

- Tommy Hilfiger Re platforms
 - What reasons were behind Hilfiger's choice of ATG for its Web site solution?
 - Why did Hilfiger decide it needed to re platform in 2011?
 - What are some of the site-building options for operators of smaller Web sites?

- تومي هيلفيجر إعادة النظام

- ❖ ما هي الأسباب وراء اختيار هيلفيجر ل ATG لحلول موقع الويب الخاص بها؟
- ❖ لماذا قرر هيلفيجر أنه بحاجة إلى إعادة النظام في عام 2011؟
- ❖ ما هي بعض خيارات بناء الموقع لمشغلي مواقع الويب الأصغر؟

- Imagine Your E-commerce Presence

- ❖ What's the idea?

- Vision
- Mission statement
- Target audience
- Intended market space
- Strategic analysis
- Internet marketing matrix
- Development timeline and preliminary budget

- تخيل وجودك في التجارة الإلكترونية

- ❖ ما هي الفكرة؟

- رؤية
- بيان المهمة
- الجمهور المستهدف
- المساحة المخصصة للسوق
- التحليل الاستراتيجي
- مصفوفة التسويق عبر الإنترنت
- الجدول الزمني للتنمية والميزانية الأولية

- Imagine Your E-commerce Presence (cont.)

- ❖ Where's the money?

- Business model(s):

- Portal, e-tailer, content provider, transaction broker, market creator, service provider, community provider

- Revenue model(s):

- Advertising, subscriptions, transaction fees, sales, and affiliate revenue.

- تخيل وجودك في التجارة الإلكترونية (تابع)

- ❖ أين هو المال؟

- نماذج الأعمال):
 - بوابة، البريد تايلر، مزود المحتوى، وسيط الصفقة، الخالق السوق، مزود الخدمة، مزود المجتمع
 - نموذج (نماذج) الإيرادات:
 - الإعلانات والاشتراكات ورسوم المعاملات والمبيعات والإيرادات التابعة لها.

- Imagine Your E-commerce Presence (cont.)

- ❖ Who and where is the target audience?

- Describing your audience

- Demographics

- Age, gender, income, location

- Behavior patterns (lifestyle)

- Consumption patterns (purchasing habits)

- Digital usage patterns

- Content creation patterns (blogs, Facebook)

- Buyer personas

- تخيل وجودك في التجارة الإلكترونية (تابع)

- من وأين هو الجمهور المستهدف؟

- وصف جمهورك
 - الخصائص السكانية
 - العمر والجنس والدخل والموقع
 - أنماط السلوك (نمط الحياة)
 - أنماط الاستهلاك (عادات الشرائية)
 - أنماط الاستخدام الرقمي
 - أنماط إنشاء المحتوى (المدونات، فيس بوك)
 - المشتري شخصيات

• Imagine Your E-commerce Presence (cont.)

❖ Characterize the marketplace

- Demographics
- Size, growth, changes
- Structure
 - Competitors
 - Suppliers
 - Substitute products

❖ Where is the content coming from?

- Static or dynamic?

• تخيل وجودك في التجارة الإلكترونية (تابع)

❖ تميز السوق

- التركيبة السكانية
- الحجم والنمو والتغيرات
- بناء

- المنافسين
- الموردين
- منتجات بديلة

❖ من أين يأتي المحتوى؟

- ساكنة أو ديناميكية؟

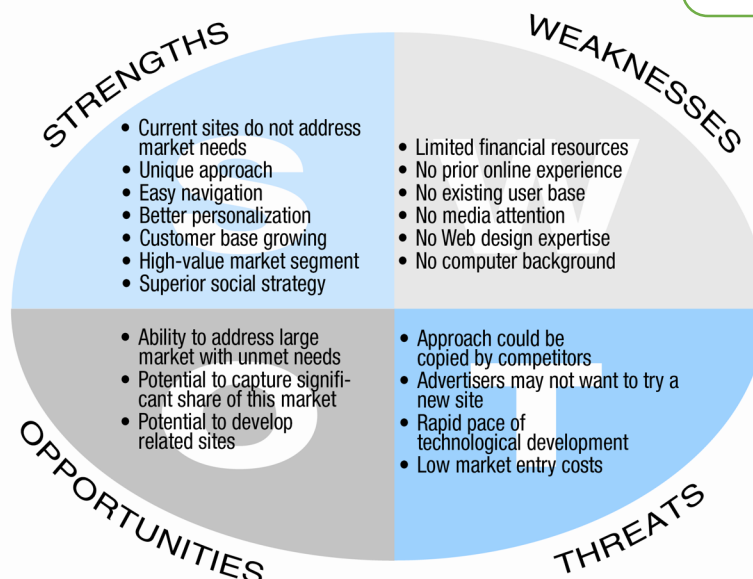
- Imagine Your E-commerce Presence (cont.)

- ❖ Know yourself—SWOT analysis
- ❖ Develop an e-commerce presence map
- ❖ Develop a timeline: Milestones
- ❖ How much will this cost?
 - Simple Web sites: up to \$5000
 - Small Web start-up: \$25,000 to \$50,000
 - Large corporate site: \$100,000+ to millions

- تخيل وجودك في التجارة الإلكترونية (تابع)

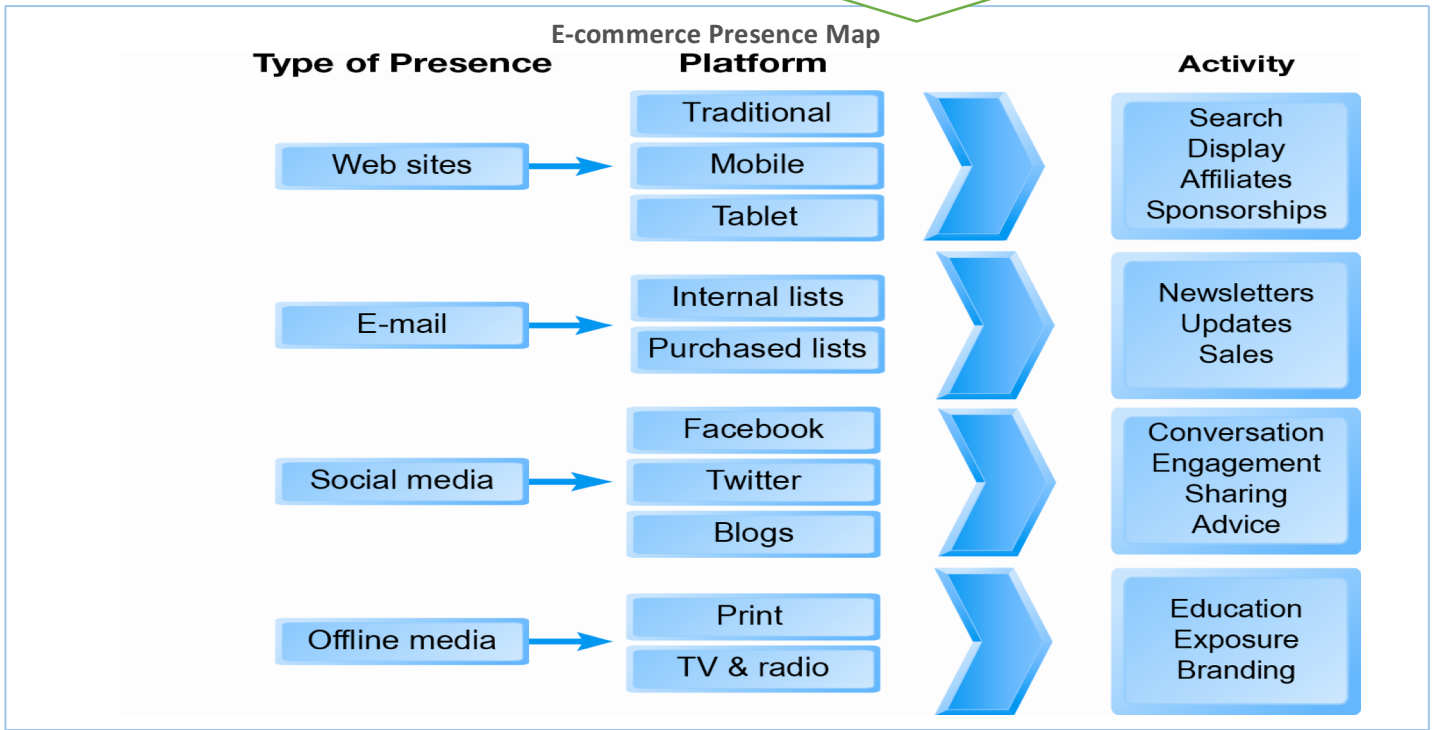
- ❖ تعرف نفسك تحليل سوت
- ❖ وضع خريطة لتواجد التجارة الإلكترونية
- ❖ وضع جدول زمني: المعالم
- ❖ كم ستكون هذه التكلفة؟
 - مواقع ويب بسيطة: ما يصل إلى \$ 5000
 - ويب الصغيرة البدء: \$ 25,000 إلى \$ 50,000
 - موقع الشركة الكبيرة: 100,000 دولار + للملايين

SWOT Analysis



تحليل سوت هو طريقة بسيطة ولكنها قوية لاستراتيجية حول عملك وفهم حيث يجب تركيز جهودكم. في سوت تحلل لك وتوصف نقاط القوة والضعف والتهديدات والفرص

ويبين الشكل خارطة الطريق إلى المنصات والأنشطة ذات الصلة سوف تحتاج إلى التفكير في متى ويوضح الشكل أيضا أربع أنواع مختلفة من التواجد. تطوير وجود التجارة الإلكترونية الخاصة بك والبريد الإلكتروني، وسائل الإعلام الاجتماعية، وسائل الإعلام حاليا لكل: التجاري الإلكتروني من هذه الأنواع هناك مختلفة المنصات التي سوف تحتاج إلى معالجة. على سبيل المثال، في حالة وجود موقع ويب، هناك ثلاثة منصات مختلفة: سطح المكتب التقليدية، وأقراص، والهواتف الذكية،



• **Building an E-commerce Site:
A Systematic Approach**

❖ **Most important management challenges:**

- Developing a clear understanding of business objectives
- Knowing how to choose the right technology to achieve those objectives

• **إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية: نهج منهجي**

❖ **أهم التحديات الإدارية:**

- تطوير فهم واضح لأهداف العمل
- معرفة كيفية اختيار التكنولوجيا المناسبة لتحقيق تلك الأهداف

- Pieces of the Site-building Puzzle

- ❖ Main areas where you will need to make decisions:

- Human resources and organizational capabilities
 - Creating team with skill set needed to build and manage a successful site
- Hardware/software
- Telecommunications
- Site design

- قطعة من بناء الموقع اللغز

- ❖ المجالات الرئيسية التي سوف تحتاج إلى اتخاذ القرارات:
 - الموارد البشرية والقدرات التنظيمية
 - إنشاء فريق مع مجموعة المهارات اللازمة لبناء وإدارة موقع ناجح
 - البرمجيات الأجهزة
 - الاتصالات السلكية واللاسلكية
 - تصميم الموقع

- The Systems Development Life Cycle

- ❖ Methodology for understanding business objectives of a system and designing an appropriate solution

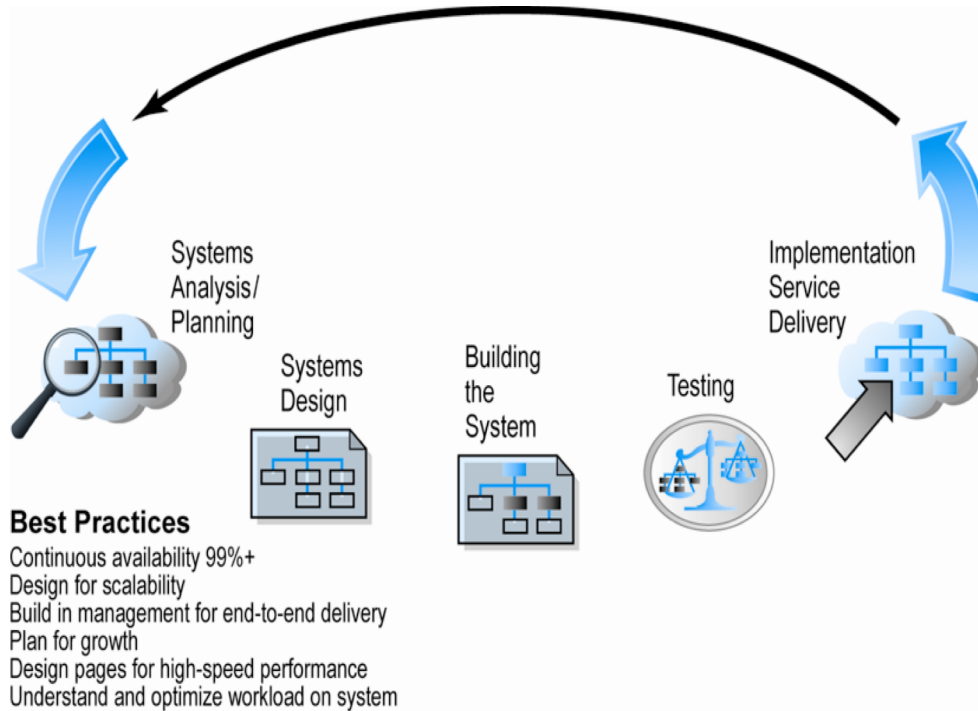
- ❖ Five major steps:

- Systems analysis/planning
- Systems design
- Building the system
- Testing
- Implementation

- دورة حياة تطوير النظم

- ❖ منهجية لفهم أهداف العمل لنظام وتصميم حل مناسب
- ❖ خمس خطوات رئيسية:
 - تحليل النظم / التخطيط
 - تصميم الأنظمة
 - بناء النظام
 - اختبارات
 - التنفيذ

Web Site Systems Development Life Cycle



- System Analysis/Planning

- ❖ Business objectives:

- List of capabilities you want your site to have

- ❖ System functionalities:

- List of information system capabilities needed to achieve business objectives

- ❖ Information requirements:

- Information elements that system must produce in order to achieve business objectives

تحليل النظام / التخطيط

❖ أهداف العمل:

- قائمة بالقدرات التي تريد أن يمتلكها موقعك

❖ وظائف النظام:

- قائمة قدرات نظام المعلومات اللازمة لتحقيق أهداف العمل

❖ متطلبات المعلومات:

- عناصر المعلومات التي يجب أن ينتجها النظام من أجل تحقيق أهداف العمل

يصف بعض أهداف الأعمال الأساسية، وظائف النظام، و متطلبات المعلومات لموقع نموذجي للتجارة الإلكترونية. كما هو مبين في الجدول، هناك هي تسعة أهداف عمل أساسية يجب أن يقدمها موقع للتجارة الإلكترونية. هذه الأهداف يجب أن تترجم إلى وصف لوظائف النظام وفي نهاية المطاف في مجموعة من متطلبات المعلومات الدقيقة. متطلبات المعلومات المحددة

TABLE 4.2

SYSTEM ANALYSIS: BUSINESS OBJECTIVES, SYSTEM FUNCTIONALITY, AND INFORMATION REQUIREMENTS FOR A TYPICAL E-COMMERCE SITE

BUSINESS OBJECTIVE	SYSTEM FUNCTIONALITY	INFORMATION REQUIREMENTS
Display goods	Digital catalog	Dynamic text and graphics catalog
Provide product information (content)	Product database	Product description, stocking numbers, inventory levels
Personalize/customize product	Customer on-site tracking	Site log for every customer visit; data mining capability to identify common customer paths and appropriate responses
Engage customers in conversations	On site blog	Software with blogging and community response functionality
Execute a transaction	Shopping cart/payment system	Secure credit card clearing; multiple payment options
Accumulate customer information	Customer database	Name, address, phone, and e-mail for all customers; online customer registration
Provide after-sale customer support	Sales database	Customer ID, product, date, payment, shipment date
Coordinate marketing/advertising	Ad server, e-mail server, e-mail, campaign manager, ad banner manager	Site behavior log of prospects and customers linked to e-mail and banner ad campaigns
Understand marketing effectiveness	Site tracking and reporting system	Number of unique visitors, pages visited, products purchased, identified by marketing campaign
Provide production and supplier links	Inventory management system	Product and inventory levels, supplier ID and contact, order quantity data by product

- **Systems Design:**

- Hardware and Software Platforms

- ❖ **System design specification:**

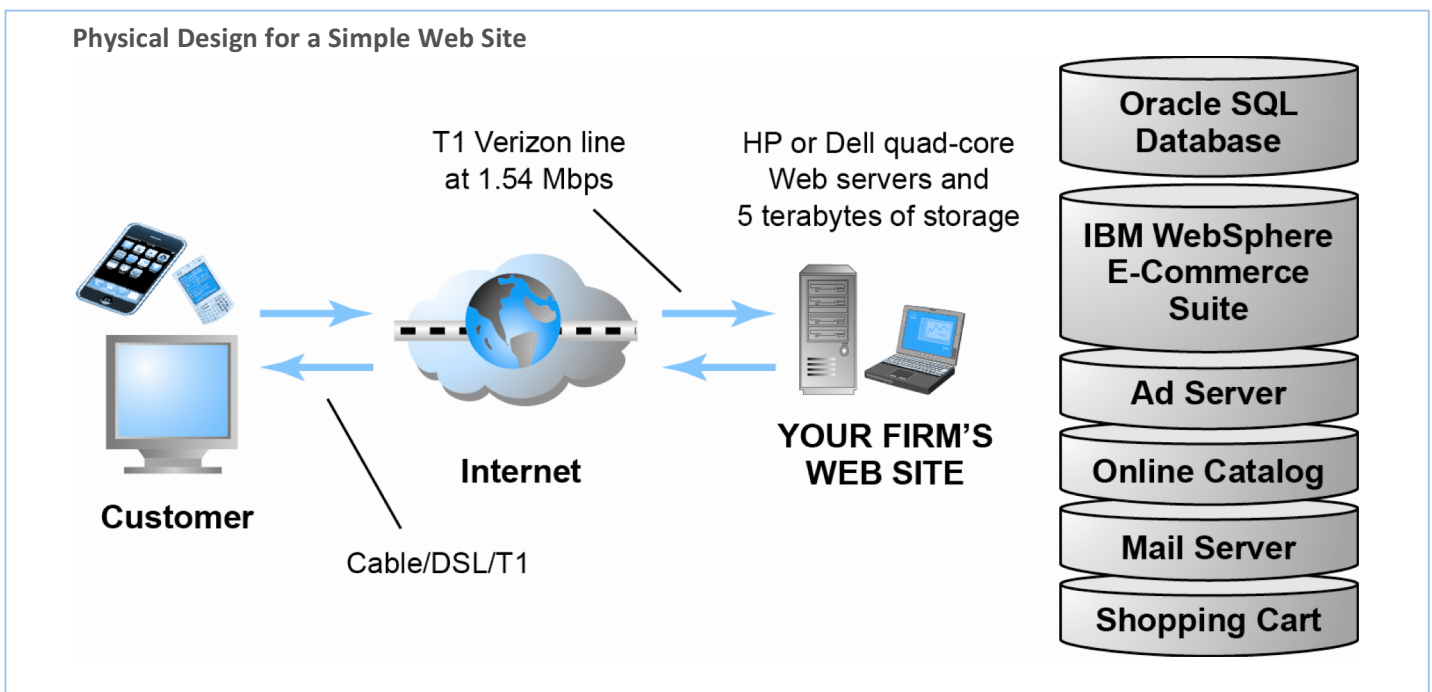
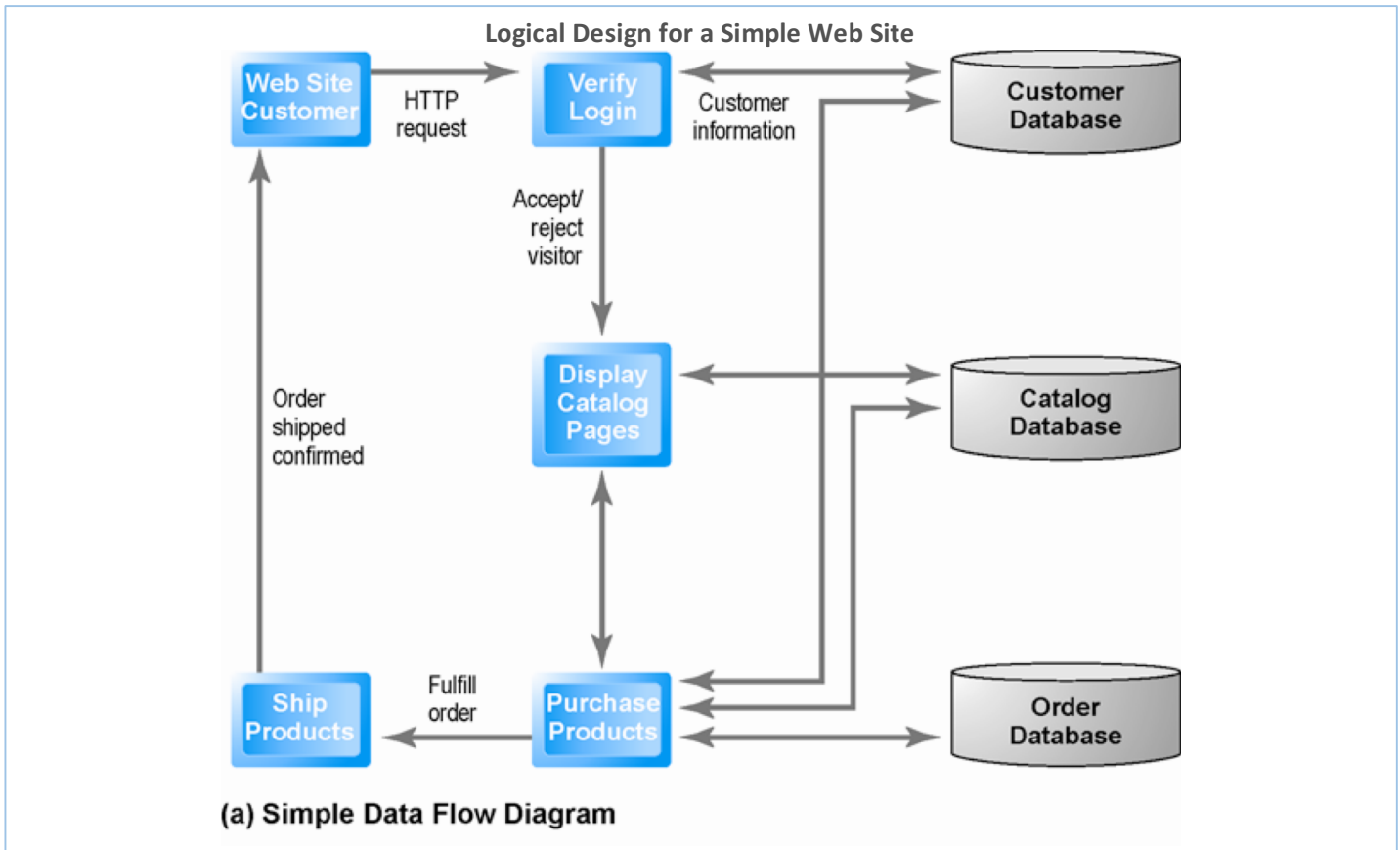
- **Description of main components of a system and their relationship to one another**

- ❖ **Two components of system design:**

- **Logical design**
 - **Data flow diagrams, processing functions, databases**
 - **Physical design**
 - **Specifies actual physical, software components, models, etc.**

أنظمة تصميم: الأجهزة والبرمجيات المنصات

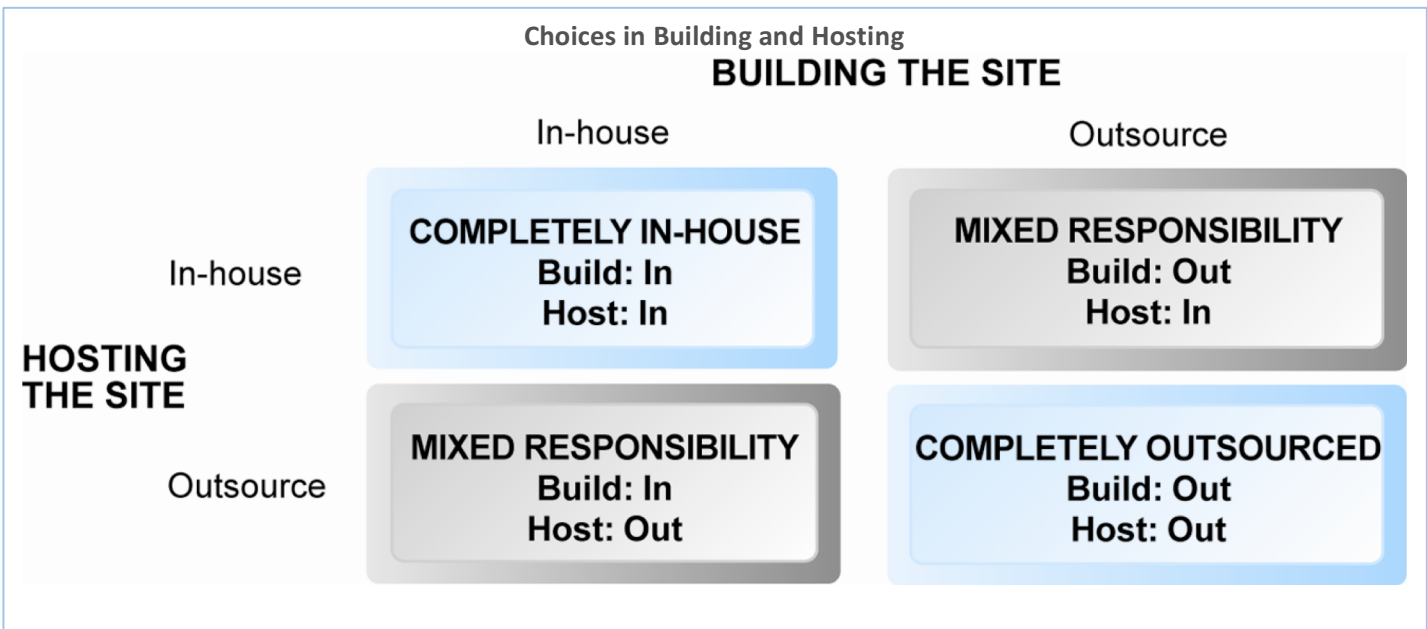
- ❖ **مواصفات تصميم النظام:**
 - وصف المكونات الرئيسية للنظام وعلاقتها ببعضها البعض
- ❖ **عنصران من تصميم النظام:**
 - التصميم المنطقي
 - مخططات تدفق البيانات، ووظائف المعالجة، قواعد البيانات
 - التصميم المادي
 - يحدد العناصر الفعلية المادية، ومكونات البرامج، والنماذج، وما إلى ذلك.



- **Build/Host Your Own vs. Outsourcing**
 - ❖ **Outsourcing: Hiring vendors to provide services involved in building site**
 - ❖ **Build own vs. outsourcing:**
 - **Build your own requires team with diverse skill set; choice of software tools; both risks and possible benefits**
 - ❖ **Host own vs. outsourcing**
 - **Hosting: Hosting company responsible for ensuring site is accessible 24/7, for monthly fee**
 - **Co-location: Firm purchases or leases Web server (with control over its operation), but server is located at vendor’s facility**

بناء / استضافة بنفسك مقابل الاستعانة بمصادر خارجية

- ❖ **الاستعانة بمصادر خارجية: توظيف البائعين لتقديم الخدمات المشاركة في موقع البناء**
- ❖ **بناء الخاصة مقابل الاستعانة بمصادر خارجية:**
 - **بناء بنفسك يتطلب فريق مع مجموعة متنوعة من المهارات. اختيار أدوات البرمجيات؛ سواء المخاطر أو الفوائد المحتملة**
- ❖ **المضيف الخاصة مقابل الاستعانة بمصادر خارجية**
 - **استضافة: الشركة المسؤولة عن ضمان موقع استضافة يمكن الوصول 7/24، لرسم شهري**
 - **شارك في الموقع: طيب شراء أو تستأجر ملقم ويب (مع السيطرة على عملياتها)، ولكن يقع الخادم في منشأة البائع**



- Testing, Implementation, and Maintenance
 - ❖ Testing
 - Unit testing
 - System testing
 - Acceptance testing
 - ❖ Implementation and maintenance:
 - Maintenance is ongoing
 - Maintenance costs: Similar to development costs
 - Benchmarking

الاختبار والتنفيذ والصيانة

- ❖ اختبارات
 - وحدة التجارب
 - اختبار النظام
 - اختبار القبول
- ❖ التنفيذ والصيانة:
 - والصيانة مستمرة
 - تكاليف الصيانة: مماثلة لتكاليف التطوير
 - المقارنة المعيارية

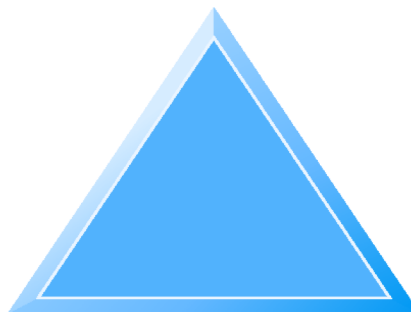
Factors in Web Site Optimization

Page Delivery

Content delivery networks
Edge caching
Bandwidth

Page Generation

Server response time
Device-based accelerators
Efficient resource allocation
Resource utilization thresholds
Monitoring site performance



Page Content

Optimize HTML
Optimize images
Site architecture
Efficient page style

- Simple vs. Multi-tiered Web Site Architecture

- ❖ System architecture

- Arrangement of software, machinery, and tasks in an information system needed to achieve a specific functionality

- ❖ Two-tier

- Web server and database server

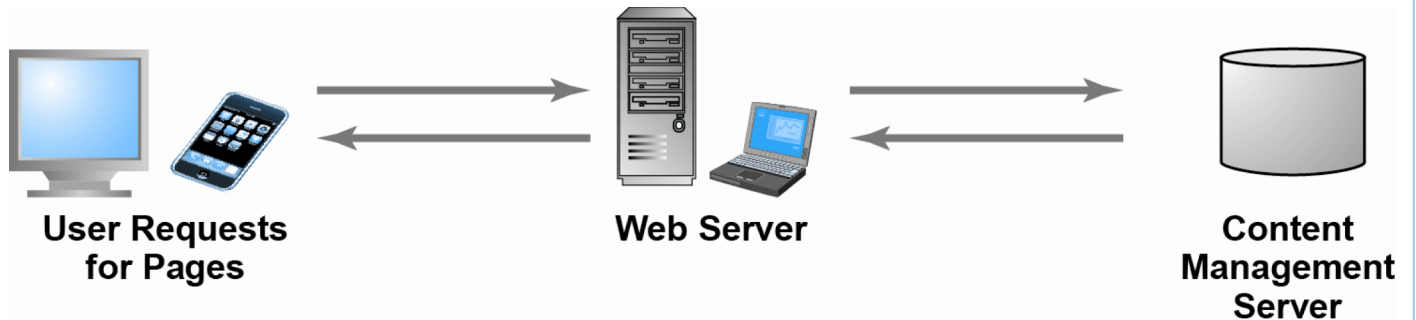
- ❖ Multi-tier

- Web application servers
- Backend, legacy databases

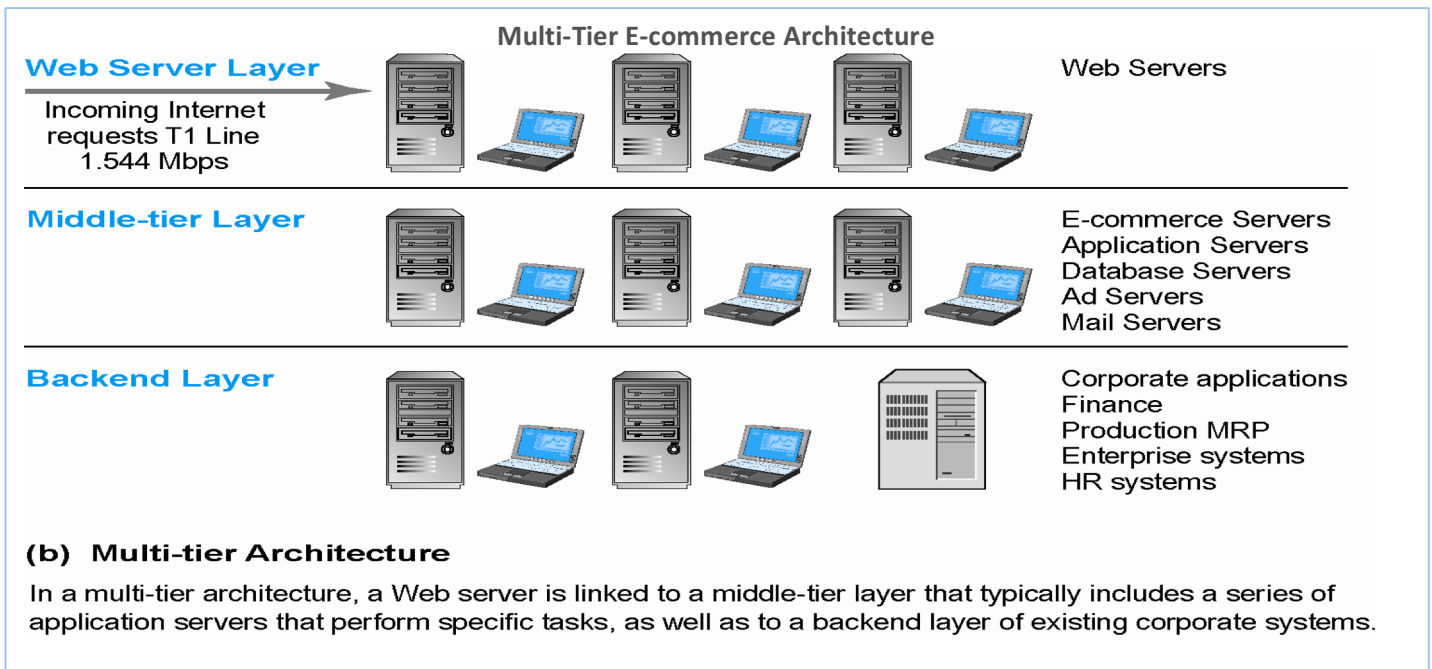
بسيطة مقابل متعدد المستويات بنية موقع ويب

- ❖ بنية النظام
 - ترتيب البرمجيات والآلات والمهام في نظام المعلومات اللازمة لتحقيق وظيفة محددة
- ❖ مستويين
 - خادم الويب وخادم قاعدة البيانات
- ❖ متعدد المستويات
 - خوادم تطبيقات الويب
 - الخلفية، وقواعد البيانات القديمة

Two-Tier E-commerce Architecture



(a) Two-tier Architecture



- **Web Server Software**

- ❖ **Apache**

- **Leading Web server software (66% of market)**
 - **Works with UNIX, Linux OSs**

- ❖ **Microsoft's Internet Information Server (IIS)**

- **Second major Web server software (16% of market)**
 - **Windows-based**

برنامج خادم الويب

- ❖ أباتشي
 - برنامج خادم الويب الرائد (66% من السوق)
 - يعمل مع أونيكس، لينكس، أوس
- ❖ خادم معلومات إنترنت ل ميكروسوفت (إيس)
 - برنامج خادم الويب الرئيسي الثاني (16% من السوق)
 - يستند إلى Windows

TABLE 4.4 BASIC FUNCTIONALITY PROVIDED BY WEB SERVERS	
FUNCTIONALITY	DESCRIPTION
Processing of HTTP requests	Receive and respond to client requests for HTML pages
Security services (Secure Sockets Layer)	Verify username and password; process certificates and private/public key information required for credit card processing and other secure information
File Transfer Protocol	Permits transfer of very large files from server to server
Search engine	Indexing of site content; keyword search capability
Data capture	Log file of all visits, time, duration, and referral source
E-mail	Ability to send, receive, and store e-mail messages
Site management tools	Calculate and display key site statistics, such as unique visitors, page requests, and origin of requests; check links on pages

- Site Management Tools

- ❖ Basic tools

- Included in all Web servers, e.g.,
 - Verify that links on pages are still valid
 - Identify orphan files

- ❖ Third-party software for advanced management

- Monitor customer purchases, marketing campaign effectiveness, etc.
 - WebTrends Analytics 10, Google Analytics

أدوات إدارة الموقع

❖ الأدوات الأساسية

- وشملت في جميع خوادم الويب، على سبيل المثال،
 - تحقق من أن الروابط على الصفحات لا تزال صالحة
 - تحديد الملفات اليتيمة

❖ برامج طرف ثالث للإدارة المتقدمة

- مراقبة مشتريات العملاء، فعالية حملات التسويق، إلخ.
- اتجاهات شبكة أناليتيكش 10، غوغل أناليتيكش

- **Dynamic Page Generation Tools**

- ❖ **Dynamic page generation:**

- Contents stored in database and fetched when needed

- ❖ **Common tools:**

- CGI, ASP, JSP, ODBC

- ❖ **Advantages**

- Lowers menu costs
- Permits easy online market segmentation
- Enables cost-free price discrimination
- Enables content management system (CMS)

أدوات إنشاء الصفحة الديناميكية

- ❖ **إنشاء الصفحة الديناميكية:**

- المحتويات المخزنة في قاعدة البيانات وجلب عند الحاجة

- ❖ **الأدوات الشائعة:**

- CGI, ASP, JSP, ODBC

- ❖ **مزايا**

- يقلل من تكاليف القائمة
- يسمح بسهولة تجزئة السوق على الانترنت
- تمكن من التمييز في الأسعار بدون تكلفة
- تمكين نظام إدارة المحتوى (كمس)

- Application Servers

- ❖ Web application servers:

- Provide specific business functionality required for a Web site
 - Type of middleware
 - Isolate business applications from Web servers and databases
 - Single-function applications being replaced by integrated software tools that combine all functionality needed for e-commerce site

خوادم التطبيقات

❖ خوادم تطبيقات الويب:

- توفير وظائف عمل محددة مطلوبة لموقع ويب
- نوع الوسيلة
 - عزل تطبيقات الأعمال من خوادم الويب وقواعد البيانات
- تطبيقات أحادية الوظيفة يتم استبدالها بأدوات برامج متكاملة تجمع بين جميع الوظائف اللازمة لموقع التجارة الإلكترونية

- E-commerce Merchant Server Software

- ❖ Provides basic functionality for sales

- Online catalog
 - List of products available on Web site
 - Shopping cart
 - Allows shoppers to set aside, review, edit selections, and then make purchase
 - Credit card processing
 - Typically works in conjunction with shopping cart
 - Verifies card and puts through credit to company's account at checkout

برنامج خادم التاجر للتجارة الإلكترونية

❖ يوفر وظائف أساسية للمبيعات

- كتالوج على الإنترنت
 - قائمة المنتجات المتاحة على موقع ويب
- عربة التسوق
 - السماح للمتسوقين بتخصيص، مراجعة، تعديل الاختيارات، ثم إجراء عملية شراء
- معالجة بطاقات الائتمان
 - عادة يعمل جنباً إلى جنب مع عربة التسوق
 - يتحقق من البطاقة ويضع من خلال الائتمان لحساب الشركة عند الخروج

- Merchant Server Software Packages
 - ❖ Integrated environment that includes most of functionality needed
 - ❖ Key factors in selecting a package
 - Functionality
 - Support for different business models
 - Business process modeling tools
 - Visual site management and reporting
 - Performance and scalability
 - Connectivity to existing business systems
 - Compliance with standards
 - Global and multicultural capability
 - Local sales tax and shipping rules

حزم برامج خادم التاجر

- ❖ بيئة متكاملة تتضمن معظم الوظائف المطلوبة
- ❖ العوامل الرئيسية في اختيار حزمة
 - وظائف
 - دعم نماذج الأعمال المختلفة
 - أدوات نمذجة العمليات التجارية
 - إدارة الموقع المرئي وإعداد التقارير
 - الأداء والتدرجية
 - الاتصال بأنظمة الأعمال الحالية
 - الامتثال للمعايير
 - القدرة العالمية ومتعددة الثقافات
 - ضريبة المبيعات المحلية وقواعد الشحن

- Building Your Own E-commerce Site
 - ❖ Options for small firms
 - Hosted e-commerce sites, e.g., Yahoo’s Merchant Solutions
 - Site building tools
 - E-commerce templates
 - Open-source merchant server software
 - Enables you to build truly custom sites
 - Requires programmer with expertise, time

بناء موقع التجارة الإلكترونية الخاصة بك

- ❖ خيارات للشركات الصغيرة
 - مواقع التجارة الإلكترونية المستضاف، على سبيل المثال، حلول تاجر ياهو
 - أدوات بناء الموقع
 - قوالب التجارة الإلكترونية
 - المصدر المفتوح برنامج خادم التاجر
 - يمكنك من إنشاء مواقع مخصصة حقا
 - يتطلب مبرمج مع الخبرة والوقت

- The Hardware Platform

- ❖ Hardware platform:

- Underlying computing equipment needed for e-commerce functionality

- ❖ Objective:

- Enough platform capacity to meet peak demand without wasting money

- ❖ Important to understand the factors that affect speed, capacity, and scalability of a site

منصة الأجهزة

- ❖ منصة الأجهزة:
 - معدات الحوسبة الأساسية اللازمة لوظائف التجارة الإلكترونية
- ❖ موضوعي:
 - يكفي قدرة منصة لتلبية ذروة الطلب دون إضاعة المال
- ❖ من المهم فهم العوامل التي تؤثر على السرعة والقدرات وقابلية التوسع في الموقع

- Right-Sizing Your Hardware Platform:

- The Demand Side

- ❖ Customer demand:

- Most important factor affecting speed of site

- ❖ Factors in overall demand:

- Number of simultaneous users in peak periods
 - Nature of customer requests (user profile)
 - Type of content (dynamic vs. static Web pages)
 - Required security
 - Number of items in inventory
 - Number of page requests
 - Speed of legacy applications

الحق في تحجيم منصة الأجهزة الخاصة بك: الجانب الطلب

- ❖ طلب العملاء:
 - أهم عامل يؤثر على سرعة الموقع
- ❖ العوامل في الطلب الكلي:
 - عدد المستخدمين المتزامنين في فترات الذروة
 - طبيعة طلبات العملاء (ملف تعريف المستخدم)
 - نوع المحتوى (صفحات ويب ديناميكية مقابل ثابتة)
 - الأمان المطلوب
 - عدد العناصر في المخزون
 - عدد طلبات الصفحة
 - سرعة التطبيقات القديمة

- Right-Sizing Your Hardware Platform: The Supply Side
 - ❖ Scalability:
 - Ability of site to increase in size as demand warrants
 - ❖ Ways to scale hardware:
 - Vertically
 - Increase processing power of individual components
 - Horizontally
 - Employ multiple computers to share workload
 - Improve processing architecture

الحق في تحجيم منصة الأجهزة الخاصة بك: الجانب العرض

- ❖ قابلية التوسع:
 - قدرة الموقع على زيادة حجمها حسب الطلب
- ❖ طرق لتوسيع الأجهزة:
 - عموديا
 - زيادة قوة معالجة المكونات الفردية
 - أفقيا
 - استخدام أجهزة كمبيوتر متعددة لتبادل عبء العمل
 - تحسين هندسة المعالجة

TABLE 4.8 VERTICAL AND HORIZONTAL SCALING TECHNIQUES

TECHNIQUE	APPLICATION
Use a faster computer	Deploy edge servers, presentation servers, data servers, etc.
Create a cluster of computers	Use computers in parallel to balance loads.
Use appliance servers	Use special-purpose computers optimized for their task.
Segment workload	Segment incoming work to specialized computers.
Batch requests	Combine related requests for data into groups, process as group.
Manage connections	Reduce connections between processes and computers to a minimum.
Aggregate user data	Aggregate user data from legacy applications in single data pools.
Cache	Store frequently used data in cache rather than on the disk.

TABLE 4.9 IMPROVING THE PROCESSING ARCHITECTURE OF YOUR SITE

ARCHITECTURE IMPROVEMENT	DESCRIPTION
Separate static content from dynamic content	Use specialized servers for each type of workload.
Cache static content	Increase RAM to the gigabyte range and store static content in RAM.
Cache database lookup tables	Use cache tables used to look up database records.
Consolidate business logic on dedicated servers	Put shopping cart, credit card processing, and other CPU-intensive activity on dedicated servers.
Optimize ASP code	Examine your code to ensure it is operating efficiently.
Optimize the database schema	Examine your database search times and take steps to reduce access times.

- Other E-commerce Site Tools
 - ❖ Web site design: Basic business considerations
 - Enabling customers to find and buy what they need
 - ❖ Tools for Web site optimization
 - Search engine placement
 - Metatags, titles, content
 - Identify market niches, localize site
 - Offer expertise
 - Links
 - Search engine ads
 - Local e-commerce

أدوات موقع التجارة الإلكترونية الأخرى

- ❖ تصميم موقع ويب: اعتبارات الأعمال الأساسية
 - تمكين العملاء من العثور على ما يحتاجون إليه وشراؤه
- ❖ أدوات لتحسين موقع ويب
 - موضع محرك البحث

- إشارات مرجعية العناوين، المحتوى
- تحديد مواقع السوق، توطين الموقع
- خبرة العرض
- الروابط
- إعلانات محرك البحث
- التجارة الإلكترونية المحلية

TABLE 4.10

E-COMMERCE WEB SITE FEATURES THAT ANNOY CUSTOMERS

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Requiring user to view ad or Flash introduction before going to Web site content • Pop-up and pop-under ads and windows • Too many clicks to get to the content • Links that don't work • Confusing navigation; no search function • Requirement to register and log in before viewing content or ordering • Slow loading pages • Content that is out of date | <ul style="list-style-type: none"> • Inability to use browser's Back button • No contact information available (Web form only) • Unnecessary splash/flash screens, animation, etc. • Music or other audio that plays automatically • Unprofessional design elements • Text not easily legible due to size, color, format • Typographical errors • No or unclear returns policy |
|--|--|

TABLE 4.11

THE EIGHT MOST IMPORTANT FACTORS IN SUCCESSFUL E-COMMERCE SITE DESIGN

FACTOR	DESCRIPTION
Functionality	Pages that work, load quickly, and point the customer toward your product offerings
Informational	Links that customers can easily find to discover more about you and your products
Ease of use	Simple fool-proof navigation
Redundant navigation	Alternative navigation to the same content
Ease of purchase	One or two clicks to purchase
Multi-browser functionality	Site works with the most popular browsers
Simple graphics	Avoids distracting, obnoxious graphics and sounds that the user cannot control
Legible text	Avoids backgrounds that distort text or make it illegible

- Tools for Interactivity and Active Content

- ❖ Web 2.0 design elements:
 - Widgets, mashups
- ❖ CGI (Common Gateway Interface)
- ❖ ASP (Active Server Pages)
- ❖ Java, JSP, and JavaScript
- ❖ ActiveX and VBScript
- ❖ ColdFusion

أدوات التفاعل والمحتوى النشط

- ❖ عناصر تصميم الويب 2.0:
 - الحاجيات، المزج
- ❖ سغي (واجهة البوابة المشتركة)
- ❖ أسب (صفحات الخادم النشطة)
- ❖ جافا، جاسب، وجافا سكريبت
- ❖ أكتيفكس و فسكربت
- ❖ كولد فيوجن

- Personalization Tools

- ❖ Personalization

- Ability to treat people based on personal qualities and prior history with site

- ❖ Customization

- Ability to change the product to better fit the needs of the customer

- ❖ Cookies:

- Primary method to achieve personalization

أدوات التخصيص

❖ إضفاء الطابع الشخصي

- القدرة على التعامل مع الناس على أساس الصفات الشخصية والتاريخ السابق مع الموقع

❖ التخصيص

- القدرة على تغيير المنتج لتناسب بشكل أفضل احتياجات العملاء

❖ الكوكيز:

- الطريقة الرئيسية لتحقيق التخصيص

- The Information Policy Set

- ❖ Privacy policy

- Set of public statements declaring how site will treat customers' personal information that is gathered by site

- ❖ Accessibility rules

- Set of design objectives that ensure disabled users can affectively access site

مجموعة سياسة المعلومات

❖ سياسة الخصوصية

- مجموعة من التصريحات العامة توضح كيفية تعامل الموقع مع المعلومات الشخصية للعملاء التي يتم جمعها حسب الموقع

❖ قواعد إمكانية الوصول

- مجموعة من أهداف التصميم التي تضمن للمستخدمين المعاقين يمكن الوصول بشكل فعال الموقع

- Designing for Accessibility
 - ❖ Why might some merchants be reluctant to make their Web sites accessible to disabled Americans?
 - ❖ How can Web sites be made more accessible?
 - ❖ Should all Web sites be required by law to provide “equivalent alternatives” for visual and sound content?
 - ❖ What additional accessibility problems do mobile devices pose?

تصميم للوصول

- ❖ لماذا قد يتردد بعض التجار في جعل مواقعهم على الإنترنت متاحة لذوي الاحتياجات الخاصة من الأمريكيين؟
- ❖ كيف يمكن جعل مواقع الويب أكثر سهولة؟
- ❖ هل يتعين على القانون أن يطلب من جميع المواقع الإلكترونية توفير "بدائل مكافئة" للمحتوى المرئي والصوتي؟
- ❖ ما هي مشاكل الوصول الإضافية التي تفرضها أجهزة الجوال؟

- Developing a Mobile Web Site and Building Mobile Applications

- ❖ Three types of m-commerce software
 - Mobile Web site
 - Responsive web design
 - Mobile Web app
 - Native app
- ❖ Planning and building mobile presence
 - ❖ Use systems analysis/design to identify unique and specific business objectives

تطوير موقع ويب متنقل وبناء تطبيقات الجوال

- ❖ ثلاثة أنواع من برامج التجارة الإلكترونية
 - موقع ويب الجوال
 - تصميم الويب سريع الاستجابة
 - تطبيق ويب الجوال
 - التطبيق الأصلي
- ❖ تخطيط وبناء وجود المحمول
 - استخدام تحليل النظم / تصميم لتحديد أهداف تجارية فريدة ومحددة

TABLE 4.13

UNIQUE FEATURES THAT MUST BE TAKEN INTO ACCOUNT WHEN DESIGNING A MOBILE WEB PRESENCE

FEATURE	IMPLICATIONS FOR MOBILE PLATFORM
Hardware	Mobile hardware is smaller, and there are more resource constraints in data storage and processing power.
Connectivity	The mobile platform is constrained by slower connection speeds than desktop Web sites.
Displays	Mobile displays are much smaller and require simplification. Some screens are not good in sunlight.
Interface	Touch-screen technology introduces new interaction routines different from the traditional mouse and keyboard. The mobile platform is not a good data entry tool but can be a good navigational tool.

• Developing a Mobile Web Presence

❖ Design considerations

- Platform constraints: Smartphone/tablet

❖ Performance and cost

- Mobile Web site:
 - Least expensive
- Mobile app:
 - Can utilize browser API
- Native app:
 - Most expensive; requires more programming

تطوير وجود ويب الجوال

- متطلبات التصميم
 - القيود منصة: الهاتف الذكي / قرص
- الأداء والتكلفة
 - موقع ويب الجوال:
 - الأرخص
 - تطبيق الجوال:
 - يمكن استخدام متصفح أبي
 - التطبيق الأصلي:
 - الأعلى؛ يتطلب المزيد من البرمجة

- Building a Mobile Presence

- ❖ What are the key differences between user experience on a Web site and on a mobile device?
- ❖ Why would a mobile Web site or app from the same merchant need different content or functionality?
- ❖ In which cases would a merchant want to develop a mobile app over a mobile Web site?

بناء وجود تليفون

- ❖ ما هي الاختلافات الرئيسية بين تجربة المستخدم على موقع ويب وعلى جهاز محمول؟
- ❖ لماذا يحتاج موقع ويب أو تطبيق جوال من نفس التاجر إلى محتوى أو وظيفة مختلفة؟
- ❖ في أي الحالات سيريد التاجر تطوير تطبيق جوال عبر موقع ويب للجوال؟