禪

سیستمهای مدیریت محتوا باید این 5 ویژگی مهم را داشته باشند

شاخصهای کلیدی یک سیستم مدیریت محتوا

تصمیمگیری درباره زمان و نحوه ارتقای سیستم مدیریت محتوا (CMS) بهراحتی انجام نمیگیرد . از این رو، قصد داریم به این موضوع بپردازیم که آیا حفظ نسخه فعلی بهوسیله ارتقاهای نسخه، باعث صرفهجویی در هزینههای شما میشود یا با این کار پول خود را دور میاندازید؟ ارتقای وبسایت شما ممکن است مستلزم صرف زمان و بودجه باشد، اما فرصت از دست رفته میتواند هزینه بیشتری را در مقایسه با هزینه داشتن یک فناوری مناسب به شما تحمیل کند. بنابراین، سؤال این است که CMS شما باید از چه ویژگیهایی برخوردار باشد؟

این مطلب یکی از مقالات پرونده ویژه «سامانههای مدیریت محتوا » شماره **199** ماهنامه شبکه است. علاقهمندان میتوانند کل این پرونده ویژه را از روی سایت شبکه دانلود کنند .

1- مخازن محتوای انعطافپذیر

روزهای تعامل کاربر با یک کانال خیلی وقت است که تمام شده است . امروزه، اگر میخواهید CMS کاتالیزوری برای رشد و پیشرفت شما باشد، باید یک CMS را انتخاب کنید که بین محتوا و ارائه محتوا بهخوبی تفکیک قائل میشود، این گونه دیگر لازم نیست سازندگان محتوا نگران نحوه نمایش محتوا به اشکال مختلف باشند. در عوض، این افراد میتوانند با محتوای ساختاری کار کنند . در اینجا است که مخزنها وارد بازی میشوند، چون هر محتوایی را ساختارسازی میکنند و در دسترس قرار میدهند . چرا باید

محتوای خود را ساختاری کنید؟ شما میتوانید محتوای خود را در بخشهای مستقل جداسازی کنید؛ بنابراین، هر موجودیت مجزایی را میتوان به شکل مستقل ویرایش و یا مجدد هدفگذاری کرد . در نتیجه میتوانید :

- این انعطافپذیری را برای بازدیدکنندگان خود قائل شوید تا آنچه را به دنبالش هستند، در سایت یا اپ شما بیابند .
- به بازدیدکنندگان خود محتویات مرتبط را پیشنهاددهید، آنها متوجه میشوند وبسایت شما چه مطالب دیگری را ارائه میدهد .
- بین بخشهایی از محتوا ارتباط معنایی ایجاد کنید که به شدت موجب تقویت تجربه کاربر میشود .
- تجربه کاربر را از طریق محتوای پویا که برای مخاطب هدف شخصیسازی شده منتقل کنید .
- سطوح مختلف دسترسی به محتوا برای کسب درآمد ارائه شده است.

مطلب پیشنهادی

سامانه های
مدیریت
محتوا

پرونده ویژه «سامانههای مدیریت محتوا » منتشر شد

2- رابط برنامهنویسی کاربردی متن باز

ابتدا API چیست؟ API اصطلاحی است که استفاده از آن در همه شرکتهای فناوری رایج است . حتی مارک زاکربرگ هم در نطقهای اصلی خود از این واژه استفاده میکند، اما بهعنوان یک بازاریاب یا یک مدیر خرید، از کجا بدانید که معنای API چیست؟ API مخفف رابط برنامهنویسی نرمافزار کاربردی است و امکان تبادل دادهها را بین سیستمهای مختلف امکانپذیر میسازد . به عبارت دیگر، API یک واسطه نرمافزاری است که موجب میشود برنامههای کاربردی بتوانند با یکدیگر تعامل داشته باشند و دادهها را به اشتراک بگذارند .

حال که از مزیت داشتن یک مخزن انعطافپذیر و معنای API آگاه شدید، باید بگویید که ترکیب یک مخزن انعطافپذیر و API باز، امکان انتقال محتوا فراتر از وب را فراهم میسازد . ممکن است بپرسید چرا لازم است فراتر از وب بروید؟ اولاً به سال 2017 خوش آمدید، دوماً شرکت تحقیقاتی مستقل گارتنر تخمین میزند تا سال 2020، دهها میلیارد از دستگاههای روزمره به حسگرهایی برای پردازش و تحلیل دادهها مجهز شوند. اجازه دهید توضیح دهیم چگونه یک API باز به شما کمک میکند تا فراتر از وب بروید . یک توسعهدهنده برنامه میتواند بهوسیله API سیستم مدیریت محتوا و با استفاده از محتوای موجود، یک برنامه هدفمند درجهت پیشبرد ارزش کسب و کار بسازد . به این ترتیب، میتوانید از محتوای موجود در کتابهای الکترونیکی، وبسایتها، برنامههای بومی، فیسبوک و سایر سکوها دوباره استفاده کنید .

مزیت دیگر API باز این است که شما میتوانید CMS خود را با سیستمهای داخلی و خارجی دیگر همچون سیستمهای ERP و CRM یکپارچه کنید . برای مثال، اگر یک وبسایت تجارت الکترونیک دارید، ممکن است بخواهید ارتباط بین CMS خود و سیستمهای پردازش پرداخت را تسهیل کنید . برای انجام این کار یا باید اتصالدهندههای آماده کار در بین CMS و سیستمهای دیگر خود داشته باشید یا یک تیم فنی که بتواند یکپارچهسازیهای مورد نیاز کسب و کار شما را انجام دهد .

3- شخصیسازی محتوا

طبق تحقیقات صورت گرفته، بازاریابهایی که تجربیات وب شخصیسازی شده را ارائه میدهند، بهمراتب عملکرد بهتری نسبت به همتایان خود دارند که از این تجربه ارزشمند محروم هستند . خبر خوب اینکه بهدلیل تقاضا برای تجارب شخصی، فروشندگان CMS بیشتری به سراغ قابلیتهای شخصیسازی یکپارچهتر و قویتری میروند . فناوری سعی دارد خود را با تقاضا برای شخصیسازی مطابقت دهد . برخی انواع CMS قابلیت شخصیسازی آماده کار را ارائه میدهند، در حالی که برخی دیگر یک سرویس ابر شخص ثالث را ادغام

میکنند . برخی انواع CMS حتی اتصالدهندههایی را برای راه حلهای اصلی SaaS عرضه میکنند . انتقال محتوای شخصیسازی شده تاکنون به این اندازه آسان نبوده است، اما شخصیسازی همچنان یک منطقه پیچیده است پس مطمئن شوید درک درستی از اهداف و انتظارات خود داشته باشید. برای انتقال تجربه شخصیسازی شده، معمولاً به CMS نیاز دارید که بتواند بهراحتی قابلیتهای شخصیسازی را بر اساس رفتار کاربر همچون کلیکها، نمایش صفحه، خریدها و همچنین دادههای جمعیتشناسی مثل مکان، زبان، نقش شغلی وغیره ادغام کند .

4- کنترل مجوز

سازمانها محتویات مختلف و نقشهای شغلی مختلفی دارند . چون یک سازمان دارای نویسندگان محتوای زیادی است، به این معنا نیست که تمام آنها باید بهعنوان ناشر مجوز بگیرند . یا اینکه یک شخص در داخل سازمان فقط اجازه داشته باشد نوع خاصی از محتوا همچون پستهای شغلی را منتشر کند، در حالی که بقیه فقط اجازه انتشار در بخشهای خاصی از سایت را داشته باشند . قابلیت انتشار چندسطحی ویژگی است که CMS باید از آن برخوردار باشد . وقتی درباره فناوری CMS خود تصمیمگیری میکنید، باید بررسی کنید هر سطح چه کاری انجام میدهد، آیا میتوان چندین نقش را به کاربران تخصیص داد؟ سکو باید به ادمین اجازه دهد تا سطوح کاربر جدید را اضافه کند یا اختیارات را برای هر کاربر به شکل خاصی تنظیم کند و باید واقعاً برای ساختار سازمان شما بهینهسازی شده باشد . با وجود این، این ویژگی یک لایه امنیتی قدرتمند را میافزاید، بنابراین فروشنده شما باید بتواند توضیح دهد از چه مکانیسمهایی برای رسیدن به یک سیستم امن استفاده میشود.

مطلب پیشنهادی

[25 درصد کل سایتهای دنیا وردپرسی هستند !]

5- پشتیبانی چندزبانه

با توجه به رشد مداوم صنعت موبایل و تجارت الکترونیک، اینترنت اشیا و قوانین لازم برای دسترسی به خدمات زبان برای مهاجران، پناهندگان، دادگاهها و امنیت عمومی، تفاوت بین بازار داخلی و جهانی کاهش مییابد. در واقع، طبق بررسیهای انجام گرفته توسط SDL در سال 2016 که 151 سازمان را در سراسر ایالات متحده امریکا مورد بررسی قرار داد، 48 درصد متخصصان کسب و کار و IT قصد دارند در طی 24 ماه آینده بهسمت مدل جهانی عملیاتی کردن محتوا حرکت کنند . به هر حال، همین مطالعه نشان داد 92 درصد شرکتها وقتی محتوا را به زبانهای دیگر ترجمه میکنند با چالش روبهرو میشوند و تنها 29 درصد آنها سیستم مدیریت محتوای خود را با یک سیستم مدیریت ترجمه یا ارائهدهنده سرویس زبان ادغام میکنند . اگر از قبل یک مخاطب بینالمللی را هدف قرار دادهاید، یا قصد دارید در آینده از مرزها عبور کنید، باید یک CMS را در نظر بگیرید که میتواند از پس نیازهای CMS چندزبانه شما بربیاید . بسیاری از فروشندگان CMS قابلیتهای چندزبانه را از طریق پلاگینها یا افزونهها ارائه میکنند . مشکل این نوع عرضه کردن این است که پلاگینها ممکن است بهدرستی حفظ و نگهداری نشوند، زیرا توسط فروشنده واقعی CMS ساخته نشدهاند و نقاط آسیبپذیری دارند . ممکن است بدافزار هم از سوی شرکتهای شخص ثالث به آنها نفوذ کند . در این مورد، یک ویژگی چندزبانه آماده کار جایگزین بهتری است تا از لحاظ آسیبپذیری ایمنتر باشد و میتواند به شکل بهتری حفظ و نگهداری شود، زیرا بخشی از محصول فروشنده است . وقتی قابلیتهای چندزبانه یک سکو را بررسی میکنید، مطمئن شوید که حداقل از قابلیت سفارشیسازی کامل URL برخوردار باشد، بتواند از ترجمههای بیشتری که در حال حاضر نیازی دارید، پشتیبانی کند و تغییردهنده زبان داشته باشد؛ بنابراین، وقتی زبان تغییر میکند، تجربه کاربر قطع نخواهد شد . گارتنر تخمین میزند که تا سال 2017، از طریق بیش از 268 میلیارد دانلود جهانی، 77 میلیارد دلار

درآمد داشته باشد . با این حال بیش از نیمی از کشورهایی که در فهرست 10 کشور برتر دانلود برنامه و درآمد قرار دارند، جزء کشورهای غیرانگلیسی زبان و شرق آسیا هستند .

در رأس این ویژگیهای ضروری، سؤالات کلیدی دیگری هم مطرح میشوند

- آیا CMS آیندهنگری شده است، و آیا این امکان را فراهم میکند تا سازمان شما دائم نوآوری داشته باشد و خود را با محیطهای دیجیتالی که بهسرعت در حال تغییر هستند، سازگار کند؟
- حتی در سطوح ترافیکی بالا، آیا سکو عملکرد سریعی ارائه میدهد و به طور خودکار تغییر مقیاس میدهد، آیا با افزایش درخواست مشتری مطابقت دارد؟
- موارد استفاده و چالشهای بالقوه شما با CMS چیست؟ آیا CMS به حل آن چالشها کمک میکند؟
- آیا برای میزبانی CMS از ابتدا برنامهریزی میکنید یا به دنبال راه حل میزبانی ابری هستید؟

هزینه، حفظ و نگهداری / بهروزرسانی و مزایای تأمین نیروی انسانی برای هر رویکرد چگونه است؟
CMS شما باید از ویژگیهای پیشرو بهرهمند باشد، از الزامات جدید میکرودیتا گرفته تا استفاده آسان از الگوها، بنابراین، سازمان شما میتواند یک تجربه دیجیتال یکپارچه را به مخاطب مناسب با پیام درست در زمان مناسب ارائه دهد .

نویسنده :
مهسا قنبری
دسته بندی:
پرونده ویژه
تاریخ انتشار :
11:55 - 26/12/1396
برچسب:
سیستم مدیریت محتوا - CMS - ارتقای سیستم مدیریت محتوا - ویژگی API - CMS چیست - API

نشانی
□□□□: https://www.shabakeh-mag.com/cover-story/11534/%D8%B4%D8%A7%D8%AE%D8%B5%E2%80%8C%D9%87%D8%A7%DB%8C-%DA%A9%D9%84%DB%8C%D8%AF%DB%8C-%DB%8C%DA%A9-%D8%B3%DB%8C%D8%B3%D8%AA%D9%85-%D9%85%D8%AF%DB%8C%D8%B1%DB%8C%D8%AA-%D9%85%D8%AD%D8%AA%D9%88%D8%A7