואתם מחליפים שרת אחסון, תצטרכו להגדיר מחדש את היעד שאליו הוא מפנה (כתובת IP של השרת).

2. שרת אחסון

אתר האינטרנט שהגולש צופה בו הוא למעשה קבצים של טקסטים, תמונות וסקריפטים שבונים את נראות האתר ותכניו. כל אלה צריכים בית שיכיל אותם ויאפשר להם להיטען לגולש כשהוא קורא לדומיין (נכנס לאתר שלכם).

חוות שרתים היא למעשה אוסף מחשבי ענק המתוחזקים בסביבה שמורה ומאובטחת. ברכישת שרת אחסון אתם מקבלים שטח משלכם בתוך החווה הגדולה, בעל כתובת ייחודית לכם (כתובת IP).

חשוב לוודא שהשרת שרכשתם מאובטח ומגובה.

בהצלחה!