



دراسة واقع

المواقع الإلكترونية

لمكاتب الدعوة في منطقة مكة المكرمة

2017

التحول التقني
TechTrans



مقدمة

أصبحت المواقع الالكترونية جزءاً لا يتجزأ من أي كيان قائم على الأرض، فالموقع الالكتروني هو الواجهة الافتراضية للجهة في عالم الانترنت وأحد أهم قنوات التواصل بين الجهة وعملائها. لذلك أعنت كثير من المؤسسات عناية بالغة بمواقعها الالكترونية.

قمنا بعمل هذه الدراسة المخصصة لمكاتب التعاونية للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بمنطقة مكة المكرمة لتسليط الضوء على واقع مواقعها الالكترونية. قمنا بعمل تقييم ومنهجية للقياس لإيضاح مواطن الخلل لتمكن الجهات من العمل على تحسينها والرقى بها.

قد تكون بعض الأرقام سلبية نوعاً ما، لكن هذا لا يعني أن المواقع دون المستوى وأنها من غير فائدة، لكن يجب علينا من تحسين واجهتنا الإعلامية والاهتمام بشكل أكبر بمحتوى الموقع وتحديثه باستمرار ليكون حلقة وصل بيننا وبين جمهورنا.

كما نود أن نشكر المكتب التعاوني للدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بالطائف على دعمهم لهذه الدراسة، وإسهامهم في نهوض المواقع الالكترونية لمكاتب الدعوة بمنطقة مكة المكرمة.

سائلين المولى عز وجل أن ينفع بما كتبناه، وأن يساهم في تطوير واقع المواقع الالكترونية في القطاع الخيري.

فريق التقنية المباركة

منهجية الدراسة

هذه الدراسة تسلط الضوء على واقع المواقع الالكترونية لمكاتب الدعوة والإرشاد وتوعية الجاليات بمنطقة مكة المكرمة. وقد تم سؤال 60 مكتب عن وجود موقع إلكتروني لها وكانت النتيجة أن 67% من الجهات ليس لديها موقع إلكتروني، فهناك 16 جهة فقط من أصل 60 جهة أجريت عليها الدراسة. وقد تم سؤالهم بشكل مباشر عن رابط موقعهم الإلكتروني.

تم اعتماد مجموعة من المعايير لتقييم المواقع الالكترونية للجهات. يمكن الاطلاع على قائمة المعايير وشروحها في ملحق الدراسة. تم تقييم المواقع الإلكترونية يدوياً بالدخول للموقع وتقييمه بالإضافة إلى استخدام الكود المصدري للموقع الإلكتروني عند الحاجة. وكذلك أضيفت بعض الفوائد والتعليقات مع كل سؤال لتوضيح أهمية المعايير وما هو المأمول والمتوقع من كل معيار.

إن قلة اهتمام الجهات بمواقعها الالكترونية واضح بشكل كبير جداً، وهذا قد ينعكس على مدى تفاعل الجهات مع جمهورها، وبما أن وجود واجهة إلكترونية للجهة يعد من متطلبات هذا العصر فتحديثه والاهتمام به مطلب أهم لزيادة التفاعل والوصول لأكبر فئة مستهدفة.

الفصل الأول:

بنية الموقع



معلومات التبرع

التصميم

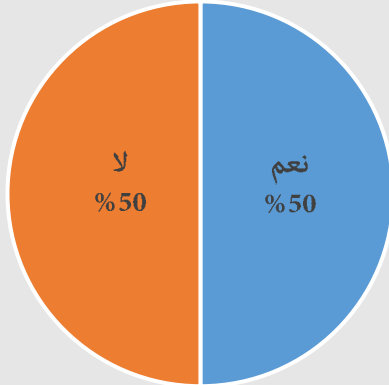
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

تمثيل الرابط لاسم المنظمة

هل الرابط الإلكتروني يمثل المنظمة ويدل عليها؟

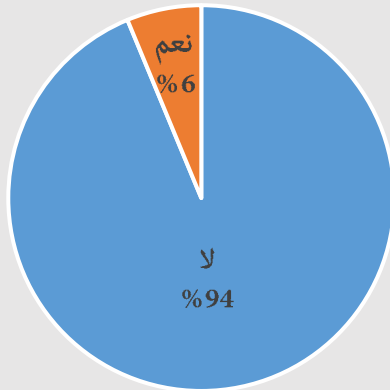


يعد رابط الموقع الإلكتروني أول شيء يراه المستخدم النهائي قبل أن يتصفح الموقع. لا بد أن يكون الرابط ممثلاً للمنظمة، بأن يحتوي على اسم المنظمة أو الاسم المختصر لها.

وجدنا أن نصف المنظمات المشمولة بالدراسة تمتلك رابطاً يمثل المنظمة ويدل عليها. في حين كان النصف الآخر منها يمتلك روابط لا تدل على المنظمة الخيرية.

تمثيل الرابط لاسم المنظمة

هل يوجد علامة داش (-) في الرابط بين الكلمات؟



رغم أنه لا مشكلة من وجود علامة الشرطة (-) في رابط الموقع الإلكتروني، إلا أن وجودها مرتبط بمواقع السبام والتي تحاربها محركات البحث. فيجب أن تبتعد المنظمة قدر الإمكان من أي احتمالية قد تجعل من رابطها الإلكتروني مشابهاً لروابط مواقع السبام.

وجدنا أن جزءاً قليلاً من عينة الدراسة (6% فقط) يستخدم رابطاً إلكترونياً يحوي على علامة الشرطة.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

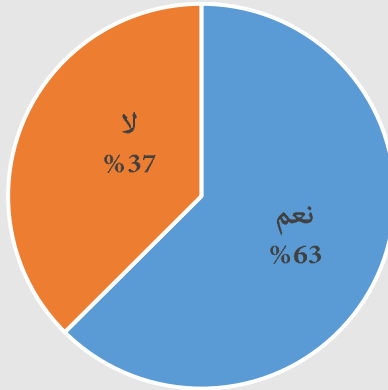
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

طول الرابط الإلكتروني

هل طول الرابط الإلكتروني أقل من 10 حروف؟



كلما طالت حروف الرابط الإلكتروني كلما كان صعب القراءة والتذكر والكتابة. لابد أن تحرص المنظمة على أن تمتلك روابط قصيرة وواضحة.

وجدنا ان ما يزيد على ثلث المواقع المشمولة بالدراسة (37%) تمتلك رابطاً يتجاوز طوله 10 حروف.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

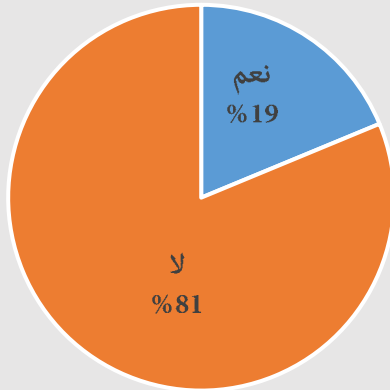
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

تبعية الرابط الإلكتروني للدولة

هل ينتهي الرابط الإلكتروني ب sa. ؟



انتهاء الرابط الإلكتروني للمنظمة بالامتداد sa. السعودي قد يعطي المتبرع ثقة أكبر بالمنظمة ويحفزه على التبرع لها. كما ان إجراءات الحصول على رابط بهذا الامتداد سهلة ومجانية للجهات الرسمية في المملكة. فلن تخسر المنظمة شيئاً من حجز رابط لها تح هذا الامتداد.

من كل عشرة منظمات خيرية مشمولة بالدراسة، كانت هناك منظمة واحدة تستخدم الامتداد sa. في الرابط الإلكتروني لموقعها.

معلومات التبرع

التصميم

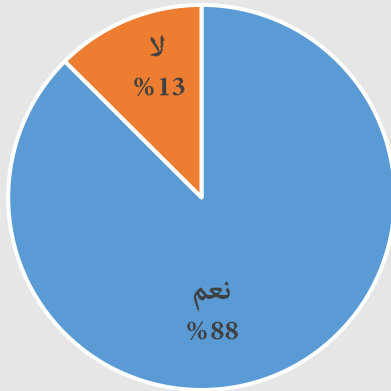
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

الاستضافة الخاصة

هل الموقع مستضاف على استضافة مدفوعة؟



من علامات جدية المنظمة الخيرية في الاهتمام بموقعها الإلكتروني هو وضعه على استضافة مدفوعة. وجود الموقع على استضافة مجانية يعطي المتصفح حساً من عدم الاحترافية في العمل.

وجدنا أن هناك 13% من المنظمات المشمولة في الدراسة تمتلك مواقع على استضافات مجانية. في حين كانت الأغلبية من المنظمات الخيرية المشمولة بالدراسة (88%) قد وضعت مواقعها على استضافات مدفوعة.

معلومات التبرع

التصميم

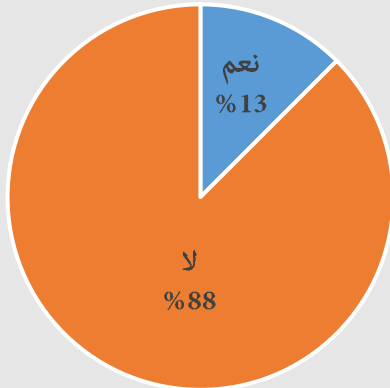
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

الحماية

هل توجد شهادة الأمان SSL ؟

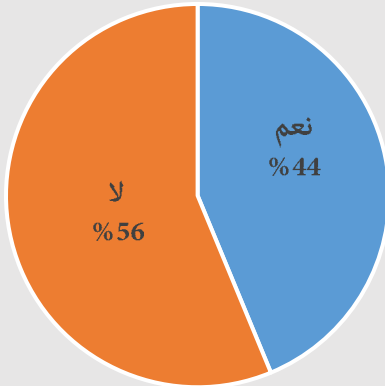


شهادة الأمان SSL أو بروتوكول الاتصال الآمن هي وسيلة ذات تكلفة بسيطة لحماية المعلومات و تشفير البيانات الهامة كالأرقام السرية، أرقام بطاقات الائتمان، و المعلومات الشخصية التي يتم إدخالها عبر موقعك الإلكتروني. وجودها هو دليل على اهتمام المنظمة بسرية البيانات التي يدخلها عملاؤها والمستفيدون منها في الموقع.

فقط 13% من المنظمات الخيرية المشمولة بالدراسة تمتلك شهادة أمان SSL في موقعها الإلكتروني.

النسخ الاحتياطي للموقع

هل النسخ الاحتياطي يتناسب مع حجم التفاعل ؟



بعد النسخ الاحتياطي لمحتوى الموقع من أبسط الحلول وأهمها لضمان عدم ضياع بيانات الموقع عند حصول خطأ أو كارثة تؤدي إلى حذف هذه البيانات. ومع تزايد الهجمات الإلكترونية فقد أصبح من الضروري أن تقوم المنظمة الخيرية بعمل نسخ احتياطية بشكل دوري يتناسب مع حجم تغيير وتحديث بيانات الموقع الإلكتروني.

وجدنا أن 44% من المنظمات الخيرية تقوم بالنسخ الاحتياطي لبيانات موقعها الإلكتروني بشكل يتناسب مع حجم التفاعل، في حين كان 56% منها لا تقوم بعمل نسخ احتياطي للبيانات بشكل يتناسب مع حجم التفاعل في الموقع الإلكتروني.

معلومات التبرع

التصميم

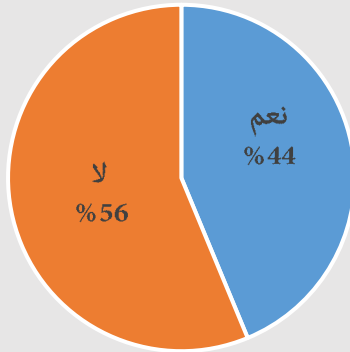
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

سرعة الموقع

هل حجم الصفحة الرئيسية لا يزيد عن 3 ميغابايت؟



يعتبر حجم الصفحة الرئيسية من أهم المعايير لقياس سرعة تحميل الموقع وتصفحه. فكلما زاد حجم الصفحة الرئيسية كلما انتظر المستخدم أمام شاشة جهازه مدة أطول حتى يستطيع تصفح الموقع.

وجدنا أن 44% من المواقع المشمولة في الدراسة لا يزيد حجم صفحتها الرئيسية عن 3 ميغابايت، في حين زاد حجم الصفحة الرئيسية عن 3 ميغابايت في 56% منها.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

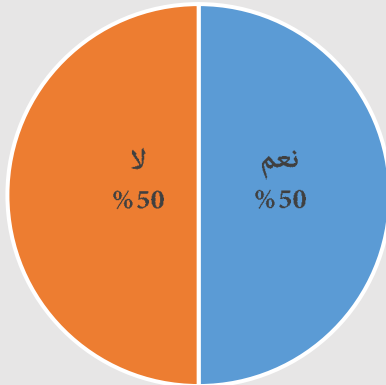
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

سرعة الموقع

هل سرعة تحميل الموقع لا تتجاوز 5 ثوان ؟



من المعايير المهمة لقياس سرعة الموقع هي المدة المنتظرة حتى يتم تحميل الصفحة الرئيسية. الصفحة التي تستغرق وقتاً أطول قد يغادرها المستخدم النهائي في حال ضجره. يجب أن تحرص المنظمة على تقليل الوقت الذي يحتاجه الموقع ليكتمل تحميله حتى لا تخسر متبرعين محتملين. كانت نصف المواقع المشمولة في عينة الدراسة لا تتجاوز حاجز الـ 5 ثواني ليكتمل تحميلها، في حين كان تخطي النصف الآخر من المواقع هذا الحاجز.

التواصل والتفاعل مع الجمهور



بنية الموقع

التواصل والتفاعل

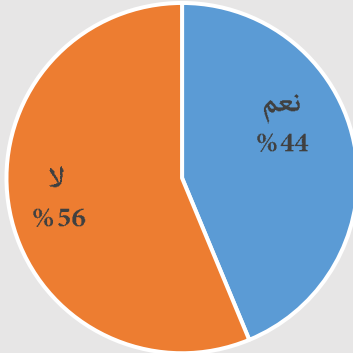
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

التعليق على محتوى الموقع

توفر خاصية الرد في الأخبار والمقالات أو سجل الزوار؟



إن توفر التعليق على محتوى الموقع سيجعل المنظمة قادر على معرفة بعض ردود وآراء جمهورها على المحتوى المنشور في الموقع، مما يسمح لها بتحسين جودة المحتوى المعروض في الموقع بناء على هذه الردود والآراء.

وجدنا أن 44% فقط من المنظمات الخيرية تتيح ميزة الرد والتعليق على الأخبار والمقالات أو تسمح بالكتابة في سجل نخصص للزوار

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

المحتوى

التصميم

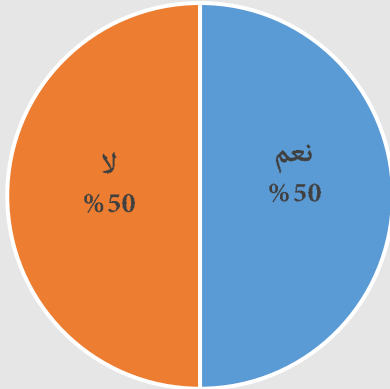
معلومات التبرع

القائمة البريدية

إن وجود قائمة بريدية يساعدك بشكل كبير في الوصول لجمهورك والتواصل معهم وقت الحاجة. كما أنها ستبقيهم على اطلاع دائم بجديد أخبارك وأنشطتك ومشاريعك.

وجدنا أن نصف المنظمات الخيرية وضعت خانة الاشتراك في القائمة البريدية في مواقعها.

وجود خانة الاشتراك بالقائمة البريدية؟



بنية الموقع

التواصل والتفاعل

المحتوى

التصميم

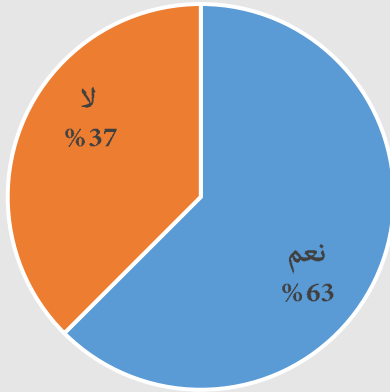
معلومات التبرع

بيانات التواصل

عندما يحتاج الزائر لموقعك إلى التواصل معكم للاستفسار عن بعض برامجك أو طريقة التبرع لك، فإن من أول الأشياء التي سيبحث عنها هو نموذج للتواصل معك. وجود رابط لهذا النموذج في صفحتك الرئيسية وفي مكان بارز وواضح أمر مهم وخطوة أساسية لا غنى عنها.

وجدنا أن ما يقارب من ثلثي المنظمات الخيرية المشمولة بالدراسة (63%) قد وضعت نموذجاً للتواصل المباشر معها في موقعها الإلكتروني.

هل يوجد نموذج مباشر للتواصل ؟



بنية الموقع

التواصل والتفاعل

المحتوى

التصميم

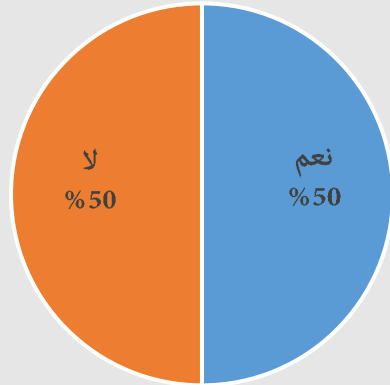
معلومات التبرع

بيانات التواصل

قد يفضل الزائر التواصل المباشر مع منظمته من خلال الاتصال المباشر بالكتب مثلاً. يجب أن نحرص على وضع أرقام اتصالات في مكان واضح وسهل الوصول.

وجدنا أن نصف المنظمات الخيرية قد وضعت أرقام اتصالات معها وعنوانها البريدي في موقعها الإلكتروني، في حين كانت هذه الأرقام غير موجودة في النصف الآخر من مواقع المنظمات.

هل توجد أرقام وعنوان بريدي للتواصل؟



معلومات التبرع

التصميم

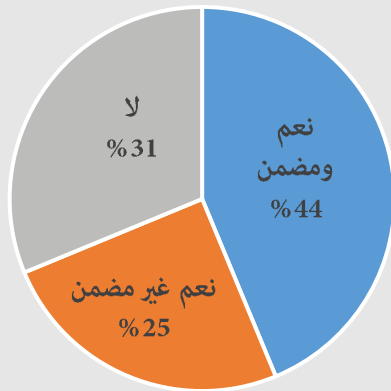
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

خريطة موقع المنظمة

هل توجد خريطة قوئل ماب أو كروكي؟



يجب أن تحرص المنظمة على تبسيط الوصول لمقرها الجغرافي من قبل المستفيد أو المتبرع أو المستفسر حتى. فهذه أول خطوة من خطوات استقطاب الجمهور وتعريفهم بأنشطة المنظمة.

عند بحثنا عن ما إذا كانت مواقع المنظمات الخيرية تحوي خريطة تدل على موقع المنظمة الجغرافي، وجدنا أن 44% تضع خريطة مضمنة في مواقعها، في حين كانت 25% من المواقع تضع رابطاً للعنوان في الموقع. وكانت 31% من المواقع لا تضع خريطة لموقعها الجغرافي في الموقع الإلكتروني للمنظمة.

معلومات التبرع

التصميم

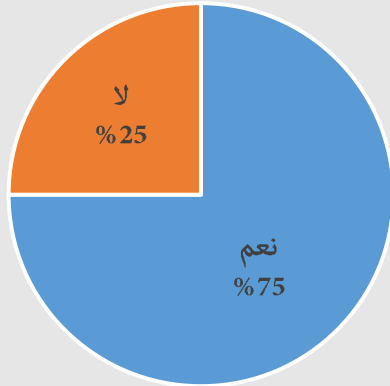
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

أيقونات الشبكات الاجتماعية

هل توجد الايقونات مع ربطها بالحساب مباشرة؟



عند زيارة أحد الأشخاص لموقع منظمتك الإلكتروني، يجب عليك أن تستغل الفرصة لتوجيهه لحساباتك في الشبكات الاجتماعية حتى يبقى على اطلاع أكبر بأنشطتك وفعالياتك. أحد الطرق التي ستساعد على هذا هو وضع أيقونات الشبكات الاجتماعية في موقعك الإلكتروني. ثلاثة من كل أربع منظمات خيرية وضعت أيقونات شبكات اجتماعية مفعلة في موقعها الإلكتروني.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

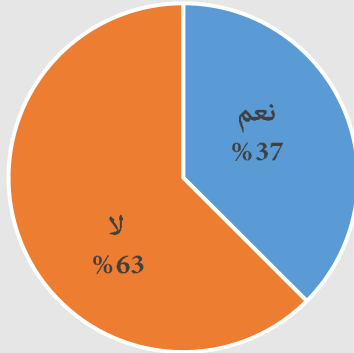
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

أيقونات الشبكات الاجتماعية

هل هناك إمكانية لنشر بعض محتوى الموقع في الشبكات الاجتماعية؟



من أهم الخطوات لنشر محتوى موقعك الإلكتروني هي وضع أزرار لمشاركة الصفحات والمحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي.

وجدنا أن 37% من المنظمات الخيرية أتاحت إمكانية نشر محتوى الموقع الإلكتروني في الشبكات الاجتماعية، في حين لم يتح هذه الميزة 63% من المنظمات.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

المحتوى

التصميم

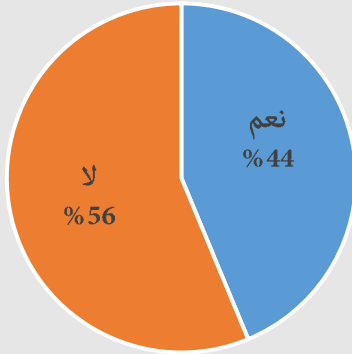
معلومات التبرع

عرض محتوى الشبكات الاجتماعية

إن عرض مانتشره في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع الإلكتروني سيحفز الزائر على الاطلاع على حسابات الاجتماعية ومتابعتها في أحسن الأحوال. وضع هذا المحتوى في الصفحة الرئيسية سيزيد من هذه الاحتمالية بكل تأكيد.

وجدنا أن 44% من المنظمات قد وضعت محتوى الشبكات الاجتماعية في صفحتها الرئيسية، في حين لم تقم 56% من المنظمات بعمل ذلك.

هل يعرض بعض محتوى الشبكات الاجتماعية في الصفحة الرئيسية للموقع؟



الفصل الثالث:

محتوى الموقع الإلكتروني



بنية الموقع

التواصل والتفاعل

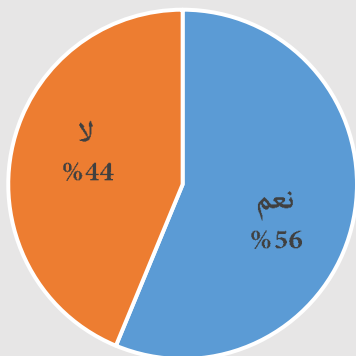
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

تحديث المحتوى

هل تاريخ ظهور الملفات والعناوين ومواعيد التحديث واضحة؟



إن وجود تاريخ النشر والتحديث للمحتوى المنشور في الموقع الإلكتروني مهما كان نوعه سيزيد من ثقة الزائر باهتمام المنظمة في موقعها من خلال النشر والتحديث الدوري.

كان تاريخ ظهور الملفات والعناوين ومواعيد نشر وتحديث المحتوى موجودة في 56% من المواقع المشمولة بالدراسة، في حين أنها كانت غير واضحة في 44% من المواقع.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

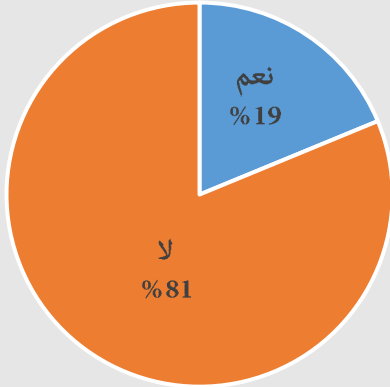
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

تحديث المحتوى

هل محتوى الموقع محدث خلال آخر 30 يوم؟



إن الموقع الذي لا يتحدث محتواه سيخلو من الزائرين الجدد بعد فترة من الزمن. يجب أن لا يكون الموقع مجرد موضة لا يحوي آخر الأخبار والأنشطة والفعاليات التي تقيمها المنظمة. يجب أن تحرص المنظمة على تحديثه بشكل دائم حتى لا يخسر الموقع زواره وترتيبه في محركات البحث. منظمة واحدة تقريباً من كل خمس منظمات خيرية قامت بتحديث موقعها خلال آخر 30 يوم.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

تحديث المحتوى

هل توجد Tags محدثة ومفعلة ؟



وجود الوسوم Tags في صفحات ومحتوى الموقع سيساعد محركات البحث على التعرف على محتوى الصفحة وأرشفتها وعرضها في نتائج البحث بطريقة أفضل.

وجدنا أن كل المواقع امشمولة بالدراسة لا تحوي صفحاتها على وسوم تصف محتوى الصفحة.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

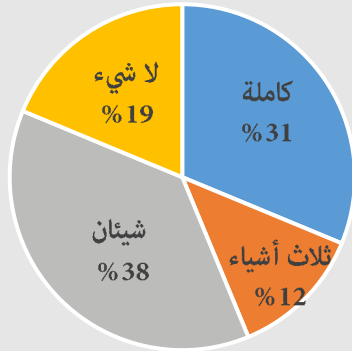
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

التعريف بالمنظمة

وجود صفحة أو مقال للتعريف بالمنظمة (النشأة، الرؤية، الهدف، الرسالة).



إن من أهم أجزاء الموقع الإلكتروني للمنظمة الخيري هو وجود جزء خاص بالتعريف بنشأة المنظمة ورؤيتها وأهدافها ورسالتها للمجتمع. هذه الأركان الأربعة مهمة جداً وموجودة ومكتوبة عند أغلب المنظمات، لكنك لا تجدوها في الموقع الإلكتروني للمنظمة!

وجدنا أن 31% من مواقع المنظمات الأخيرة أضافت هذه الأجزاء الأربعة في موقعها، في حين كان 12% من المواقع تحوي ثلاثة من هذه الأجزاء، وكانت 38% من المواقع تحوي جزأين منها، فيما اقتقدت 19% من المواقع لذكر أي جزء متعلق بالتعريف بالمنظمة.

معلومات التبرع

التصميم

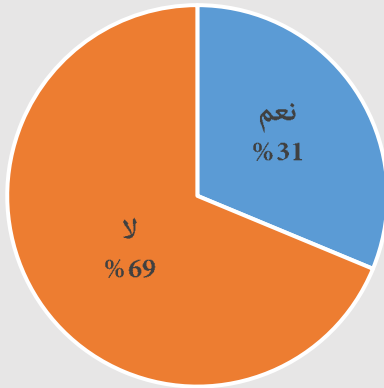
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

التعريف بالمنظمة

ها توجد قائمة بالمستفيدين من المؤسسة ؟



ذكر المستفيدين من المنظمة في الموقع الإلكتروني سيساعد على إعطاء المتبرع صورة أوضح لعمل المنظمة ونشاطها.

وجدن أن ما يزيد على ثلثي المنظمات الخيرية (69%) لم تضع قائمة بالمستفيدين من برامجها وأنشطتها، في حين كانت القائمة موجودة في 31% من مواقع المنظمات.

معلومات التبرع

التصميم

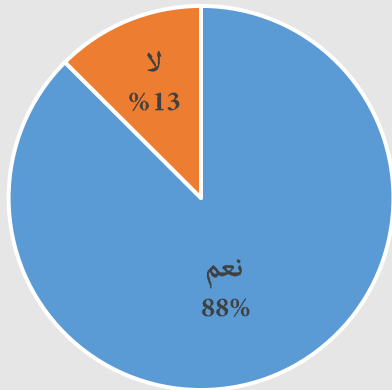
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

الأخبار

هل توجد دلالة على الأخبار في الصفحة الرئيسية



تعد الأخبار من أهم أنواع المحتوى المنشور في مواقع المنظمات. ووجود هذه الاخبار او رابط لها في الصفحة الرئيسية سيسهل على الزائر الاطلاع عليها والتعرف أكثر على أنشطة وإنجازات المنظمة.

وجدنا أن 88% من مواقع المنظمات تضع الأخبار أو رابط لصفحة الاخبار في صفحتها الرئيسية.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

المحتوى

التصميم

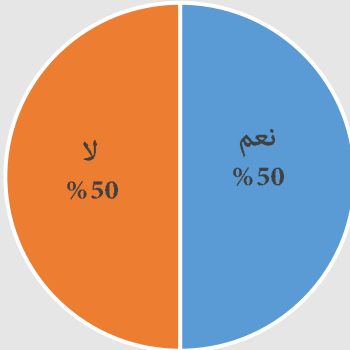
معلومات التبرع

الأخبار

وجود إحصائيات وعدادات للمشاهدة للمحتوى المنشور في الموقع سيعطي القارئ صورة أوضح عن المحتوى الأكثر انتشاراً بين قراء الموقع.

وجدنا أن نصف المنظمات الخيرية تضع مثل هذه الإحصائيات في موقعها الإلكتروني، في حين غابت مثل هذه الإحصائيات من نصف المواقع الإلكترونية المشمولة بالدراسة.

هل توجد بعض الإحصائيات كأثر مشاهدة، عدد مرات التحميل؟



بنية الموقع

التواصل والتفاعل

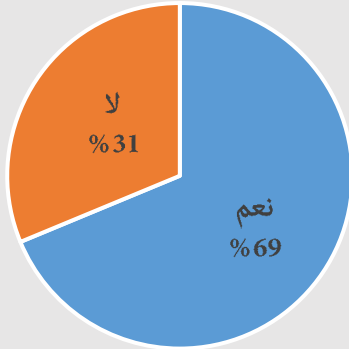
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

التخصص

هل البرامج والخدمات والمنتجات التي تقدمها
المؤسسة واضحة؟

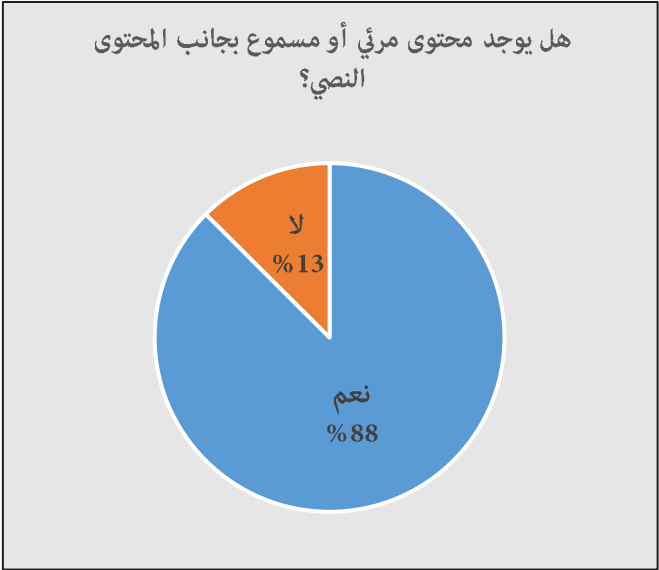


وضوح البرامج والخدمات والمنتجات التي تقيمها المنظمة وذكرها في الموقع أمر مهم جداً ونقطة أساسية لتعزيز المحتوى في الموقع الإلكتروني، وزيادة الثقة بالموقع والمنظمة ككل.

وجدنا أن 69% من المنظمات الخيرية تذكر البرامج والخدمات والمنتجات التي تقدمها بشكل واضح في الموقع الإلكتروني.



المحتوى غير النصي



المحتوى النصي ليس كل شيء. بل إن المحتوى المرئي والمسموع أصبح له رواج وإقبال بحسب الدراسات العالمية المنشورة.

وجدنا ان 88% من المنظمات تضع محتوى مرئي أو مسموع في موقعها الإلكتروني، في حين افتقدت 13% من المواقع لهذا النوع من المحتوى.

معلومات التبرع

التصميم

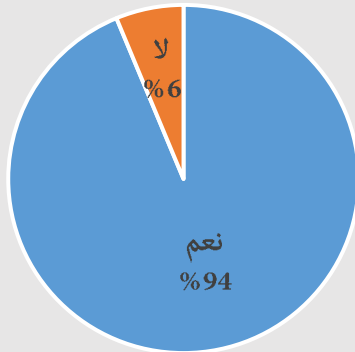
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

خالي من الأخطاء

هل الصفحة الرئيسية خالية من الأخطاء الإملائية،
النحوية، اللغوية؟



خلو المحتوى من الأخطاء الإملائية والنحوية واللغوية سيعطي القارئ تصوراً أفضل عن احترافية المنظمة في صياغتها لأخبارها واهتمامها بموقعها الإلكتروني بشكل كبير.

بعد مراجعة الصفحة الرئيسية ، وجدنا أن 94% من المواقع المشمولة في الدراسة خالية من الأخطاء، في حين أننا وجدنا أخطاء في 6% منها فقط.

معلومات التبرع

التصميم

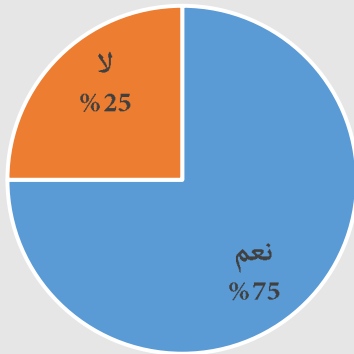
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

خالي من الأخطاء

هل الصفحة الرئيسية خالية من الروابط التي لا تعمل
أو لا يمكن الاستفادة؟



بعد وجود روابط لا تعمل في الموقع دلالة على مشاكل في الموقع وعدم اهتمام بتطويره وتحديثه. يجب أن تحرص المنظمة على التأكد من عكل جميع الروابط الموجودة في الموقع بالشكل المطلوب مع تعديل كل الروابط المتعطلة أو غير المفيدة بشكل دوري.

بعد مراجعة الصفحة الرئيسية ، وجدنا ان ثلاثة أرباع المواقع خالية من الروابط المتعطلة والتي لا يمكن الاستفادة منها، في حين كانت 25% منها تحوي على هذه الروابط.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

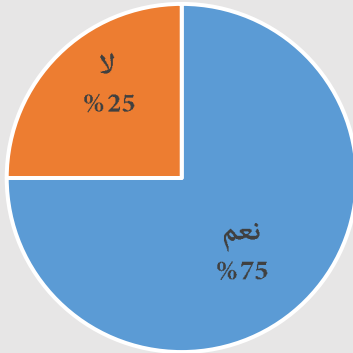
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

سهولة الوصول للموقع

هل الموقع يظهر ضمن أول 3 نتائج عند البحث عنه في محرك بحث google ؟



إن ظهور موقعك في أول نتائج البحث سيزيد من معدل الزيارات لك، وسيزيد من ثقة الزوار بموقعك الإلكتروني. كما أن عدم ظهور الموقع في أول نتائج البحث سيقلل من فرص الزيارة بشكل كبير جداً.

75% من المنظمات الخيرية يظهر موقعها في أول 3 نتائج عند البحث باسم المنظمة في محرك بحث جوجل. في حين أن 25% منها لا يظهر موقعها في أول 3 نتائج بحث.

التصميم والإخراج



بنية الموقع

التواصل والتفاعل

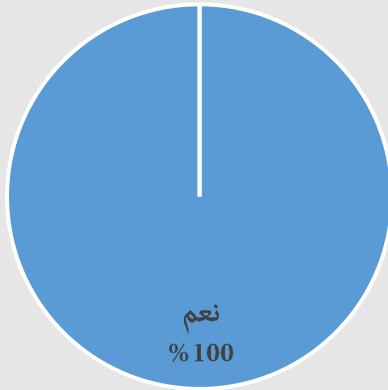
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

دعم متصفحات الجوال

هل يدعم التصفح عبر الجوال؟



في دراسة عالمية حديثة، تبين أن 80% من متصفحي الجوال يغادرون الموقع إن لم يكن متوافقاً مع متصفح الجوال. هذا يدل على ضرورة الاهتمام بملاءمة الموقع للتصفح عبر الجوال والأجهزة المحمولة.

وجدنا أن 100% من المنظمات تدعم التصفح عبر الجوال.

معلومات التبرع

التصميم

المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

دعم متصفحات الجوال

هل القوائم ملائمة مع الصفحة عند التصفح عبر الجوال؟



إن تلائم القوائم مع تصفح الجوال مهم. فالقوائم التي تكون في شريط أفقي عند التصفح من جهاز الكمبيوتر، يجب أن تتحول إلى قوائم مخفية في قائمة جانبية أو علوية، حتى لا تأخذ الحيز الأكبر من شاشة الجوال.

وجدنا أن كل المواقع المشمولة في الدراسة تتلاءم قوائمها مع التصفح عبر الجوال.

معلومات التبرع

التصميم

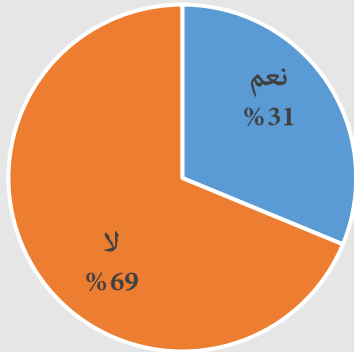
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

سهولة التصفح والبحث

هل توجد خانة للبحث في محتوى الموقع في الصفحة الرئيسية؟



من أهم فوائد خانة البحث في الموقع الإلكتروني هو سهولة الوصول للمعلومة التي يبحث عنها الزائر. وجود هذه الخانة في الصفحة الرئيسية للموقع أمر مهم وسهل التنفيذ.

وجدنا أن 69% من المواقع لا تحوي خانة للبحث في المحتوى في صفحتها الرئيسية، في حين كانت 31% منها فقط تحوي خانة للبحث في محتوى الموقع.

معلومات التبرع

التصميم

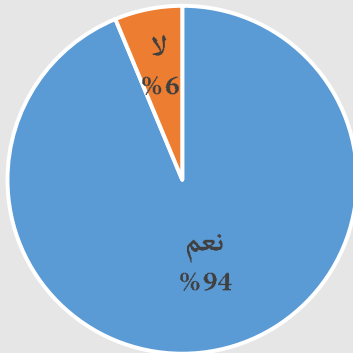
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

سهولة التصفح والبحث

هل تستطيع الرجوع إلى الصفحة الرئيسية من أي مكان في الموقع؟



إمكانية الرجوع للصفحة الرئيسية من أي صفحة فرعية في الموقع أمر مهم جداً، فهو يسهل على الزائر العودة للصفحة الرئيسية بضغطة زر واحدة.

وجدنا أنك تستطيع الرجوع للصفحة الرئيسية في 94% من مواقع المنظمات الخيرية المشمكوزلة بالدراسة، في حين أن هذا الأمر غير ممكن في 6% من المواقع فقط.

معلومات التبرع

التصميم

المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

الجاذبية

هل الخلفيات لا تؤثر سلباً على وضوح النص في الصفحة الرئيسية؟



الاستفادة من الخلفيات في إضافة طابع جمالي للموقع أمر جميل، لكن يجب الانتباه حتى لا تكون هذه الخلفيات عائقاً لقراءة النص.

وجدنا أن كل الصفحات الرئيسية للمواقع المشمولة بالدراسة لا تحوي خلفيات قد تؤثر سلباً على وضوح النص في الصفحة الرئيسية.

معلومات التبرع

التصميم

المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

الجاذبية

هل هناك فاصل قراءة المزيد للأخبار والمقالات وعدم
ملء الصفحة بالنصوص؟



عند وجود نصوص طويلة في الصفحة الرئيسية (مثل الاخبار والمقالات) فانه من الضروري وضع فاصل لقراءة بقية الخبر في صفحة الخبر حتى لا تمتلئ الصفحة الرئيسية بنصوص مطولة قد لا تظهر بشكل متناسق وجذاب. كما ان أغلب منصات المواقع توفر ميزة إضافة الفاصل بسهولة. وجدنا أن كل المواقع المشمولة بالدراسة تستخدم ميزة فاصل قراءة المزيد للأخبار والمقالات في الصفحة الرئيسية.

بنية الموقع

التواصل والتفاعل

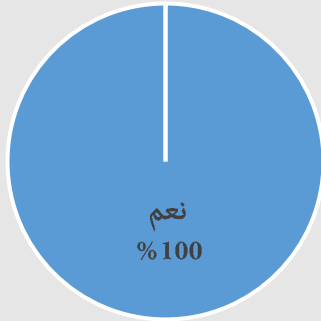
المحتوى

التصميم

معلومات التبرع

الملاءمة

هل النص متناسق من صفحة لأخرى ومن قسم لآخر
من حيث نمط الكتابة والألوان؟



اتبع نمط وخط ولون كتابة واحد سيزيد من ملاءمة وجمالية الموقع الإلكتروني للمنظمة الخيرية.
بعكس الموقع الذي يكتب بخطوط وأحجام وألوان مختلفة في كل صفحة من صفحاته.
وجدنا أن كل المواقع المشمولة بالدراسة تتبع نمك متناسق للكتابة في صفحات الموقع المختلفة.

معلومات التبرع

التصميم

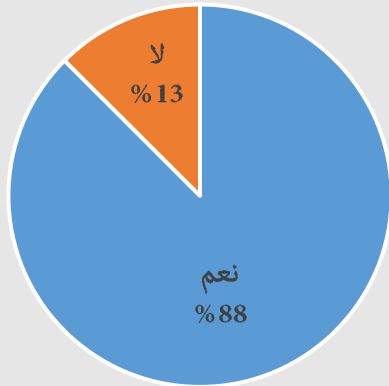
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

شعار المؤسسة

هل الشعار يظهر بشكل واضح في كل الموقع؟



شعار المنظمة هو أول الدلائل على تبعية الموقع الإلكتروني للمنظمة الخيرية. يجب أن تحرص المنظمة على وضع الشعار في أعلى كل صفحة من صفحات الموقع بحجم واضح.

وجدان أن 88% من المنظمات قد وضعت شعارها بشكل واضح في كل الموقع، في حين كان الشعار غائباً في 13% من المواقع.

معلومات التبرع



معلومات التبرع

التصميم

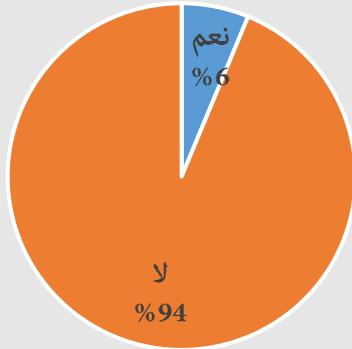
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

سهولة التبرع

هل توجد أيقونة للتبرع واضحة في الصفحة الرئيسية للموقع أو كلمة تبرع الآن؟



وجود أيقونة للتبرع واضحة في الصفحة الرئيسية أمر مهم جداً، بحيث تحول هذه الأيقونة الزائر لصفحة تحوي جميع المعلومات التي يحتاجها المتبرع للتبرع من أرقام الحسابات ومعلومات التواصل وغيرها.

وجدنا أن 94% من المنظمات الخيرية لا تضع أيقونة للتبرع بشكل واضح في صفحتها الرئيسية، في حين قامت 6% من المنظمات بعمل ذلك.

معلومات التبرع

التصميم

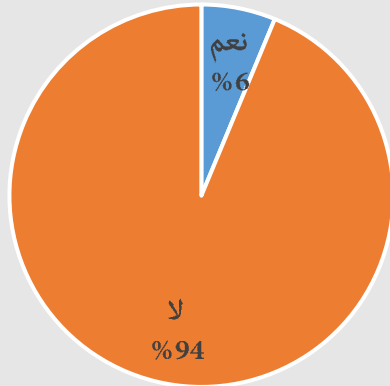
المحتوى

التواصل والتفاعل

بنية الموقع

سهولة التبرع

هل يوجد شرح لطريقة التبرع؟

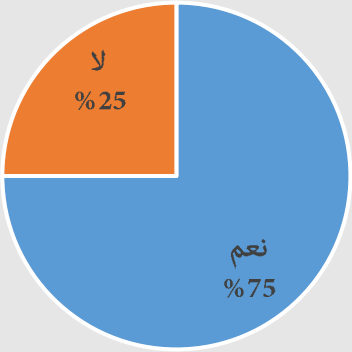


وجود شرح لطريقة التبرع سيسهل على المتبرع عملية التبرع وسيحفزه للتبرع للمنظمة بشكل أكبر. يجب أن تحرص المنظمة على شرح طريقة التبرع لها بالخطوات وبشكل سهل ويناسب جمهورها المستهدف.

وجدنا أن 94% من المنظمات الخيرية لم تشرح طريقة التبرع في موقعها الإلكتروني، في حين كان الشرح واضحاً في 6% من المواقع.

سهولة التبرع

هل أرقام الحسابات المؤسسية واضحة إما في الصفحة الرئيسية أو صفحة التبرع؟



أرقام الحسابات هي طريقة المتبرع الوحيدة للتبرع للمنظمة عن طريق الانترنت، فيجب أن تكون هذه الأرقام واضحة، إما في الصفحة الرئيسية للموقع أو في صفحة التبرع.

وجدنا أن ثلاثة أرباع المنظمات الخيرية تضع أرقام حساباتها في الصفحة الرئيسية أو صفحة التبرع في موقعها الإلكتروني، في حين لم تقم 25% من المنظمات بوضع أرقام حساباتها في هذه الصفحات.

ملحق: معايير تقييم المواقع

المعيار		شرح المعيار	
بنية الموقع (25%)			
4	نعم	أن يكون الرابط الالكتروني يمثل المنظمة ويدل عليها.	تمثيل الرابط لاسم المنظمة
	لا		
	نعم		
1	نعم	لا يوجد دأش علامة (-) في الرابط بين الكلمات.	
	لا		
3	نعم	ألا يزيد طول الرابط الالكتروني عن 10 حروف.	طول الرابط الالكتروني
	لا		
2	نعم	أن ينتهي الرابط الالكتروني ب (sa).	تبعية الرابط الإلكتروني للدولة
	لا		
3	نعم	أن يكون الموقع مستضاف على استضافة مدفوعة.	الاستضافة الخاصة
	لا		
4	نعم	وجود شهادة الأمان (SSL) Secure Sockets Layer	الحماية
	لا		
2	نعم	النسخ يتناسب مع حجم التفاعل (أسبوعي ، شهري)	النسخ الاحتياطي للموقع
	لا		
3	نعم	حجم الصفحات لا يزيد عن 3 مـب.	سرعة الموقع
	لا		
3	نعم	سرعة تحميل الموقع لا تتجاوز 5 ثوان	
	لا		
التواصل والتفاعل مع الجمهور (20%)			
2	نعم	توفر خاصية الرد في الأخبار والمقالات أو سجل الزوار.	التعليق على محتوى الموقع
	لا		
2	نعم	وجود خانة الاشتراك بالقائمة البريدية من عدمها.	القائمة البريدية
	لا		
3	نعم	توفر نموذج للتواصل	بيانات التواصل
	لا		
3	نعم	توفر أرقام وعنوان بريدي.	
(3/2/0)	نعم ومضمن في الموقع	وجود خريطة قوقل ماب أو كروكي مضمنة في الموقع وليس رابط	خريطة موقع المنظمة الجغرافي
	نعم، غير مضمن		
	لا		
3	نعم، مبروزة بالحساب	وجود الايقونات من عدمها وربطها بالحسابات في الصفحة الرئيسية.	أيقونات الشبكات الاجتماعية
	لا		
2	نعم	إمكانية نشر بعض محتوى الموقع في الشبكات الاجتماعية	
	لا		
2	نعم	عرض محتوى الشبكات الاجتماعية في الصفحة الرئيسية	عرض محتوى الشبكات الاجتماعية
	لا		

ملحق: معايير تقييم المواقع

محتوى الموقع الإلكتروني (32%)				
2	نعم	وضوح تاريخ ظهور الملفات والعناوين ومواعيد التحديث.	تحديث المحتوى	
	لا			
(0-4)	ثلاث وأكثر	عدد مرات تحديث محتوى الموقع خلال آخر 30 يوم.		
	مرتان			
	مرة			
	ولا مرة			
2	نعم	تحديث وتفعيل Tags		
	لا			
(0-4)	وجودهم جميعاً	وجود صفحة أو مقال للتعريف بالمنظمة (النشأة، الرؤية، الهدف، الرسالة).	التعريف بالمنظمة	
	هناك نقص			
	لا يوجد شيء			
2	نعم	وجود معلومات عن المستفيدين من المؤسسة إما ضمن التعريف في المنظمة أو فقرة خاصة بها.		
	لا			
2	نعم	سهولة وصول الزائر لها الذي سبق فترة قصيرة.(وجود دلالة عليها في الصفحة الرئيسية)		الأخبار
	لا			
2	نعم	وجود بعض الاحصائيات كأثر مشاهدة ، عدد مرات التحميل.		
	لا			
3	نعم	وضوح البرامج والخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة	التخصص	
	لا			
3	نعم	وجود محتوى مرئي أو مسموع (صور - فيديو - صوت) بجانب المحتوى النصي.	المحتوى غير النصي	
	لا			
3	نعم	الإعلامية، النحوية، اللغوية في الصفحة الرئيسية.	خالي من الأخطاء	
	لا			
3	نعم	خالي من الروابط التي لا تعمل أو لا يمكن الاستفادة منها في الصفحة الرئيسية.		
	لا			
2	نعم	ظهور الموقع في أول 3 نتائج عند البحث عنه في محرك بحث google.	سهولة الوصول للموقع من محركات البحث	
	لا			

ملحق: معايير تقييم المواقع

التصميم (17%)			
(0-4 في الكل)	نعم	وجود الدعم للتصفح عبر الجوال من عدمه.	دعم متصفحات الجوال
	لا		
2	نعم	الانتباه على القوائم وملاءمتها مع الصفحة.	
	لا		
2	نعم	وجود خانة للبحث في محتوى الموقع (سريع - متقدم) في الصفحة الرئيسية	سهولة التصفح والبحث
	لا		
2	نعم	إمكانية التنقل والرجوع إلى الصفحة الرئيسية	
	لا		
1	نعم	تجنب الخلفيات التي تؤثر سلبا على وضوح النص في الصفحة الرئيسية	الجاذبية
	لا		
1	نعم	عدم ملئ الشاشة بالنص ووضع فاصل قراءة المزيد للأخبار والمقالات	
	لا		
2	نعم	تناسق النص من صفحة لأخرى ومن قسم لأخر من حيث نمط الكتابة والألوان	الملاءمة
	لا		
3	نعم	يظهر بشكل واضح في كل الموقع.	شعار المؤسسة
	لا		
معلومات التبرع (6%)			
2	نعم	وجود أيقونة للتبرع واضحة في الصفحة الرئيسية للموقع أو كلمة تبرع الآن.	سهولة التبرع
	لا		
2	نعم	وجود شرح لطريقة التبرع	
	لا		
2	نعم	وجود ووضوح أرقام حسابات المؤسسة إما في الصفحة الرئيسية أو صفحة التبرع	
	لا		

