

## מדריך בניית אתרים

### (עקבו אחר השלבים להצלחת תהליך הקמת אתר האינטרנט שלכם)

בשורות הבאות, ננסה להצביע על מספר קווים מנחים בהקמת אתר אינטרנט. אין מדובר ב"ספר בישול" ל איך לבנות אתר ולא נתיימר להנחות כיצד לפתח או לתכנת. אתר אינטרנט הוא שם כוללני למדי למספר רב של ישויות שהמכנה המשותף ביניהן הוא השימוש בשפת תוכנה כלשהי, לתיאור גראפי \ טקסטואלי של תכנים ותהליכים שונים, מאוחסנים בשרת ומוצגים על גבי רשת האינטרנט. אנו ננסה להצביע על התהליך הנכון ושלביו בבואך "לבנות אתר". מעקב אחר התהליך הנכון ודבקות בשלביו, ימנע כשלים רבים שלהם אנו עדים לא פעם אצל לקוחותינו שחוו תהליך אחר בעבר.

אנשים רבים משתמשים במונח: לבנות אתר. אמירה זו, מפשטת את תהליך הקמת אתר אינטרנט ויוצרת הטעייה בבסיס האמירה. אך על מנת ליישר קו עם המונחים השגורים בפי רוב, ננסה להקביל את תהליך בניית אתרים באינטרנט לבנייה של בניין.

נתחיל בשלב הראשון שבו מוגדר הצורך שלשמו מוקם הבניין. נבדק קהל היעד (ציבור דתי, חרדי, חילוני, צעיר, מבוגר, משפחות וכו') נבדק מיקומו של הבניין (עירוני, כפרי ועוד) אלו שאלות שישפיעו עמוקות על מבנהו ורכיביו של המבנה. (בנייה אורבאנית שונה מבנייה כפרית, התשתיות שבהן ישתמש הבניין יהיו שונות ועוד). מה כמות הדיירים הצפויה לאכלס את המבנה ומה צרכיהם? - האם יש צורך ב 2 מעליות או אחת תספיק. האם יש צורך לספק חנייה ייעודית לתושבי המבנה או שמה כמות הדיירים ביחס לאזור המגורים תאפשר שימוש בחנייה ברחוב? האם יש צורך בתשתיות חשמל, מים, ביוב, תקשורת חריגות מהרגיל - יש חשיבות רבה לעומס שיווצר בכמות דיירים גבוהה. כיצד תתאפשר הגישה למבנה? האם יש צורך בגישה ייחודית ועוד כהנה וכהנה שאלות רבות.

לשאלות אלו, אמור לספק תשובות הארכיטקט ומן הסתם כאשר המבנה הוזמן על ידי לקוח ולא נבנה על ידי קבלן שימכור את המבנה מאוחר יותר תידרש עבודה משותפת בין הארכיטקט ללקוח המזמין על מנת לענות על כל השאלות הללו.

בהקמת אתר אינטרנט קיימים קווים מקבילים רבים בתהליך ההקמה והפיתוח של האתר.

ננסה לפרט את האבנים המרכזיות בתהליך ולאחר מכן נתמקד בכל נקודה.

1. אפיון צרכים

2. כתיבת מסמך דרישות

3. מסמך אפיון

4. רכישת שם מתחם - דומיין

5. בחירת תשתית טכנולוגית

6. עיצוב

7. מציאת ספק בניית אתרים

8. איסוף חומרים

9. דרכי שיווק האתר (אופציונאלי - כוללות בצרכים וב ROI)

10. קביעת מדדים ויעדים - מעקב אחר ביצועי האתר ושיפור בהתאם.

## אפיון צרכים

כל עשייה שהיא, בכל תחום בחיים מונעת ממטרה כלשהי. המטרה נקבעת על בסיס הצרכים שצריכים לקבל מענה. עשייה ללא מטרה תוביל לתוצאות שאינן ניתנות לצפייה וכנראה שיובילו למאמצים מיותרים, שכן עשייה לשם העשייה היא צורך נדיר.

הגדרת המטרה תגדיר גם את הפעולות שיתבצעו. בדומה לארכיטקט בניין, ישנו ארכיטקט מערכת. תפקידו לתכנן את מבנה המערכת או את מבנה האתר על מנת שישירותו בצורה הטובה ביותר את הצורך שאתר האינטרנט בא למלא. על מנת לאפשר לו לעשות כן, יש להגדיר היטב מהי המטרה שלשמה מוקם אתר האינטרנט. המטרה תוגדר על ידי הבנת הצרכים שיקבלו מענה באתר אינטרנט. בשלב זה יכתבו המטרות, הצרכים ויאופיינו.

במקרה שמדובר באתר אינטרנט פשוט יתכן ואפיון צרכים זה ייכתב על ידי הלקוח ובצורה פשטנית אך בדומה לכל תחום אחר קיימים אנשי מקצוע שידעו להכווין ולייצר אפיון צרכים מקצועי ומדויק. אפיון שכזה יתרום רבות לתהליך בהמשך הדרך. באמירת אגב, נוסף כי ניתן להבחין בנקל באמירה החוזרת לאורך כל השורות הללו בנוגע לתהליך. חשיבותו של התהליך נמצאת בבסיס העשייה ודבקות בו תייצר תוצאה שבסבירות גבוהה תשיג את המטרה.



אפיון הצרכים יכול בעיקר הגדרות "רכות" כגון: מה ברצוני לשדר באמצעות האתר, מהן הפעולות שיתאפרו לגולש במסגרת האתר, מה ברצוני שיקרה בזמן או לאחר שגולש יבקר באתר

(האם אני מעוניין בהגדלת מכירותיי? לקוחות חדשים? לקוחות חוזרים?)

האם אני מעוניין שהגולש יתרום תוכן משלו? האם אני מעוניין להעביר לו מידע משלי?

האם אני מעוניין בחיזוק או בשינוי מיתוג באמצעות האתר? תמיכה בתהליכים עסקיים קיימים או ייעול תהליכים אלו ועוד).

## מסמך דרישות

לאחר שהבנו את מטרות האתר, ניגש למלאכת "התרגום" של המטרות לדרישות פונקציונאליות. ישנם כלים טכנולוגיים רבים שבהם נוכל להשתמש על מנת להשיג את המטרות שהגדרנו במסמך אפיון הצרכים. מסמך הדרישות יפרט מה יכיל האתר, אילו עמודים, מה יהיו מאפייני העמודים הללו - למשל עמוד יצירת קשר, האם יכיל פרטי יצירת קשר טקסטואליים או שמא יהיה זה טופס פרטים שעל הגולש למלא. האם האתר יכיל פורום או בלוג? במידה ויכיל פורום, מה יהיו ההתנהגויות הספציפיות של הפורום. למשל: האם ניתן יהיה לייצר פורומים נוספים תחת הפורום הראשי? האם גולש יוכל לעשות זאת או האם עליו לקבל אישור של מנהל האתר. במקרה של צורך באישור כיצד יעבוד התהליך ועוד.

מסמך הדרישות צריך להיות מפורט ככל האפשר, עם ירידה לרזולוציות הנמוכות ביותר האפשריות.

לעיתים מדובר במשימה לא פשוטה אך כפי שכבר ציינו, עמידה במטלות אלו תייצרנה תהליך שיימנע בעיות רבות ומגוונות בהמשך. נסייג דברים אלו: רמת הפירוט של מסמך הדרישות תלויה בהיקפו של האתר ובמורכבותו. לעיתים מדובר בכמות רבה של נתונים והתנהגויות שיש קושי אמיתי לאפיון את כולם בשלב ההתחלה. במקרים מסוג זה קיימת בשנים האחרונות נטייה לשנות גישה ולעבוד בצורה שונה במעט.

הדרך הנ"ל נקראת Agile - ועקרונותיה "על קצה המזלג" הם:

מתוך הנחה שלא ניתן לאפיון מהתחלה את כל הדורש אפיון ובלאו הכי במהלך הדרך משתנים דברים כתלות בהבנה



המתחדדת בעקבות התהליך, נוקטים בגישה של חלוקת הפרויקט למקטעים קצרים ומוגדרים היטב בלוחות הזמנים. בתוך כל פיסת זמן קבועה מאפיינים רק את השלב הקרוב. בסוף מהלך שכזה מנתחים את הקיים ועל בסיסו קובעים את התכולה לשלב הבא. עקרון ה Agile הינו עקרון שתופס תנופה רבה בשנים האחרונות ומצליח לייצר תהליך חדש ומעניין. בכל הנוגע להקמת אתר אינטרנט, חשוב להבין את סדרי הגודל. על פי רוב הקמת אתר אינטרנט אינה מצריכה נקיטת שיטה זו ובהחלט קיימת אפשרות סבירה לכתיבתו של מסמך דרישות מקיף וכולל שיכיל בתוכו את כל תכולת הפרויקט.

## מסמך אפיון

לאחר שהגדרנו את הצרכים והמטרות במסגרת אפיון הצרכים, ופירטנו את הדרישות במסמך הדרישות ניגש כעת לכתיבת מסמך האפיון.

לא פעם, מתקיים שיכול הגדרות בין מסמך האפיון למסמך הדרישות וקיים בלבול ביניהם.

מסמך האפיון יכול בתוכו חלקים נרחבים של מסמך הדרישות ולעתים שמדובר באתר אינטרנט פשוט יתכן ונסתפק במסמך הדרישות בלבד. מסמך האפיון מהווה תרגום מפורט יותר של מסמך הדרישות ומפורטים בו חלקים "עמוקים" יותר שימשו את מפתח האתר במלאכת הקמת אתר אינטרנט.

מסמך זה, טוב יעשה אם יכתב על ידי אנשי מקצוע. בשלב זה אנו נמצאים בנקודה מתקדמת

וישנה חשיבות רבה להבנת הטכנולוגיה והתהליכים המתבצעים מאחורי הקלעים

ביחד עם הבנת הצרכים והדרישות. ושוב נחזור לנושא התהליך -

כתיבת האפיון כפופה להבנה מעמיקה של הצרכים, הדרישות והמטרות.

כתיבת אפיון בטרם כתיבת הנ"ל תייצר אפיון שיגדיר כיוון עבודה שגוי ומוטעה. זוכרים את ארכיטקט הבניין? ללא הבנה של

צרכי הדיירים יתכן הארכיטקט בניין שלא יתאם את צרכיהם. השלב של האפיון מקביל לשלב שבו תוכנית הארכיטקט

עוברת למהנדס הבניין. מהנדס הבניין מסתמך על תוכנית הארכיטקט וממנה גוזר את תוכניותיו לגבי המימוש של הבניין.

## רכישת שם מתחם - דומיין

רכישת שם המתחם (דומיין), נראית כביכול דבר של מה בכך. מבחינה טכנית אכן כך. כל שיש לעשות הוא לגלוש לאתר של

אחד מרשמי שמות המתחם, לבדוק כי השם שברצונכם לרכוש פנוי ולבצע את הרכישה. מבחינה עסקית, מדובר בהחלטה

הרבה יותר משמעותית. ההחלטות שיש לקחת מגלמות בתוכן שאלות כגון: באיזו סיומת לרכוש את השם?

(co.il, com,org, וכו'...) מה השם שאותו נרכוש? לשם משמעות רבה בהסתברות למציאת האתר ברשת.

לא כל שם שתחפצו בו יהיה פנוי ולכן יש להפעיל יצירתיות רבה בבחירת השם.

היכן נרכוש את שם המתחם? ועוד כהנה וכהנה שאלות.

לעניין הסיימות, ננסה לסדר מעט את העניינים.

סיומות COM מציינות אתר עסקי ולרוב, לפחות בעבר, דובר בעסקים הממוקמים בארה"ב. סיומת CO.IL מציינת אתר

עסקי הממוקם בישראל. סיומת ORG.IL מציינת אתר ממשלתי או של ארגון ללא כוונות רווח. חשוב לציין כי חלוקה זו היא

חלוקה עקרונית ויחד עם זאת עדיין ניתן למצוא אתרים בסיימות מסוימות שלא עומדים בהתאמה זו מבחינת תוכנם

ומטרותיהם.



ניתן לרכוש שם מתחם מרשם ישראלי (ספק מוכר ומומלץ הוא : דומיין דה נט ) או מרשם בחו"ל (ספק גדול ומוכר הוא : GoDaddy)

## בחירת תשתית טכנולוגית

בשלב זה, התקדמנו כבר דרך בתהליך של לבנות אתר וכעת עלינו לבחור את התשתית עליה אתר האינטרנט יפותח. קיימים שיקולים רבים גם בבחירה זו ואין תחליף לייעוץ של איש מקצוע בנושא זה. אנו ממליצים לממש הקמת אתר אינטרנט על גבי תשתית קוד פתוח מסיבות רבות.

חלקן: סטנדרטיזציה, עלויות עתידיות נמוכות, אפשרויות הרחבה מגוונות, בעלות מלאה על קוד ותשתית האתר ועוד סיבות רבות וטובות. חשוב ביותר לדרוש, כי אתר אינטרנט יסופק עם מערכת ניהול תוכן. כיום אין כמעט ספק שמספק אתר אינטרנט ללא מערכת שכזו, אך חשוב לוודא זאת. בנוסף, חשוב להבין האם מערכת ניהול התוכן של אתר אינטרנט היא מערכת פתוחה וסטנדרטית (דוגמת מערכות ניהול תוכן של תשתיות קוד פתוח כגון דרופל - Drupal וג'ומלה - Joomla) שתאפשר בעתיד מעבר בין ספקים או שמא מדובר במערכת פרי פיתוח של החברה ממנה נרכש האתר, עובדה שמייצרת מעין "חתונה קתולית" עם אותו ספק.

כמו בכל שיקול שנלקח בתהליך זה, עומדת לנגד עינינו המטרה! ובשיקול זה, בדומה לשיקולים האחרים, יש לבדוק ולשקול כל החלטה אל מול ה ROI - החזר על ההשקעה והאם העלות מצדיקה את מטרותנו.

## עיצוב

כפי שצינו, לכל אתר ישנה מטרה. על מנת להשיג את המטרה יש למכור את הנושא שמוצג באתר. נאמר כבר לא פעם "כי טוב מראה עיניים..." מכירה של מוצר, רעיון, חברה מצריך נראות מתאימה ומהוקצעת. שלב העיצוב הינו שלב חשוב ביותר ואין להקל בו ראש. רוב הספקים העוסקים בהקמת אתר אינטרנט מציעים גם שירותי עיצוב אתרים. היתרון בעסקת חבילה שכזו הוא העבודה מול גורם אחד!



במקרה של הקמת אתר אינטרנט יש לכך חשיבות גבוהה. גם לך כלקוח וגם למפתח שכן צריכה להיות התאמה בין העיצוב למבנה האתר ברמה הפיתוחית. בכל מקרה, גם אם עבודת העיצוב תתבצע על ידי מעצב שאינו של החברה לבניית אתרים חשוב לייצר תקשורת בין שני הספקים (עיצוב ופיתוח) בטרם תחל עבודת העיצוב. העיצוב יכול לשמש כנקודת התייחסות טובה למפתח לגבי הכיוון שאליו האתר הולך, לתמוך באפיון של האתר ולספק נראות טובה יותר של התוצר הסופי.

אם מעוניינים להפחית בעלויות ואין דרישה מיוחדת לעיצוב ניתן להשתמש בתבניות עיצוב מוכנות (Template) הקיימות בשפע ומותאמות לתשתיות פיתוח שונות. חלקן של התבניות מסופק בחינם וחלקן בעלות נמוכה יחסית. והחשוב מכל : לייצר דיאלוג בין הפיתוח לעיצוב. זה ימנע בעיות רבות בהמשך. אמירת אגב : לקוחות רבים מתקשים להבין מדוע נושא העיצוב מצריך זמן רב כל-כך ומדוע הטמעתו באתר מצריכה זמן רב יותר. אז מעבר לעובדה שמפתחים הם ממאדים ומעצבים הם ממאסר קיים קושי אמיתי כמעט בכל תשתית פיתוח

בהטמעת עיצוב שאינו סטנדרטי ועובדה זו מייצרת עבודת התאמה רבה. טיפ זה יכול לשמש אתכם במידה ואתם מחפשים מקומות בהם ניתן לחסוך. השתמשו בתבניות או בעיצוב סטנדרטי.

## מציאת ספק בניית אתרים

אנו עומדים בפני אחת ההחלטות הגורליות בתהליך: אם מי לעבוד? חשוב לציין כי תהליך של הקמת אתר אינטרנט הוא תהליך שבו הלקוח והספק הולכים יד ביד ויש חשיבות עליונה לכימיה בין השניים. אנו מעמידים קריטריון זה בראש סדר החשיבויות. מעבר לכך, קיימים הקריטריונים המובנים מאליהם: תיק עבודות, ניסיון, תנאי התקשרות, מחיר, תמיכה,



המלצות וכל מה שבדקים כאשר מחפשים ספק מכל תחום שהוא.

שוק בניית אתרי אינטרנט הוא שוק רווי ומוצף.

קיימים ספקים רבים וביניהם לא מעט צעירים שמספקים אתרים בעלויות נמוכות.

גם כאן נפעיל את מצפן המטרה. במידה והמחיר מהווה שיקול מרכזי ומורכבות האתר המבוקש אינה גבוהה, ניתן לשקול ספקים כגון אלה.

במידה ומעוניינים באתר שיוצר בתהליך נכון, אתר שימשם אותך לזמן רב,

שיאפשר גמישות מירבית בתחום של שינויים, שדרוגים ועוד כדאי לוותר על עבודה מול ספקים כגון אלו ולהתמקד בבעלי

הניסיון וההבנה העסקית. שכן מפתח אתרים טוב הוא גם בעל ראייה עסקית עשירה והבנה של מטרות האתר והכלים

שבהם ניתן להשתמש על מנת להשיג את המטרות העסקיות של אתר אינטרנט. מדובר למעשה לא רק בטכנולוג טוב, אלא

גם באיש שיווק, יועץ עסקי ושותף לדרך

שכן אתר אינטרנט מהווה זה מכבר נדבך חשוב ביותר בחייו של העסק.

## איסוף חומרים

בשעה טובה ומוצלחת, ספק הפיתוח החל בעבודתו המעצב מסיים בימים הקרובים את העיצוב וכל שנותר הוא לשים רגל

על רגל ולהמתין לתוצר.

אז זהו שלא! תהליך הקמת אתר אינטרנט הוא תהליך של שיתוף פעולה בין הספק ללקוח

והלקוח מהווה נדבך חשוב ומרכזי בתהליך. ישנם דברים שרק הלקוח יכול לספק ולאו לעשות.

אחד מהם הוא איסוף החומרים. רק אתה יודעים מה התכנים שיהיו באתר ואיך אתם רוצים להציגם.

תהליך איסוף החומרים אורך זמן ולא תמיד מסתיים עם עליית האתר לאוויר. מומלץ להתחיל תהליך זה בהקדם ויפה שעה

אחת קודם.

## דרכי שיווק האתר

אתר יפה ובנוי נכון, אינו ערובה להשגת מטרותיו העסקיות שכן ישנם מיליוני אתרי אינטרנט ברשת כיום והסיכוי שיתקלו

באתר אינטרנט מסוים קטנים מיום ליום. מסיבה זו, ישנה חשיבות אדירה לשיווקו של האתר.

לא זה המקום לפרט את כל הדרכים לשיווק האתר וממילא לא כל אתר יצריך את אותן דרכי

שיווק.



נציין רק כי קיימים שני ערוצים מרכזיים לשיווק : Offline ו Online.  
שיווק Offline מתייחס לכל פעילויות השיווק המתבצעות מחוץ לרשת האינטרנט.  
פעולות אלו הן הפעילויות המסורתיות. שיווק Online מתייחס לכל פעילויות השיווק המתבצעות על גבי רשת האינטרנט.  
בתחום זה, ניתן לציין את ה (Search Engine Optimization) SEO את ה (Search Engine Marketing) SEM  
ופעילויות הקשורות בכך כגון : שיווק באמצעות Google Adwards רישום האתר באינדקסים שונים וכן הלאה.  
במקרה הצורך, ניתן לבצע פעולות אלו באופן עצמאי אך מן הסתם יש צורך ללמוד את הנושא והתוצאות אינן מובטחות.  
לשם כך ישנם מקצוענים אשר תחום עיסוקים הוא שיווק אינטרנט. מומלץ לפנות לאחד מהם.

### **קביעת מדדים ויעדים - מעקב אחר ביצועי האתר ושיפור בהתאם**

מזל טוב! האתר באוויר הוא נראה טוב. ישנן גם פניות המגיעות מהאתר ועל פניו נראה כי המטרות מושגות. כל הכבוד. אך האינטרנט הינו מדיום דינאמי ויש לשמור כל העת על ערנות.  
יש צורך בביצוע אופטימיזציה מתמדת בשיווק ובאתר. את האופטימיזציה הזו יש לבצע על בסיס נתונים המלמדים אותנו על המגמות באתר. על מנת להשיג נתונים אלו, עלינו לחבר את האתר לכלי שיספק לנו את אותם נתונים. אנו נציין כלי אחד שנמצא בשימוש במרבית האתרים. זהו כלי מצוין שמספק את צרכיהם של מרבית בעלי האתרים ומלמד ברזולוציות טובות על נתוני הגלישה באתר. כלי זה הוא כלי מבית Google והוא מסופק בחינם, שמו : **Google Analytics** והטמעתו בכל אתר היא פשוטה ביותר אם כי יש צורך להכיר את הדברים. בקשו מהחברה לבניית אתרים כי תטמיע את קוד ה Google Analytics באתרכם זהו כלי ניתור חשוב ביותר.



השתמשו במדריך זה, כמורה דרך להצלחת תהליך הקמת אתר האינטרנט שלכם.  
בעמוד הבא, תמצאו Check List עמה ניתן לעבוד לאורך התהליך ולוודא את עצמכם שאתם עומדים ביעדים בדרך להצלחה.

שיהיה בהצלחה וניפגש ברשת.

**צוות דופיניטי – פתרונות אינטרנט**

## Check List לתהליך הקמת אתר מוצלח

הערות	סטטוס	שלב בתהליך
		אפיון צרכים
		כתיבת מסמך דרישות
		מסמך אפיון
		רכישת שם מתחם - דומיין
		בחירת תשתית טכנולוגית
		עיצוב
		מציאת ספק בניית אתרים
		איסוף חומרים
		דרכי שיווק האתר (אופציונאלי - כתלות בצרכים וב ROI)
		קביעת מדדים ויעדים - מעקב אחר ביצועי האתר ושיפור בהתאם

### סטטוסים מומלצים :

1. חדש
2. בתהליך
3. הסתיים