به نام خدا

**پیشنهادهایی کلی برای آیندة سایت عماد**

برادر رستمي؛ همزمان با مطالعه اين نوشته، نظر خود را نيز اعلام مي‏دارم.

آن‌چه در ادامه می‌آید، صرفاً پیشنهاد نیست. ابتدا، مروری است کوتاه بر سایت‌های حوزة کتاب. در ادامه، تلاش بر آن بوده تا معایب و محاسن این سایت‌ها برشمرده شود. نهایتاً نیز، تلاش بر آن بوده تا برای داشتن سایتی ممتاز و ارجح بر نمونه‌های مشابه، مواردی ذکر شود.

**■ مروری بر سایت‌های حوزة کتاب**

بررسی‌ها در سایت‌های ایرانیِ حوزة کتاب ما را با دو نوع سایت مواجه می‌کند. نخست سایت‌های فروش الکترونیک کتاب که تمرکزِ خود را بیش از اندازه بر موضوع «فروش» نهاده‌اند. در مقابل، سایت‌های تحلیلی حوزة کتاب‌اند که توجهی به موضوع فروش ندارند و صرفاً به تولید محتوا دربارة خوبی و بدیِ آثار و اخبار این حوزه بسنده می‌کنند.

مشاهده و بررسی روی سایت‌های الکترونیک کتاب نشان می‌دهد، این سایت‌ها به دلیلِ تمرکزِ مدیران‌شان بر فعالیت‌های اجرایی و اقتصادی، از تفکر دربارة کتاب‌ها باز می‌مانند و لاجرم جنبة «فرهنگی» کالایی را که می‌فروشند از یاد می‌برند. کاربر این نوع وب‌سایت‌ها، یا باید از قبل بداند دنبال چه چیزی است، یا آن‌که بدون دانش و بر حسبِ شانس و اقبال دست به خرید می‌زند.

سایت‌های تحلیلی حوزة کتاب نیز، به دلیل آن‌که اغلب فعالیتی غیر دولتی و غیرانتفاعی دارند، در تأمین مخارجِ ادارة خود دچار مشکل‌اند و برای ایجاد فعالیتی اقتصادی مانند فروشگاه الکترونیک، فرصت کافی، تجربة لازم و انگیزة مناسب ندارند. **فرصت** ندارند چون بر تولید محتوا تمرکز دارند. **تجربه** ندارند چون هرگز به شکل جدی دست به این کار نزده‌اند. تجربة مدیران سایت «کتاب‌نیوز» برای فروش کتاب از طریق سایت چندان تجربة موفقی نبود. در نتیجه امروز موضوع فروش الکترونیک در این سایت مطرح نیست. سایت «خانة کتاب اشا» نیز که ابتدا کار خود را به صورت سایت تحلیلی و فروشگاه آغاز کرد، به دلیل نداشتن سرمایة کافی و فرصت اجرایی، از بخش فروشگاه صرف نظر کرد. این قبیل سایت‌ها به دلیل نداشتن فرصت و تجربة لازم و همچنین فقدانِ «سرمایه» اولیه، **انگیزه**‌ای برای راه‌اندازی فروش‌گاه کتاب ندارند. کاربران این قبیل سایت‌ها، معمولاً بعد از خواندن مطلبی دربارة یک کتاب، نسبت به خرید آن اشتیاق پیدا می‌کنند اما برای یافتن راه خرید، در می‌مانند. این موضوعی است که مدیران سایت «خانة کتاب اشا» بارها آن را در میان پیام‌های کاربرانِ خود دیده‌اند.

اما در این میان، یک سایت را می‌توان یافت که دو بخشِ «محتوای مرتبط با کتاب» و «فروشگاه کتاب» را با هم جمع کرده‌ است. در بررسی این سایت، متوجه می‌شویم که از حمایتِ یک نهاد حکومتی برخوردار است و با اتکا به این حمایت توانسته است فروشگاه-پایگاه خبری «پاتوق کتاب» را علم کند.

اگر بنا است سایتی با دو کارکردِ «فروش‌گاه» و «مشورت‌گاه = جایی که مخاطب به آرای آن اعتماد کند و بر اساس این اعتماد، کتاب بخرد و کتاب بخواند» ایجاد کنیم، بررسی سایت‌های مختلف حوزة کتاب لازم است.

دربارة سایت‌های فروش الکترونیک کتاب و سایت‌های محتوایی، ذکری کوتاه شد. اما ذکر مصادیق این سایت‌ها نیز می‌تواند برای روشن‌تر شدن موضو ع راه‌گشا باشد.

تا اين‏جا كه بحث محتوا مطرح است، مي فرمايند كه نياز به تحليل‌هاي مناسبي از محتواي كتاب‌هاست كه مخاطب با چشمان باز و انتخابگر كتاب مناسب را برگزيند. هم امكان فروش باشد و هم اطلاعات قوي از محتواي كتاب.

**■ فروش‌گاه‌های الکترونیک**

مطرح‌ترین سایت‌های فروش کتاب در ایران عبارتند از:

1. **آدینه بوک:** صرفاً فروش‌گاه
2. **سخن:** فروشگاه و سایت محتوایی کتاب شامل داستان، شعر، شعرخوانی نویسندگان و شعرا، گفتگو، اخبار کتاب، اطلاعاتی دربارة نویسندگان و... این سایت طی سال‌های اخیر به حالت نیمه‌تعطیل در آمده و به روز نمی‌شود.
3. **بوک 24:** سایتِ وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی با مدیریت محسن سلیمانی. این سایت خیلی سریع توانست گسترة وسیعی از ناشران را به همکاری متمایل کند. با این همه، در میان سایت‌های الکترونیک کتاب، شاخص نیست و مخاطبان کتاب به خوبی آن را نمی‌شناسند. تمرکز این سایت بر فروش است و خود را «نمایشگاه مجازی کتاب» می‌خواند.
4. **بخوان دات کام:** این سایت نیز تمرکز بیش‌تری بر فروش دارد.
5. **آی آی کتاب:** تمرکز بر فروش کتاب + دارای بخش‌های خاص برای تهیه کتاب‌های نایاب و تهیه کتاب‌های خارجی از سایت آمازون.
6. **پاتوق کتاب:** سایتی که با حمایت نشر معارف ایجاد شده است و تلاش می‌کند فروش و تولید محتوا دربارة کتاب را توأمان داشته باشد. البته بخش عمدة مطالب این سایت نقل از سایت‌های دیگر است. اما اطلاعاتی که دربارة محصولاتش می‌دهد، اطلاعات نسبتاً خوبی است که البته در جهتِ فروش است نه «مشورت دادن».

البته این فهرست، در برگیرندة تمامی سایت‌های فروش کتاب نیست. تلاش شده تا مهم‌ترین‌ها و شناخته‌شده‌ترین‌هایی که احتمال رقابت میان آن‌ها و «عماد» وجود دارد را بررسی کنیم.

عمدة این سایت‌ها غیر از «سخن» و «پاتوق کتاب»، وجه فروش‌گاهی دارند و برای تولید محتوای دربارة کتاب‌ها برنامه‌ای نداشته‌اند.

ایراد مهم سایت‌هایی مانند سخن و پاتوق کتاب، مشخص نبودنِ کارکرد آن‌ها در نگاه اول است. در این سایت‌ها، موضوعات چنان جلوی چشم مخاطب ریخته شده‌اند که تمیز دادن آن‌ها از هم و شناخت ماهیت سایت اندکی دشوار است. به طور مثال، در سایت پاتوق کتاب، بخش‌ها و عناوین آن‌ها نمی‌توانند به مخاطب این آگاهی را بدهند که با یک فروشگاه کتاب مواجه است. در سایت سخن نیز، تعدد عناوین مانع این شناخت می‌شود.

پيشنهاد: آمازون واقعاً حجم اطلاعات بالايي دارد و شايد يكي از نكات جذابيت اين سايت همين باشد كه هرچه در آن بجويي مي‌يابي! ما مي‏توانيم ابزاري ايجاد كنيم كه در سايت‌هاي ذكر شده فوق نيز افزون بر سايت عماد جستجو كنيم. همين كار را آمازون انجام مي‏دهد به اين شكل كه از طريق وِب سرويس با ديگر سايت‌هاي معتبر مبتني بر قراردادهاي مالي همكاري مي‏نمايد. ممكن است اطلاعاتي را كه مي‏بينيد از چند سايت مستقل در آمازون جمع‏آوري شده باشند. ما مي‏توانيم همين كار را با وِب‌پروكسي انجام دهيم، البته بدون نياز به قرارداد مالي! وقتي جستجوي كاربر انجام شد، اگر اطلاعاتي در سايت نبود، اعلام كنيم مثلاً فلان كتاب را از فلان سايت مي‌تواني در اختيار داشته باشد و او را به آن سايت لينك دهيم. كم‏كم گوگل كتاب خواهيد شد.

این سردرگمی، دو دلیل اصلی دارد:

1. گرافیک
2. شیوة غلط انتخاب عناوین و چیدمان بخش‌ها

**گرافیک:** تجربه نشان داده است سایت‌هایی که برای جداسازی بخش‌هایشان از هم، بیش از اندازه از کادر و خطوط جداکننده استفاده می‌کنند، مخاطبانی سردرگم خواهند داشت. این در حالی است که طراح تصور می‌کند با جدا کردنِ بخش‌ها با استفاده از خطوط، مانع سردرگمی مخاطب می‌شود.

**شیوة غلط انتخاب عناوین و چیدمان بخش‌ها:** در بخش‌هایی که وجه فروشگاهی دارند، انتخابِ عناوین مبهم که ویژة «فروشگاه» نیستند و ممکن است در هرجای دیگر استفاده شوند، غلط است. این اشتباه، باعث می‌شود کاربر سایت نتواند وجه فروشگاهی را درک کند. مثلاً انتخاب عنوان «پیشنهاد ما» برای بخشی که می‌خواهد کتاب‌های خاصی را «داغ» کند، انتخاب غلطی است.

همچنین چیدن بخش‌های فروشگاهی و تحلیلی در کنار هم، در یک ردیف، مانعی برای درک صحیح آن‌ها است. در این شرایط، قرار دادن بخش «معرفی نویسنده» درست کنار «کتاب‌های تازه»، هیچ معنایی ندارد.

به جاي «پيشنهاد ما» و «معرفي نويسنده» آيا عناوين ديگري پيشنهاد مي‏شود؟ خوب است تمامي عناوين مناسب براي فروشگاه استخراج شده و به طراح سايت داده شود، زيرا تغيير عناوين كار بسيار ساده‌اي است و بدون نياز به زمان زياد مي‏تواند شما را به مقصود نزديك نمايد، لطفاً يك جمع‏بندي از اين عناوين ارائه فرماييد.

**■ پیشنهادها برای سایت «عماد»**

برای رفع عیوبی که در سایت‌های مختلف ایرانی دیده شده است، لازم است سایت «عماد» از نظر گرافیکی و نوع چیدمان مطالب و انتخاب بخش‌ها طوری باشد که سردرگمی مخاطب را موجب نشود.

بنده نيز با تغيير گرافيك سايت عماد موافقم و از روز اولي كه اين گرافيك داده شده مخالفت كردم و حتي نسخه‌اي از آن را براي مديران ايميل كردم كه آيا واقعاً مي‏خواهيد چنين گرافيكي را در سايت نصب كنيد و دلايل مخالفتم و ايرادهايم به گرافيك در ايميل‌هاي مربوطه موجود است.

در سایت عماد، بخش‌های فروشگاهی و تحلیلی نباید فصولِ نامشترک باشند بلکه باید اعضای یک بدن باشند. یعنی، بخش‌های مختلف، باید طوری **کامل‌کنندة یک‌دیگر** باشند تا همه در یک جهت به کار بیایند. آن‌چه در سایت «سخن» و «پاتوق کتاب» نمی‌یابیم، همین عنصر «کامل‌کنندگی» است. به طور مثال، «داستان‌خوانی نویسنده»، در سایت سخن در بخشی مجزا آمده است. این تجزیه، کمکی در جهتِ فروش بیش‌تر یک اثر نیست و اطلاعاتِ یک محصول را کامل‌تر نمی‌کند. بنابراین، وصلة مفید، اما ناجوری است.

عنصر «كامل‌كنندگي» اندكي نامشخص است براي من، شاخص‌ها و ملاك‌هاي آن چيست؟ هر كسي مي‏تواند مدعي شود آن‏چه من انجام داده‌ام كاملاً داراي اين عنصر هست. اگر آن را بدون توصيف رها كنيم، شعاري خواهد شد و ذكر آن مفيد هم نخواهد بود.

**در سایت «عماد» باید «کتاب» عامل ایجاد رابطه با مخاطب باشد نه موضوعات مرتبط با کتاب.** یعنی کابران سایت باید از طریق کلیک روی یک کتاب، به شناخت دربارة آن برسند. مگر خداي ناكرده الآن با كليك بر روي موضوعات به شناخت درباره كتاب مي‏رسند؟ مگر متن معرفي ندارد كه شناخت به مخاطب بدهد. اگر منظور اين است كه متن‌هاي ارائه شده در سايت عماد نارسا، كوتاه و غيرمفيد است، اين يك بحث محتوايي است كه بايد در واحدي ديگر غير از فني بررسي شود. ارائة فایل صوتی کتابخوانی، اطلاعاتی دربارة نویسنده، ناشر، آثار مشابه، پیشنهادهای مشابه «عماد» و امثالهم، باید به نوعی کامل‌کنندة «شناخت» مخاطب باشد نه وصله‌های ناجوری که در صفحة اول سایت آمده‌اند و می‌کوشند سایت را پرمحتوا و پربار جلوه دهند. بر چه اساسي مي‏توان تشخيص داد كه اين اطلاعات وصله‌هاي ناجوري هستند يا نيستند. سؤال مهم اين است كه حالا اگر ما اين اطلاعات را به نحو ديگري چيدمان كرديم، از كجا بفهيم كه اين نحو ديگر همان نحوي است كه بايد باشد و كدام نحو وصله ناجور بوده و كدام نحو وصله ناجور نمي‏باشد. روشن است كه ما حتماً نيازمند به شاخص هستيم، بايد توصيف كنيم و يك به يك ويژگي‌هاي آن را بشماريم. مثلاً بگوييم كه اگر آثار مشابه سمت راست بيايد وصله ناجور نيست، امّا اگر ذيل موضوعات قرار بگيرد وصله ناجور است. اگر نتوانيم چنين فهرستي از ويژگي‌ها ارائه نماييم باز هم گرفتار كاري شعاري شده‌ايم.

اغلب سایت‌های حوزة کتاب، در بخش‌ها اشتراکات زیادی دارند. اما عامل مهم در اقبال کاربران به آن‌ها، نحوة ارائة این بخش‌ها است. بخش‌ها باید به خوبی دیده شوند چگونه؟، امکانات باید دریافته شوند چگونه؟ و کاربر بتواند به راحتی به هر چه بخواهد دسترسی داشته باشد و در آن احساس راحتی کند باز هم چگونه؟. در اصطلاح سایت باید «User Friendly» باشد. ملاك‌هاي كاربرپسند بودن چيست؟ آيا همان ملاك‌هايي كه مايكروسافت مبناي نرم‏افزارهاي خود قرار داده است مورد نظر شما هم هست و يا چون ما معتقد هستيد بايد گروهي بنشينند و تحقيق كنند و مذاق ايرانيان را بسنجند و ويژگي‌هاي كاربرپسندي ايراني را استخراج نموده و ارائه كنند؟ در هر صورت كاربرپسند بودن را همه دوست دارند و اگر موفق نمي‏شوند به دليل نبودن اطلاعات كافي در اين خصوص است. واقعاً چگونه بايد باشد كه كاربرپسند شود.

**«عماد» باید فروشگاهِ الکترونیک کتابی باشد که به مخاطبانش، بهترین اطلاعات را می‌دهد.**

ما هم همين را مي‏خواهيم، امّا چگونه؟ اين‌ها شعار است، بايد به دنبال راهكار عملي باشيم. آيا از اين شعار منظور شما اين است كه اطلاعات خوب بايد توليد شود، خُب اين يك بحث محتوايي است و نقش فني در آن كم رنگ است. امّا اگر نحوه ارائه اطلاعات منظور است، اين نحوه را بايد معيارگذاري كنيم، تا برنامه‏نويس و طراح سايت بدانند كه چه بايد بكنند، آن‏ها هر آن‏چه را ما بگوييم طراحي مي‏كنند، ولي ما خود نمي‏دانيم كه معيار و ملاك بهترين بودن چيست.

**■ فروش‌گاه و مشورت‌گاهِ «عماد»**

طبق این پیشنهاد، سایت عماد می‌باید نخست یک مشاور خوب برای انتخاب، خرید و خواندن کتاب‌های خوب باشد ما هم مشتاق مشاوره خوب هستيم ، امّا چگونه عماد مشاور خوبي خواهد شد؟ مشاوران خوب استخدام كند؟ اطلاعات دقيق از كتاب فراهم نمايد؟ و يا سايت كاربرپسندي طراحي كند؟. در قدم بعدی، و با تکیه بر اعتمادی که کاربران و اعضا به سایت می‌کنند، «عماد» باید فروشندة خوب، خوش‌رو، در دسترس، منصف و کاملی باشد که از شیر مرغ تا جان آدمی‌زاد (بنا به ذائقة مخاطبان) را در دسترس قرار دهد. يك فروشنده خوب و خوش‌رو چه ويژگي‌هايي دارد؟ بايد گفتگو كنيم و فهرستي تهيه نماييم از ويژگي‌هايي كه اگر در يك فروشنده باشد به او خوب و خوش‌رو مي‏توان گفت. امّا اگر از شير مرغ تا جان آدمي‌زاد را بخواهيد جمع كنيد، اولاً از موضوع دفاع مقدّس خارج خواهيد شد و ديگر اين‏كه هزينه اين كار بسيار زياد خواهد بود. كسي مخالف نيست كه همه كتاب‌ها را ما داشته باشيم، امّا امكان عملي آن ضعيف است و زمان مي‏برد تا به آن‏جا برسيم.

برای رسیدن به جایگاه «مشورت‌گاه»، عماد باید اطلاعات کافی، درست و شوق برانگیز دربارة هر محصول ارائه کند. اطلاعات شوق برانگيز چه نوع اطلاعاتي هستند؟ آيا منظور اين است كه ادبيات دوستانه و كوچه بازاري به جاي ادبيات كلاسيك در متون معرفي كتاب‌ها به كار گرفته شود و مثلاً مانند آن‏چه دوستان در عماد انجام داده‌اند به جاي عبارت «ديدگاه بزرگان» نوشته شده است «جملات خوردني!». اگر منظور اين شيرين‌كاري‌هاي فانتزي است كه همين هم بايد حدّ و مرزهاي مشخصي داشته باشد، زيرا در يك سايت تنها يك نفر مطلب نمي‌نويسد، چندين نفر مي‌نويسند و براي اين‏كه همه به ادبيات مشتركي دست يازند، بايد يك آيين‏نامه در برابر خود داشته باشند. خوب است كه ويژگي‌هاي شوق‌برانگيزي تهيه شود. اين آيين‏نامه چراغ راه نويسندگان عماد خواهد بود. برای ارائة خوب این اطلاعات، عماد باید زبانِ خوب داشته باشد. رعایت اصول وب‌نویسی در این‌باره، راه‌گشا است. از طرف دیگر، بهره‌گیری از امکاناتِ مختلف و مولتی‌مدیا، جذابیت‌افزا است. اصول وِب نويسي نيز بايد ضميمه اين سند شود. مطالبي در اين خصوص در اينترنت به زبان فارسي و انگليسي وجود دارد، ولي خيلي متفاوت و گوناگون گفته شده است. يك نمونه از اين اصول را يا تركيبي دلخواه از چندتاي آن را برگزينيد و ضميمه كنيد تا برنامه‏نويس شما آن اصول را محور طراحي قرار دهد.

ایجاد ارتباط با مخاطبان، عاملِ «اعتمادساز» دیگری است که مدیران سایت باید در نظر بگیرند. ارسال خبرنامه، پاسخ به پیام‌های کاربران و...

**■ بخش‌های پیشنهادی برای سایت «عماد»: آنچه باید در سایت باشد**

* فهرست تازه‌ترین کتاب‌ها هست
* فهرست پرفروش‌ترین کتاب‌ها هست
* فهرست محبوب‌ترین کتاب‌ها لازم است از آن ستاره‌هاي محبوب قرار دهيم كه اين كار را نكرديم چون گفتيم ملّت استقبال نشان نمي‌دهند كه ستاره بزنند و اگر هم نزنند جواب نمي‏دهد. همين نظرسنجي ساده را كه ذيل محصولات قرار داديم كسي استفاده نمي‏كند. يعني فقط با اين پيام مي‌نويسند براي مديران سايت و درباره كتاب چيزي نمي‌نويسند.
* فهرست موضوعات هست
* فهرست کلی کتاب‌ها نيست؟ هست!
* فهرست ناشران همکار مي‏شود باشد، امّا آيا مفيد است؟ چقدر؟ مگر مخاطب كاري با ناشران همكار ما دارد؟ گفتيم كه كاربرپسند باشيم، كاربر كه به دنبال انتخاب ناشر نيست، چون ما كتب دانشگاهي نمي‌فروشيم يا كتب كمياب، ما كتاب‌هاي دفاع مقدّس داريم و ناشران آن هم خيلي متنوّع نيستند و كاربر هم نمي‌خواهد بر اساس ناشر كتاب خود را انتخاب كند، اصلاً براي او ناشر فرقي ندارد كي باشد!
* فهرست پدیدآورندگان هست
* اخبار هست
* معرفی محصولات هست
* نقد محصول مي‏تواند باشد، زيرا ما امكان افزايش فيلد داريم. يك فيلد متني ذيل محصولات درج كنيد و عنوان آن را نقد محصول قرار دهيد و نقد را در آن بنويسيد. اين كار نيازمند افراد توانمند بيكاري است كه نقد بنويسند از نظر فني حل شده است.
* مصاحبه اين نيز با افزودن فيلد ممكن است.
* کتاب‌خوانی صوتی اخيراً امكاني به سايت اضافه كرده‌ام كه بيش از بيست نوع فرمت فايل را مي‌پذيرد، شما مي‌توانيد فيلد تصويري، فيلم، صوتي، فلش، فايل‌هاي فشرده، فتوشاپ، وُرد و پاورپوينت و PDF هم به محصول اضافه كنيد. البته اين امكان را هنوز بر روي سايت عماد آپلود نكرده‌ام، اگر نياز داشته باشيد مي‏كنم. اكنون در سايت ديگري هست و دارند استفاده مي‏كنند. شما مي‌توانيد فيلد صوتي «كتابخواني صوتي» را به يك محصول اضافه كرده و سپس فايل صوتي آن را آپلود كنيد. اين نيز از نظر فني حل شده است، شما هستيد كه بايد يك نفر بيكار بگماريد تا كتاب بخواند و ضبط كند، همه اين كارها محتوايي است.
* گزیدة کتاب فيلد بسازيد و قرار دهيد.
* پیشنهاد نویسنده اين نيز با اضافه يك فيلد امكانش اكنون در سايت هست.
* بهترین کتاب ماه
* بهترین کتاب سال
* بهترین جلد کتاب ماه
* بهترین جلد کتاب سال اين چهار گزينه آخر (چهار بهترين) مي‏تواند به سايت اضافه شود، ولي اگر آمازون چنين كاري مي‏كند حتماً هيئت داوراني دارد و كارشناساني كه در جامعه نظرشان مورد احترام است. شما هم اگر چنين دقتي را فراهم كنيد، نوشتن برنامه آن دشوار نيست. ولي نبايد خالي بماند و يا زمان بگذرد و تغيير نكند و كاربر بفهمد كه الكي است.
* روزنامه دیواری عماد: (فایل پی.دی.اف ویژة مساجد، مدارس و... که وقتی کنار هم قرار می‌گیرند تبدیل به یک روزنامه دیواری شامل خبر، معرفی کتاب، گزیده‌ای از کتاب و... می‌شوند.) اگر اطلاعات آن را شما آماده كنيد، با ايجاد نوع محصول جديد در سايت و استفاده از فيلدهاي جديدي كه عرض كردم مي‌توانيد در همين سايت موجود به انجام برسانيد.
* حساب کاربری اعضا هست
* اطلاعات و نمادِ «سبد خرید» به شکلی آشکار (قابل استفاده برای اعضا و غیر اعضا) در طرح اوليه سايت كه به برنامه‏نويس داده شد نوشته بود كه خريد فقط براي اعضا ممكن باشد. حتي اگر كسي انتخاب براي خريد انجام داد، پيش از پايان عمليات سفارش بايد عضو شود. اكنون سبد خريد براي همه وجود دارد، ولي براي ارسال سفارش بايد عضو شوند. تغيير اين ويژگي به دليل اين‏كه نياز به تغيير در بانك اطلاعات دارد اندكي زمان‌بر و پرهزينه است. مضاف بر اين‏كه چون مسأله خطيري است به اين معنا كه امكان اختلاص و هك و دزدي در آن بيشتر مي‏شود، دقت عمل زيادتري مي‏طلبد. امّا ممكن است.

**■ معرفی محصولات**

هر محصول، باید با استفاده از متن و صوت معرفی شود. معرفی هر محصول به صورت متنی، باید حدود 200 تا 300 کلمه باشد. گزیده‌ای از متن کتاب باید در کنار متن معرفی آورده شود. فایل صوتی گزیدة کتاب در حدود 2 دقیقه باید ضمیمة این معرفی باشد. همچنین متنی در حدود 100 کلمه در معرفی نویسنده / شاعر / مترجم کتاب در نظر گرفته شود. اطلاعات شناسنامه‌ای کتاب باید ضمیمة این معرفی باشد. کاربران با کلیک روی عنوان و عکس هر محصول می‌توانند این معرفی را بخوانند و به سبد خرید خود اضافه کنند. هست و بيشتر از آن نيز با افزودن فيلد ممكن است.

ادبیاتِ معرفی محصول، باید ادبیاتی ساده، روان، شیرین و مشوقانه باشد. باید از معرفی سرسری، خشک و باری به هر جهتِ محصولات پرهیز کرد. معرفی کنندة محصول باید پیش از نوشتن متن معرفی، دست‌کم کتاب را با دقت تورق کند. (اولویت با خواندن کتاب است) بهتر است ويژگي‌ها بيشتر شكافته شوند، فهرست شده و حداقل ده بيست نكته استخراج شود كه به نويسنده بدهيم تا بر اساس آن بنويسد.

ذیل این معرفی‌ها و اطلاعات کتاب، باید فهرستی از کتاب‌های مشابه، کتاب‌های دیگر نویسنده / ناشر / مترجم بیاید. كه الآن مي‏آيد، نمي‌آيد؟

**■ بخش‌هایی که باید در صفحه نخست ویترین داشته باشند**

هیچ لزومی ندارد که همة بخش‌ها در صفحة نخست بیایند. حتی بخش‌هایی که خوب است در صفحة نخست بیایند، نیازی به حضور کاملشان نیست و مفید آن است که یک ویترین داشته باشند. ویترینی که کاربر را به آن بخش رهنمون شود.

پیشنهاد است که این بخش‌ها در صفحة نخست ویترین داشته باشند:

* تازه‌ترین کتاب‌ها (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوة نمایشگاهی. نظیر آن‌چه در سایت «آمازون» می‌بینیم)
* پرفروش‌ترین‌ها (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوة نمایشگاهی. نظیر آن‌چه در سایت «آمازون» می‌بینیم)
* محبوب‌ترین‌ها (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوة نمایشگاهی. نظیر آن‌چه در سایت «آمازون» می‌بینیم)
* تازه‌ترین محصولات الکترونیکی (CD, DVD) (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوة نمایشگاهی. نظیر آن‌چه در سایت «آمازون» می‌بینیم) اين شكل نمايشگاهي چيست؟ همان كه چهار كتاب را كنار هم به صورت افقي رديف مي‏كند و يك دگمه اين ور و يك دگمه آن ور دارد كه اگر كليك كني ليست بعدي يا قبلي مي‌آيد؟ خوب است نكات بيشتري ذكر كنيم و بگوييم اين فهرست‌هاي نمايشگاهي بايد چه اطلاعاتي را نمايش دهند، چند تا را نمايش دهند و چگونه؟ افقي يا عمودي؟
* معرفیِ ویژة یک محصول به صورت تیتر یک: به صورت Slide Show روزانه 4-5 محصول به شکل ویژه در جایگاه تیتر یک صفحه بروز یابند. کلیک روی عکس جلد هر یک از محصولات، کاربر را به صفحة معرفی آن محصول می‌رساند. «پنجره عماد» را كه درست كردند، مي‌خواستند چيزي شبيه همين باشد، ولي خُب چون دستي بود و نيروي انساني نبود امكانش حاصل نشد. اگر بخواهد خودكار عمل كند، نياز به كار برنامه‏نويسي دارد كه مثلاً چند كتاب را انتخاب كنيد و خودكار در صفحه اول تيتر شود.
* پیشنهاد یک نویسنده پيشنهاد كردن يك نويسنده يا پيشنهاد شده توسط يك نويسنده؟ يك كار بانك اطلاعاتي مي‏خواهد، ولي آيا نويسنده‌ها را خواهيد توانست در اختيار بگيريد كه براي شما پيشنهادات خود را بنويسند؟
* لینک دسترسی به حساب کاربری نيست؟
* سبد خرید هست
* اخبار هست
* بخش محتوایی: نقد، مصاحبه، گزارش و... (نقل از سایر رسانه‌ها یا تولیدی عماد) مي‏شود يك نوع محصول ايجاد كرد به عنوان مصاحبه يا گزارش يا نقد. پس امكان فني آن همين الآن هست.
* جستجو (در اسامی محصولات، در نویسندگان، در ناشران، در موضوعات) هست
* اطلاعات و آگهی‌های لازمِ «عماد»: آگهی کارت اعتباری هدیه، محصولاتِ دیگر عماد (مشوق‌ها: تی‌شرت و...) تبلیغات دیگران در سایت عماد. بخش بدانيم را درست كرديم براي همين كارها.

بر این اساس اعمال تغییرات در قالب و امکانات فنی سایت ضروری است. قالب سایت باید ساده، سبک، روشن و داینامیک باشد: کاربر باید بتواند بعضی از بخش‌ها را به دلخواه، جابجا کند، بعضی از بخش‌ها را حذف کند یا بخش‌های دیگری به صفحة نخست بیفزاید. حالا اگر منظور اين است كه ظاهر پورتالي به سايت بدهيم كه قابليت حذف و اضافه باكس داشته و امكان جابه‌جايي، اين امكان بسيار خوبي است، امّا براي سايت‌هايي مفيد است كه كاربر هميشه با آن‏ها و هر روز درگير است. امّا اگر براي يك فروشگاه هم مناسب مي بود، آمازون و اي‌بي اين كار را زودتر انجام مي‏دادند. راستي من كه نديدم، ولي آيا سايت فروشگاهي سراغ داريد كه اين‏گونه ظاهري قابل جابه‌جايي و حذف و اضافه داشته باشد. نمي‌گويم نيست، من بي‌خبرم.

**■ مشوق‌ها:**

برای جذب مخاطبان و اقناع آن‌ها برای ماندن در سایت عماد و ترغیب به استفاده از این سایت، باید مشوق‌هایی در نظر گرفت. همة این مشوق‌ها لزوماً نباید یک‌باره ارائه شوند. باید بر اساس یک **برنامة زمان‌بندی**، و با درنظر گرفتنِ میزان اعضا، میزان خرید، بازدید از سایت و... مشوق‌های مختلف را عرضه کرد. به گمانم باشگاه امين چنين مشوقي است. دوستان يك‏بار باشگاه امين را مي‌خواستند، ولي طوري نوشته شده است كه هميشه قابل استفاده است، شما همين الآن نيز مي‌توانيد عده‌اي را عضو اين باشگاه كنيد و به آن‏ها مشوّق پرداخت كنيد، كم‏كم و به صورت ماهانه!

* انتخاب بهترین نظرهایی که مخاطبان و اعضای سایت دربارة محصولات ثبت کرده‌اند. جایزه به بهترین نظر هر هفته با افزایش مبلغی به اعتبار خرید آن‌ها یا مشوق‌های مشابه. عجيب است كه خيلي نظرات كم است، گمان نمي‌كردم اين قدر كم استقبال شود از نظر دادن، آدم‌ها براي خريد كتاب مي‌آيند و خريد هم انجام مي‌دهند، ولي هيچ كس نظري ذيل كتاب نمي‌نويسد! واقعاً مشكل كجاست؟.
* افزایش اعتبار خرید فعال‌ترین و مشتری‌ترین اعضا خوب است، به شرط آن‏كه تمكن مالي آن را داشته باشيد.
* ایجاد قابلیت امتیازدهی به هر محصول (شبیه به ستاره دادن به هر محصول. اما پیشنهاد این است که به جای ستاره، معیار ارزش‌گذاری دیگری انتخاب شود خوب است، ولي به جاي ستاره چه باشد؟ مي‏خواهيد چهارتا مين بكاريم كه هر كدام را بزنيد منفجر شود؟)
* شخصی‌سازی سایت برای هر یک از اعضا. ایجاد این امکان که هر عضو، بعد از ایجاد حساب کاربری بتواند دسته‌های موضوعی که بیش‌تر دوست دارد، در جایی مناسب ببیند. كه هست. بعد از ورود صفحه مقابل شما در وسط مي‌نويسد كه اين محصولات براي شماست، از روي موضوعات انتخابي شما انتخاب مي‏كند. بنابراین باید امتیازهایی برای کاربرانِ عضو در نظر گرفت که بعد از عضویت، بتوانند از میان این امتیازها (امکانات) بر حسبِ میزانِ امتیازی که در سایت دارند (بر اساس میزان خرید در ماه/سال) دست به انتخاب بزنند. تنظیم معیار دادن این امتیازها موضوع مهمی است. از طرف دیگر، تفکر دربارة این امکانات که چه باشند و چطور باشند، موضوع مهم دیگر است. اين تفكرات بايد انجام شود و نحوه امتيازدهي‌ها مشخص شود، تا بعد بتوان به برنامه‏نويس گفت كه چه بنويسد.
* تولید کارت‌های اعتباری هدیة کتاب: کارت‌هایی شبیه به کارت اینترنت‌های موجود که دارای یک شناسه و رمز است. هر کس می‌تواند از این کارت‌ها خریداری کرده و به عنوان هدیه به دوستان خود بدهد. شخص دریافت‌کنندة این کارت‌ها می‌تواند با استفاده از شناسه و رمز عبور خود، وارد سایت عماد شده و به میزان اعتباری که در کارت وجود دارد، کتاب بخرد یا اقدام به افزایش اعتبار خود کند. کارت‌ها را می‌توان در میزان‌های اعتبار مختلف تولید کرد. 10 هزار تومان، 20 هزار تومان، 30 هزار تومان و بالاتر. خوب است. طراحي كنيد و در نهايت يك ابزار در سايت قرار مي‏دهيم كه نوعي افزايش اعتبار به شمار رود.
* ارسال کارت تبریک + کتاب هدیه، برای اعضا به مناسبت سالروز تولدشان، سالروز تولد کودک‌شان، صاحب فرزند شدن‌شان، سالروز ازدواج‌شان، ازدواج‌شان و... نمي‏دانم خوب است يا نه. آيا به هزينه‌اش مي‌ارزد و يا اين‏كه عكس‌العمل تهاجمي نخواهد داشت؟ ممكن است كه مخاطب احساس ناامني كند، وقتي سالروز ازدواجش از يك سايت جنگ و دفاع مقدّس هديه فرستاده شود!
* دعوت از اعضای فعال برای شرکت در برنامه‌های غیرمجازی نظیر اردوها، جشن‌ها و مراسمی که عماد برگزار می‌کند.
* ترغیب اعضای فعال سایت برای پذیرش نمایندگی عماد در شهرها و روستاها. (پخش پارتیزانی محصولات با درصدی تخفیف که سودِ عاملِ توزیع را شامل می‌شود)
* تولید و عرضة محصولاتِ فرهنگی-تبلیغی که به نوعی با محصولاتی که در سایت عرضه می‌شوند مرتبط‌ند. این محصولات با نشانِ «عماد» برای فروش ارائه می‌شوند. مثال: تی‌شرتِ عماد – چراغ مطالعة عماد – رحلِ قرآنِ عماد و موارد مشابه دیگر. اين‏ها همه خوب است، ولي بايد ديد ميزان منفعت آن‏ها با هزينه آن‏ها سرشكن مي‏شود يا نه.

**■ سایت فقط سایت است؟**

بسیاری از فعالیت‌های سایت را می‌توان از بیرون فضای مجازی هدایت و برنامه‌ریزی کرد. همچنین برخی از فعالیت‌های سایت عماد می‌تواند زمینه‌ساز برخی برنامه‌ها در خارج از فضای وب باشد.

* ایجاد ارتباط با مراکز فرهنگی برای هدایتِ اعضایشان به سایت عماد
* ایجاد ارتباط با مراکز فرهنگی، اداری و... برای فروش کارت‌های هدیه خرید کتاب
* ایجاد ارتباط با سایت‌های محتوایی کتاب برای هدایت مخاطبانِ آن‌ها به سایت عماد برای خریدِ کتاب‌هایی که معرفی‌کنند. (لینک از سایت محتوایی به صفحة فروشِ کتاب در سایت عماد)
* ... اين‏ها كار روابط عمومي است كه بسيار مهم است. مثلاً بيل‌بوردهايي در سطح مراكز استان‌ها، گزارش‌هاي خبري، قرار گرفتن در كنفرانس‌هاي مطبوعاتي، اين‏ها خيلي اهميت دارد.

**■ نیروی انسانی لازم برای ادارة سایت**

برای ادارة سایت عماد با توضیحاتی که در بالا به صورت کلی آمد، یک مدیر، دو اپراتور و یک خبرنگار آزاد لازم است. هماهنگی با بخش‌های اجرایی، انبار، تولید و انتخاب‌کنندگان آثار ضروری است.

در نهايت برادر جان ما در اين نوشتار چيزي نديديم كه برويم انجام دهيم. اين‌ها بيشتر كار محتوايي بود كه خودتان بكنيد و بعضي هم كه فني بود نياز دارد به بيان ويژگي‌ها و تعيين تكليف تا در نهايت معلوم شود چه كار فني نياز است. قسمتي از اين نوشته هم كه شعار بود و راهكار عملي نداشت. خلاصه ما در خدمتيم ولي از اين نوشته چيزي به عماد اضافه نشد.

امّا درباره سازمان ملّي جوانان و سايت 20 روز ديگر، عرض مي‏شود كه بنده مي‏توانم گرافيك عماد را تغيير دهم، چه اين‏كه شما نيز مي‌توانيد همين كار را بكنيد، امّا راه‏اندازي يك سيستم مشاوره، هنوز نفهميدم چه سيستمي است، آمازون را هم ديدم، منظور شما از مشاوره چيست كه سامانه‌اش در عماد راه‏اندازي شود؟ بنده مسئوليت يك سايتي را كه به عنوان هفته ملّي جوان افتتاح بشود قبول نمي‏كنم، به صراحت اين را خلاف شرع مي‌بينم و حاضر نيستم يك سايت ديگر را رنگ كنم و بدهم به عنوان يك سايت ملّي افتتاح كنند. همان‏طور كه وعده كردم امروز چهارشنبه 9 تير 1389 پاسخ قطعي خود را اعلام مي‏دارم؛ در حدّ تغيير گرافيك خودتان مي‌توانيد، همان‏طور كه قبلاً انجام داده‌ايد، قالب‌ها را تغيير دهيد. البته اگر كمكي نياز داشتيد و پرسشي ياريتان خواهم كرد. درباره مشاوره هم نياز به ديدگاه‌هاي بيشتري است تا برايم روشن شود واقعاً چه نوع مشاوره‌اي و تا چه حدّ خودكار باشد. به تدريج روي آن كار خواهيم كرد، ولي براي 20 روز ديگر هيچ قولي نمي‌دهم. هفته ديگر هم امتحان شفاهي حوزه دارم و بايد مدتي را مطالعه كنم. تشكر؛ موشَّح 9/4/1389

**■ امکانات مورد نیاز برای ادارة سایت**

* دو دستگاه کامپیوتر متصل به شبکة داخلی و شبکة اینترنت پر سرعت
* اسکنر
* پرینتر