

زرافه Giraffe

شماره دوم ■ شهریور ماه ۱۳۹۴ ■ رایگان اولین ماهنامه تخصصی خلاقیت در اینترنت ، بازاریابی ، تبلیغات

دنیای دست مافیا

The Bot Father



With ❤️
WEBSIMA.

WEBSIMA
CREATIVE AGENCY
آژانس خلاقیت وب سیمما

زرافه Giraffe



زرافه Giraffe

شماره دوم . شهریور ۱۳۹۴ . رایگان

ماهنامه خلاقیت تجاری زرافه

ارائه شده توسط واحد محتوای آژانس خلاقیت و سیما

صاحب امتیاز : آژانس خلاقیت و سیما

سرمدبیر : محمد امین اسماعیلی

مدیر اجرایی : شادی پناهی

طراحی و صفحه بندی : محمد بنایی

محتوا :

امین حمیدی

الهه قنبری

الهام عباس زاده

شادی پناهی

تمامی حقوق این ماهنامه محفوظ است.
www.Websima.com





آنالیز وب سایت شما توسط کارشناس رسمی Woorank

 **woorank** EXPERTS

Amir Hossein Esmaeili

is hereby recognized as a

CERTIFIED MARKETING PARTNER

upon successfully passing the Woorank Certification Assessment by presenting outstanding Digital Marketing knowledge with special focus on SEO and technical aspects of online processes.

 **woorank**
EXPERT

As of August 2015


CEO at Woorank

درخواست مشاوره





بهترین بازاریابی شبکه های اجتماعی

بازاریابی شبکه های اجتماعی یا سوشیال مارکتینگ یکی از جدیدترین و بهترین راهکارهای بازاریابی در فضای مجازی است. بازاریابی تکنیکی در فضایی بی واسطه، سریع و با کمترین محدودیت. استفاده از این متد بازاریابی می تواند برای شما مخاطبان بسیاری را به همراه داشته باشد و تجارت شما را در کوتاه ترین زمان زیر و رو کند. جذب مخاطب، طرفدار و دریافت فوری بازخوردهای مستقیم آنها میتواند شما را از رقبا کاملاً جدا نموده و افق های جدیدی را به روی شما بگشاید.

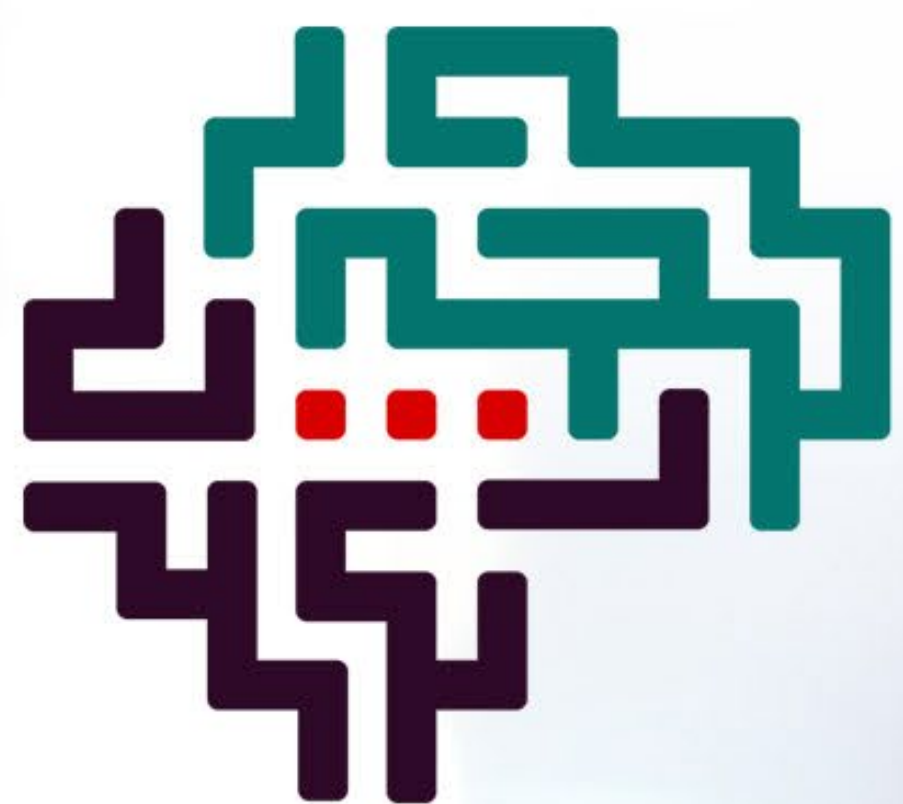
درخواست مشاوره



مشاوره رایگان ۹ صبح الی ۶ بعدازظهر از شنبه تا ۴شنبه

22019286 22015851





MAZLO...

تبلیغات، بازاریابی و فروش + یک فنجان اسپرسو دابل شات



Coming Soon ...



فهرست

۷	در طراحی ریسپانسیو چگونه طول خطوط و اندازه فونت ها را تنظیم کنیم؟	۱۲
۱۶	طراحی برای افراد مسن	۱۲
۲۵	۱۰ مورد از روند رشد طراحی وب سایت در سال ۲۰۱۵	۱۲
۳۳	چگونه در تلگرام یک ربات بسازیم؟	۱۲
۳۹	۹ ویژگی افراد موفق	۱۲
۴۳	برند شخصی شدن (قسمت اول)	۱۲
۴۳	آوارد ، بهترین وب سایت های ماه	۱۲
۴۳	چرا وردپرس؟	۱۲
۴۳	خلاقانه	۱۲
۴۳	نگاه تکامل یافته گوگل	۱۲
۴۳	خبرنامه تلگرام	۱۲
۴۳	Guerilla Marketing	۱۲
۴۳	مخاطبتو خوشحال کن	۱۲
۴۳	ویگشت	۱۲
۴۳	در وبلاگ چه میگذرد؟	۱۲





در طراحی ریسپانسیو

چگونه طول خطوط و اندازه فونت ها را

تنظیم کنیم؟

مقدمه

در طراحی ریسپانسیو همواره برای بهبود ترفند های خود می کوشیم تا طراحی واکنشگرای خوبی را ارائه دهیم. در این مقاله روی طول خطوط و اندازه ها و ارتباط آن با نحوه خواندن متون توسط مردم در طراحی ریسپانسیو تمرکز می کنیم.

در طراحی ریسپانسیو مردم چگونه متون را می خوانند؟
مردم متون آنلاین را برای پاسخگویی به نیازها، یافتن اطلاعات
مورد نیاز و پیدا کردن ایده های جدید می خوانند.

مردم متون را به سه روش می خوانند !!

در سال 2006 تیم Nielsen Norman تصاویری را از چگونگی تمرکز مردم هنگام خواندن متون را منتشر کرد. مکان هایی که مردم بیشتر روی آن تمرکز می کنند به رنگ قرمز بوده و دو مکان دیگر به رنگ های زرد و آبی بود. همان طور که در شکل می بینید دو رنگ قرمز و زرد شکلی مانند F برعکس را تشکیل داده اند. مردم در هنگام خواندن متون از روی متن می گذرند و چند کلمه اول از جمله ها را می خوانند تا محتوای متن را در یابند. عکس زیر، تصاویری از چگونگی خواندن مردم در مورد محصولی را نشان می دهد که ابتدا خوانندگان وقت خود را برای دیدن عکس ها می گذارند و چند جمله اول را می خوانند و سپس به خواندن فهرست ها می پردازند. مردم هر کلمه را به صورت جدا نمی خوانند در عوض آن ها از دید مرکزی خود برای تمرکز روی کلمات استفاده می کنند سپس از دید محیطی خود برای یافتن نقطه بعدی که باید روی آن تمرکز کنند استفاده می کنند. در نهایت می دانیم که خوانندگان هنگام مطالعه خط بعدی را پیش بینی کرده و در هنگام مطالعه افقی خط چشم خود را به لبه های سمت راست پایین می کشانند. این جدال ثابت بین حرکات افقی و عمودی الگوی F برعکس را به وجود می آورد.



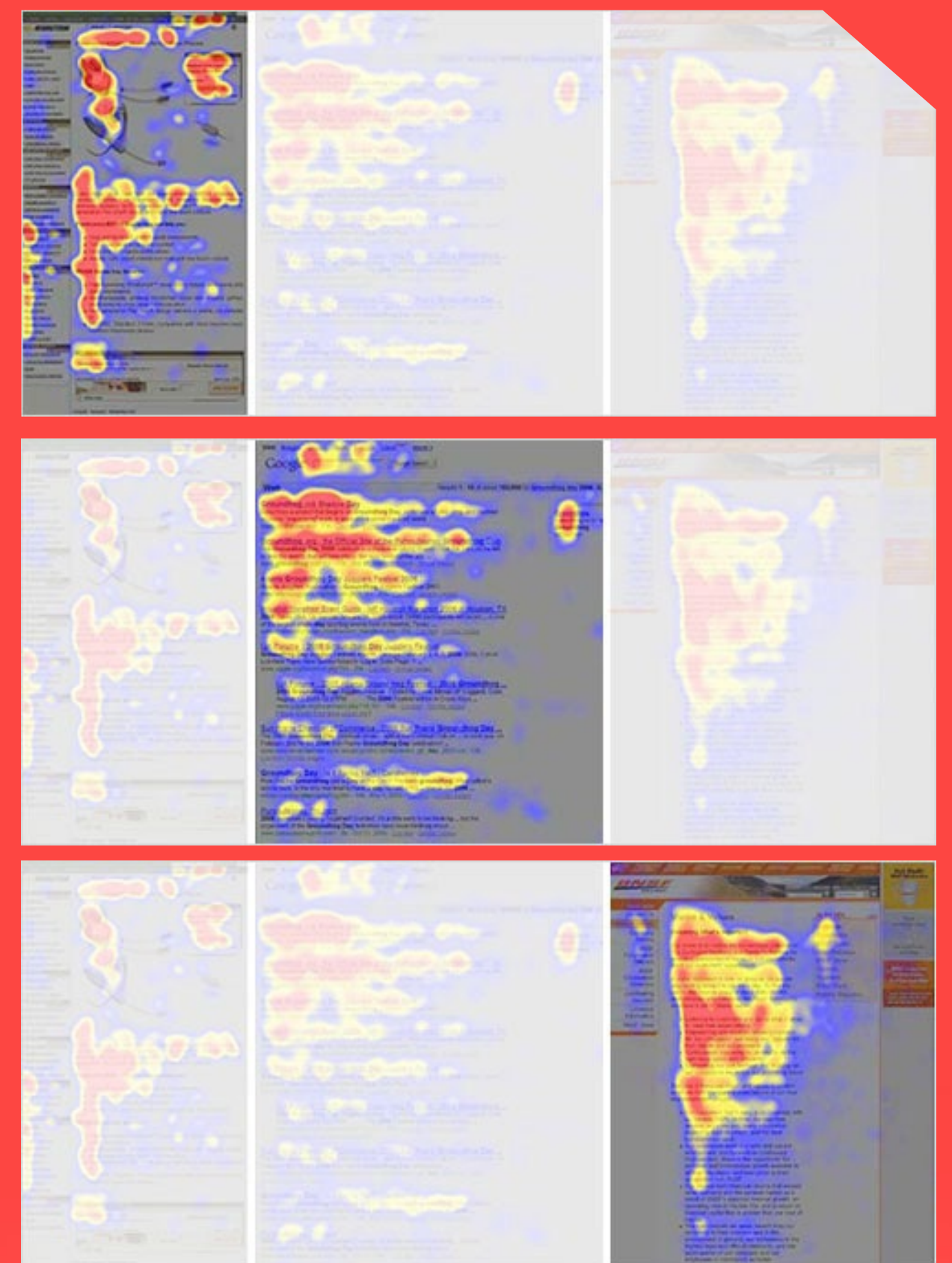


اندازه فونت در طراحی ریسپانسیو!

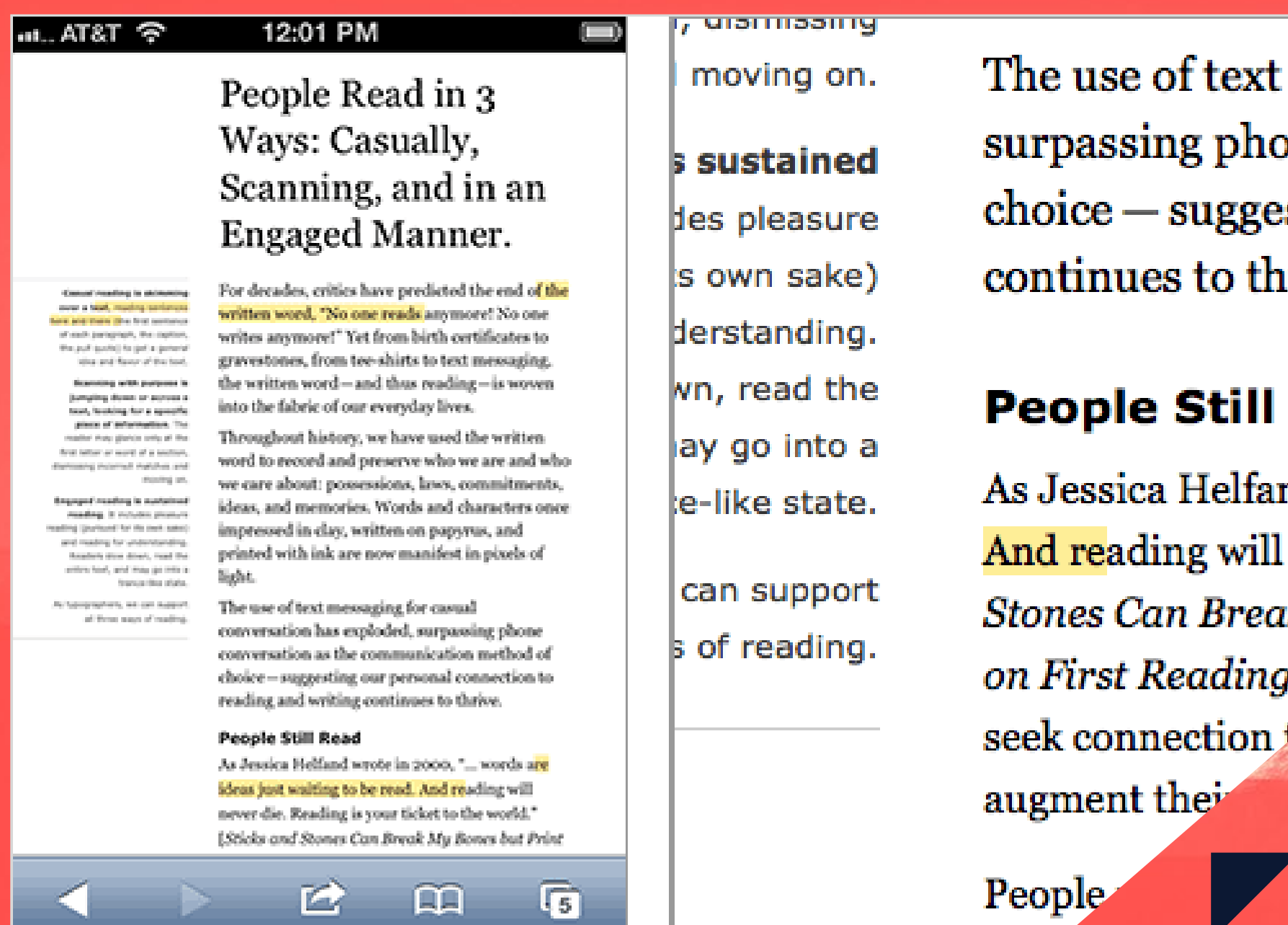
در طراحی ریسپانسیو اندازه فونت برای ایجاد متون با خوانایی بالا ضروری است. با توجه به تعداد زیادی از وب سایت های موجود اندازه فونت ها را خیلی کوچک و بزرگ می کنیم تا به طراحی ریسپانسیو دلخواه برسیم.

اندازه فونت در طراحی ریسپانسیو وب سایت های استاتیک!

یکی از فواید ساختار ریسپانسیو صفحات وب قابلیت خوانایی متون در صفحات نمایش مختلف است. متن هایی که افراد با در دسترس داشتن صفحات نمایش کوچک بدون زوم کردن قابل خواندن باشند. در ساختار های استاتیک اندازه های ایده آل و استاندارد برای خواندن متون روی دستگاه هایی مانند تلفن همراه مناسب نمی باشد.



اندازه فونت صفحات نمایش کوچک در طراحی ریسپانسیو.



هنگام طراحی یک وب سایت ریسپانسیو با یک فونت ایده آل شروع کنید تا نقاط break را شناسایی کنید سپس با توجه به اندازه صفحه نمایش اندازه فونت ها را تعیین کنید.

متون در دستگاه هایی با صفحه نمایش کوچکتر، کوچکتر نیز به نظر می رسند. و باعث می شوند که مردم صفحات نمایش را به چشم خود نزدیک تر کنند. در طراحی ریسپانسیو اندازه فونت ها را در صفحات کوچک کاهش دهید و فونت هایی با اندازه مناسب انتخاب کنید که خوانایی متون افزایش یابد. اگرچه این اندازه ها از اندازه ایده آل و استاندارد کوچکتر است ولی باعث خوانایی متون می شود.

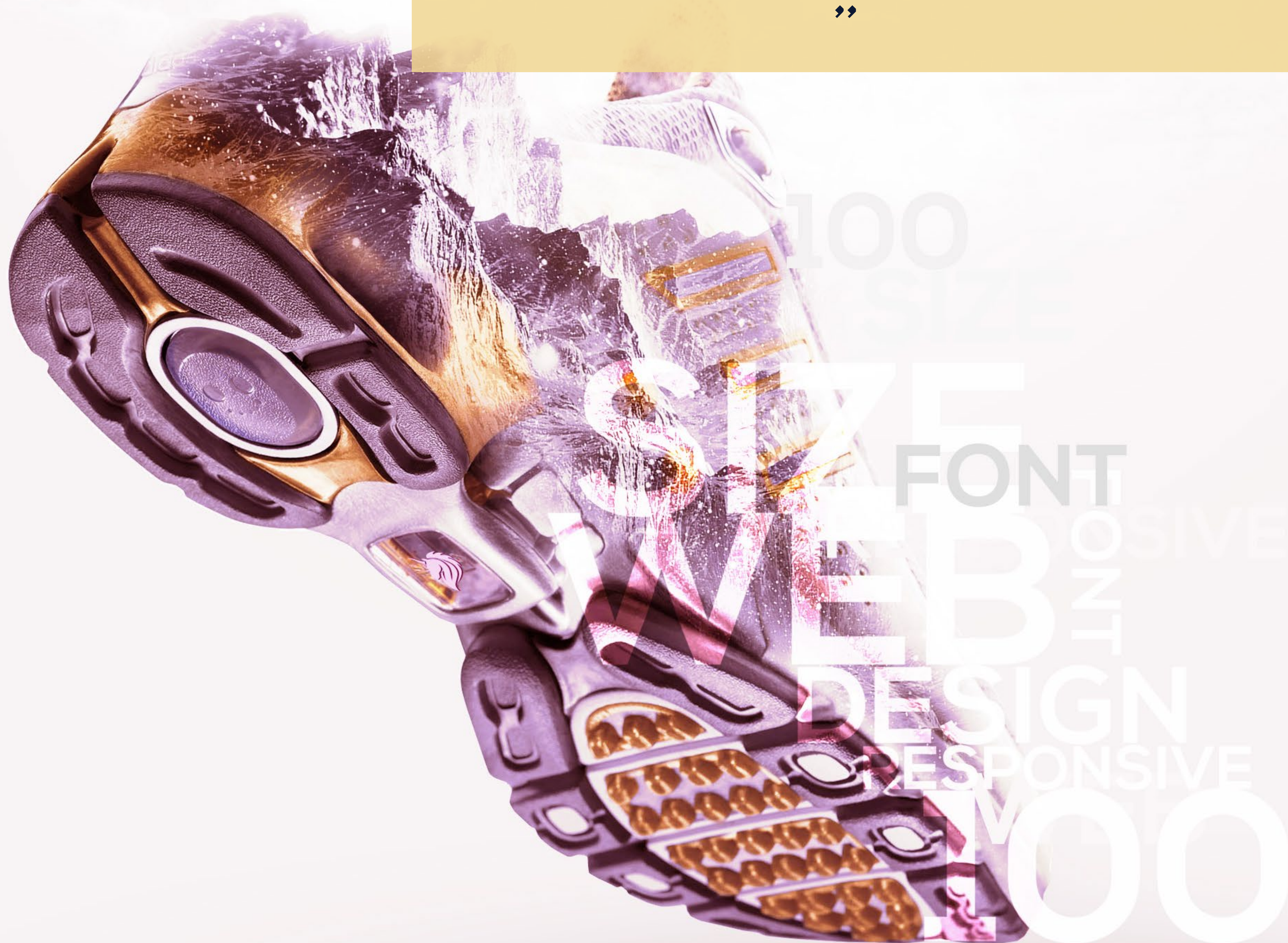


اندازه فونت صفحات نمایش بزرگ در طراحی ریسپانسیو!

هنگام طراحی ریسپانسیو نه تنها باید روی دستگاه هایی با صفحات نمایش کوچک تمرکز کرد بلکه باید به دستگاه هایی با صفحه نمایش بزرگ هم توجه کرد چرا که اکثر مردم از دستگاه هایی با صفحه نمایش بزرگ استفاده می کنند.

برخی از ساختار های ساده ریسپانسیو متن را در یک ستون نگه می دارند و آن ستون را متناسب با اندازه دستگاه گسترش می دهند این روشی ظریف و مناسب است بجز مواردی که اندازه فونت به جای عرض ستون برای حفظ اندازه گیری ایده آل استفاده شود.

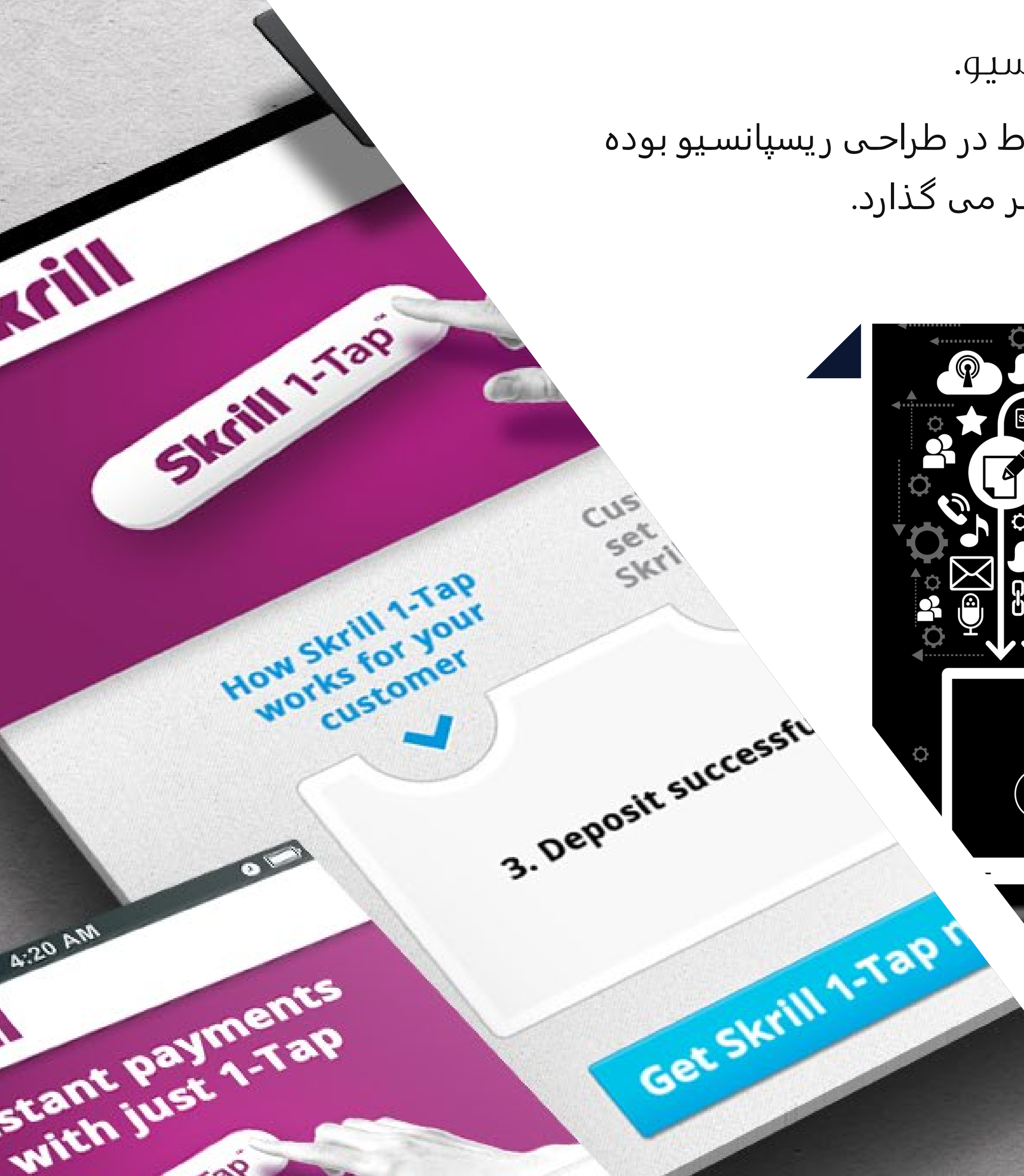
”
آموختیم که متون را بیش از حد کوچک نکنیم همچنین باید بدانیم که متون خیلی بزرگ هم در طراحی ریسپانسیو مشکل ساز هستند. وقتی متن ها خیلی بزرگ باشند فضای افقی زیادی را اشغال می کنند و چشم خواننده به الگوی افقی و پرش از روی کلمات بر می گردد.
”



پیشنهاد کنونی این است که در طراحی ریسپانسیو اندازه فونت ها را در دستگاه هایی با صفحات نمایش بزرگ افزایش دهیم برای مثال ساختار تک ستونه زیر دارای اندازه ایده آل است ولی برای پیاده سازی این ساختار روی صفحات نمایش بزرگ باید از فونت های 19 پیکسل verdana، 22 پیکسل Georgio و 26 پیکسل Georgio استفاده کنیم.

ارتفاع خط و چگونگی خواندن در طراحی ریسپانسیو.

تمرکز ما تا کنون روی اندازه فونت ها و طول خطوط در طراحی ریسپانسیو بوده است ولی ارتفاع خطوط بر نحوه مطالعه مردم تاثیر می گذارد.



ارتفاع خطوط در حرکت افقی چشم.

از آنجا که خوانندگان سایت ها، محتوا را در هر دو جهت افقی و عمودی مطالعه می کنند تناسب ارتفاع خطوط امر مهمی است.

در طراحی ریسپانسیو اگر ارتفاع خطوط خیلی کوتاه باشد حرکت افقی چشم تضعیف شده و چشم به لبه های سمت راست کشیده می شود. همچنین باعث می شود افراد دوباره آن خط را بخوانند. از طرفی اگر ارتفاع زیاد باشد باعث می شود خط ها از هم دور شوند و خطوط انسجام و یکپارچگی خود را از دست بدهند و جستجوی عمودی نیز سخت می شود.

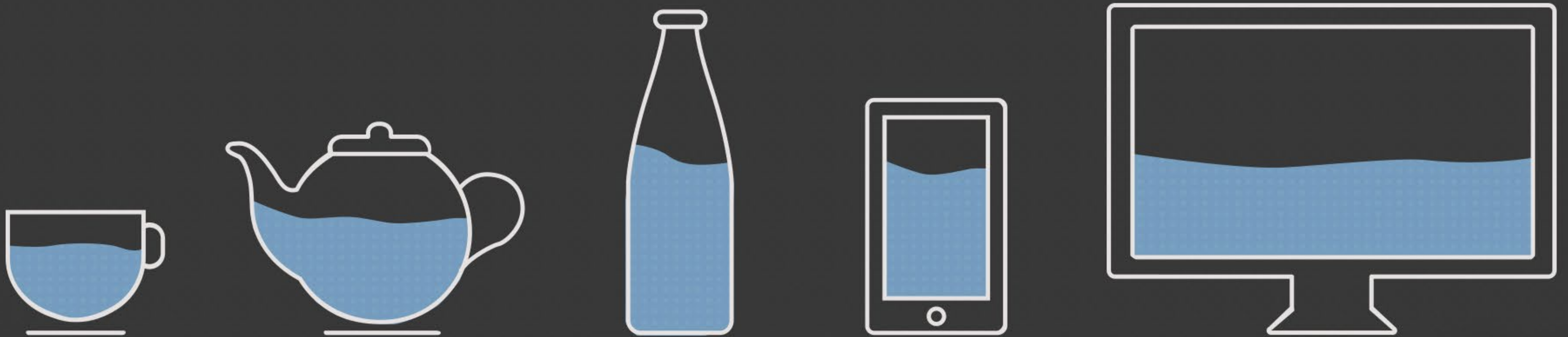


در طراحی ریسپانسیو اندازه ای به صورت قانونی برای ارتفاع خطوط وجود ندارد ولی یک قاعده کلی این است که ارتفاع خطوط حدود 150% سایز فونت باشد.



ارتفاع خطوط و اندازه فونت در طراحی ریسپانسیو.

تنظیم ارتفاع خطوط به متغیرهایی از جمله نوع فونت ، اندازه فونت و زبان آن فونت بستگی دارد. یکی از مهمترین متغیرها در طراحی ریسپانسیو اندازه فونت ها می باشد. فونت هایی با اندازه کوچک به اندازه ارتفاع بیشتری احتیاج دارند. ارتفاع بیشتر کمک می کند خوانایی کلمه در طراحی ریسپانسیو افزایش یابد و شکل کلمه ها بهتر تشخیص داده شود. هنگامی که چشم از خواندن کلمات کوچک خسته می شود به حرکت افقی خود ادامه می دهد.



در طراحی ریسپانسیو به دستگاه های کوچک تر نزدیک شوید و قوانین را بشکنید

هنگام طراحی ریسپانسیو آزمایش روی صفحات نمایشی بزرگ آسان است و به راحتی سایز مرورگر خود را کوچک و بزرگ می کنیم در طراحی ریسپانسیو وقت خود را روی صفحات نمایش کوچک هم بگذارید و اندازه فونت ها و ارتفاع خطوط را در آنها نیز تنظیم کنید.

به یاد داشته باشید که همه قوانین برای شکسته شدن طراحی شده اند پس در مواقعی که خوانایی متون بالا می رود اندازه متون را قریباتی خوانایی متون کنید.





(قسمت اول)

طراحی برای افراد مسن

Designing For The Elderly

راه های متفاوت برای استفاده سالمندان از تکنولوژی دیجیتال



اگر شما در صنعت فناوری کار می کنید، خیلی راحت وجود سالمندان را فراموش می کنید. بیشتر کارمندان تکنولوژی خیلی جوان هستند، بنابراین خیلی راحت میتوان فهمید که چرا بیشتر تکنولوژی ها برای افراد جوان طراحی شده است. اما در نظر داشته باشید که: تا سال 2030 حدود 19% از افراد در آمریکا بالای 65 سال خواهند بود. خیلی به نظر زیاد نمی آید؟ این برای تعداد افراد مشابه در آمریکا که امروزه iPhone دارند صورت می گیرد. شما فکر می کنید کدامیک از این دو گروه بیشتر زمان خود را صرف فکر کردن به این موضوع می کنند؟ زمانی که شما به همه تکنولوژی که به سالمندان ارائه شده فکر می کنید، این تاسف بار به نظر می رسد. یک مثال خوب، رد و بدل مکالمه است، یک ابتکار که بازنشستگان را به بچه هایی که مشغول یاد گیری زبان انگلیسی در برزیل هستند وصل می کند. ویدیو زیر را ببینید.

در حالی که روند پیری در افراد مختلف متفاوت است، همه ما از طریق برخی از تغییرات اساسی وارد آن می شویم.

▲ برای مثال، با وجود کاهش سلامت، افراد مسن به طور قابل توجهی تمایل بهتری به قدردانی از دارایی هایشان دارند. اما پیری همچنین بعضی از چیزها را سخت می کند، و یکی از آنها استفاده از تکنولوژی است.

اگر شما در حال طراحی تکنولوژی برای افراد مسن هستید، در زیر هفت مورد کلیدی که شما نیاز به دانستن آن دارید آمده است.

چند ساله است؟ بستگی دارد.، این درست است که هر یک از موضوع های زیر بعد از سن 65 سال خیلی مهم می شوند، اما من عمداً از تلاش برای تعریف گروه های بی نظم استفاده از مرزها به ترتیب وقوع اجتناب میکنم.

از سن حدود 40، عدسی چشم شروع به سخت شدن می کند، باعث بیماری به نام "پیر چشمی" می شود. این یک بخش طبیعی از پیری است که خواندن متن را خیلی دشوار می کند. که کم و جزئی و نزدیک است. دید رنگی نیز با سن کاهش می یابد، و ما در تشخیص بین رنگ های مشابه بدتر می شویم. به طور خاص، سایه های آبی، کم رنگ و یا غیر واضح به نظر می رسد. در این پیش بینی شنوایی نیز کاهش می یابد و بخش بزرگی از افراد بالای 65 سال یک نوع کم شنوایی دارند. پیامدهای آشکار برای انواع خاصی از محتوا وجود دارد در حالیکه صدا به ندرت روی محصول اثر می گذارد.

درس های کلیدی:

▲ اجتناب از اندازه فونت کوچکتر از 16 پیکسل.
(البته به نوع دستگاه، مشاهده از راه دور، ارتفاع خط و غیره بستگی دارد)

▲ به افراد اجازه دهید که اندازه متن را خودشان تنظیم کنند.

▲ توجه خاص به کنتراست نسبت با متن

▲ اجتناب از استفاده از آبی برای عناصر مهم رابط

▲ همیشه محصول خود را با استفاده از صفحه نمایش خوانندگان تست کنید

▲ ارائه زیرنویس زمانیکه ویدیو یا محتوای صوتی برای کاربران اساسی است.

کنترل موتور

مهارت های موتور ما با سن کاهش می یابد، که استفاده از کامپیوتر به روش های مختلف را سخت تر می کند. برای مثال در تستی از کاربر در یک روستای دورافتاده، ما فردی 80 ساله را دیدیم که همیشه با 2 دستش از موس استفاده می کرد. مانند بسیاری از افراد مسن، او با رابط کاربری مشکل زیادی دارد و از قسمتی به قسمت دیگر مدام در حرکت است.

کلاً در افراد، موس دقیق تر از انگشت است. اما در تست کاربران ما، مشاهده کردیم که افراد مسن تر کار کردن با لمس دست را بهتر انجام می دهند. مطابق با تحقیقات نشان داده شده که ضربه زدن با انگشتان، دیرتر از سایر مهارت ها کاهش می دهد.

درس های کلیدی:

▲ کاهش فاصله بین رابط های کاربری که به احتمال زیاد به ترتیب استفاده می شوند (مثل فرم ها). اما مطمئن شوید که آنها حداقل 2 میلی متر از هم فاصله دارند.

▲ دکمه ها در رابط لمسی باید حداقل 9.6 میلی متر مورب باشند (برای مثال، 44*44 پیکسل در iPad) برای سنین بالای 70، و بزرگتر برای افراد مسن تر

▲ عناصر رابط کاربری برای کلیک کردن با ماوس (مانند فرم ها و دکمه ها) باید حداقل 11 میلی متر مورب باشد.

▲ به اندازه دستورالعمل رابط انسان باید توجه داشته باشید.

استفاده از دستگاه

فرض کنید کسی هرگز ندیده باشد که یک فرد 75 ساله از موبایل استفاده کند. در نهایت تغییر در دید و بینایی و کنترل موتور، صفحه نمایش های کوچک را برای همه نشدنی می سازد. گوشی های هوشمند ابزار افراد جوان هستند. در پژوهش ما، افراد مسن تر به طور مداوم تلفن را به عنوان "مزاحم" و "رنج آور" توصیف می کنند. آنها کسانی هستند که خود به ندرت از آن استفاده می کنند، اغلب به آن برای روزها دست نمی زنند. آن ها اغلب sms را کاملاً بی اساس می دانند. افراد مسن زمانی که فواید فن آوری های جدید را می بینند میترسند آن را امتحان کنند. به عنوان مثال، افراد مسن بزرگترین کاربران تبلت می باشند. این وقتی که شما تفاوت بین تبلت و موبایل (اندازه صفحه نمایش) بیان می کنید احساس می شود. رکود اخیر در فروش تبلت نیز بیان می کند که افراد مسن تر زمان بالا بردن ارتقا بالاتری نسبت به افراد جوان دارند.

درس های کلیدی:

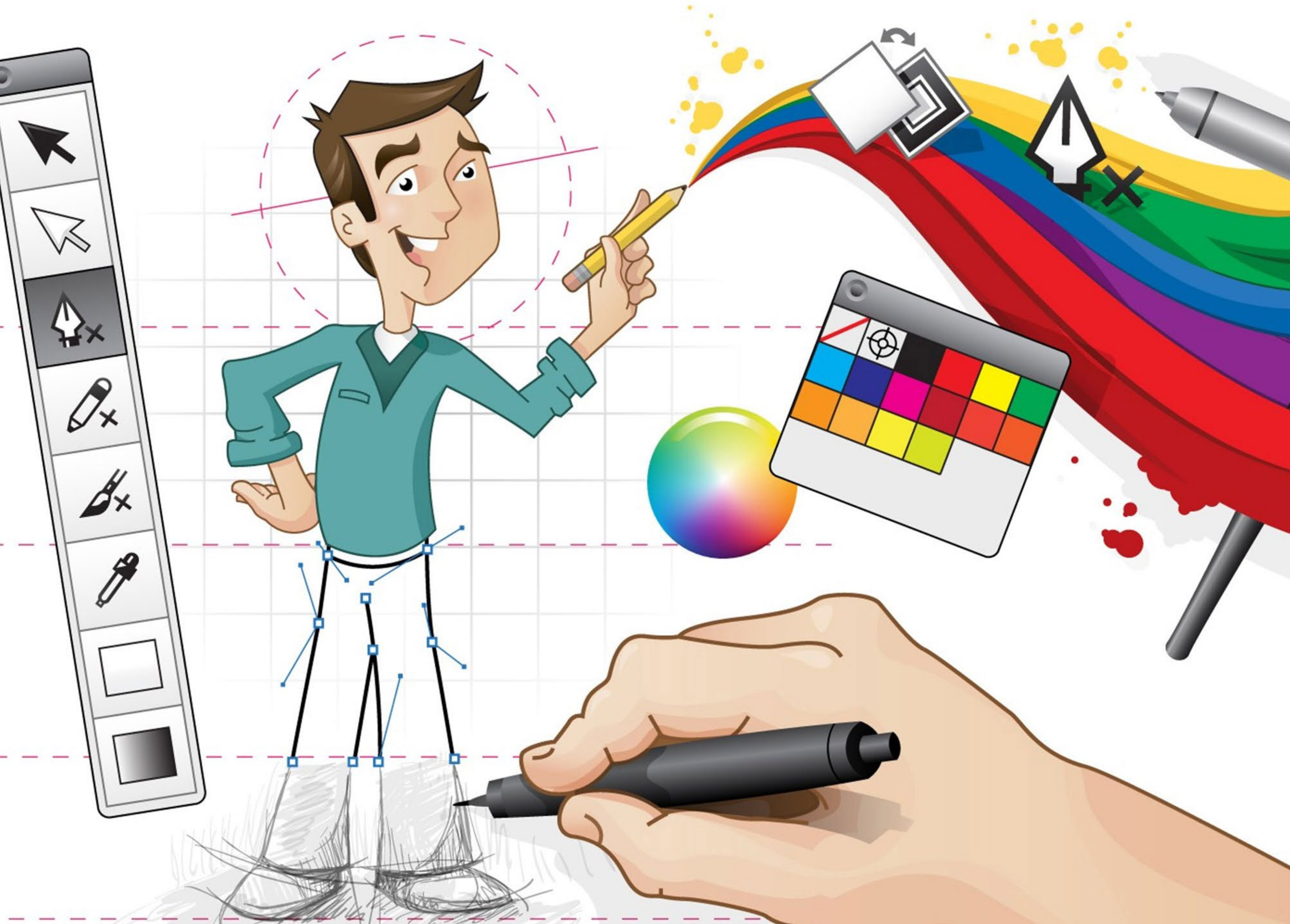
▲ اجتناب از دستگاه ها با صفحه نمایش کوچک (مثل موبایل).

▲ اعتماد نکردن به sms برای انتقال به اطلاعات مهم.

روابط

افراد مسن تر دارای روابط متفاوت نسبت به جوانان هستند، چون آن ها بیشتر وقت خود را در حال کشت بوده اند. برای مثال، ما تحقیقاتی انجام دادیم که چگونه افراد مسن تر به متخصصان مراقبت از سلامتی عکس العمل نشان می دهند. در بیشتر موارد آن ها برای سال ها به دکتر یکسانی اعتماد خیلی بالایی دارند. اما با توجه به مسائل مربوط به سلامت و تحرک، جهان در دسترس افراد مسن اغلب کوچکتر است - هم از نظر فیزیکی و اجتماعی. فن آوری دیجیتال نقش آشکاری را در اینجا بازی می کند.

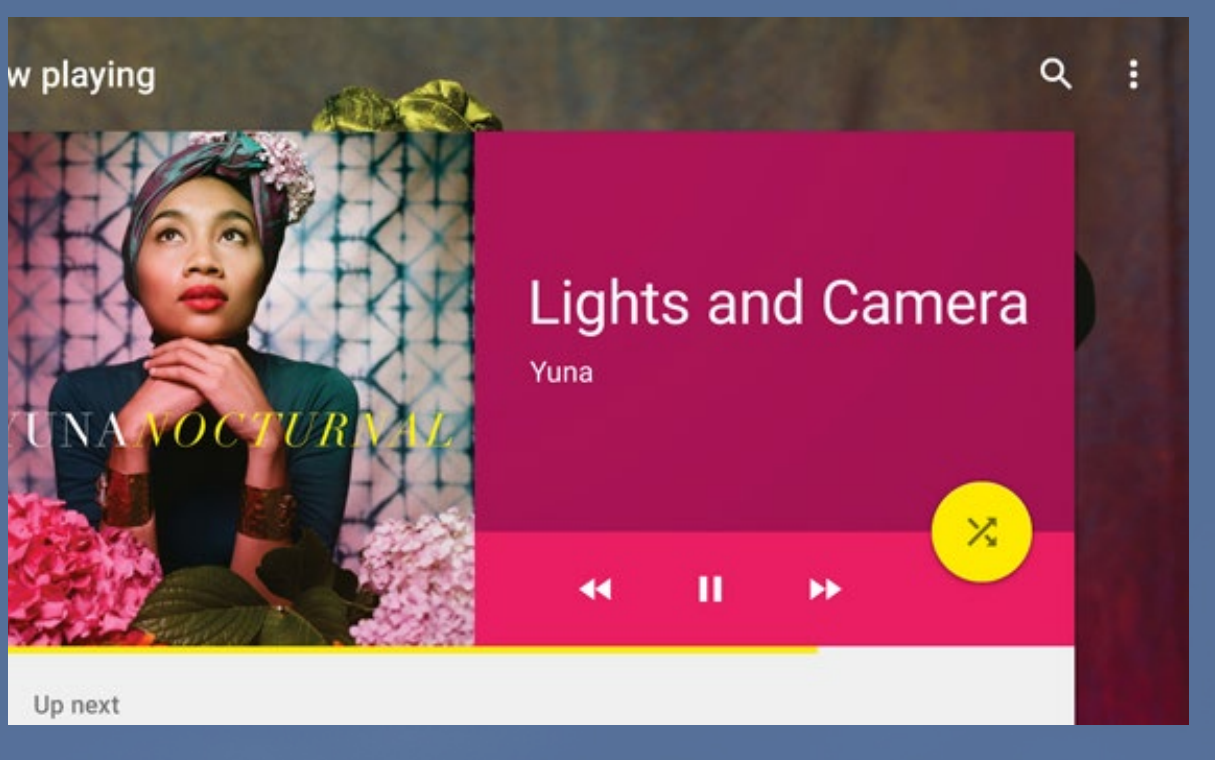
ده مورد از رشد وب سایت روند طراحی در سال ۲۰۱۵



در سال های اخیر به تغییرات فراوانی در مورد طراحی وب برخورد کرده ایم بنابراین بررسی روند رشد وب سایت به پیشبینی آن برای سال 2015 بسیار کمک خواهد کرد.

1 پذیرش طراحی متریال گوگل

گوگل در حال تنظیم یک روند طراحی جدید با عنوان طراحی متریال خود است که برای نسخه های اندروید و برنامه های وب و مرورگر کروم طراحی شده است. طراحی متریال از اجزای خاص الگو، سبک و طراحی تعاملی در میان دستگاه های مختلف ساخته شده است. این طراحی با استفاده از انیمیشن و نورپردازی مواد قابل لمس مانند کاغذ و جوهر را ایجاد می کند.



این طراحی یک شروع خوب برای طراحان UX می باشد و پیش بینی می شود که در سال 2015 نمونه هایی از این روش طراحی را ببینیم.

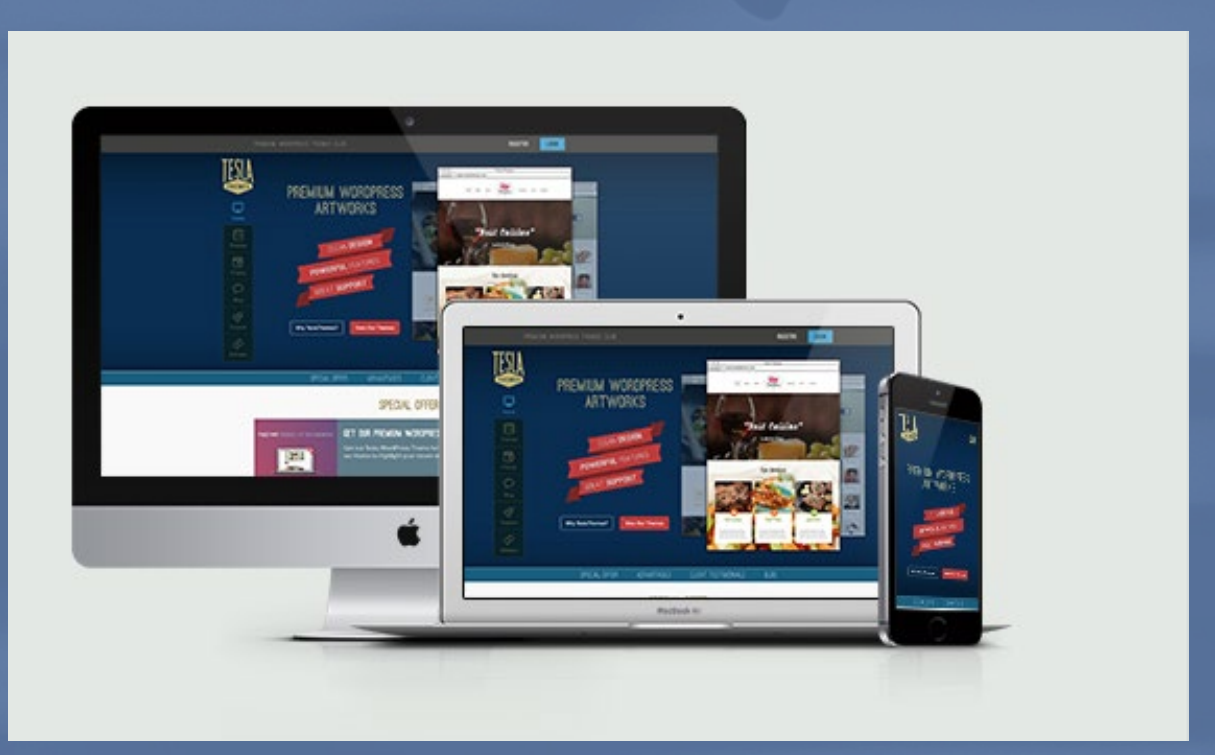
همچنین SVG یک فرمت بسیار مناسب برای طراحی وب می باشد.

با طراحی ایده آل مسطح و طراحی متریال گوگل سازگار است که در آینده فرمت پیش فرض عکس ها خواهد بود. مزایای استفاده از SVG این است که وضوح تصویر را بعد از SCAL و مقیاس گذاری حفظ می کند.

2 طراحی ریسپانسیو

شکی نیست که طراحی ریسپانسیو وب سایت باید وجود داشته باشد زیرا بسیاری از کاربران برای استفاده از وب سایت ها از تلفن همراه استفاده می کنند. کاربران از صفحه نمایشی با اندازه های مختلفی استفاده می کنند. همچنین با تولید انقلابی آیفون 6 و ساعت های اپل این امکان بوجود می آید که طراحی برای تمام صفحات نمایش را در نظر بگیریم.

بنابراین طراحی ریسپانسیو امری حیاتی و مهم است و سایت ها باید به این روند عادت کنند یا صحنه رقابت را ترک کنند.



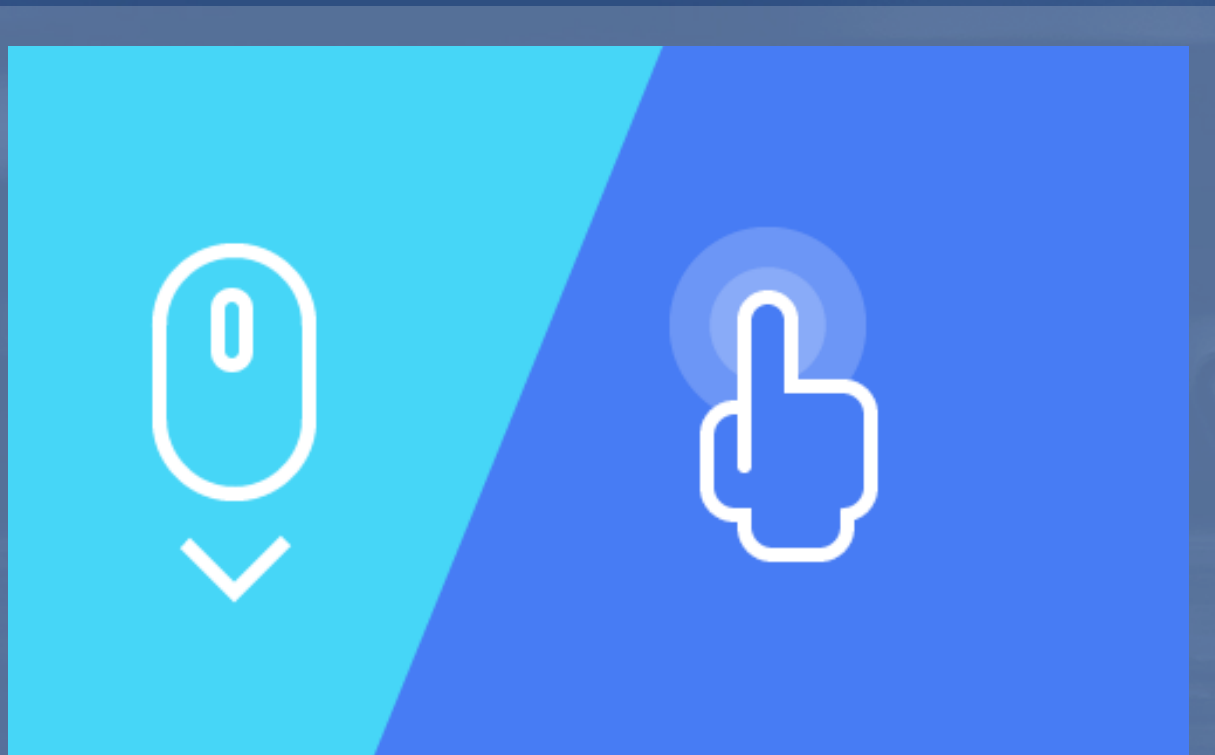
3 اسکرول کردن صفحه

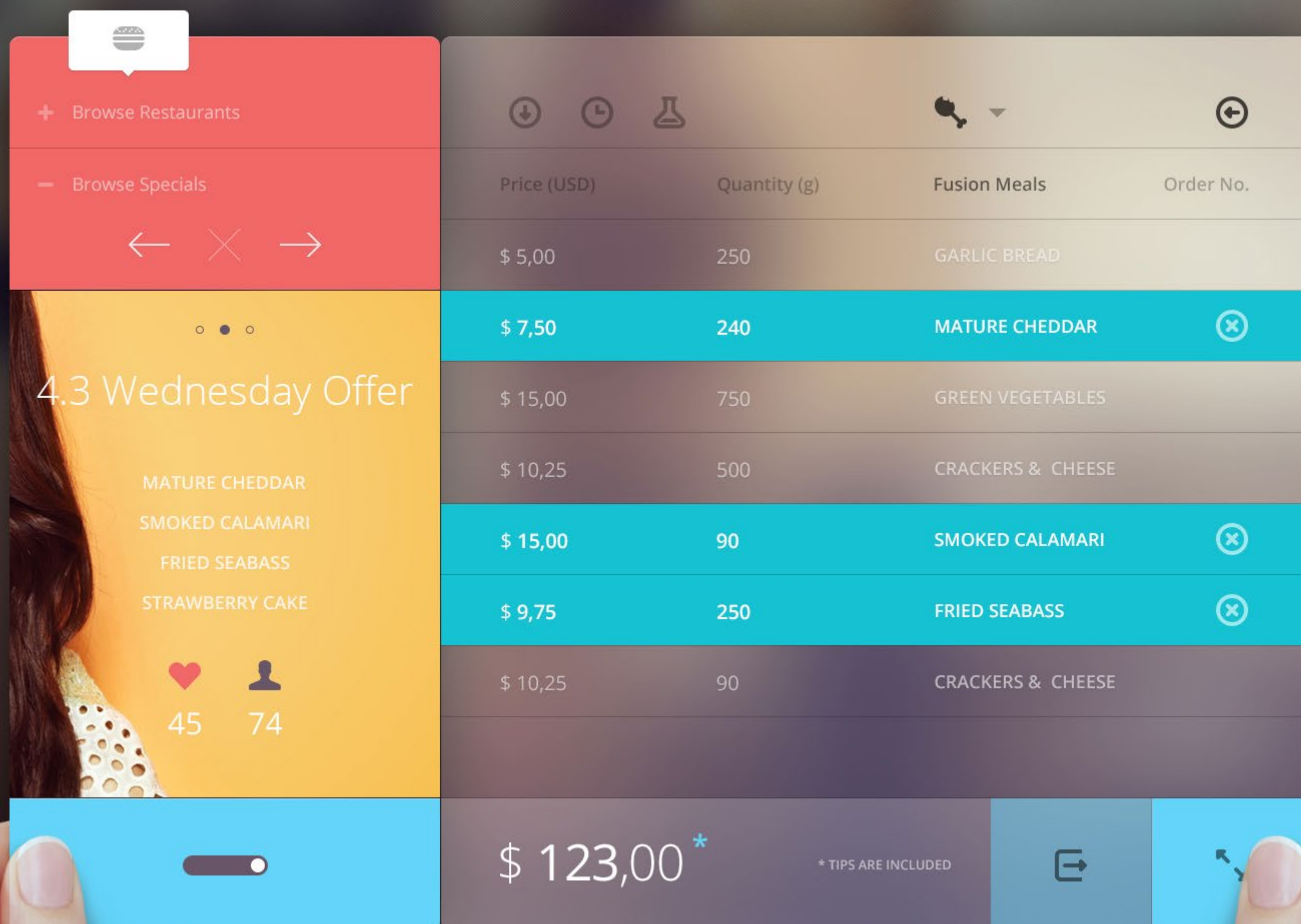
با افزایش استفاده از تلفن همراه صفحاتی با اسکرول بیشتر توصیه می شود. این ویژگی معمولا با انیمیشن و تعاملات ترکیب شده زیباترین طرح از UX را ارائه دهد و محتوا را به داستانی تعاملی تبدیل کند.

مطالعات نشان می دهد که بسیاری از کاربران در همان ابتدا به پایین صفحه مراجعه کرده و سپس به بالا بر می گردند و بسیاری از کاربران قبل از لود شدن صفحه به پایین صفحه مراجعه می کنند.

نکته قابل توجه این است که با کلیک بر قسمتی از صفحه کاربر را به قسمت پایین صفحه هدایت نکند زیرا با این کار شما، آن ها را مجبور می کنید که بدون اطلاع از محتوای سایت شما به پایین صفحه بروند.

در سال 2015 تاکید بیشتری بر اسکرول نسبت به کلیک شده است و ادعا میشود که اسکرول تاثیر بیشتری بر کاربران برای انتخاب کردن محصول یا خدمات شما می گذارد.





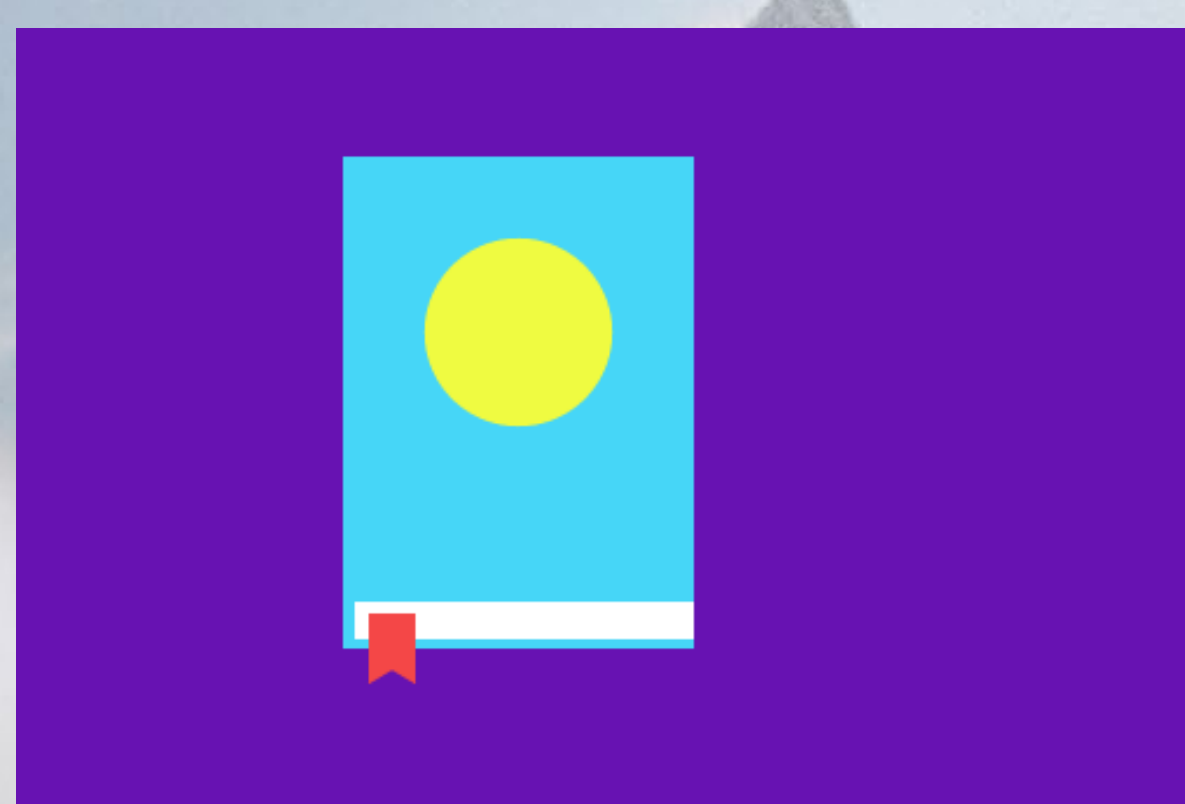
4 حذف سایدبار

آیا استفاده از ساید بار باعث پیشرفت سایت می شود و یا باعث بهم خوردن تمرکز شخص می شود؟ وقتی که کاربر، وب سایت شما را برای خواندن مقاله انتخاب می کند، می خواهد که روی متن تمرکز کند و هنگام خواندن مقاله به فیس بوک و یا سایت خبری شما فکر نمی کند پس چه دلیلی دارد تمرکز آن ها را با سایدبار ها بهم بزنید؟!

پس بهتر است بجای استفاده از ساید بارها، مطالب دیگر را در پایین صفحه قرار دهیم تا کاربر بعد از خواندن مطلب به بخش های دیگر توجه کند.

5 ظهور داستان سرایی در طراحی

داستان سرایی به این گونه است که محتوای سایت را مانند داستان بگویم تا محتوا برای کاربر جذاب تر باشد و کاربر مطلب را دنبال کند. طراحی وب سایت منحصر بفرد طراحی ای است که شامل مفهوم و عاطفه می باشد که از طریق تعامل فراهم می شود. با استفاده از تعامل می توان طرح های فوق العاده را از طرح های ضعیف جدا کرد.

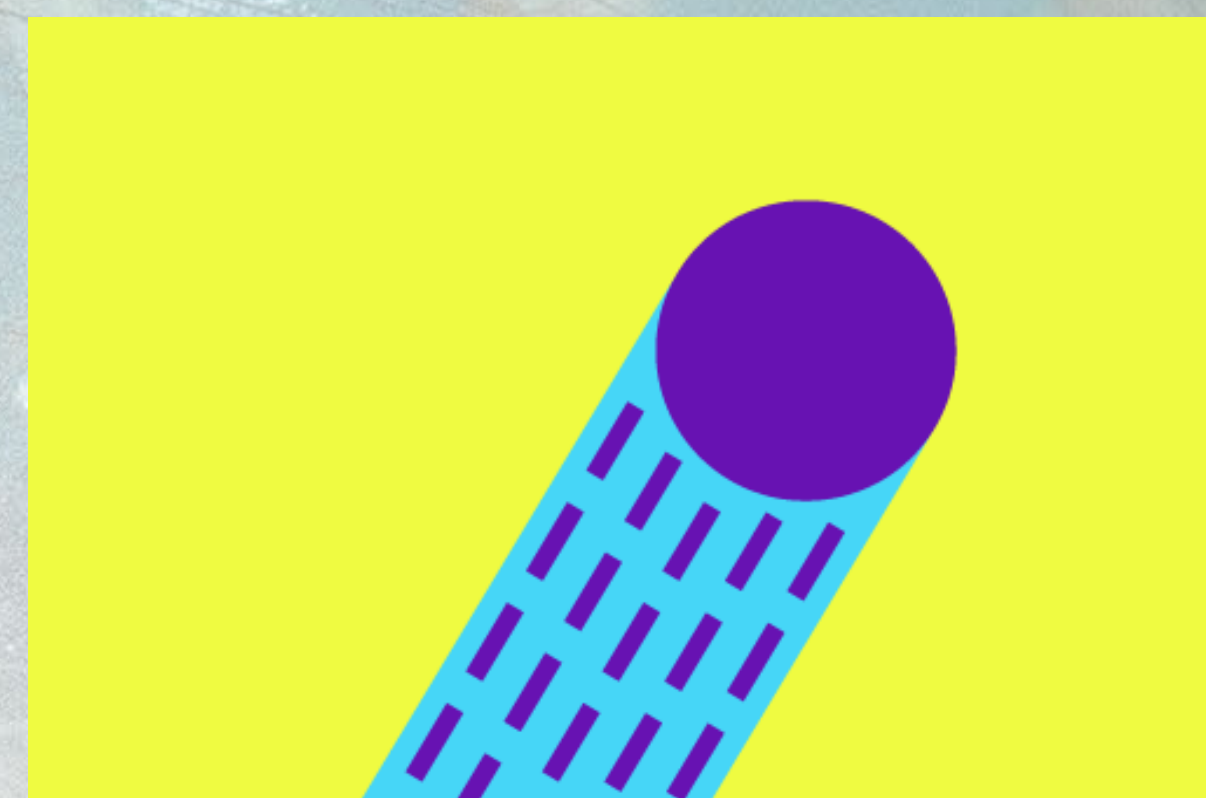


داستان گویی یک ابزار قدرت مند در فروش محصول است که باعث می شود که کاربران سایت خدمات شما را قابل اعتماد تر احساس کنند و یک نوع دلبستگی عاطفی پیدا کنند که این دلبستگی عاطفی باعث می شود کاربران در میان رقیبانتان همواره شما را انتخاب کنند.

6 استفاده از عناصر متحرک

استفاده از انیمیشنهای ظریف روی دکمه ها و اعضای خاموش تصویر به تازگی به وسیله بسیاری از طراحان وب انجام می شود و رشد آن را در سال 2015 می توانیم مشاهده کنیم.

استفاده از انیمیشن های ظریف به کاربر این حس را می دهد که کجای صفحه بوده است. انجام این عمل ، معرفی عناصر صفحه را آسان تر کرده و این حس را به کاربران می دهد که چگونه به حالت قبل برگردند.



7 راهنمای سبک

یک راه کارآمد برای تحکیم و استاندارد سازی Markup, CSS و اجزای بصری وب سایت مثل هدر ، رنگ ها ، فرم ها و تایپوگرافی استفاده از راهنمای سبک می باشد.

تایپوگرافی نه تنها استفاده از فونت روی وب سایت را نشان می دهد بلکه خلق و دستکاری نوع نوشتار را نیز شامل می شود و فضا های خالی برای ارتباط با کاربران و خوانایی سایت را افزایش می دهد. که این نوع نوشتار شامل فونت های گوگل ، فونت های آیکن ها ، متن ، تیترهای بزرگ و... می باشد.

8 افزایش استفاده از منو های تمام صفحه

روند جالب در حال حاضر در زمینه وب استفاده منو های تمام صفحه ای صفحات وب است که بجای منو های بالای صفحه استفاده می شود. این منو ها معمولا روی صفحه نمایش به طور کامل نشان داده می شود که توسط یک آیکن یا دکمه قابل دیدن است. در تلفن همراه این روش طبیعی تر به نظر می رسد.

هنگامی که منو ها فعال هستند در مرکز صفحه باز می شود تا بسیاری از امکانات جدید را نمایش دهد. با داشتن فضاهای اضافی شما می توانید اقدامات اساسی که می خواهید کاربران انجام دهند را مانند فرم ثبت نام در خبر نامه همراه با لینک در آن فضا ها قرار دهید در این صورت کاربران روی فرم خاصی تمرکز می کنند و آن را نسبت به حالتی که در سایه بار باشد بیشتر دوست دارند.

9 کاهش استفاده از پنجره های popup

با توجه به افزایش روند کاربران از تلفن همراه امکان حذف این پنجره ها به وجود می آید. در تلفن همراه پنجره های popup باعث عملکرد ضعیف سایت می شود و به اندازه کامپیوتر ها دوست داشتنی نیستند.

بنابراین پیش بینی ما این است که اگرچه در سال 2015 پنجره های popup به طور کلی از بین نمی روند ولی وب سایت ها از این عامل مزاحم کمتر استفاده می کنند.

10 سرعت لود سایت

سرعت لود سایت از عوامل رتبه بندی در گوگل می باشد. گوگل، صاحبان سایت ها را تشویق می کنند که لود سریعی برای سایت های خود فراهم کنند. ابزارهای javascript و css باعث بهینه شدن طراحی سایت می شوند.

شما می توانید لود وب سایت خود را به صورت آنلاین با بررسی ابزارهای گوگل بررسی کنید.



چگونه در تلگرام ربات بسازیم؟



ربات تلگرام چیست؟

روبات تلگرام نوعی حساب کاربری ویژه است که برای ارسال و دریافت اتوماتیک پیام طراحی شده است. کاربران میتوانند با ارسال دستورات گوناگون با ربات های تلگرام در ارتباط باشند، این ارتباط میتواند در یک مکالمه شخصی و یا در یک گروه ایجاد شود. شما میتوانید ربات خود را با استفاده از API تلگرام و از طریق درخواست های HTTPS مدیریت کنید.

تفاوت های ربات تلگرام با افراد

- ▲ ربات ها آخرین زمان آنلاین بودن ندارند و همیشه عبارت bot برای آنها نمایش داده میشود.
- ▲ ربات ها فضای محدودی برای ذخیره اطلاعات دارند و پیام های قدیمی تر پس از پردازش توسط شما حذف میشوند.
- ▲ ربات تلگرام نمیتواند شروع کننده مکالمه با کاربران باشد، تنها زمانیکه کاربر ربات را به گروه اضافه کند یا به آن پیام بفرستد امکان ارسال پیام از طرف ربات وجود خواهد داشت.
- ▲ در انتهای نام کاربری ربات همیشه کلمه bot حضور دارد.
- ▲ با اضافه شدن ربات به گروه، همه پیام ها توسط ربات دریافت و تحلیل نمیشود مگر آنکه تنظیمات آن را تغییر داده باشید.
- ▲ ربات های تلگرام هرگز غیرفعال، آفلاین یا خسته نمیشوند!

کاربردهای ربات تلگرام

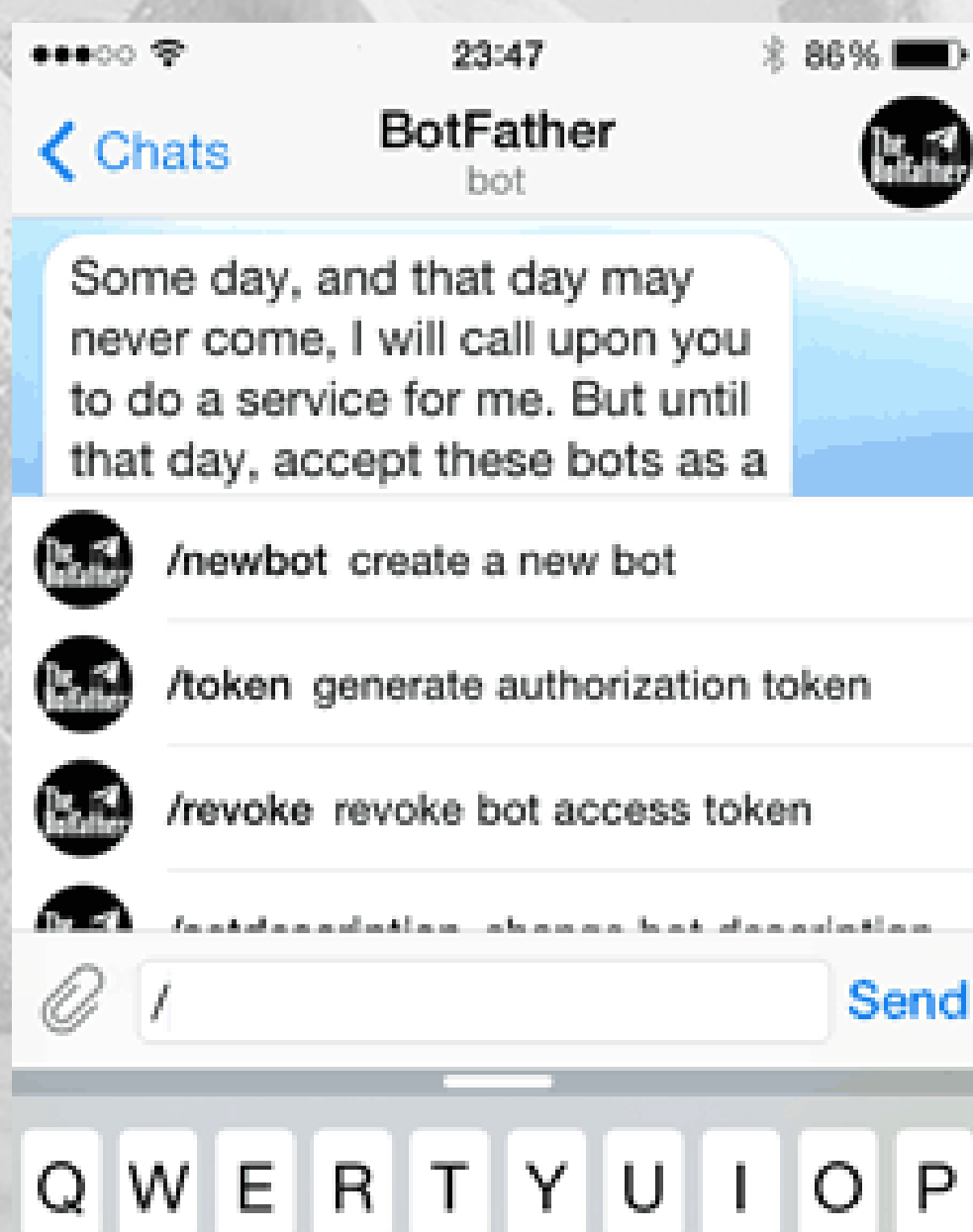
در واقع میتوان گفت که ربات تلگرام میتواند هر کاربردی داشته باشد! نحوه استفاده از آنها به خلاقیت شما و الگوریتم هایی که برای آن تعریف میکنید بستگی دارد. برخی از کاربردهای آنها به شرح زیر است:

- ▲ **ارتباط با وب سرویس ها:** یک ربات تلگرام میتواند فعالیت های شما را کوتاه و بهینه کند، بعنوان مثال شما میتوانید هر زمان دیدگاه یا فرم تماس جدیدی در سایت ارسال شد، مستقیماً در تلگرام آن را دریافت کنید. و یا آخرین ایمیل های خود را به حساب تلگرام خود منتقل کنید.
- ▲ **ساخت بازی های فکری ساده:** نحوه ارتباط شما با ربات تلگرام از طریق API این قابلیت را ایجاد میکند که به سرعت پاسخ های کاربران را تحلیل کرده و نتایج متناسب با آن را برایشان ارسال کنید. این قابلیت به شما امکان میدهد بازی های گوناگونی را طراحی و پیاده سازی نمایید.
- ▲ **ابزارهای کاربردی:** ربات تلگرام میتواند هر کاربردی داشته باشد، شما هستید که کارایی آن را طرح ریزی میکنید. دریافت نرخ ارز، اطلاعات هواشناسی، اخبار روز و تفریح و سرگرمی هرکدام نمونه های موفقی از کاربرد ربات تلگرام هستند.

آموزش ساخت ربات تلگرام

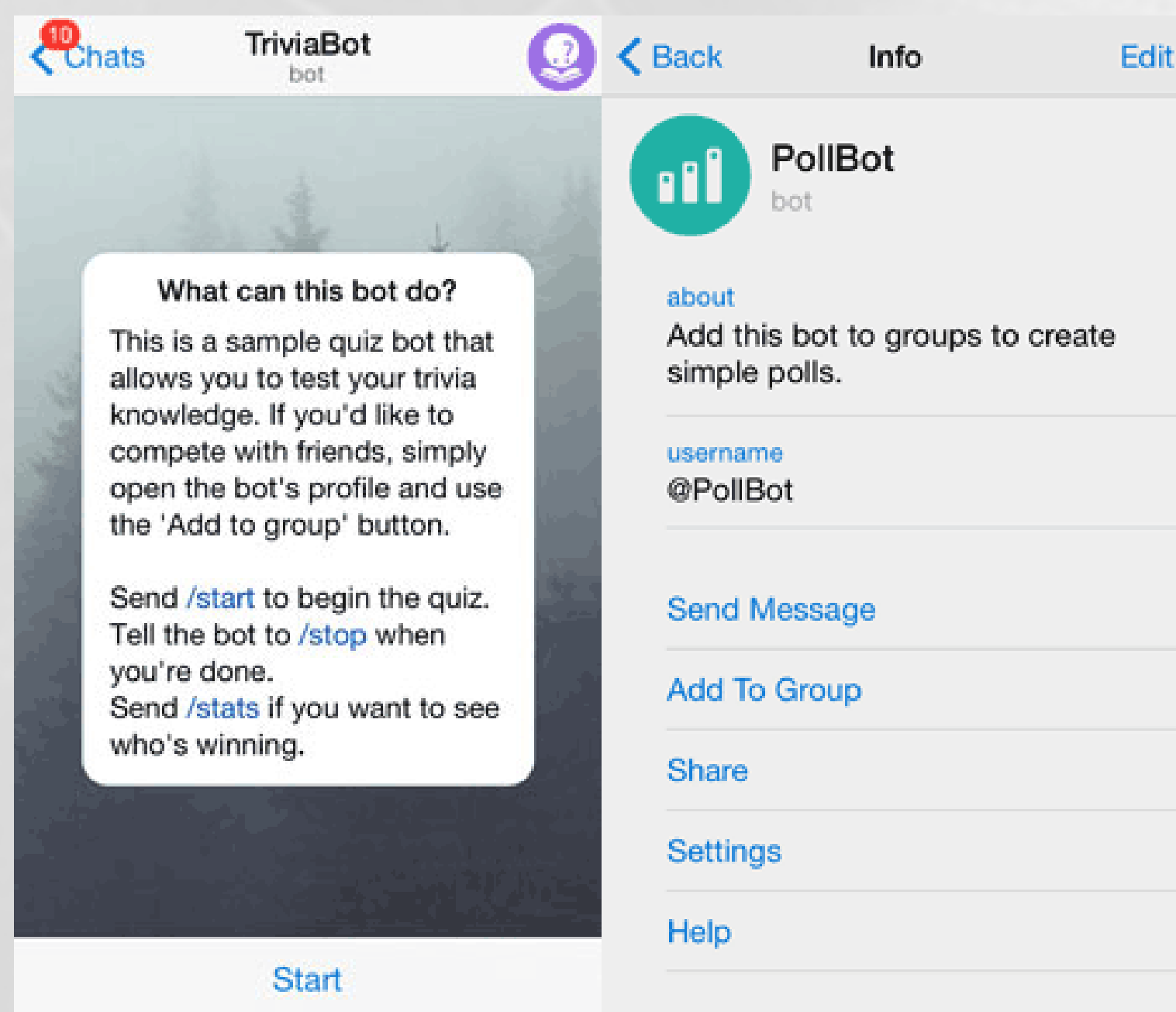
برای ساخت ربات تلگرام یک ربات معرفی شده است به نام BotFather. شما میتوانید با طی کردن چند قدم ساده ربات خود را بسازید. پس از ایجاد آن به کدهویت یا Authorization Token برای شما ارسال میشود که درگاه ارتباطی شما با API خواهد بود. برای ساخت ربات تلگرام به مفاهیم و اطلاعات زیر نیاز خواهید داشت:

با ربات BotFather ارتباط برقرار کنید، این ارتباط میتواند از طریق آدرس <https://telegram.me/BotFather> و یا نام کاربری @BotFather آغاز گردد.



دستور Newbot را برای آن ارسال کنید و ربات پدر از شما نام و نام کاربری ربات را درخواست میکند، در پایان Token هویت را برای شما ارسال خواهد کرد.

- ▶ نام ربات (name) در لیست مخاطبان و توضیحات آن نمایش داده خواهد شد.
- ▶ نام کاربری (username) یک عبارت کوتاه است که برای تعیین لینک ربات و مخاطب قرار دادن آن توسط دیگران به کار میرود. این نام کاربری باید بین 5 تا 32 کاراکتر باشد و تنها میتواند شامل حروف انگلیسی، اعداد و خط زیر (_) باشد. نام کاربری ربات باید همیشه با کلمه bot تمام شود.
- ▶ توجه کنید که نام کاربری به حروف بزرگ و کوچک حساس است، مثلا شما میتوانید websima_bot یا web23bot را بعنوان نام کاربری خود انتخاب کنید.
- ▶ Token یک رشته از اعداد و حروف مانند AAHdqTcvCH1vGWJxfSeofSAs0K5PALDsaw:110201543 است که برای ایجاد ارتباط میان شما و ربات بکار میرود.
- ▶ اگر به هر دلیل Token خود را فراموش کردید با ارسال دستور /token به botfather یک کد جدید برای شما ارسال میشود.



سایر دستورات بسیار ساده بوده و عنوان آنها بیانگر کاری که انجام میدهند است.

/setname نام ربات تلگرام را تغییر میدهد.

/setdescription توضیحات مربوط به معرفی ربات را تعیین میکند که میتواند تا 512 کاراکتر باشد، کاربران این متن را پس از شروع مکالمه با ربات شما مشاهده میکنند.

/setabouttext این متن که حداکثر میتواند 120 کاراکتر باشد در پروفایل ربات نمایش داده میشود و هنگامی که کسی ربات تلگرام شما را به اشتراک میگذارد نیز در زیر نام نشان داده میشود.

/setuserpic برای تعیین عکس پروفایل ربات تلگرام استفاده میشود.

/setcommands برای تعیین دستورات جانبی و تکمیلی برای ربات شما استفاده میشود.

/setjoigroups این دستور برای تعیین قابلیت افزوده شدن ربات به گروه‌ها استفاده میشود. اگر ربات شما برای ارتباط در گروه‌ها طراحی نشده است میتوانید این قابلیت را غیرفعال کنید.

/setprivacy تعیین میکند که ربات شما چه پیام‌هایی را در گروه دریافت کند، اگر این گزینه غیرفعال شود ربات تمام پیام‌های ارسالی در گروه‌ها را دریافت و برای شما ارسال خواهد کرد.

/deletebot ربات شما را حذف کرده و این نام کاربری را آزاد میکند.

توجه کنید که هرکدام از این تغییرات به چند دقیقه زمان برای اجرا شدن نیاز خواهند داشت.

هک با ربات تلگرام

یکی از شایعاتی که در مورد ربات‌ها تلگرام گفته میشود آن است که به اطلاعات شخصی شما دسترسی دارند و ممکن است برای جاسوسی از شما بکار گرفته شوند، اگر یک نگاه سطحی به خروجی‌های API داشته باشید متوجه خواهید شد که امکان هک کردن کاربران از طریق ربات تلگرام وجود ندارد.

اولا ربات‌ها تنها زمانی به شما دسترسی خواهند داشت که با آنها ارتباط برقرار کرده باشید، یعنی پیامی با آنها ارسال کرده باشید. ثانياً از هر کاربر نام، نام خانوادگی، شناسه کاربری و آی‌دی کاربری برای ربات قابل دسترس خواهد بود، این اطلاعات تنها برای ایجاد ارتباط ربات با شما در دسترس آن می‌باشد. علاوه بر اینها ربات‌ها به تصویر شما نیز دسترسی دارند، البته امکان ذخیره آن از روی سرورهای تلگرام را نخواهند داشت و تنها میتوانند تصویر را برای شما یا کس دیگری ارسال کنند.

پس تمامی اطلاعاتی که به ربات تلگرام ارسال میشود، به راحتی و با افزودن شماره تماس شما به لیست مخاطبان یک فرد قابل دسترسی است. هیچ‌گونه دسترسی به اطلاعات گوشی، مکالمات شما با دیگران و یا هر نوع دیتای دیگری برای ربات‌ها وجود ندارد.

بنظر شما چه کارهایی میتوان با ربات تلگرام انجام داد؟ این ربات‌های تا چه حد محبوب خواهند شد؟ آیا پتانسیل آن را دارند که جایگزین نرم‌افزارهای ساده موبایل شوند؟ نظرات خود را با ما در میان بگذارید.

ویژگی افراد موفق

فکر میکنید شما هم این ویژگی ها را دارید ؟



آیا تا به حال به افراد موفق فکر کرده اید و راه های موفقیت این افراد را بررسی کرده اید؟ داشتن ایده جدید، انگیزه، تلاش و پشتکار به شما در رسیدن به هدف کمک می کند اما افراد موفق عاداتی دارند که تاثیر به سزایی در موفقیت آن ها داشته است.

01 مراقبت از خود

افراد موفق ورزش روزانه و تغذیه مناسبی دارند. ساعتی از روز را روی تمرکز خود کار می کنند و خواب کافی دارند.

02 سحر خیز بودن

رئیس جمهور امریکا، ریچارد برانسون، جک دورسی، لری شولتز، تیم کوک و بسیاری از ثروتمندان دنیا صبح زود تر از همه بیدار می شوند و به ورزش و پیاده روی می پردازند.

03 ارتباطات

از ویژگی افراد موفق این است که آن ها به دنبال ارتباطات جدید هستند و ارتباطات خود را افزایش می دهند چرا که بر این باورند که با افزایش ارتباطات خود، ایده ها و نوآوری های جدیدی پیدا می کنند.

04 مشغول بودن

افراد موفق به ندرت بیکار می شوند و ساعت بسیاری در روز را به کار می پردازند. لیندن جانسون به طور کلی 60-65 ساعت در هفته کار می کند و ایلان ماسک -80 100 ساعت در هفته کار می کند و درباره سحرخیزی نیز می گوید "سحر خیز بودن از ویژگی های کار آفرینان می باشد."

05 آن ها می دانند در چه مواقعی نه بگویند

تفاوت بین افراد موفق و افراد واقعا موفق این است که افراد واقعا موفق قدرت نه گفتن به همه چیز را دارند. آن ها می دانند که با گفتن "نه" به کارهایی که منجر به اتلاف وقت آن ها می شود می توانند روی افزایش بهره وری تمرکز کنند. اگر آنها به هر کس و یا همه چیز "بله" بگویند به وظایف خود نمی رسند.

06 آن ها به جای دیدن تلویزیون، مطالعه می کنند

به گفته توماس کورلی، نویسنده کتاب "عادات غنی" 67 درصد از افراد ثروتمند فقط برای یک ساعت یا کمتر در روز، تلویزیون تماشا می کنند.

07 کارهای روز بعد خود را می نویسند.

افراد موفق کارهای روزانه خود را بر اساس اولویت می نویسند تا بدانند بر اساس اولویت کدام یک از وظایف آن ها اولویت دارد تا وظایف روز خود را با کار های با اولویت بالا تر شروع کنند.

08 مشخص کردن اهداف و تجسم آن ها

بررسی های انجام شده توسط Joel Brown نشان داده است که 95 درصد از افراد موفق چشم اندازها، اهداف و برنامه های خود را به طور منظم می نویسند.

09 مدیریت پول خود

افراد موفق قبل از سرمایه گذاری فکر می کنند و عاقلانه سرمایه گذاری می کنند. آن ها به دنبال فرصت های جدید برای سرمایه گذاری هستند و به افراد فقیر نیز کمک می کنند. آن ها عقیده دارند شانس به دنبال آن ها می آید.

قسمت اول



برند شخصی شدن



(00) 1 0614141 012345678 6



پنج راهکار رسانه های اجتماعی در برند شدن شخصی

بسیاری از نکات در رسانه های اجتماعی مانند راه هایی برای ایجاد یک طرح بازاریابی، افزایش پیروان در صفحات اجتماعی، افزایش تعداد کلیک ها همه و همه روی کسب و کار کوچک بازاریابی در رسانه های اجتماعی تاثیر دارد. حال تصور کنید دستیابی به موفقیت در رسانه های اجتماعی زمانی که با نام تجاری شما ارتقا یابد چگونه خواهد بود؟

نام تجاری شخصی در رسانه های اجتماعی یک موضوع است که ما به طور عمیق تر به آن می پردازیم. در این مقاله به راهنمایی های مفید در مورد چگونگی ساخت یک برند شخصی در رسانه های اجتماعی می پردازیم.

برند شخصی چیست ؟

ما اغلب وسوسه می شویم که برند را فقط در تجارت و شرکت ها در نظر بگیریم، این در صورتی است که برند خیلی وسیع تر است.

Barry Feldman در پست های بلاگ خود نوشته است :

تو و دوستان من همه برند هستند.

تو و من و همه ما اگرچه هدفمان این باشد یا نباشد، یک برند هستیم.

»»

برند شدن شخصی فرایندی مدیریتی و بهینه سازی است که شما را به دیگران معرفی می کند که رسانه اجتماعی یکی از راهکارهای مدیریت آنلاین برند شخصی می باشد.



ترکیب برند شخصی با رسانه های اجتماعی بسیار مهم می باشد.

به طور مثال نام خود را در موتور جستجو گوگل جستجو کنید مشاهده می کنید که بالاترین نتایج در رسانه های اجتماعی می باشد. رسانه اجتماعی و ایجاد محتوا ستون فقرات برند شخصی می باشند.

موارد نوشته شده در زیر توسط Feldman برای بالا نگه داشتن برند شخصی ارائه می شود که عبارت است از :

▲ تعاملی مداوم با مشتریان ایده آل

▲ پاداش مشارکت

▲ فرصت های رهبری

▲ اطلاعات و هشیاری برند و شرکت در میان مصرف کننده ها

▲ ارتباط با بهترین های بازار

▲ اعتبار بیشتر

▲ به رسمیت شناختن و پرستیژ

▲ ارزش درک عالی



پنج راهکار

01 یک الی سه زمینه تخصص خود را انتخاب کنید.

چه چیزی شما را از بقیه جدا می کند؟

با پیدا کردن این عنصر منحصر به فرد و تنظیم و هدف قرار دادن آن، بقیه مراحل خلق استراتژی برند آسان خواهد شد.

Jayson Demers یک راهکار بزرگ از ارزش پیدا کردن تخصص را جمع بندی کرده است.

قبل از گسترش و توسعه تخصص خود، شما باید تصمیم بگیرید که چرا می خواهید شناخته شوید؟

دنیای برند شخصی با رقابت کارآفرینان اشباع شده است پس استفاده از حوزه های عمومی مانند بازاریابی و منابع انسانی کافی نمی باشد.

او نقش رسانه های اجتماعی را در رشد برند شخصی ضروری می داند و ادامه می دهد که رسانه اجتماعی مانند موتوری است که سوخت آن موتور محتوا می باشد.

”

راهکار های بسیار زیادی برای تعیین تخصص شما وجود دارد یک راهکار پرسش سوال

از خود و انجام کمی تحقیقات شخصی در مورد موضوعات مورد علاقه خود می باشد.

در میان پرسش ها شما باید مطالب زیر را در نظر بگیرید:

▲ مهارتی که هر کسی فکر می کند در آن موفق هستید چیست.

▲ احساسات و علایق شما چیست.

▲ اغلب چه مطالب آنلاینی را مطالعه می کنید.

▲ آیا شما به این زمینه خاص به مدت 6 ماه تا 1 سال علاقه خواهید داشت؟

در پایان این تمرین 1 الی 3 حوزه تخصصی خود را انتخاب کنید و روی آن تمرکز کنید.

شما می توانید مکالمات و موضوعاتی درباره حوزه انتخابی خود را جستجو کنید و همچنین افرادی را که در مورد آن موضوع، مطالبی را به اشتراک گذاشته اند شناسایی کنید.

چند ابزار عالی برای این کار وجود دارد که عبارتند از:

▲ در رسانه های اجتماعی، شما می توانید کلمه کلیدی برای حوزه مورد نظر را جستجو کنید. به عنوان مثال

در توییتر شما می توانید کلمه کلیدی یا هشتگ را جستجو کنید و با تعدادی از ابزارهای جستجوی پیشرفته مانند زبان، مکان، و ... فیلتر روی نتایج جستجو را انجام دهید.

▲ در جستجوی هشتگ RiteTag، شما می توانید کلمه کلیدی خود را تایپ کنید، و ببینید که هشتگ و هشتگهای

مرتب چه رتبه ای در رسانه های اجتماعی دارند.

و در نهایت، در BuzzSumo، شما می توانید کلمه کلیدی خود را وارد کنید و مقالات، فیلم ها، و داستان محبوب

خود را ببینید شما می توانید با کلیک بر روی تب، یک لیست از افراد با نفوذ و تاثیر گذار را در بالای صفحه ببینید.

آیا همه پروفایل های رسانه های اجتماعی سازگار و منطبق به نظر می آیند؟ هنگامی که به دنبال کسب اطلاعات بیشتر در مورد ارتباط با افراد جدید هستید، توییتر و LinkedIn ، وبلاگ Tumblr خود و فیس بوک را بررسی کنید. همگی با پروفایل های شما باید مطابقت داشته باشند. داشتن مشخصات سازگار کمک می کند تا دیگران شما را به راحتی پیدا کنند، و باعث تحکیم تصویر شما در ذهن دیگران می شود. هرچه نوسانات کمتری داشته باشید آسان تر به یادماندنی می شوید. در اینجا چند گام برای شروع کار را مشاهده می کنیم.

▲ نام خود را در تمام رسانه های اجتماعی رزرو کنید. شما می توانید نام کاربری مورد نظر خود را در Knowem برای دیدن در دسترس بودن آن نام در بیش از 25 تا از محبوب ترین شبکه های اجتماعی وارد کنید. هنگامی که شما این نتایج را مشاهده کردید، می توانید نام خود را بر روی هر شبکه اجتماعی که شما در حال حاضر و یا در آینده از آن استفاده خواهید کرد را رزرو کنید. در دنیای واقعی شما نام یکسانی در موقعیت های متفاوت دارید.

▲ استفاده از نام سازگار در تمام رسانه های اجتماعی نام و نام خانوادگی استاندارد است. سعی کنید استفاده از نامهای مستعار، نام کوتاه، و غیره، جلوگیری کنید. ▲ استفاده از عکس پروفایل در تمام کانال ها

هنگامی که برند شخصی خود را می سازید یک راه عالی برای ایجاد احساس ماندگار روی دیگران، استفاده از دستور IFTTT است که تمام رسانه های اجتماعی شما را همگام می سازد. در هر بار که شما عکس پروفایل فیس بوک خود را عوض می کنید عکس پروفایل توییتر شما هم تغییر می کند.





▲ عنوان جذاب و منحصر بفرد انتخاب کنید
برای ایجاد یک تیترا با نام برند خودتان در یک تبلیغ استفاده کنید.
عناوین در مکان هایی مانند پینترست، بسیار خوب مورد استفاده قرار می گیرند. سایت های دیگر مانند فیس بوک و Google + اغلب از اطلاعات کارفرما، و محل برای شناسایی اطلاعات استفاده می کنند.

عناوین ممکن است در Twitter bio نیز مورد استفاده قرار گیرند شما حتی ممکن است کمی از فضا را در حد 160 کاراکتر گسترش دهید. Neil Patel نکات واقعا مفید توییترا را در یک پست در وبلاگ بافر به اشتراک گذاشته است. در اینجا هفت راهنمایی کاربردی را می خوانیم.

- ▲ از یک توضیح کاربردی و دقیق استفاده می کنید.
- ▲ یک کلمه که خسته کننده نباشد هیجان انگیز است.
- ▲ یک توصیف گر بارز مورد هدف قرار می گیرد.
- ▲ راه موفقیت را هموار می کند.
- ▲ یک سرگرمی انسان پسند است.
- ▲ یک حقیقت جالب یا ویژگی ای جذاب در مورد خودتان پدیدار می گردد.
- ▲ شرکت ، شما را به پروفایل های دیگر شرکت ها متصل می کند.

▲ طراحی زیبا و سازگار تصویر
این نکته شامل لایه های زیادی است ولی به طور کلی، می تواند به این معنی باشد که عکس های کاور خود را در سراسر پروفایل های فیس بوک، توییترا، گوگل +، و LinkedIn منطبق بر هم قرار دهید.
در اینستاگرام برای تمام عکس های خود از فیلتر یکسان استفاده کنید.
در Pinterest، شما می توانید یک سبک منطبق و سازگار از تصویر را به اشتراک بگذارید.

Peg Fitzpatrick شخصی است که به ایجاد یک سبک منطبق و سازگار از تصویر برای پست های وبلاگ خود می پردازد و در Google + و Pinterest به اشتراک می گذارد .

Barry Feldman در ایجاد یک طراحی سازگار و منطبق برای نام تجاری خود سه چیز را توصیه می کند:

▶ طراحی لوگوی حرفه ای

▶ پالت رنگ دل انگیز

▶ منو محدودی از فونت ها

چگونه میتوان اجتماعی مناسب را پیدا کرد؟

با استفاده از موتور جستجو گوگل صفحاتی را که می توانید ویرایش کنید جستجو کرده و صفحه اول سایت باید با حس و شمای برند شما هماهنگ باشد. در همه پروفایل های اجتماعی حداقل پروفایل خود را کامل کنید. آیا یک فرد می تواند پروفایل های جداگانه را برای کار و استفاده شخصی مدیریت کند؟

جدا کردن پروفایل های کاری و شخصی خود یک گزینه عالی به نظرمی رسد با این حال به شرایط پیچیده ای برخورد می کنید، اگر شما امیدوار به حفظ همین نام در هر دو حساب کاربری باشید ممکن است این مشکل بوجود آید که وقتی شخصی نام شما را جستجو کند به صفحه شخصی شما برخورد کند پس بهتر است از نام مختصر برای موارد غیر کاری استفاده کنیم.

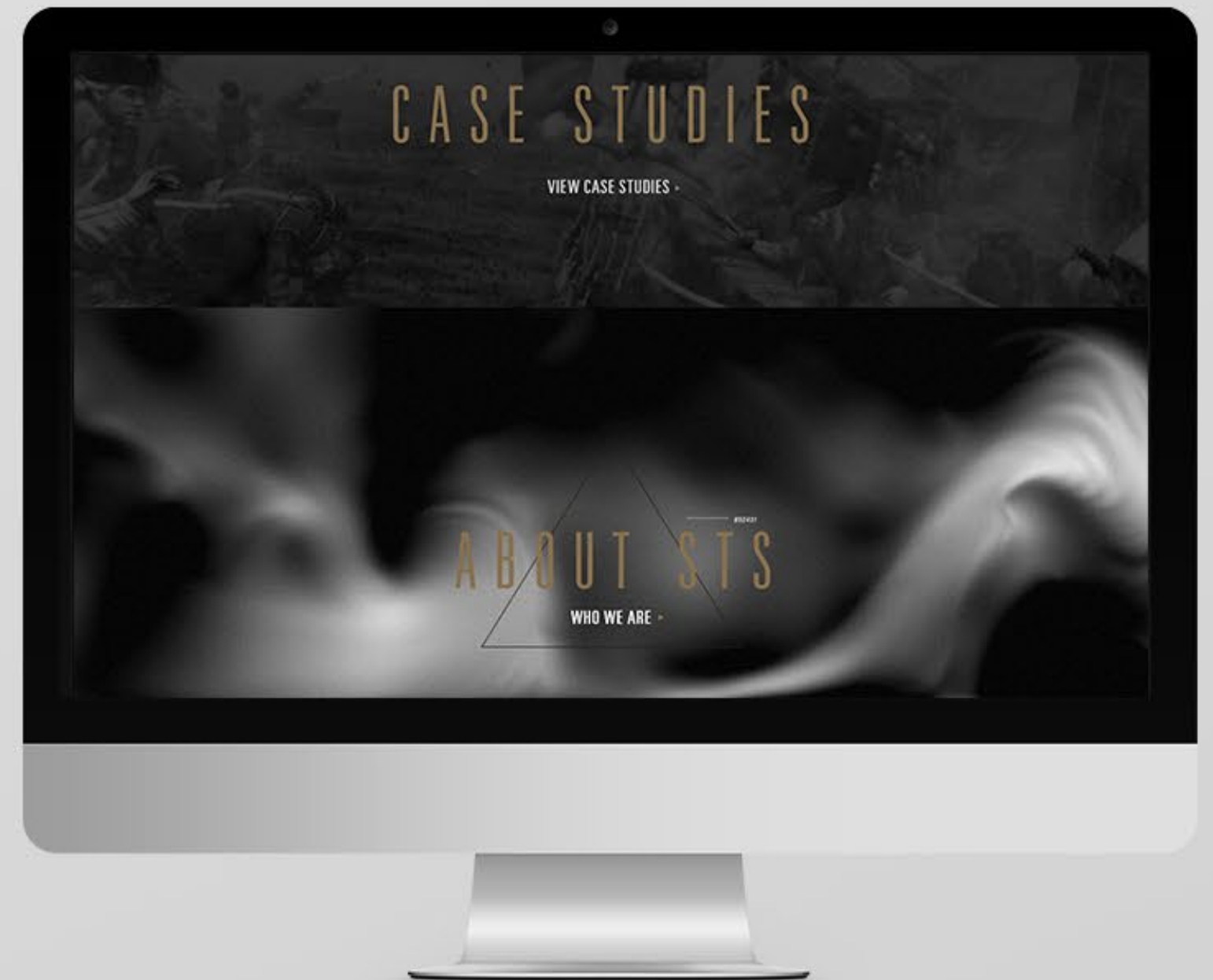
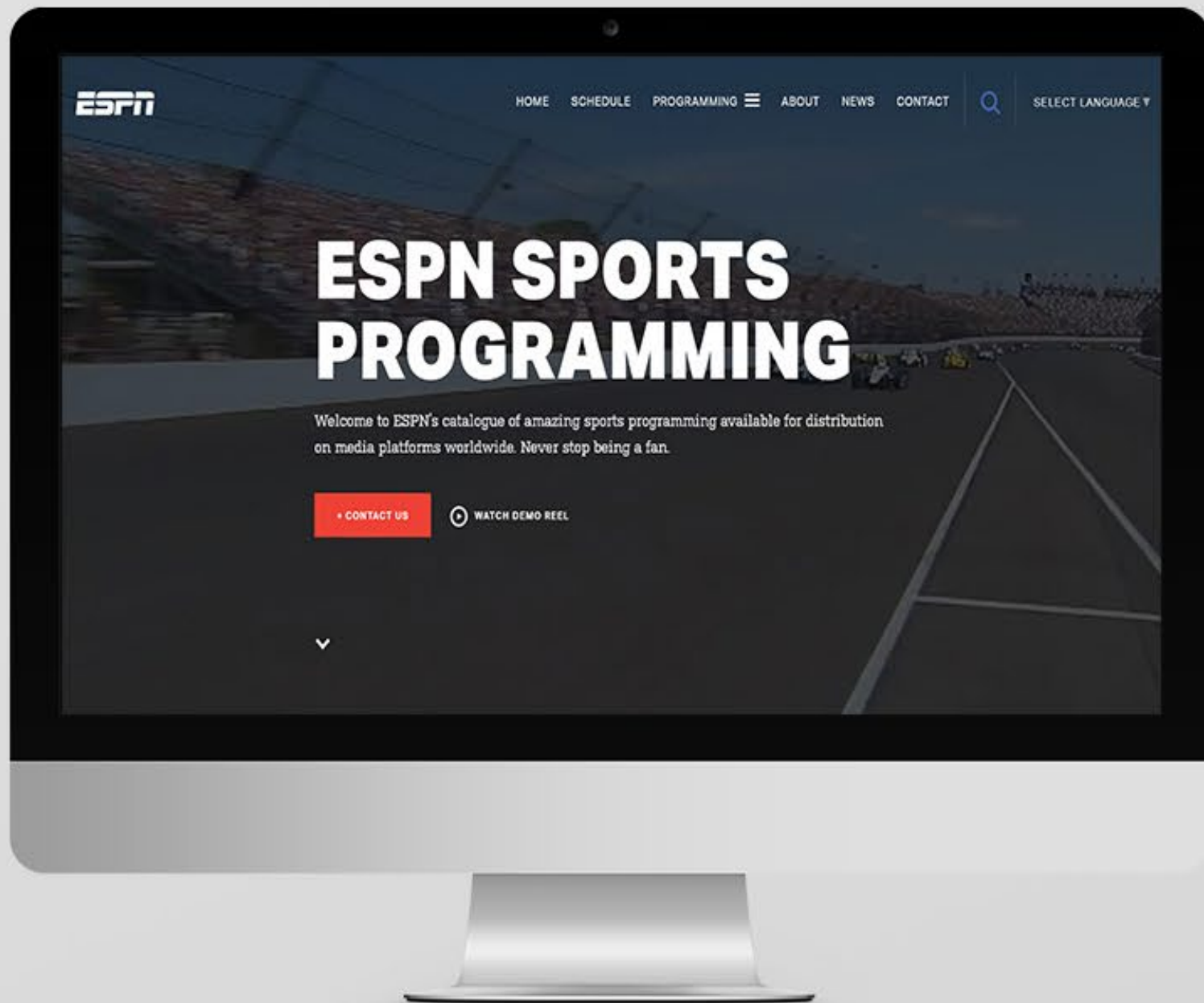
آیا نحوه ارسال پست را به منظور مطابقت با شبکه های اجتماعی باید تغییر دهیم؟

در این قسمت با توجه به نوع شبکه اجتماعی نحوه ارسال پیام را انتخاب می کنیم. برای مثال در توییتر پیام های کوتاه و در فیس بوک و گوگل پلاس پیام های بلند را ارسال می کنیم.

بررسی بهترین وب سایت های ماه از دید کارشناسی وب سایت معتبر
AWWWARD.COM

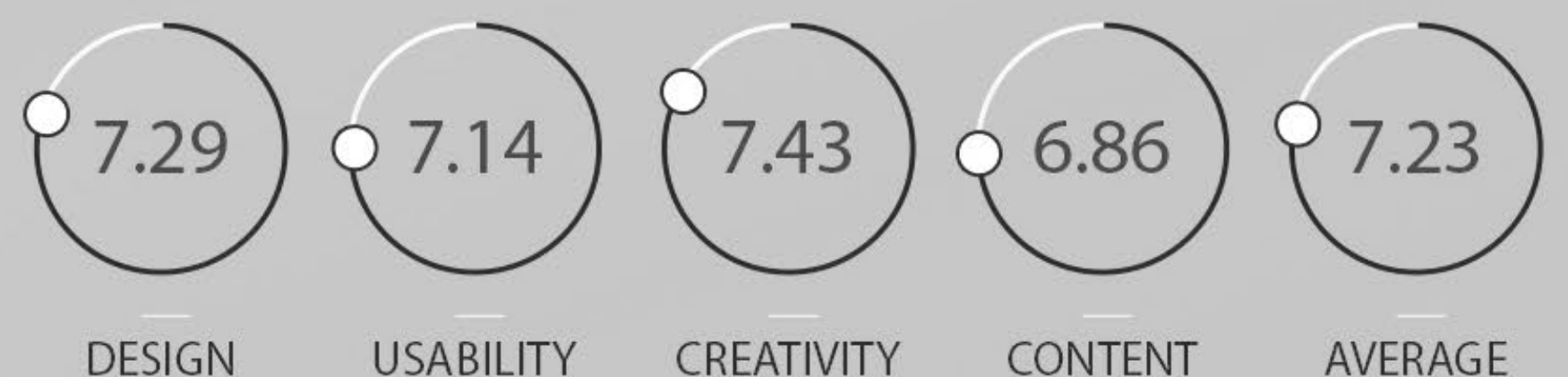
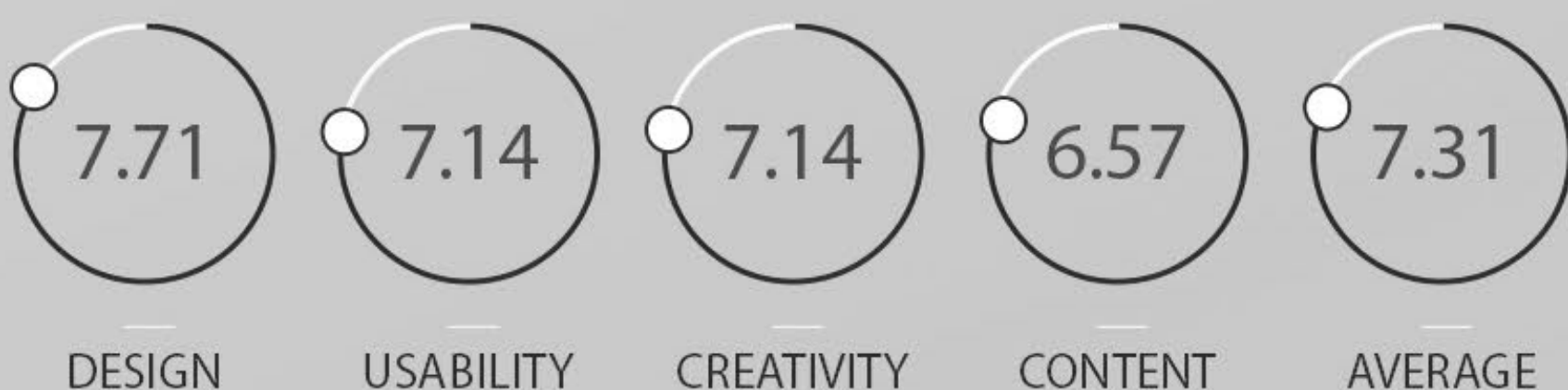


در چند سال اخیر با آگاهی بر اهمیت فضای مجازی و بستر پر رقابت آن، داشتن سایتی زیبا، کاربردی و استاندارد اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. از این رو Awwwards اقدام به معرفی برترین سایت های فعال در فضای مجازی نموده که تحلیل و دلایل برتری این سایت ها را نسبت به سایرین در اختیار شما مخاطبین کسب و کار می گذاریم تا با آشنایی با این سایت ها از خط مشی آن ها الهام بگیرید...



www.mediadistribution.espn.com

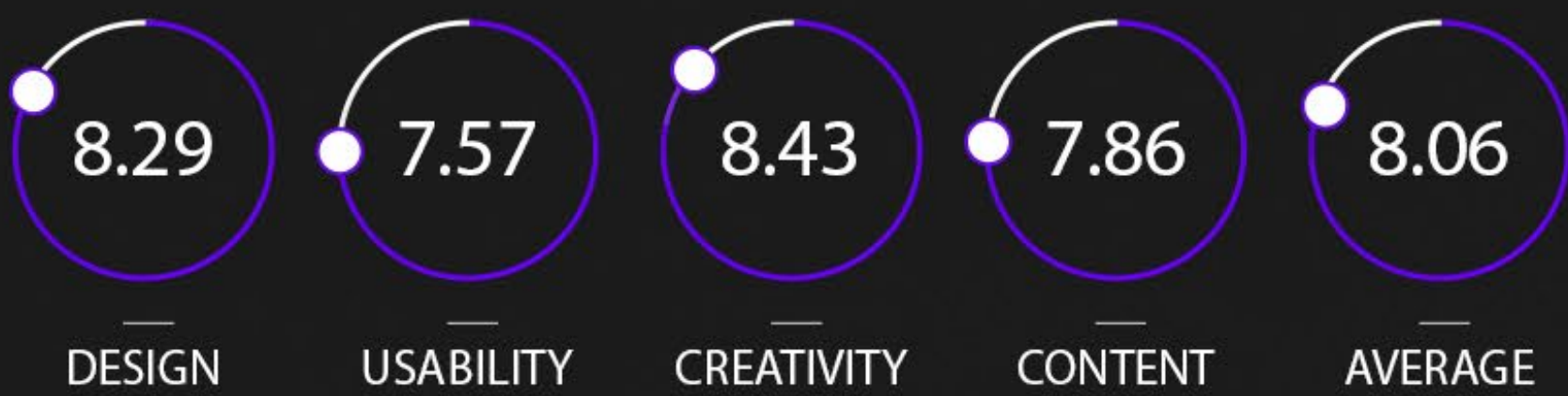
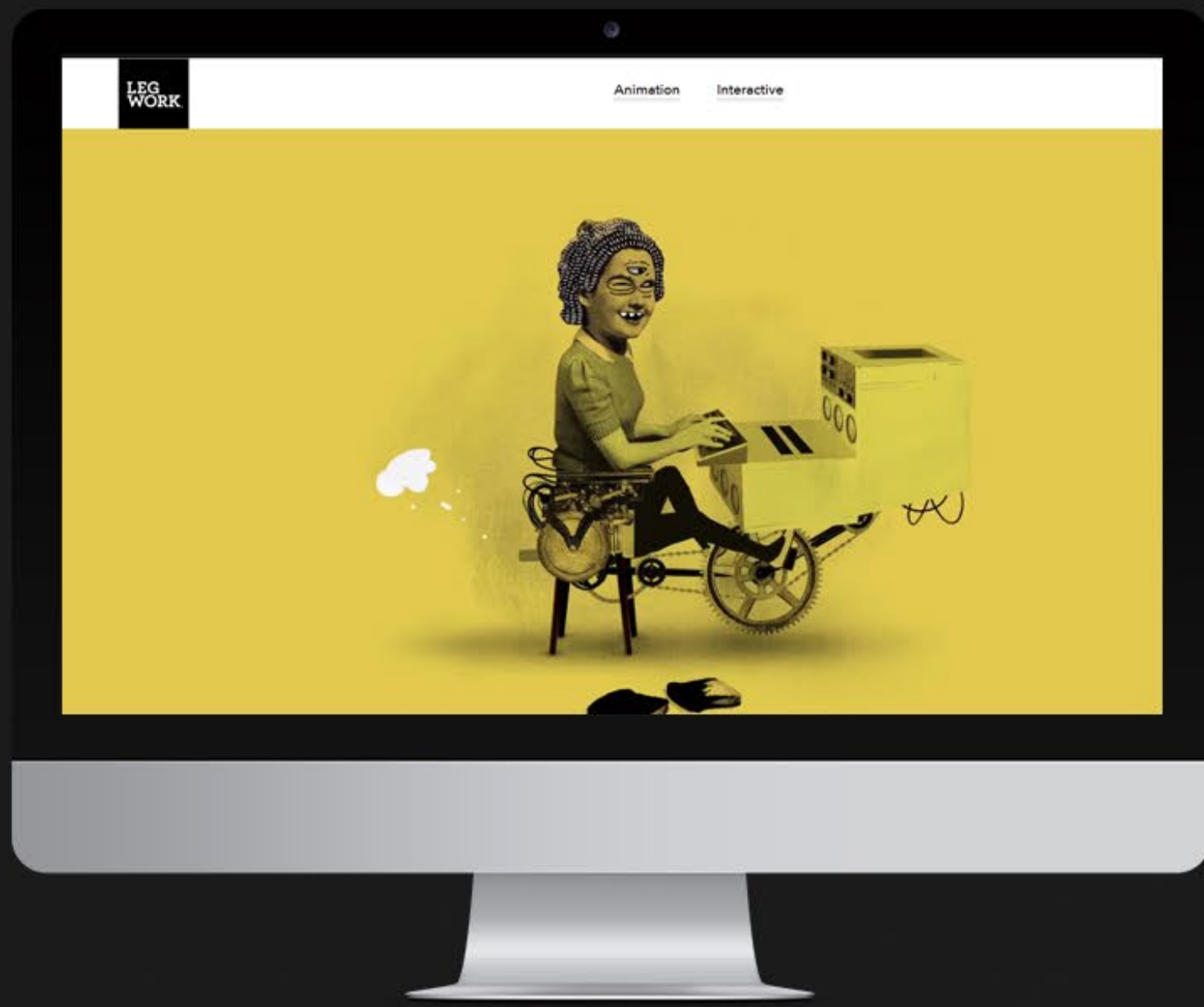
www.wearetopsecret.com



www.weaintplastic.com

www.apps.ua

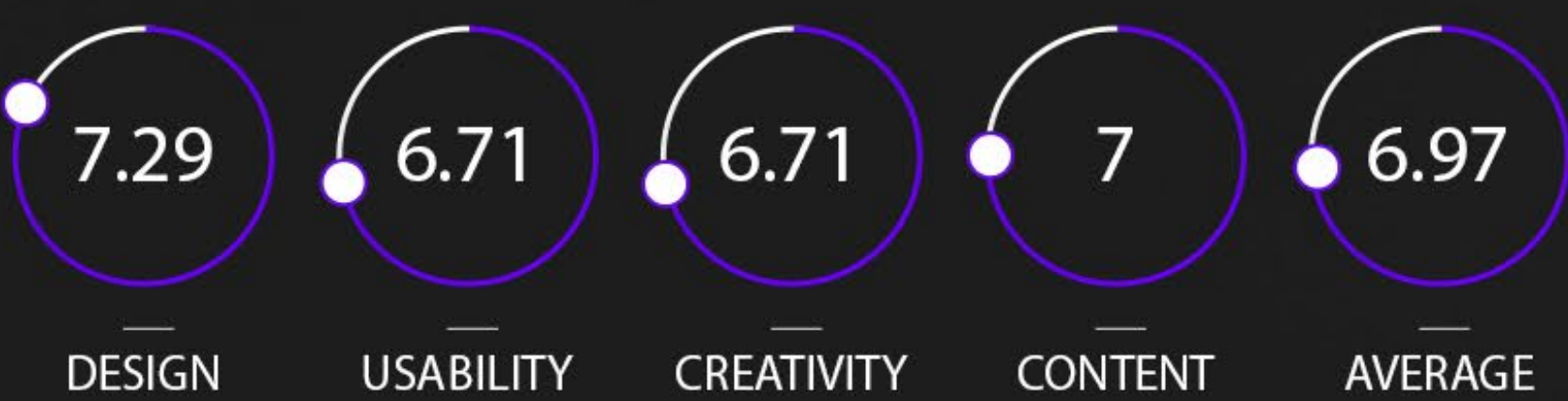




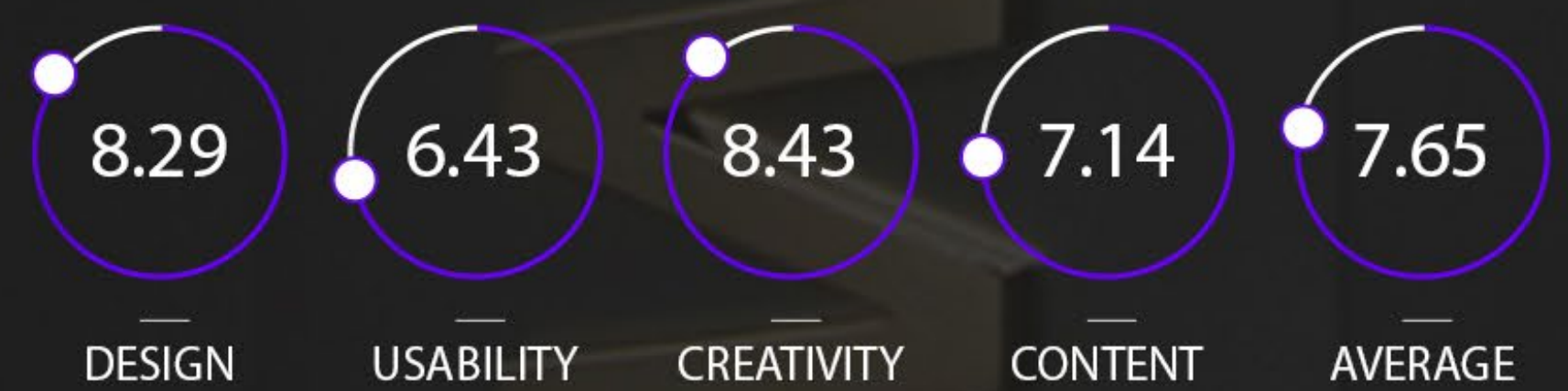
www.legworkstudio.com



www.takemetotomorrowland.com



www.mikiyakobayashi.com



www.void.hi-res.net





WORDPRESS

چرا وردپرس؟

بهترین CMS!!!

اگر شما تازه با وبلاگ نویسی آشنا شده اید و یا میخواهید وب سایتی برای خود داشته باشید احتمالاً نام سیستم مدیریت محتوایی ورد پرس را به عنوان بهترین سیستم مدیریت محتوایی شنیده اید و می خواهید بیشتر با آن آشنا شوید.



ورد پرس پلت فرمی است قوی ، که در ساخت وب سایت ها از آن استفاده میشود. وب سایت های مشهور زیادی مانند، Playstation New York, CNN , Times Blogs با ورد پرس نوشته شده اند.

▲ ماندگاری وردپرس

ورد پرس سیستم مدیریت محتوایی متن باز است که با ورود آن در دنیای وب تحول عظیمی به پا شد. بسیاری از بهترین وب سایت های جهان از وردپرس استفاده می کنند. یکی از دلایل محبوبیت ورد پرس سهولت استفاده از آن است، و شمار تعداد سایت هایی که از ورد پرس استفاده می کنند در حال افزایش است.

▲ جامعیت ورد پرس

در گذشته ورد پرس پلت فرمی برای وبلاگ نویسی بوده است اما پس از طی راهی طولانی تبدیل به مجموعه ای بسیار قوی برای مدیریت طیف وسیعی از وب سایت ها شده است.

وردپرس سیستم مدیریت محتوایی انعطاف پذیر و سازگار می باشد که به راحتی می توانید با افزونه های موجود در وردپرس به قابلیت های آن اضافه کنید. از سوی دیگر سیستم قوی ورد پرس باعث می شود شما برای وب سایت خود وبلاگی داشته باشید تا استراتژی کسب و کار خود را گسترش دهید ، علاوه بر اینکه داشتن وبلاگی فعال در داخل وب سایت شما موتور های جستجو را متوجه می سازد که سایت شما زنده است و در نتیجه موتور های جستجو در ایندکس گذاری سایت رتبه خوبی به سایت می دهند. علاوه بر این موتور های جستجو از نحوه نگارش متن در ورد پرس بسیار استقبال می کنند.

پس اگر به دنبال بدست آوردن رتبه خوبی برای وب سایت خود هستید به دنبال ورد پرس بروید.

▲ مقرون بصره و انعطاف پذیر

نکته قابل توجه در ورد پرس این است که این پلت فرم کاملاً متن باز است به طوری که منبع کد آن در دسترس عموم می باشد و هر فردی می تواند بنا بر نیاز های خود ورد پرس را تغییر دهد این به معنی این است که همه افزونه ها و پوسته هایی که بر روی پلت فرم وردپرس وجود دارند متن باز می باشند. افزونه ها به راحتی روی وردپرس نصب می شوند و پوسته ها توسط توابع وردپرسی نوشته شده اند..

از آنجا که وردپرس متن باز است به طور رایگان دانلود می شود . شما برای ساخت سیستم مدیریت محتوایی قدرتمند باید هزینه زیادی خرج کنید ولی نیاز به دوباره کاری نیست و شما به راحتی می توانید آن را دانلود کنید.





▲ انجمن جهانی ورد پرس

ورد پرس سیستم مدیریت محتوایی رایگان و در دسترس می باشد و قابلیت ایجاد تغییر را دارد که توسط انجمن جهانی توسعه دهندگان ، پشتیبانی می شود. این به این معنی است که یک گروه جهانی از افراد مختلف در حال بروز رسانی ویژگی ها و قابلیت های وردپرس می باشند بروز رسانی ورد پرس منظم می باشد و قابلیت های آن روز بروز افزایش می یابد.

▲ سهولت استفاده

ورد پرس دارای یک سیستم محتوایی است که هر فردی به راحتی می تواند از آن استفاده کند. شما به راحتی با ویرایش یک سند WORD می توانید پست های جدیدی برای وب سایت خود ایجاد کنید و یا محتوای سایت خود را ویرایش کنید. علاوه بر این تمامی بخش های ورد پرس به طور منطقی سازمان یافته است و یک رابط کاربری مناسب برای کاربران فراهم آمده است تا به راحتی بتوانند به هر بخشی که می خواهند مراجعه کنند. به طور مثال کاربران برای ویرایش صفحات به ویرایش نوشته ها و برای بارگذاری تصاویر به بخش رسانه ها مراجعه می کنند. کاربران برای ویرایش صفحات به ویرایش نوشته ها و برای بارگذاری تصاویر به بخش رسانه ها مراجعه می کنند. نظر شما چیست آیا تجربه استفاده از ورد پرس را داشته اید و یا قصد انتخاب ورد پرس را دارید؟ آیا با تفاسیر گفته شده ورد پرس لایق عنوان بهترین سیستم مدیریت محتوایی می باشد؟؟؟ اگر پاسخ شما مثبت است، هم اکنون کار با ورد پرس را آغاز کنید...

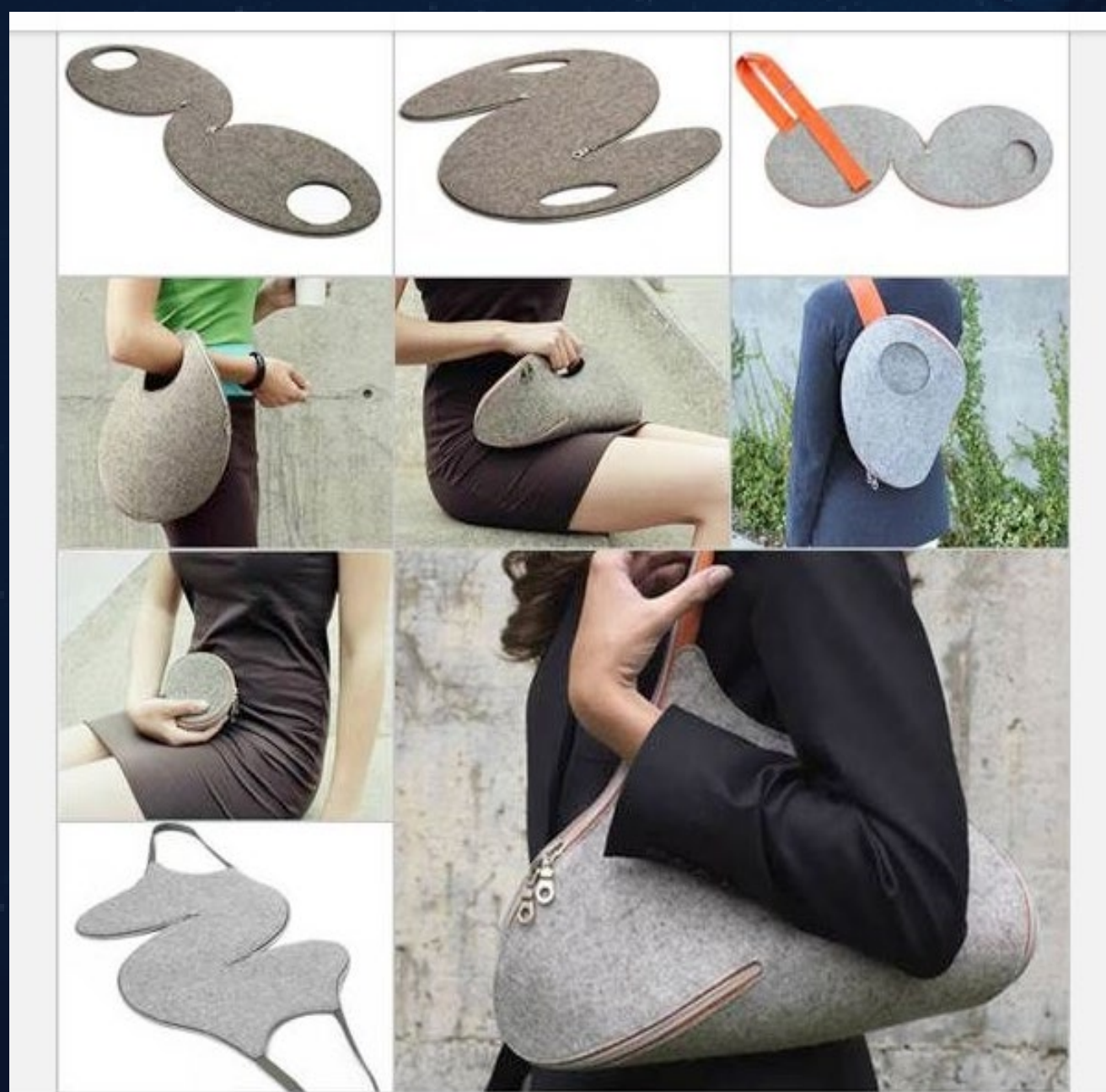


خلاقانه

خلاقیت چیزی جز بر هم زدن قوانین نیست. برای تفکر خلاق کفایت از قالب های همیشگی خارج شد و با دقت بیشتری به اطراف نگاه کنیم. در ابتدای امر پرسش ساده ای که برای خلق یک خلاقیت وجود دارد این است که با دیدن هر چیزی که در پیرامونمان وجود دارد بپرسیم چه می شد اگر... پاسخ به این سوال در ذهن، آغازگر ایده های خلاقانه است امتحان کنید.



نمونه های زیر تعدادی از این چه می شد اگرهایی است که به ذهن افراد گوناگون رسیده و منجر به خلق ایده ای جدید شده است.







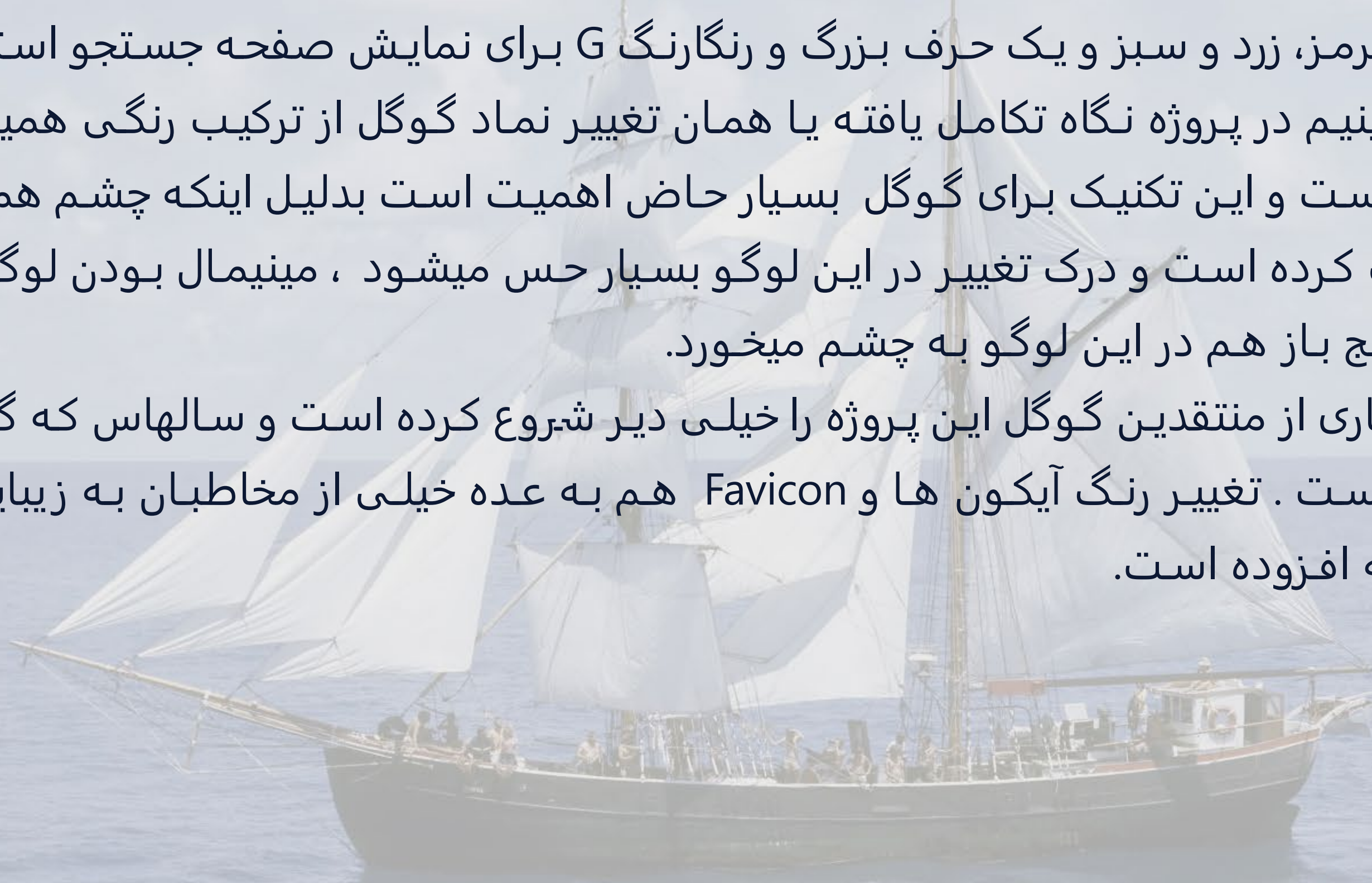
نگاه تکامل یافته گوگل

بررسی رونمایی از لوگوی جدید گوگل بعد از ۱۷ سال

همه جا دیده میشود در کامپیوتر رومیزی ، گوشی ، تبلت و ... حتی شاید هم در ماشین یک لوگوی همراه ، حتما شما هم در این چند روزه چشمتان به تغییراتی در لوگوی گوگل افتاده و یا در خبر های شنیده و یا خوانده اید که گوگل بعد از ۱۷ سال دست به تغییر لوگو تاپیت خود کرده ، لوگو تاپیتی که روزانه از زیر نگاه میلیونها انسان میگذرد و برای خیلی ها دیدن این صفحه سفید و لوگو یه عادت اول صبح شده است که قبل از شروع کار به این تصویر خیره بشن. گوگل چند سالی است که بمناسبت های مختلفی بجای لوگو تاپیت خود از بازی و یا انیمیشن کوتاه استفاده میکند و نکته در اینجا است که در این پروژه بازی شما لوگو تاپیت گوگل هم مشاده میکنید.

گوگل میگوید که این لوگو و نسخه های مختلف آن روی صفحات بسیار متنوع تلفن های امروزی بهتر کار خواهد کرد. این شرکت علاوه بر نام کامل گوگل، قصد دارد همچنین از چهار نقطه مدور به رنگ های آبی، قرمز، زرد و سبز و یک حرف بزرگ و رنگارنگ G برای نمایش صفحه جستجو استفاده کند. باز هم میبینیم در پروژه نگاه تکامل یافته یا همان تغییر نماد گوگل از ترکیب رنگی همیشگی گوگل بهره برده است و این تکنیک برای گوگل بسیار حاض اهمیت است بدلیل اینکه چشم همگان به این رنگها عادت کرده است و درک تغییر در این لوگو بسیار حس میشود ، مینیمال بودن لوگو و استفاده از حرف e کج باز هم در این لوگو به چشم میخورد.

از نگاه بسیاری از منتقدین گوگل این پروژه را خیلی دیر شروع کرده است و سالهاست که گوگل نیازمند این تغییر است . تغییر رنگ آیکون ها و Favicon هم به عده خیلی از مخاطبان به زیبایی این نگاه تکامل یافته افزوده است.





Teletter

خبرنامه تلگرام



افزونه خبرنامه تلگرام برای وردپرس

افزونه خبرنامه تلگرام برای وردپرس، راهی مطمئن به جهت ارتباط میان شما و مخاطبین سایت است. این افزونه سیستم مدیریت محتوای وردپرس و نرم افزار ارتباطی تلگرام را به هم متصل میکند که بدون شک هر دو بهترین و پرمخاطب ترین در میان کاربران ایرانی و در زمینه فعالیت خود هستند.

روش های قدیمی ارسال خبرنامه

ارسال خبرنامه یکی از قدیمی ترین تاکتیک های جذب بازدیدکننده و یادآوری سایت به مخاطبان است. روش های گوناگونی برای ارسال خبرنامه وجود دارد که مهمترین آنها ارسال از طریق ایمیل و پیامک می باشند.




ارسال خبرنامه از طریق ایمیل مشکلات زیادی را برای مدیران وبسایت ها ایجاد میکند، با افزایش تعداد اعضای خبرنامه یا تعداد ایمیل های ارسالی، امکان ارسال مستقیم از سرور سایت وجود نداشته و پس از مدتی تمامی ایمیل های شما بعنوان اسپم شناخته خواهد شد.

’ در نتیجه مجبور به استفاده از سیستم های جایگزین مانند Mailchimp میشوید که همراه با صرف هزینه و محدودیت خواهند بود. یکی دیگر از مشکلات این سرویس ها عدم امکان ارسال لحظه ای خبرنامه با انتشار مطالب در سایت است و شما مجبور به مدیریت ایمیل های ارسالی نیز خواهید شد.

ارسال خبرنامه از طریق پیامک شاید پرهزینه ترین استراتژی باشد! زیرا علاوه برآنکه در تعداد کاراکترهای ارسالی محدود هستید برای هر ارسال هر پیامک هزینه نیز پرداخت میکنید. همچنین زمانیکه پیام شما به دست مخاطبان میرسد ممکن است دسترسی به اینترنت نداشته باشند.

چرا از خبرنامه تلگرام استفاده کنیم؟

تلگرام بدون شک محبوب ترین، سریع ترین و ایمن ترین نرم افزار برای ارتباط میان کاربران از طریق اینترنت در ایران است. به گزارش ایسنا در خرداد 94، تلگرام پنج میلیون کاربر ایرانی فعال دارد؛ البته آمارهای غیر رسمی اعداد بسیار بالاتری را گزارش داده اند تا جاییکه گفته میشود بیش از یک سوم کاربران تلگرام در جهان ایرانی هستند و تعداد آنها نزدیک به 20 میلیون نفر است.



پیام‌رسانی از طریق افزونه خبرنامه تلگرام، هر زمان که به اینترنت متصل شوند در دسترس آنها خواهد بود و شما مطمئن هستید که کاربر امکان مشاهده لینک‌های ارسالی را دارد.

محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در مرداد 94 اعلام کرد که تلگرام در ایران فیلتر نخواهد شد و همین مسئله نوید بخش تداوم موفقیت‌های آن در ایران است. هر روز بر تعداد کاربران تلگرام در ایران افزوده میشود و هیچ‌گونه محدودیت سنی را نمیتوان در طیف مخاطبان آن متصور شد.

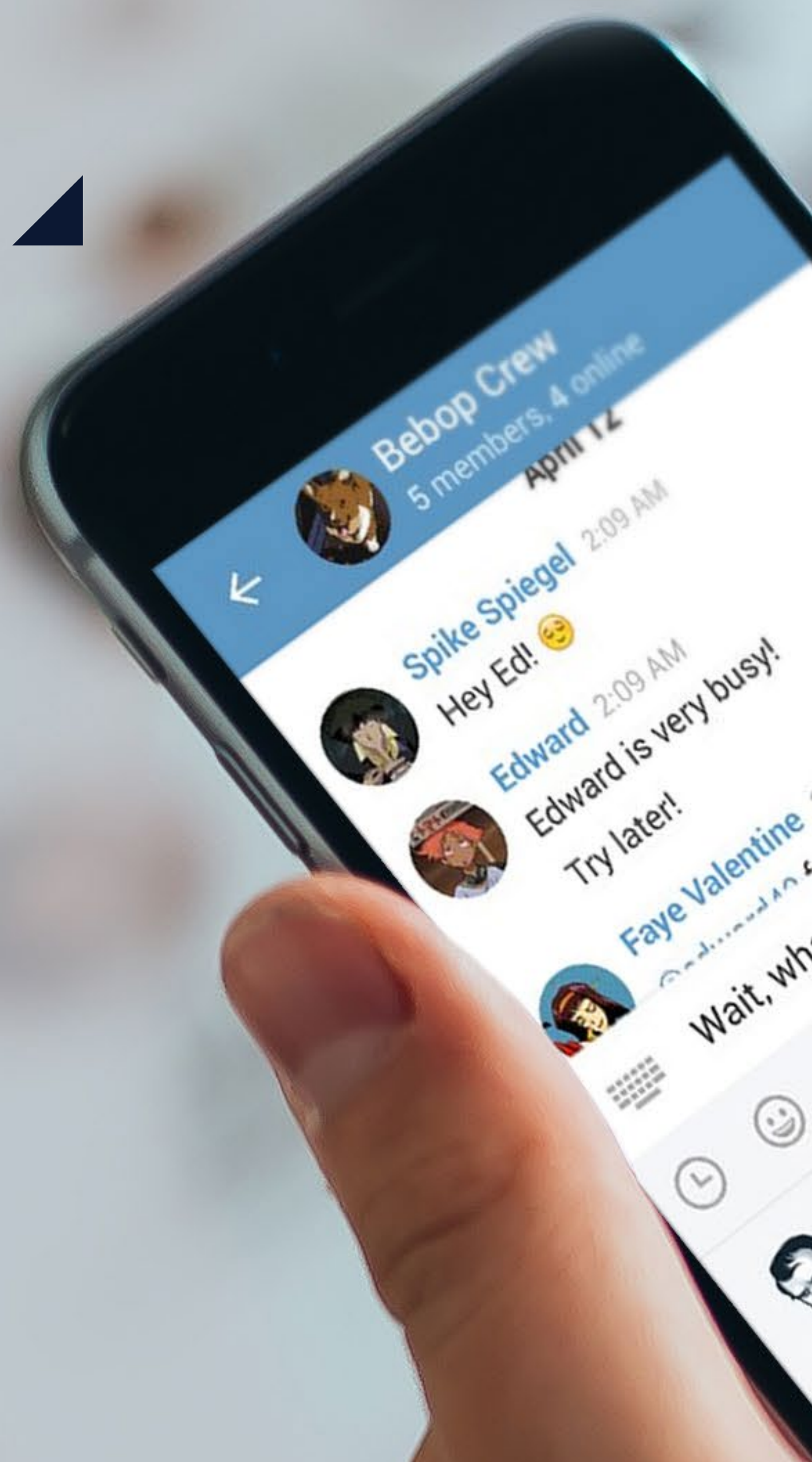
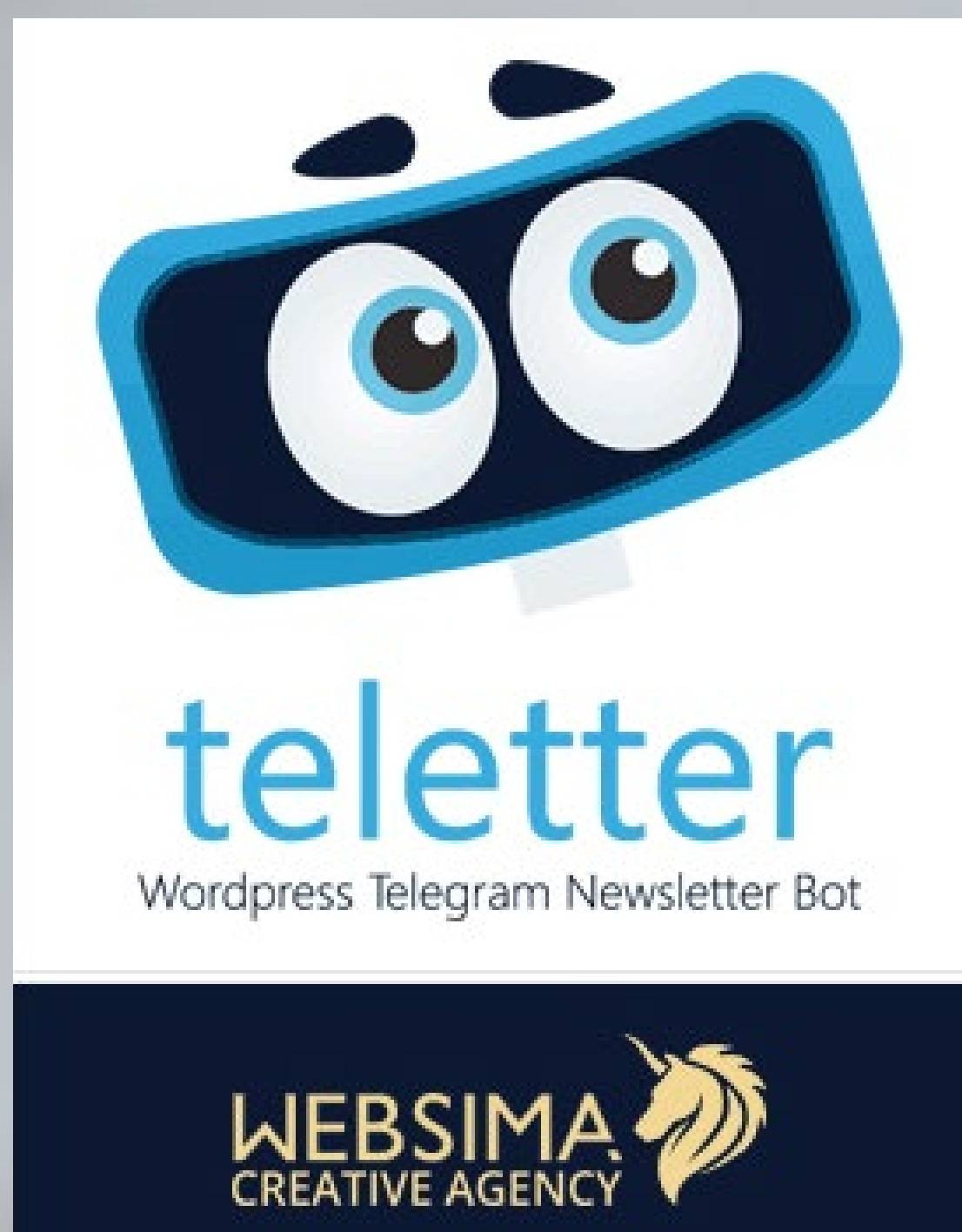
افزونه خبرنامه تلگرام به شما امکان میدهد که اخبار و مقالات خود را بلافاصله پس از انتشار در معرض دید این طیف عظیم از مخاطبان قرار دهید. شما هیچ محدودیتی در حجم اطلاعات ارسالی و دریافتی نداشته و پیام شما در سریعترین زمان ممکن به دست مخاطبان خواهد رسید.

خبرنامه تلگرام چگونه کار میکند؟

این افزونه به شما امکان میدهد که میان ربات تلگرام و سایت وردپرسی خود ارتباط برقرار کنید. شما لینک ربات تلگرام خود را در سایت قرار میدهید و با کلیک بر روی آن کاربران میتوانند با این ربات ارتباط برقرار کنند. پس از اولین ارسال پیام توسط کاربر، شما نیز امکان ارسال پیام به آنها را خواهید داشت.

اطلاعات اعضای خبرنامه شامل نام، نام خانوادگی، زمان عضویت و شناسه کاربری آنها در پنل مدیریت سایت ذخیره شده و برای شما قابل مشاهده و شمارش است. هر زمان که نوشته یا خبر جدیدی را منتشر میکنید قادر خواهید بود اعضای خبرنامه را از انتشار آن مطلع کنید. پیام ارسالی میتواند لینک صفحه، یک متن دلخواه و یا ترکیبی از هر دو باشد.

اگر کاربران ربات تلگرام شما را از لیست مخاطبان خود حذف یا بلاک کنند، کاربر از لیست اعضای خبرنامه خارج شده و دیگر پیامی برای او از طرف شما ارسال نخواهد شد.



ویژگی های افزونه خبرنامه تلگرام Teletter

- ▲ راه اندازی سریع و آسان
- ▲ پشتیبانی از زبان فارسی
- ▲ ذخیره سازی اطلاعات اعضای خبرنامه
- ▲ تعیین پیامد خوش آمدگویی برای اعضای جدید
- ▲ قابلیت ارسال خبرنامه هنگام انتشار یا بروزرسانی در وردپرس
- ▲ بروزرسانی لیست اعضا بصورت اتوماتیک یا دستی
- ▲ عدم نیاز به SSL یا سرویس های جانبی
- ▲ امکان ارسال لینک، متن دلخواه یا هردو
- ▲ حذف خودکار کاربران غیرفعال از لیست ارسال
- ▲ پشتیبانی از نوع نوشته سفارشی (Custom Post Types) در وردپرس
- ▲ قابلیت تنظیم زمان بروزرسانی خودکار (هر ساعت، روزی دو بار و روزی یک بار)
- ▲ قابلیت تنظیم تعداد پیام های دریافتی از تلگرام در هر بروزرسانی
- ▲ کاملاً رایگان
- ▲ پشتیبانی توسط آژانس خلاقیت وبسیما

ادامه مطلب و دانلود این افزونه را در وبلاگ وبسیما

Guerilla Marketing



افراد مختلفی برای فروش بیشتر و رونق کسب و کار خود به دنبال راه های
جدید و خلاقانه می باشند. آیا تا به حال با روشی نوین در بازاریابی به نام
Guerilla Marketing آشنا شده اید ؟

Guerilla Marketing یک روش تبلیغاتی کم هزینه می باشد که با تکنیک های غیر متعارف به بازاریابی و تبلیغ یک محصول می پردازد. این سبک از بازاریابی به دلیل غیر متعارف بودن توجه افراد مختلف را به خود جلب می کند و باعث ماندگاری تبلیغ می شود و این تبلیغات از فردی به فرد دیگر انتقال می یابد و همه در باره آن صحبت میکنند. این تبلیغات نسبت به تبلیغات سنتی ماندگاری بیشتری در ذهن افراد دارد. این نوع تبلیغات برای کسب و کارهای کوچک که سرمایه کمی دارند و کسب و کارهای بزرگ که در جهت مردمی شدن گام بر می دارند مناسب می باشد.



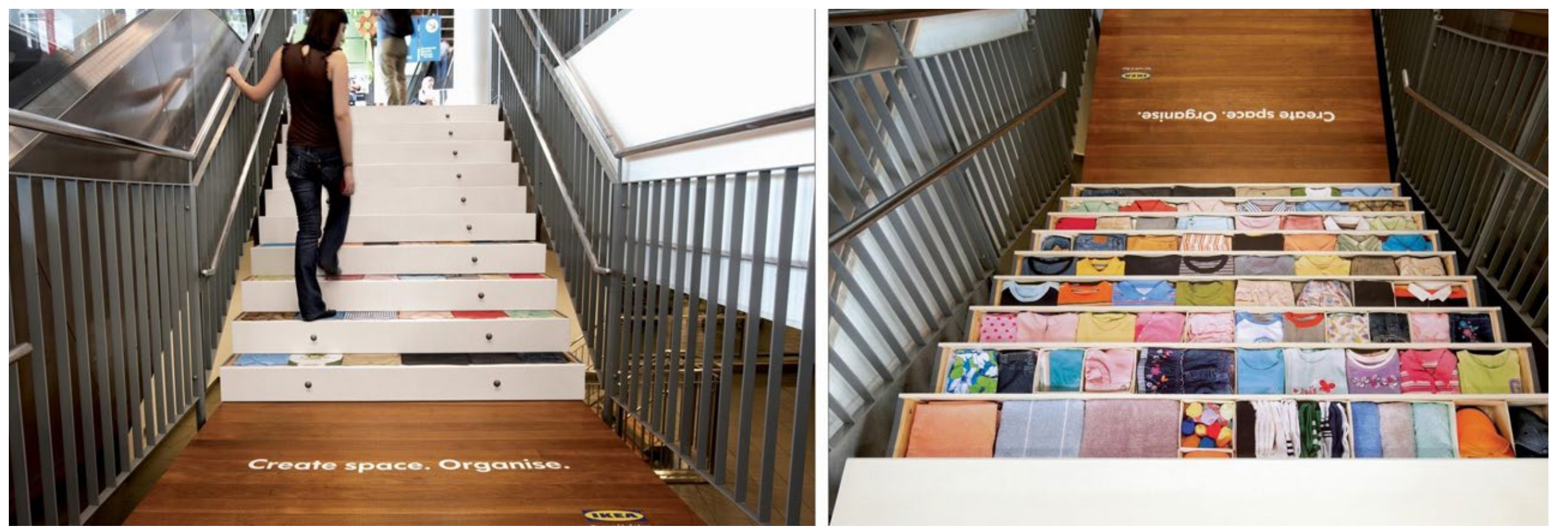
با توجه به توجه عموم مردم به تبلیغات محیطی جای تعجب نیست که این نوع بازاریابی روز بروز گسترش یابد. هزینه های کم و توجه و حیرت بیشتر مردم از جمله مواردی است که این نوع تبلیغات را تبدیل به تبلیغاتی گسترده در میان آژانس های تبلیغاتی کرده است. هنگامی که این تبلیغات به درستی انجام شود توجه زیادی به سمت برند تجاری جلب می شود.



این استراتژی از این نوع بازاریابی اگر چه کمی ناراحت کننده است ولی توسط بسته های سس از قربانیان مین گذاری کشور های جنگ زده حمایت می کند.



این تبلیغ بسیار جالب می باشد شرکت Colgate که تولید کننده مسواک می باشد با قرار دادن شکلی از مسواک داخل بستنی اهمیت مسواک زدن را بعد از صرف مواد غذایی یادآوری می کند.



یک نمونه دیگر از این تبلیغات تبلیغ شرکت مبیل IKEA می باشد. که استفاده بهینه از فضا را در ذهن افراد ایجاد می کند.

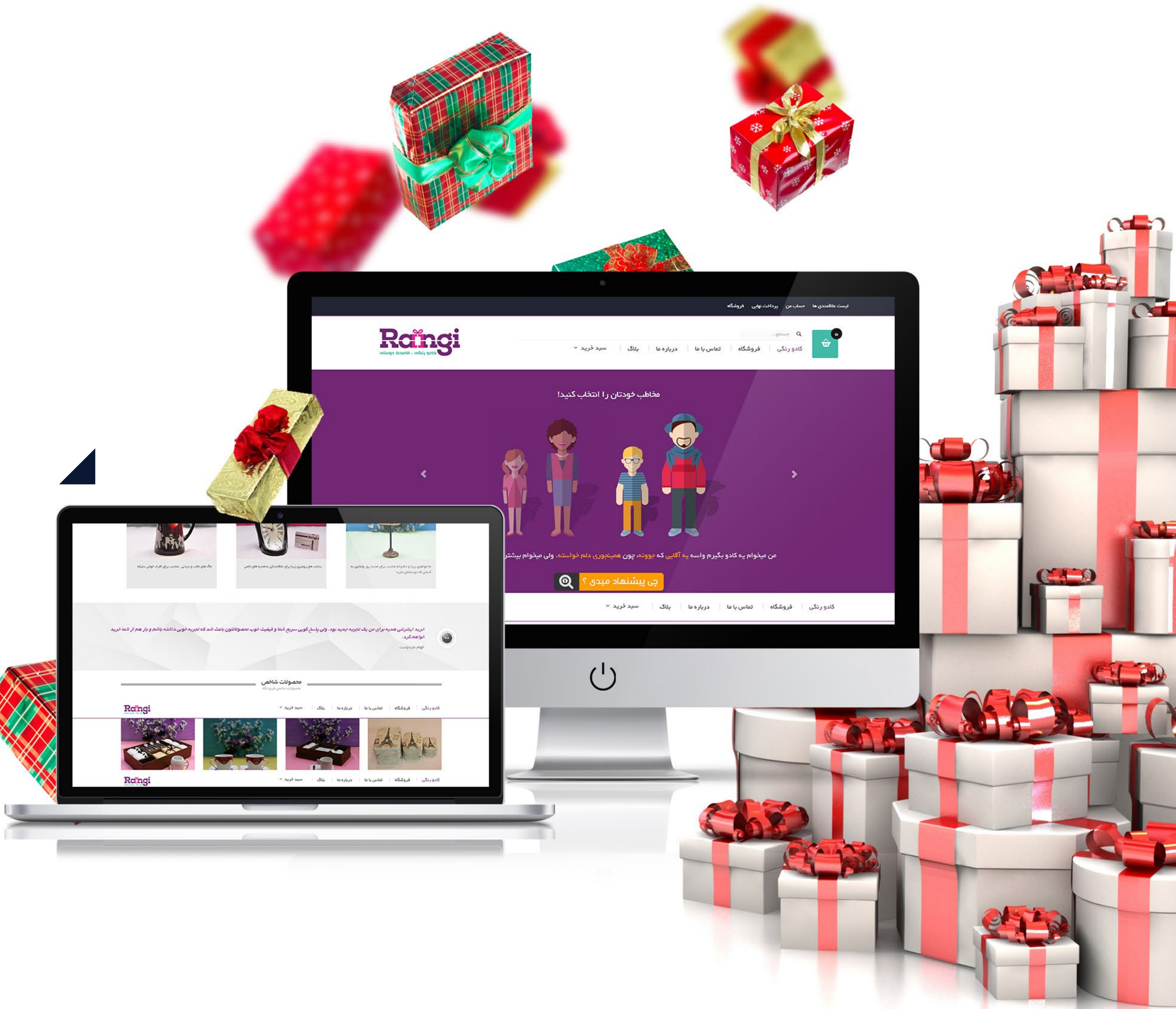


در این تبلیغ از یک وسیله ساده و ارزان جهت نشان دادن بلندی فرچه ریمبل استفاده شده است.



همان طور که در تصویر می بینید اسپری AXE برچسبی به تابلو راهنمای خروج در هنگام آتش سوزی افزوده است. این تصویر کاملاً متفاوت می باشد ولی باعث ثبت تصویر در ذهن افراد می شود.





مخاطبتو خوشحال کن

بررسی سایت خرید آنلاین هدیه ، کادو رنگی



سایت کادورنگی بر مبنای فروش اجناس کادویی به کلیه اقشار جامعه ایجاد شده است. امروزه به دلیل مشغله زیاد افراد خرید کادو سخت می باشد در نتیجه این سایت امکان خرید کادو را آسان کرده است. هدف ایجاد سایت کادو رنگی گرد آوری مجموعه ای از هدیه های مختلف و زیبا با قیمت مناسب می باشد تا به راحتی با یک کادو کوچک همدیگر را خوشحال کنید. این سایت نه تنها امکان انتخاب کالا را برای شما فراهم می کند بلکه این امکان را دارد که بنا بر فاکتورهایی از جمله سن، مناسبت های مختلف و... که شما تعیین می کنید به شما کادو پیشنهاد دهد و دیگر انتخاب هدیه برای شما سخت نباشد. پس از انتخاب هدیه مورد نظر انتخاب نحوه کادو کردن و تزئین آن هم برای شما امکان پذیر است تا دیگر دغدغه ای برای هدیه دادن نداشته باشید.

بررسی سایت کادو رنگی از نظر طراحی

اگر صفحه اصلی سایت را مشاهده کنید اسلاید شو ای با پس زمینه بنفش می بینیم که کاملا متناسب با رنگ لوگوی سایت می باشد. که از این رنگ در قسمت های مختلف سایت هم استفاده شده است. اسلاید شو که کاملا زیرکانه طراحی شده است به نوعی جستجو در کلیه سایت کادو رنگی را برای شما فراهم کرده است تا کاربر را هرچه سریعتر به انتخاب کالا هدایت کند و یک تجربه کاربری خوب (user experience) برای او رقم





بر اساس فیلتر های انتخابی، متنی در قسمت پایین اسلاید شو نشان داده می شود که این متن بسیار ساده بیان شده است تا ارتباط خوبی با مشتری ایجاد کند. تصاویری زیبا که در بخش اسلاید شو طراحی شده است به اینگونه است که مفهوم کلی سایت را به کاربران می رساند کاربران با این تصاویر در می یابند که برای تمامی افراد با هر سنی و با هر بودجه ای می توانند هدیه خریداری کنند. همچنین کالاها بر اساس دسته بندی در قسمت دیگری از صفحه اصلی قرار دارند تا شما هدیه خود را بر اساس دسته بندی انتخاب کنید و یا کلیه کالاها را مشاهده کنید. به طور کلی تمامی بخش های سایت به گونه ای است که خرید کالا را برای شما آسان کند و کاربران با سایت در تعامل user (interface) باشند.

پس از انتخاب یک کالا امکان این وجود دارد که رنگ های دیگر کالا را مشاهده کنید و یا به محصولات مرتبط با این کالا رجوع کنید. در روی عکس هر کالایی قلبی قرار دارد که می توانیم با کلیک بر روی قلب آن کالا را به لیست علاقه مندی های خود اضافه کنیم و یا با انتخاب گزینه خرید به قسمت پرداخت محصول بروید. در قسمت پرداخت پس از پر کردن فرمی کوتاه خرید شما انجام می شود.

www.Kadorangi.com



مگتشت

سفری به دور دنیای فناوری

Baubax Jacket کتی که همه کار می کند!



گت جدیدی با نام Baubax تولید شده که با وجود سبک و کم حجم بودن نه تنها می تواند به شارژ اسمارت فون یا تبلت ها پردازد بلکه همانند یک کیف بوده و می تواند اجسام مختلف مانند عینک، اسمارت فون، تبلت و ... را بدون سنگین شدن در خود نگه دارد. از دیگر قابلیت های این کت می توان به بالشت سرخودی برای جلوگیری از دردهای گردن یا دستکش های مخفی و ... را اشاره کرد.

Fish call ماهی یاب هوشمند

یک پدر و پسر آمریکایی دستگاهی طراحی کردند که به عنوان ماهی یاب هوشمند عمل می کند. این دستگاه حرکات و صدایی شبیه به غذا خوردن ماهی دارد و منجر به جلب توجه و شکار آسان آنها می شود. این فناوری شبیه به بستنی قیفی است که با استفاده از چاپ سه بعدی ساخته شده است، درون آب پرتاب می شود و ماهی ها را به سوی خود می کشد. این دستگاه آماده ارائه به بازار ماهیگیران است. ماهی یاب هوشمند قابل اتصال به گوشی های هوشمند است و از این طریق کنترل می شود.



یک کیبرد پروانه ای برای حرفه ای ها



جسی وینسنت کیبوردی بنام model01 به شکل پروانه ساخته تا حرفه ای ها را راضی کند. این کیبورد 300 دلاری که آوریل 2016 با حروف انگلیسی می آید، باهدف عرضه خدمات برای حرفه ای ها در شب ساخته شده است. طراحی آن طوری است که کلیدهای استاندارد به دو طرف بال پروانه مانند تقسیم شده و دسترسی به کلیدها آسان شده است و هدایت انگشت ها به سمت راست به راحتی صورت می گیرد. همچنین با نصب ال ای دی زیر کلیدها کاربر را قادر می سازد تا رنگ کلیدها را به دلخواه انتخاب کند.



یک مهندس ژاپنی موفق به طراحی و تولید یک ماشین قابل حمل و کوچک شده است که به راحتی در یک کوله‌پشتی جا می‌گیرد. این دستگاه به اندازه یک لپ‌تاپ است و با باتری لیتیومی کار می‌کند و ظاهری شبیه اسکیت‌بورد دارد. این ماشین نازک از آلومینیوم ساخته شده و وزن آن بسته به اینکه برای استفاده داخلی باشد یا خارجی، بین دو تا سه کیلوگرم متغیر است. این ماشین کوچک پس از سه ساعت شارژ، به حداکثر سرعت 10 کیلومتر بر ساعت و برای مسافت‌های طولانی به 12 کیلومتر بر ساعت می‌رسد. بیشترین مزیت آن این است که دیگر احتیاجی به جای پارک ندارد.

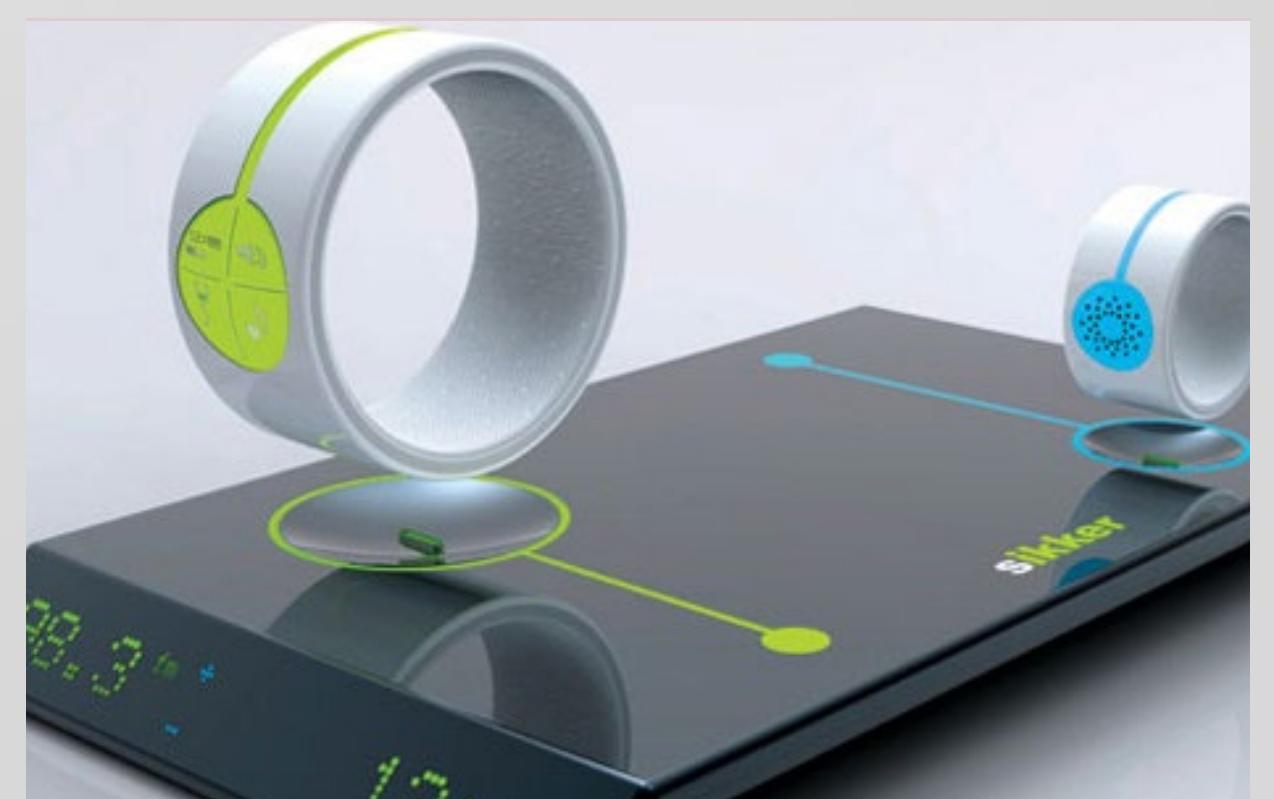
با این گجت به مغز خود شوک وارد کنید

دستگاه کوچکی بنام Thync که به پیشانی شما متصل شده و جریان ضعیفی را به سمت مغزتان ارسال می‌کند. تنها کافی است که از این دستگاه به مدت 5 دقیقه استفاده کنید و بعد حس خیلی بهتری خواهید داشت. به کمک این برنامه می‌توانید احساسات خود را هر طور که مایل باشید، تنظیم کنید. Thync شدت‌های متفاوتی از جریان الکتریکی را از رشته‌های عصبی مغزتان عبور می‌دهد که آن‌ها توانایی تغییر فعالیت شیمیایی مغز را دارند. سازندگان این دستگاه می‌گویند که این گجت می‌تواند واکنش‌های بیولوژیکی متفاوتی که منجر به افزایش آرامش یا آگاهی شوند را تولید کند.



دستبند بلوتوث برای آگاهی مادر از وضعیت نوزاد

همواره مراقبت از وضعیت و سلامت نوزاد نگرانی همیشگی مادران بوده است. دستبند جدیدی که به همین منظور طراحی شده علاوه بر قابلیت‌هایی همچون ساعت، رادیو، ساعت هشدار و... اطلاعات لازم در مورد نوزاد مانند درجه حرارت بدن را در اختیار مادر قرار داده و حتی وی را قادر می‌سازد تا صدای نوزاد را شنیده و یا حتی با او صحبت کند.



وب گشت

برای شمایی که حوصله گوش دادن به اخبار ندارید.



در وبلاگ وینسیتما چی میگذارد؟



بوت استر آموزش کار با Blocked Resources در گوگل وبمستر پ یا متریال دیزاین؟

بخوانیم



20 نکته سئو سایت بخش چهارم

بخوانیم



افزونه خبرنامه تلگرام برای وردپرس

بخوانیم



WEBSIMA.
CREATIVE AGENCY
آژانس خلاقیت وب سیما

