

دانشجو وار

ماهنامه تخصصی کامپیوتر و فناوری اطلاعات
سال دوم - شماره سیزدهم - بهمن ماه ۱۳۹۴ - نسخه ویژه انتشار اینترنتی

خانه تکانی دانشجویاری
ماهنامه متفاوت می شود!

server.ir

WebHosting WebSite Of Iran

-  نمایندگی
-  دامنه
-  سرور مجازی و اختصاصی
-  میزبانی وب

دامنه

ثبت، تمدید، انتقال، بررسی اطلاعات Whois، تعرفه ها و امور مربوط به پسوند های ملی و بین المللی در این نوع خدمات قرار می گیرند. همچنین امکان ارائه نمایندگی دامنه های ملی و بین المللی در یک پکیج نیز برای اولین بار در ایران فراهم گشته است که به منظور کسب اطلاعات بیشتر می توانید به بخش نمایندگی مراجعه نمایید.

[بررسی و ثبت دامنه](#)



5,000 تومان



50,000 تومان



45,000 تومان



45,000 تومان



40,000 تومان

نویسندگان و همکاران این شماره

+ امیر یاوند حسنی

در مقاله: اخبار فناوری و تکنولوژی

+ حسین خلیلی صفا

در مقاله: ساز و کار فناوری فوکوس خودکار Dual Pixel
بکار رفته در گلکسی اس ۷ چگونه است؟

+ پیام ادیب

در مقاله: چگونه شغل فعلی خود را به شغل رؤیایی مان
تبدیل کنیم؟

+ هنگامه فرخی

در مقاله: ۳ نشانه ناکارآمدی استراتژی شبکه‌های
اجتماعی شما

+ محمد اکبری عظیمیان

در مقاله: ۱۰ اصل برای موفقیت استارت‌آپ به وسیله
شکست‌ها

+ سید حسام موسوی

در مقالات: برنامه‌نویسی شی گرا در php قسمت اول
و چرا لاژاول بهترین فریمورک پی‌اچ‌پی است؟

+ امین ضیا

در مقاله: آشنایی با MEAN Stack

+ پاتریک درآواکیانس

در مقاله: دیزاین‌های وب AngularJS یاد بگیرند

+ فرانیش

در مقاله: ۶ کاری که در صفحه‌ی فرود نباید انجام داد

+ تروبا

در اینفوگرافی: ۷ تفکر اشتباه در مورد بازاریابی ایمیلی

صاحب امتیاز

وبسایت دانشجوآر | Daneshjooyar.com

مدیر مسئول و سردبیر

صادق پاسبان | Sadegh.info@gmail.com

مدیر هنری، تبلیغات و بازاریابی

امیر یاوند حسنی | Mirmahna.s@gmail.com

سرپرست نویسندگان

علی اصغر تقی‌زاده | Golshan.info@gmail.com

ویراستار ادبی

منیژه یزدی

دانشجوآر آماده دریافت مقالات و مطالب شما

مطالب و مقالات خود را برای ما ارسال کنید تا پس از بررسی در
نشریه با نام خودتان چاپ شود.

نشانی

شعبه مرکزی؛ خراسان جنوبی، بیرجند، مدرس ۱۷، پلاک ۵
شعبه ۲؛ خراسان رضوی، سبزوار، خیابان بیهق، ابتدای خیابان
حمام حکیم، کوچه اول سمت چپ، مجتمع مدرسه

تلفن تماس و پست الکترونیک ماهنامه

۰۵۶۳۲۲۳۲۸۸۴ | Mag@daneshjooyar.com

حامیان انتشار
ماهنامه تخصصی دانشجویار
متشکریم!



مجله‌ها

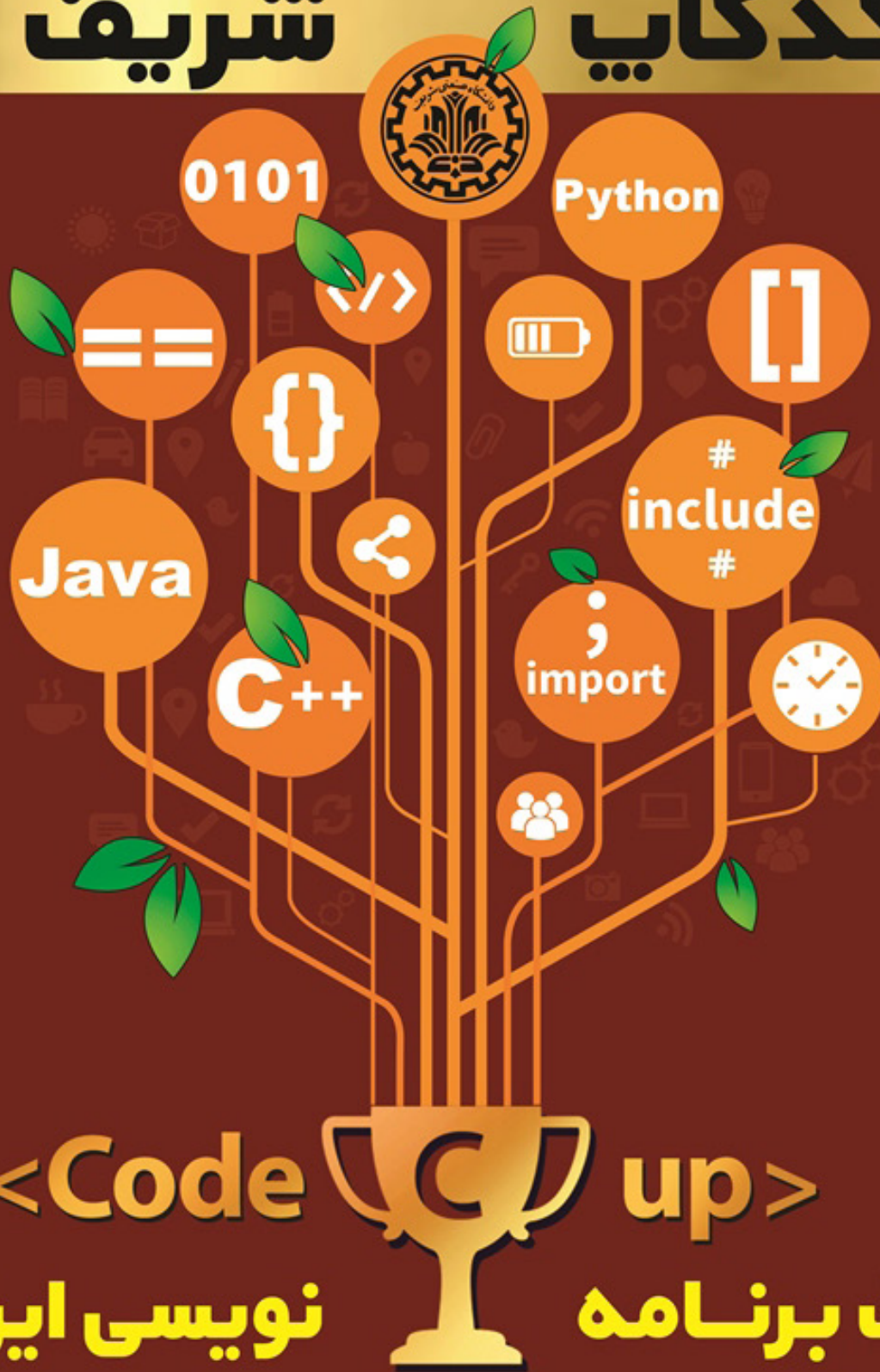


اولین و بروزترین مرجع تخصصی دانلود مجله

Beyamooz.com

بایک‌کلیک بیاموز

کدکاپی تشریف



آتو کد
www.atokey.com

Quera

Laitec
www.laitec.ir

مهلت ثبت نام از ۱ بهمن ۹۴ الی ۱۰ اردیبهشت ۹۵

مسابقه غیر حضوری جهت راهیابی به مرحله نهایی: ۱۵ اردیبهشت ۹۵

مسابقات نهایی به صورت حضوری: ۲۸ و ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۵

ثبت نام و اطلاعات بیشتر: سایت رسمی مسابقات و تلفن دبیرخانه

www.codecup.ir ۰۲۱-۶۶۰۲۸۹۱۳-۵

۴ شگفت‌انگیز!

در پس‌زمینه فهرست مطالب این شماره از ماهنامه چهار مهارت اصلی که باید هر وب‌دولوپر متن‌باز به آن‌ها مسلط باشد. هر کدام از این چهار مهارت، خود دنیایی دیگر است...

{ code.css }

{ code.js }

فهرست مطالب

۰۹	اخبار فناوری و تکنولوژی
۲۰	ساز و کار فناوری فوکوس خودکار Dual Pixel بکار رفته در گلکسی اس ۷ چگونه است؟
۲۳	چگونه شغل فعلی خود را به شغل رؤیایی‌مان تبدیل کنیم؟
۲۵	۳ نشانه ناکارآمدی استراتژی شبکه‌های اجتماعی شما
۲۷	۱۰ اصل برای موفقیت استارت‌آپ به وسیله شکست‌ها
۳۰	برنامه‌نویسی شی‌گرا در php قسمت اول
۳۲	چرا لازاول بهترین فریمورک پی‌اچ‌پی است؟
۳۴	دیزاینرهای وب AngularJS یاد بگیرند
۳۷	آشنایی با MEAN Stack
۳۹	۶ کاری که در صفحه‌ی فرود نباید انجام داد
۴۲	۷ تفکر اشتباه در مورد بازاریابی ایمیلی

{ code.html }

{ code.php }

سرآغاز سخن

سلام و عرض ادب خدمت خوانندگان محترم

سیزدهمین شماره از ماهنامه دانشجویار هم منتشر شد و مفتخریم اعلام کنیم که یک دوره یکساله در کنار شما بودیم. خیلی چیزها در این یک سال که گذشت یاد گرفتیم و با بسیاری از گروه‌ها و مجموعه‌ها همکاری کردیم.

در سیزدهمین شماره از ماهنامه جا دارد قبل از هر چیز از همکاری صمیمانه مجموعه Server.ir در این یکساله تشکر ویژه داشته باشیم. در این یکسال این مجموعه حامی رسمی ماهنامه بود و همواره در تمامی لحظات حضورشان را در کنار خودمان تجربه کردیم.

یکی از رسوم زیبای ما ایرانی‌ها این است که هم‌زمان با نوشدن سال، اقدام به خانه‌تکانی و نو کردن زندگی‌هایمان می‌کنیم. ما هم در ماهنامه دانشجویار تصمیم به یک خانه‌تکانی اساسی داریم. از جمله تصمیماتی که برای این تغییرات در نظر گرفته‌ایم مواردی است که در ادامه با شما عزیزان در میان می‌گذاریم:

- تشکیل دپارتمان ماهنامه تخصصی دانشجویار جهت مدیریت هرچه بهتر امور مربوط به ماهنامه
- تغییرات اساسی در ظاهر و نحوه انتشار ماهنامه
- تغییر تاریخ انتشار ماهنامه از انتهای هر ماه به ابتدای هر ماه
- ارسال ماهنامه به صورت هدیه برای برخی از مشتریان و کاربران دانشجویار
- کدهای تخفیف ویژه ماهنامه و مسابقاتی که همگی اطلاع‌رسانی خواهند شد.

اجازه بدهید در شماره ۱۴ که آخرین شماره سال ۹۴ است جزئیات بیشتری را به سمع و نظر شما برسانیم.

از اینکه دانشجویار را می‌خوانید سپاس گزاریم.
صادق یاسبان



تازه‌ها و اخبار تکنولوژی



ابتدا در کنار گوگل این مشکل امنیتی را کشف کرد بود، می‌گوید که این کار امکان‌پذیر است. هرچند باید ذکر کرد که اگر هکر به سرور دسترسی پیدا کند، این باگ، سرور را نسبت به «حمله مرد میانی» آسیب‌پذیر خواهد کرد. «دن کامینسکی» می‌گوید طبق هر استاندارد نرمالی، این موضوع یک آسیب‌پذیری جدی به شمار می‌رود.

هوش مصنوعی گوگل اول به مصاف یک گیمر حرفه‌ای می‌رود و سپس سرطانی

گوگل برترین بازیکن یکی از دشوارترین بازی‌های جهان را به مبارزه طلبیده است تا نشان دهد هوش مصنوعی که در حال توسعه‌ی آن بوده است، پیشرفته‌ترین و نزدیک‌ترین الگوریتم به هوش انسان در جهان است. دمیس هاسایس، مدیرعامل Google DeepMind و خالق بازی Theme Park که خودش سابقاً قهرمان شطرنج هم بوده، اعلام کرده است رقابت تاریخی بین لی سدول، بازیکن حرفه‌ای بازی Go، و الگوریتم AlphaGo شامل پنج مسابقه‌ی سرنویشت ساز خواهد بود.

Go بازی نسبتاً ساده‌ای به نظر می‌رسد که از مهره‌های سیاه و سفید تشکیل شده است. از این مهره‌ها برای تصرف بخش‌هایی از صفحه‌ی بازی و به اسارت گرفتن نیروهای بازیکن مقابل از طریق محاصره استفاده می‌شود. اما دست بازیکن در حرکت دادن این مهره‌ها تقریباً به طور کامل باز است که این، پیش‌بینی نحوه‌ی پیروز شدن بر حریف را برای رایانه دشوار می‌کند.

AlphaGo سال گذشته طی مسابقاتی پنهانی، قهرمان اروپا را پنج بر صفر شکست داد. امید می‌رود این دور از

یک مشکل امنیتی جدی کل اینترنت را تهدید می‌کند

به گفته یکی از محققان امنیتی به نام «دن کامینسکی» (Dan Kaminsky)، یک باگ قدیمی و ۸ ساله در «سامانه نام دامنه» (DNS) اینترنت وجود دارد که بسیار خطرناک بوده و به هکرها به شکل گسترده اجازه پراکنده سازی نرم افزارهای مخرب را می‌دهد. وی می‌گوید باگ موجود در «کتابخانه سی‌گنو» موجب می‌شود تا هکر بتواند مرورگر قربانی را به سوی سامانه‌های دامنه مشکوک هدایت کند. در نهایت همین موضوع می‌تواند به هکر یاری رساند تا کدهایی را روی سرور اجرا کرده و شاید بتوانند کنترل آن را نیز در دست گیرند.

این حفره امنیتی پیش از این رفع شده اما کامینسکی می‌گوید: «مشکل یاد شده از مدت‌ها پیش وجود داشته - به شکل دقیق، از ماه مه سال ۲۰۰۸ - و به طور کلی در سراسر جهان پراکنده است.» در نتیجه به نظر می‌رسد که پیچ شدن کامل آن به سال‌ها زمان نیاز دارد.

در کنار باگ Heartbleed، این باگ یکی از جدی‌ترین‌هاست که اینترنت را به طور کلی تهدید می‌کند. محقق امنیتی یاد شده توصیه می‌کند افرادی که از سرورهای لینوکسی استفاده می‌کنند، باید سریعاً نسبت به برطرف‌سازی باگ توسط بسته نرم افزاری ارائه شده اقدام نمایند. (دستگاه‌های اندرویدی از این باگ تأثیری نگرفته‌اند.)

در این میان هنوز کسی مطمئن نیست که آیا از راه دور می‌شود کدها را اجرا کرد یا خیر. هرچند، Redhat که

امنیت هوش مصنوعی همیشه صدایی رسا بوده و نامه ای سرگشاده را امضا کرده است که در آن متعهد شده از این فناوری تنها برای مقاصد خیرخواهانه استفاده می شود. این شرکت قصد ندارد کدهای نوشته شده برای برنامه‌هایش را منتشر کند. این در حالی است که تقاضا برای استفاده از فناوری آن تنها برای مقاصد نظامی سر به فلک می کشد.

گوگل، شرکت دیپ مایند را با ۵۰ کارمند در سال ۲۰۱۴ خریداری کرد. آنگونه که گزارش‌ها نشان می داد مبلغ این قرارداد ۶۲۵ میلیون دلار بوده است. تعداد کارمندان این شرکت اکنون از ۲۰۰ نفر با ۴۵ میلیمت مختلف نیز گذشته است.

هاساییس در گفتگو با TNW تأیید کرده است دیپ مایند اواخر این هفته در مورد اولین بکارگیری این الگوریتم در دنیای واقعی، اطلاع رسانی خواهد کرد. گویا استفاده ای که او از آن حرف می زند در حوزه ی بهداشت و درمان خواهد بود.

گوگل قابلیت بارگذاری سریع صفحات وب را به موبایل‌های هوشمند می آورد

اگر از امروز، جستجویی در جستجوگر گوگل روی موبایل‌های هوشمند انجام دهید، متوجه خواهید شد که برخی از صفحات، با سرعت بیشتری نسبت به قبل بارگذاری می شوند. دلیل این امر آن است که کمپانی گوگل به تازگی پروژه «بارگذاری سریع صفحات وب» (Accelerated Mobile Pages) را راه اندازی کرده که سبب می شود اخبار و مقالات تا چهار برابر سریع تر بارگذاری شوند.

این پروژه در حالی امروز کلید خورد که چیزی در حدود ۴ ماه صرف آزمایش آن شده و برخی از وب سایت‌های بزرگ خبری، این پلتفرم را در وب سایت‌های خود قرار داده‌اند. گوگل قول داده که به لطف تکنولوژی مورد بحث، تا ۱۰ برابر اطلاعات کمتری نسبت به صفحات رایج وب بارگذاری می شود؛ حتی اگر صفحه وب مشخص، از محتویاتی نظیر ویدیو، انیمیشن و اسلایدشو نیز بهره برد که معمولاً به حجم اطلاعات بارگذاری شده می افزایند.

از این پس اگر کلمات مشخصی را جستجو نمایید، گوگل مجموعه‌ای از مقالات بهره مند از تکنولوژی AMP را برایتان به نمایش در می آورد که آیکونی سبز رنگ با نماد صاعقه در کنار آن‌ها قرار گرفته است. اگر این آیکون را مشاهده کنید، صفحه مورد نظرتان با سرعت بیشتری بارگذاری می شود و البته می توان به سرعت در میان

مسابقات نشان دهد این الگوریتم، که جستجوی درختی، شبکه‌های عصبی، تقویت مثبت و طرح ریزی بلند مدت را با هم در می آمیزد، روز به روز در حال پیچیده تر شدن است.

هاساییس در این باره می گوید «آلفاگو در هر چالشی که به آن محول شده پیروز شده است. ما تا آن را در مقابل کسی مثل لی سدول قرار ندهیم نمی دانیم توان حقیقی آن چقدر است».

این مسابقات در روزهای نهم، دهم، دوازدهم، سیزدهم و پانزدهم مارس به طور زنده از هتل چهار فصل ستول روی کانال یوتوب DeepMind پخش خواهد شد و انتظار می رود هر مسابقه بین ۴ تا ۵ ساعت طول بکشد.

حرکات انتخاب شده توسط آلفاگو از طریق یک مانیتور نشان داده می شوند و برنامه نویس ارشد این الگوریتم، بر اساس آن مهره‌ها را روی صفحه جابجا خواهد کرد.

سدول گفته است فکر می کند این الگوریتم رایانه‌ای در سطح دان ۳ بازی خواهد کرد، سطحی که از لحاظ مهارت حرفه‌ای، از دان ۹ او پایین تر به شمار می رود.

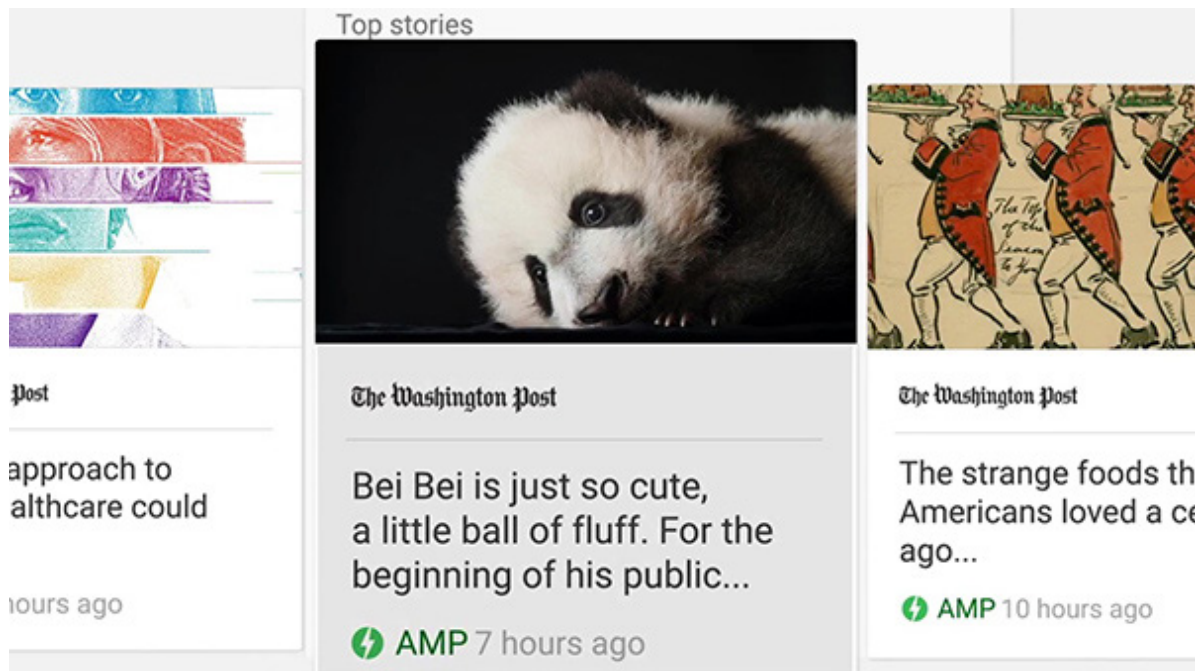
برای برنده ی این مسابقه نیز جایزه ای ۱ میلیون دلاری در نظر گرفته شده است که اگر آلفاگو پیروز میدان باشد، گوگل مبلغ یاد شده را به خیریه‌های علمی و آموزشی اهدا خواهد کرد.

هاساییس در این باره گفته است «چه در این مسابقه ببریم و چه بازنده‌ی آن باشیم، هدفمان این است که به عنوان دیپ‌مایند گوگل، سامانه‌های هوشمند تری بسازیم که بتوانند به ما کمک کنند. بازی‌هایی مثل این، سنگ محک خوبی برای آزمودن الگوریتم‌های هوش مصنوعی بوده اند. اما هدف ما در نهایت به کار بستن این شیوه‌ها برای حل مشکلات جهانی است».

او می گوید این الگوریتم چندمنظوره در کوتاه مدت باعث به وجود آمدن ابزارهایی مثل دستیارهای هوشمندتر برای موبایل خواهد شد. او در ادامه توضیح می دهد «اما در درازمدت در حل برخی از دشوارترین مشکلات جامعه به دانشمندان کمک خواهد کرد؛ از مدلسازی آب و هوا گرفته تا تجزیه و تحلیل اوضاع بهداشت و بیماری‌ها».

هاساییس پیش از این تلاش‌های دیپ مایند را به «برنامه‌ی آپولوی قرن بیست و یکم» تشبیه کرده بود. اما تلاش‌های گوگل با هیچ نگاه ریزبین رسمی مواجه نمی شود. کسانی که نگران قدرت بالقوه ی هوش مصنوعی هستند این موضوع را نیازمند دقت بیشتر می دانند.

با این حال هاساییس در سخنرانی‌های طرفداری از



است. مهم ترین ویژگی P۲۰ این است که اولین چیپی محسوب می شود که از حافظه LPDDR۴X پشتیبانی می کند. این نوع حافظه ولتاژی معادل ۰/۶ ولت دارد که یعنی نسبت به حافظه های ۱/۱ ولتی رایج، حدود ۵۰ درصد کاهش مصرف انرژی دارد.

سامسونگ پیش بینی کرده که تا قبل از ماه سپتامبر (شهریور-مهر) شاهد استفاده از حافظه LPDDR۴X نخواهیم بود. بنابراین اگر روی این گفته کره ای ها حساب کنیم، چیپ P۲۰ نیز تا نیمه دوم سال جاری میلادی به دست سازندگان موبایل نخواهد رسید.

کمپانی ARM معماری Cortex A۳۲ را برای ابزارهای پوشیدنی معرفی کرد

این روزها بخش عمده ای از چیپست های موبایل ها، تبلت ها و بسیاری ابزارهای هوشمند دیگر، از معماری ARM در پردازنده های خود بهره می برند. بنابراین عجیب نیست که هر اخبار جدیدی که از این کمپانی انگلیسی منتشر می شود، به سرعت مورد توجه قرار می گیرد.

در یک سال گذشته بیشترین توجه ها معطوف هسته های پردازشی قدرتمند سری Cortex A۷۲ و A۵۷ و همچنین هسته های کم مصرف تر Cortex A۵۳ این کمپانی بوده، اما اینها تنها معماری هایی نیست که ARM مشغول توسعه آنها بوده است.

هسته پردازنده Cortex A۳۲ را می توان جدیدترین دستاورد ARM در این رده دانست. A۳۲ به طور اختصاصی برای استفاده در پوشیدنی های هوشمند،

مقالات مرتبط با آن موضوع از سوی ناشران دیگر نیز جستجو کرد.

هرچه به جلوی پیش می رویم، صفحات وب حجم بیشتری از داده را در خود جای می دهند و به همین دلیل، کمپانی های بزرگ در تلاش اند تا سرعت بارگذاری این صفحات را افزایش دهند. AMP گوگل اولین پروژه ای نیست که با هدف تحقق چنین امری به اجرا در آمده و پیش از این دو کمپانی فیسبوک و اپل نیز فعالیت هایی در این حوزه داشته اند.

مدیاتک Helio P20، اولین چیپستی که از حافظه LPDDR4X پشتیبانی می کند

مدیاتک در تیرماه از چیپست ۸ هسته ای LTE خود به نام Helio P۱۰ رونمایی کرد. امروز مطلع شدیم که این چیپ بالاخره به دست کاربران می رسد و Sony Xperia XA از اولین دستگاه هایی است که از این چیپ بهره می برد. بعد از Helio P۱۰ نوبت به Helio P۲۰ می رسد.

چیپست جدید ۸ هسته Cortex-A۵۳ دارد و به چیپ مخابراتی LTE نوع Cat ۶ مجهز است که به دلیل ساختار ۱۶ نانومتری، نسبت به چیپ ۲۸ نانومتری قبلی مصرف انرژی آن به شکل قابل توجهی کاهش پیدا کرده است. همچنین فرکانس پردازنده آن قابلیت افزایش تا ۲/۳ گیگاهرتز را دارد که نسبت به ۲/۰ گیگاهرتز گذشته، قدرتمندتر شده است.

مدیاتک در P۲۰ چیپ گرافیکی Mali-T۸۸۰ را جایگزین Mali-T۸۶۰ نموده و از پردازشگر تصویر مشابه چیپ ده هسته ای X۲۰ در آن استفاده کرده



اینترنت اشیا، کامپیوترهایی با کاربردهای خاص، کیت‌های پردازشی کوچکی چون Raspberry Pi، و خلاصه هر جا که پردازنده‌ای بسیار کم مصرف و کوچک نیاز باشد، توسعه یافته است.

Cortex A32 بر مبنای ساختار ARMv8 طراحی شده و قرار است جایگزین هسته‌های قدیمی‌تر Cortex A7 و A5 شود. این دو از ساختار ARMv7 در معماری خود بهره می‌برند.

در این پردازنده جدید به جهت کاهش ابعاد و صرفه جویی در مصرف انرژی، قابلیت ۶۴ بیتی حذف شده و تنها می‌تواند کدهای ۳۲ بیتی را اجرا نماید. بدین سان A32 اولین هسته پردازشی مبتنی بر ARMv8 خواهد بود که قابلیت اجرای کدهای ۶۴ بیتی را ندارد. اما همین ساختار جدید این امکان را فراهم می‌کند تا A32 بتواند کدهای ۳۲ بیتی را با سرعت بسیار بیشتری نسبت به Cortex A7 و A5 به اجرا بگذارد. این افزایش سرعت به خصوص در امر رمزنگاری اطلاعات کاملاً چشمگیر است.

سن دیسک از یک کارت حافظه microSD با سرعت انتقال ۲۷۵ مگابایت در ثانیه پرده برداشت

سن دیسک اخیراً از تازه‌ترین کارت حافظه microSD خود با نام Extreme PRO microSDXC UHS-II پرده برداشته است، محصولی که به طور خاص برای دوربین‌هایی با قابلیت فیلمبرداری ۴K ساخته شده و به ادعای سازنده، سریع‌ترین نمونه در نوع خود است. این کارت حافظه در ۲ ظرفیت ۶۴ و ۱۲۸ گیگابایت تولید شده و سرعت انتقال داده‌ها در هر دو ظرفیت به ۲۷۵ مگابایت در ثانیه می‌رسد تا ذخیره‌سازی ویدیوهای ۴K در سریع‌ترین زمان ممکن انجام گیرد. سازنده ۳ ماهه دوم سال جاری میلادی را برای عرضه

همانطور که قبل از این در سایر اسمارت فون‌های دارای پردازنده‌های مبتنی بر ARMv8 شاهد آن بودیم، سرعت بیشتر در رمزنگاری، افزایش کارایی محسوس‌تری را در زمان رمزنگاری اطلاعات حافظه داخلی ایجاد می‌کند.

آن دسته از تولیدکنندگانی که به دنبال هسته‌های پردازشی کم مصرف با پشتیبانی از کدهای ۶۴ بیتی هستند، می‌توانند به سراغ Cortex A32 بروند. این هسته پردازشی می‌تواند همان کارایی را در ابعاد کمی بیشتر ارائه دهد،

هرچند ARM اعلام داشته که A32 در اجرای کدهای



دستگاه

از ۲۰ مارس آغاز می‌شود و در ماه آوریل شاهد عرضه آن به بازار هستیم.

بر اساس گفته‌های شنگ فو، مدیرعامل کمپانی چیتا موبایل، آن‌ها قصد دارند تا با ارائه CheetahPhone، تجربه ای امن، ساده و سریع را ارائه دهند و همکاری با کمپانی Cubot، تنها راه دست یابی به این مسئله بوده. چیتافون از پردازنده ۶۴ بیتی ARM، نمایشگر ۱۰۸۰p، سنسور اثر انگشت، ۳ گیگابایت رم و ۳۲ گیگابایت حافظه داخلی بهره می‌برد. همچنین، اندروید ۶/۰ مارشملو روی آن به صورت پیش فرض نصب شده است. در مورد دوربین هم یک سنسور ۱۳ و یک سنسور ۸ مگاپیکسلی به ترتیب در بخش پشتی و جلویی دستگاه قرار گرفته‌اند.

سری X از موبایل‌های سونی جایگزین خانواده اکسپریا Z شده است

سونی در هفته جاری و در حاشیه کنگره جهانی موبایل، از سه تلفن هوشمند اکسپریا اکس، اکس پرفورمنس و XA پرده برداشت. نکته تعجب برانگیز، عدم معرفی محصولی از خانواده Z بود. این در حالیست که تا کنون انتظار می‌رفت سونی در ماه‌های آتی از اکسپریا Z۶ پرده بردارد.

اما اکنون به نظر می‌رسد که بدون اینکه خبر داشته باشیم، سونی چنین کاری کرده و پرچمدار خود برای (نیمه اول) سال ۲۰۱۶ را معرفی کرده است.

بر اساس اطلاعات نشر یافته از سوی سونی موبایل در آلمان، محصولات سری X قرار است جایگزین خانواده

این دو کارت حافظه در نظر گرفته و

قیمت محصول ۱۸۰ دلار برای مدل ۶۴

گیگابایتی و ۳۰۰ دلار برای مدل ۱۲۸ گیگابایتی خواهد بود، که البته یک کارت خوان USB ۳/۰ نیز همراه هر دو مدل ارائه خواهد شد.

سن دیسک علاوه بر این محصول دیگری را نیز با نام Ultra USB Type-C Flash Drive رونمایی کرده که یک حافظه جانبی ۱۲۸ گیگابایتی برای دستگاه‌های مجهز به درگاه جدید USB Type-C به حساب می‌آید. این مدل از فناوری USB ۳/۱ پشتیبانی می‌کند و با سرعت انتقال داده ۱۵۰ مگابایت در هر ثانیه، سریع‌ترین حافظه مبتنی بر درگاه Type-C ساخته شده توسط این شرکت تاکنون است.

در پایان لازم است اشاره کنیم که سازنده این محصول را در ظرفیت‌های ۱۶، ۳۲ و ۶۴ گیگابایت به تولید رسانده و به ترتیب قیمت‌های ۲۰، ۳۰ و ۵۰ دلار را نیز برای آنها در نظر گرفته است، اما در مورد زمان عرضه به بازار اطلاعی در دست نیست.

توسعه دهندگان اپلیکیشن Clean Master هم موبایل می‌سازند

شرکت چینی Cheetah Mobile که تخصص بالایی در توسعه اپلیکیشن‌های موبایل دارد و عمده شهرت خود را مدیون Clean Master است، امروز با همکاری Cubot، از تلفن همراه CheetahPhone پرده برداشت. این دستگاه امروز در کنگره جهانی موبایل، واقع در بارسلون معرفی شد و آمازون آن را با قیمت ۱۹۹ یورو در سراسر اتحادیه اروپا به فروش می‌رساند. پیش-سفارش این



برخواسته از سرزمین اژدهای سرخ یعنی اوپو، پیش بینی می‌شود که به همین زودی‌ها تحولی قابل توجه در این دیدگاه حاصل گردد.

صبح امروز این کمپانی در کنگره جهانی موبایل حاضر شد تا از تکنولوژی شارژ سریع خود به نام SuperVOOC پرده بردارد. اگر آزمایشاتی که قرار است در دنیای واقعی روی این فناوری انجام شود دقیقا همان نتایجی را به بار آورد که اوپو مدعی شده، استفاده کنندگان از تلفن‌های هوشمند تولیدی این شرکت قادر خواهند بود ظرف تنها ۱۵ دقیقه باتری موبایل خود را شارژ نمایند.

کمپانی مورد بحث اعلام کرده که این ۱۵ دقیقه، مدت زمانی است که از شروع فرایند شارژ یک باتری ۲۵۰۰ میلی آمپرساعتی خالی تا سطح ۱۰۰ درصد طول می‌کشد و استفاده از این فناوری از طریق کابل‌های یو اس بی تایپ سی و میکرو یو اس بی امکان‌پذیر خواهد بود. لازم است یادآور شویم که سرعت اعلام شده به مراتب از آنچه کوالکام برای تکنولوژی QuickCharge ۳/۰ مطرح کرد بیشتر است؛ منظور همان تکنولوژی شارژ سریع است که در چیپست‌هایی نظیر اسنپدراگون ۸۲۰ به خدمت گرفته شده و میتواند ظرف مدت ۳۵ دقیقه شارژ باتری‌های خالی موبایل را از ۰ به ۸۰ درصد برساند.

البته اینکه اوپو توانسته عملکرد بهتری را با تکنولوژی خود به ارمغان بیاورد به هیچ وجه جای شگفتی ندارد چراکه

Z شوند و دیگر نباید در انتظار معرفی Z۶ نشست. شعبه یاد شده از سونی موبایل، در فیسبوک و در پاسخ به پرسش علاقمندان این برند و تعجب آنها از معرفی نشدن یکی دیگر از موبایل‌های خانواده Z، این موضوع را مطرح کرده است.

با این حساب می‌توان گفت که تلفن هوشمند «اکس پرفورمنس» (X Performance) در واقع پرچمدار تازه از راه رسیده سونی است که البته در روزهای نخست تابستان به شکل انبوه عرضه می‌گردد. در حالی که شرکت‌های سامسونگ و ال جی در حال مستحکم‌تر کردن پایه‌های سری گلکسی و G هستند، گویا سونی نیاز دیده تا آغازی دوباره داشته باشد.

البته باید قبول کرد که یک نام، آنقدرها نمی‌تواند مهم باشد و این طور که فعلا از ظاهر امر پیداست، موبایل اکس پرفورمنس می‌تواند جایگزینی مناسب برای Z۵ باشد. البته نکته دیگری که وجود دارد، این است که اکس پرفورمنس اندکی از Z۵ کوچک‌تر است و با نمایشگری ۵ اینچ به بازار عرضه خواهد شد، در حالی که Z۵ از نمایشگری ۵.۲ اینچی بهره می‌برد.

اوپو در MWC ۲۰۱۶ یک تلفن هوشمند را ظرف ۱۵ دقیقه کاملا شارژ کرد

تلفن‌های هوشمند چینی طرفداران زیادی ندارند، با این همه، به لطف دستاورد اخیر یکی از همین کمپانی‌های



امکان پذیر خواهد بود. در جریان این دمو، سخنگوی اوپو دستگاهی با بدنه فلزی را به شارژر طراحی شده متصل نمود و سپس به ارائه توضیحاتی به زبان چینی پرداخت. در کمتر از ۱۰ دقیقه باتری کاملاً شارژ شد و در این میان سخنگو در مورد الگوریتمی می‌گفت که جریان را تغییر می‌دهد تا بیشترین میزان بهره‌وری را داشته باشد و در عین حال دما را پایین نگه دارد. در هری حال این اتفاقی است که رخ داد و نمی‌توان آن را صرفاً یک نمایش خواند. لذا بهتر است که همچنان منتظر بمانیم تا از نزدیک امکان تست این دستگاه برایمان فراهم گردد.

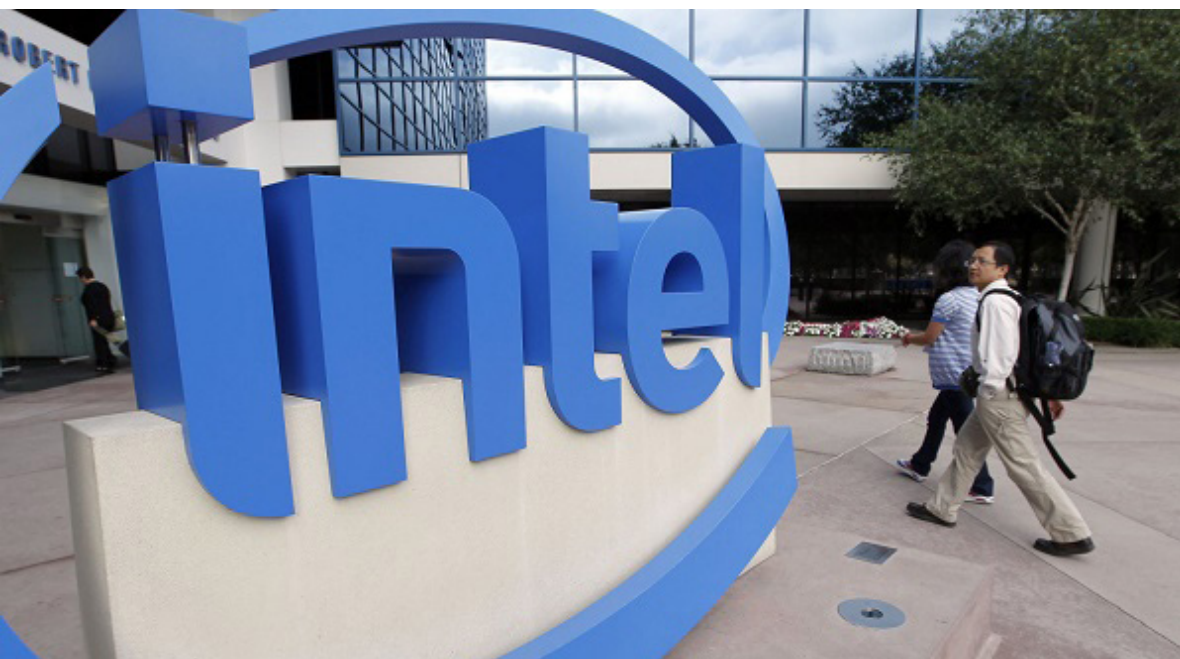
ادوبی امکان عکاسی با فرمت خام را به نسخه اندروید اپلیکیشن Lightroom اضافه کرد

اگر از علاقه‌مندان به عکاسی با ابزارهای موبایل هستید، لازم است بدانید که شرکت ادوبی با ارائه یک بروزرسانی، قابلیت‌های جدیدی مثل split toning و haze removal که مدتی پیش به نسخه iOS اپلیکیشن Lightroom اضافه کرده بود را اکنون به پلتفرم اندروید نیز آورده است. ادوبی البته علاوه بر این، امکان عکاسی با فرمت RAW یا به طور دقیق‌تر DNG را نیز به این نسخه اضافه کرده است که در پلتفرم پیشین وجود ندارد. البته لازم است بدانید که این قابلیت به محصولات جدیدتر محدود است و الزاماً همه ابزارهای اندرویدی را

سیستم ابداعی توسط متخصصان این شرکت کم و بیش به خود آنها تعلق دارد و در نتیجه می‌توانند بالاترین سطح کنترل را روی باتری، پردازنده و نرم افزار دستگاه‌هایشان داشته باشند.

این در واقع همان کنترل سر-به-سری است که هوآوی را در یافتن راهکارهای لازم برای شارژ سریع اسمارت‌فون‌های تولیدی اش یاری داد.

جالب است بدانید که در پاره‌ای از شرایط شارژ کامل باتری دستگاه‌های ساخته شده توسط اوپو در کمتر از ۱۵ دقیقه



شبکه 5G احتمالاً بین ۱۰ تا ۱۰۰ برابر سریع‌تر از شبکه‌های LTE فعلی خواهد بود. اینتل قصد دارد با شرکایی از جمله AT&T، Verizon، Ericsson، Huawei و ZTE برای توسعه و آزمایش این فناوری همکاری کند. شرکت Verizon با سامسونگ نیز در این زمینه همکاری دارد و به تازگی آزمایش 5G را آغاز کرده است.

البته هنوز بر سر استاندارد واحدی برای این فناوری توافق نشده اما اینتل می‌گوید دارد با استانداردهای IEEE و 3GPP روی 5G کار می‌کند. با این تفاسیر نتیجه آن هر چه باشد، از WiMAX بهتر خواهد بود.

آی‌شا اوانز (Aicha Evans) مدیر اجرایی اینتل نیز این مسأله را روشن کرد که اینتل از اشتباهات گذشته اش آگاه است و سعی دارد برای نسل بعد شبکه‌های مخابراتی رویکرد متفاوتی را اتخاذ کند. او گفت: «این بار تنها انجامش نمی‌دهیم - با افرادی این کار را می‌کنیم که از این فضا آگاهی دارند».

به نظر می‌رسد اینتل کمی زود کار را شروع کرده که منطقی هم هست چرا که این شرکت باید سازندگان موبایل‌ها و کامپیوترها را قانع کند که از چیپ‌هایش استفاده کنند و برای این کار به زمان بیشتری نیاز دارد. احتمالاً تا سال ۲۰۱۸ شبکه 5G در اختیار عموم نخواهد بود اما Verizon و AT&T از اکنون در حال آزمایش آن هستند.

غفلت اینتل موجب شد رقبایی مثل کوالکام صنعت موبایل را در اختیار بگیرند. همچنین این شرکت بازار

شامل نمی‌شود، چرا که گوگل از نسخه پیشین اندروید یا همان آب نیات چوبی، تصویر برداری با فرمت خام را در این پلتفرم امکان‌پذیر ساخت.

این در حالی است که در پلتفرم iOS اجازه ذخیره تصاویر با فرمت RAW برای اپلیکیشن‌ها وجود ندارد و به همین دلیل است که Lightroom نمی‌تواند این قابلیت را در پلتفرم اپل ارائه نماید.

عکاسی با فرمت خام از این جهت اهمیت دارد که آزادی عمل بسیار بیشتری را در اختیار کاربران قرار می‌دهد و ویرایش دقیق‌تر تصاویر را امکان‌پذیر می‌کند، چرا که تصاویر ثبت شده با این فرمت کمپرس شده نیستند و تمام داده‌های منعکس شده روی سنسور دوربین را شامل می‌گردند.

البته از سوی دیگر همین خصوصیت موجب شده تصاویر ثبت شده با فرمت RAW حجم بسیار بیشتری نسبت به JPEG داشته باشند، در نتیجه می‌توان گفت هرچند وجود این قابلیت بسیار سودمند است، اما توصیه می‌کنیم استفاده از آن را به موارد خاص محدود کرده و در حالت روزمره هنگام عکاسی، از تنظیمات خودکار ابزار موبایل خود بهره‌گیری.

اینتل روی شبکه 5G سرمایه‌گذاری می‌کند

اینتل تجربه ناموفقی در زمینه فناوری وایمکس و 4G دارد چرا که شکست سنگینی در برابر LTE خورد. اما اینتل این بار نمی‌خواهد خطای گذشته خود را تکرار کند و در کنگره جهانی موبایل ۲۰۱۶ اعلام کرد که در حال آماده‌سازی بسترهای فناوری 5G است.



با این تفاوت که هر کاربر برای در اختیار داشتن هر فیلم کافی است یکبار هزینه پرداخت کرده و آن فیلم را بارها در زمان‌های مختلف تماشا کند.

از سویی راه‌اندازی VODها نیاز به در اختیار داشتن پهنای باند مناسب و بستریایی چون دیتاستر پر حجم است. از این رو معاون وزیر ارتباطات و رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در مراسم اعطای پروانه شرکت‌های VOD اعلام کرد که پهنای باند کشور تا پایان سال ۹۵ دو برابر شده و تا پایان عمر دولت یازدهم ۵ برابر خواهد شد.

علی اصغر عمیدیان رئیس رگولاتوری و معاون وزیر ارتباطات در این رابطه گفت:

در حال حاضر پهنای باند کشور حدود ۴ هزار گیگابیت بر ثانیه است که در سال ۹۵ این رقم به ۸ هزار گیگابیت بر ثانیه می‌رسد و براساس پیش‌بینی در پایان دولت یازدهم باید به ۲۰ هزار گیگابیت بر ثانیه برسد. همه تلاشها برای ارتقاء پهنای باند کشور با هدف استفاده از فناوری برای رشد و توسعه‌ی فرهنگ ایرانی-اسلامی است که این مهم با ارائه‌ی خدمات محتوایی در حوزه‌ی ویدئو محقق می‌شود. در حال حاضر ۷۰ درصد از پهنای باند اینترنت موبایل در کشورهای پیشرفته به ویدئو و بخصوص Streaming اختصاص دارد. پهنای باند لازم برای ارائه‌ی سرویس در کشور نیز با هدایت بخش دولتی و

پردازنده‌های کم مصرف برای موبایل‌ها و تبلت‌ها را نیز از دست داد. بنابراین در دست گرفتن شبکه‌های مخابراتی برایش اهمیت بسیاری دارد.

علاوه بر این، اینتل در حال کار روی «اینترنت اشیاء» است. گجت‌هایی که قرار است همیشه آنلاین باشند و مستقیماً با ما تعامل داشته باشند. اوانز گفت برای چنین دستگاه‌هایی، کارایی مهم تر از سرعت است و اینتل مودم‌ها و چیپست‌های جدیدی ساخته که به طور ویژه برای کارکرد دائمی و همیشه روشن (always-on) و با پهنای باند کم طراحی شده‌اند.

پهنای باند ایران به ۸ ترابیت بر ثانیه می‌رسد؛ بهره‌برداری از خدمات VOD در ایران

Video-On-Demand که یکی از خدمات چندرسانه‌ای جذاب تحت شبکه است، سه‌شنبه هفته پیش در ایران با اعطای پروانه‌ی VOD به بهره‌برداری رسید. در این مراسم معاون وزیر ارتباطات از ارتقای پهنای باند ایران از ۴ ترابیت بر ثانیه به ۸ ترابیت بر ثانیه در سال ۹۵ شمسی خبر داد. بدین ترتیب پهنای باند ایران در سال آینده دو برابر خواهد شد.

شرکت‌های دریافت‌کننده‌ی پروانه‌ی VOD می‌توانند با همکاری ارائه‌دهندگان اینترنت، آثار ویدئویی مختلف را از طریق بستر شبکه در اختیار کاربران قرار دهند. بدین ترتیب ویدئو کلوب‌ها در بستر شبکه تعریف می‌شوند؛



و تلفن همراه، شرایط لازم برای ارائه‌ی این سرویس از سوی این بازیگران فراهم شده است.

ایرانسل با کد USSD سیم کارت مشترکان را 4G می‌کند

ایرانسل با کد دستوری USSD سیم کارت مشترکان خود را به 4G ارتقاء می‌دهد. بدین ترتیب مشترکانی که می‌خواهد از نسل چهارم تلفن همراه بهره‌مند شوند کافی است با اجرای کد دستوری مخصوص این کار بدون مراجعه حضوری یوسسیم ایرانسل را دریافت کنند.

مشترکان ایرانسل قصد تعویض سیم کارت خود به یوسسیم را دارند، می‌توانند بدون نیاز به مراجعه به مراکز خدمات ایرانسل، کد دستوری #*۲*۱*۵۵۵* را از خط خود شماره‌گیری کرده و با تکمیل اطلاعات درخواستی، سیم کارت جدید را در نشانی مورد نظر تحویل بگیرند.

دقت کنید که برای فعال‌سازی سیم کارت جدید، لازم است پس از دریافت سیم کارت، کد دستوری #*۲*۱*۵۵۵* را مجدداً از همان سیم‌کارتی که با آن درخواست تعویض داده‌اید، شماره‌گیری کنید تا سیم کارت جدید فعال شود. هزینه‌ی استفاده از این سرویس برای متقاضیان در حال حاضر ۱۱ هزار تومان است.

ایرانسل پیش از این امکان تعویض سیم کارت را از طریق تماس با شماره ۷۰۳۳ از خطوط ایرانسل و یا شماره ۰۹۳۷۷۰۳۳۰۰۰ از شماره‌های غیرایرانسلی نیز فراهم

تلاش همزمان بخش دولتی و خصوصی افزایش یافته است و حتی در قالب طرح خدمات الزامی عمومی ارتباطات و فناوری اطلاعات (USO) ظرف دو سال اخیر در ۱۴ هزار روستا دسترسی به اینترنت پرسرعت، عملیاتی شده است.

به گفته‌ی رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، شبکه پهن باند کشور به‌عنوان بستر ارائه‌ی خدمات صوتی و تصویری، زیرساخت اصلی شبکه ملی اطلاعات است و در حال حاضر با اراده و همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه سرویس‌های ویدیویی محقق شده است.

وی اظهار امیدواری کرد، با رونمایی از پروژه‌ی ملی VOD اقتصاد سینما ارتقاء یافته و سهم صنعت سینما در تولید ناخالص ملی (GDP) کشور به سهم قابل قبولی برسد.

با ارائه‌ی Video On Demand، این امکان وجود دارد که فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تلویزیونی، مستندها و برنامه‌های آموزشی.... به درخواست کاربران در اختیار آنان قرار گیرد. در زنجیره‌ی ارائه‌ی خدمات VOD، صاحبان شبکه (Network Providers)، تجمیع‌کنندگان (Aggregators) و صاحبان محتوا (Content Providers) سه بازیگر اصلی هستند و با پروانه‌های اعطا شده ظرف دو سال گذشته در بخش تلفن ثابت



ارائه‌ی خدمات تلفنی از سوی دارندگان پروانه‌ی FCP است اعلام کرد: «از ۴ میلیون و ۹۳۱ هزار شماره‌ی تخصیص داده شده، با توجه به پایان انجام مراحل مالی، دو میلیون و ۷۲۰ هزار شماره در شبکه‌ی مخابراتی کشور تعریف شده است. سه میلیون و ۲۱۰ هزار شماره نیز به صورت رزرو واگذار شده‌اند که در صورت تخصیص، قابلیت ارائه‌ی خدمات در سراسر کشور را دارا هستند.»

به گفته معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه‌ی رگولاتوری، با تخصیص کامل حدود ۵ میلیون شماره به شرکتهای دارنده پروانه‌ی FCP، گام اول برای تسریع در توسعه‌ی خدمات تلفن ثابت، با هدف به روز شدن و واگذاری تلفن ثابت در کشور برداشته شد.

منابع خبرها: دیجیاتو / زومیت / جام جم کلیک
گوبآی تی / برسام / دیجیکالامگ

کرده بود.

FCP ها تلفن ثابت ارائه می دهند؛ شماره های ملی و استانی در جیب رقبای مخابرات

شرکت‌های ارائه‌ی خدمات ارتباطات ثابت یا همان FCP ها که حدود ۳ ماه از دریافت مجوزشان می‌گذرد، برای ارائه‌ی تلفن ثابت به مشترکان، از سوی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی ۵ میلیون شماره تلفن ملی و استانی دریافت کردند. این اولین گام برای ارائه‌ی تلفن ثابت از سوی رقبای مخابرات است.

معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه‌ی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی از واگذاری پنج میلیون شماره به شرکت‌های دارنده‌ی پروانه‌ی ایجاد و بهره‌برداری از شبکه‌ی ارتباطات ثابت (FCP) اطلاع داد.

صادق عباسی شاهکوه، معاون بررسی‌های فنی و صدور پروانه‌ی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی گفت: از میان ده شرکت دارای پروانه‌ی FCP، هفت شرکت درخواست تخصیص شماره را داشتند که ۴ میلیون و ۹۳۱ هزار شماره به صورت تخصیص واگذار شده است و از این تعداد ۳ میلیون و ۱۰۰ هزار شماره‌ی دارای قابلیت ارائه‌ی خدمات در کل کشور و یک میلیون و ۸۳۱ هزار شماره‌ی قابلیت ارائه‌ی خدمات به صورت استانی را دارا هستند

شاهکوه با اشاره به اینکه تخصیص شماره، پیش زمینه‌ی



ساز و کار فناوری فوکوس خودکار Dual Pixel بکار رفته در گلکسی اس ۷ چگونه است؟

قابلیت ثبت تصاویر با کیفیت در محیط‌های کم نور نوید می‌دهد.

همانطور که اشاره کردیم یکی از تغییرات در مازول دوربین، استفاده از سیستم فوکوس خودکار موسوم به Dual Pixel است. به واقع این سیستم فوکوس خودکار چه قابلیت‌هایی دارد که در سیستم فوکوس خودکار تغییر فاز چنین قابلیت‌هایی و توانایی را شاهد نبودیم؟ سیستم فوکوس خودکار تشخیص فاز برتری خود را در مقایسه با سایر سیستم‌های فوکوس نظیر سیستم تشخیص فاز کنتراست نمایش داده است. در سیستم تشخیص فاز، پرتوهای نوری وارد شده به لنز از دو سوی مخالف لنز وارد سنسور تشخیص فاز شده و با استفاده از سنسورهای موجود، لنزها برای به دست آوردن یک تصویر شفاف، تنظیم می‌شوند. در سیستم فوکوس خودکار تشخیص فاز می‌توان با بهره‌گیری از سنسورهایی که تعداد آن‌ها به ۱۰ درصد از کل پیکسل‌های تشکیل دهنده‌ی تصویر می‌رسد، فرآیند فوکوس را در سرعتی که ایده‌آل است، با شفافیت بالا به دست آورد. اما آیا راهی وجود دارد تا بتوان از طریق آن سرعت فوکوس و همچنین شفافیت و دقت تصویر را افزایش داد؟

افزایش دقت و سرعت فوکوس امری است که با استفاده از سیستم فوکوس خودکار Dual Pixel در گلکسی اس ۷ و گلکسی اس ۷ اج می‌توان به آن دست یافت. در این سیستم فوکوس خودکار به جای بهره‌گیری از سنسورهای فوکوس که قریب به ۱۰ درصد از پیکسل‌های کل سنسور را تشکیل می‌دهند، تمام پیکسل‌های موجود یعنی ۱۰۰

سامسونگ در جریان برگزاری کنگره‌ی موبایل بارسلون از نسل جدید گوشی هوشمند خود که گلکسی اس ۷ نام دارد رونمایی کرد. یکی از کامپوننت‌هایی که تغییرات عمده‌ای در آن رخ داده، دوربین این گوشی است که برای مثال می‌توان به کنار گذاشتن فناوری فوکوس خودکار تشخیص فاز در آن و استفاده از فوکوس خودکار Dual Pixel اشاره کرد. در ادامه نگاهی به سیستم فوکوس به کار برده شده در این گوشی خواهیم داشت.

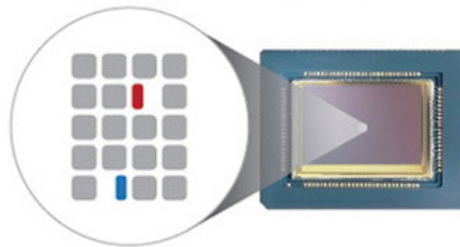
این گوشی هوشمند شاهد تغییراتی بوده که از جمله‌ی آن می‌توان به دوربین و بهره‌گیری از یک سنسور ۱۲ مگاپیکسلی اشاره کرد. تغییرات مازول دوربین تنها محدود به استفاده از سنسور ۱۲ مگاپیکسلی نبوده و سامسونگ سیستم فوکوس خودکار تشخیص فاز را در این گوشی هوشمند با سیستم فوکوس خودکار موسوم به Dual Pixel جایگزین کرده است. به نظر می‌رسد که این نتیجه رسیده‌اند که افزایش صرف رزولوشن نمی‌تواند به تنهایی کیفیت تصویربرداری دوربین را افزایش دهد. همانطور که پیش‌تر در زومیت خواندید، سامسونگ سنسور ۱۲ مگاپیکسلی را در گوشی هوشمند خود استفاده کرده که اندازه‌ی هر پیکسل در آن به ۱.۴ میکرون افزایش پیدا کرده و دیافراگم لنز نیز ۱/۷/F تنظیم شده است. این خصوصیات دوربینی را با

نظیر محیط با نور کم یا تصویر برداری از سوژه‌های در حال حرکت یا حرکت خود دوربین، تصاویر بسیار بهتری را ثبت کرد.

درصد از پیکسل‌های سنسور دارای سنسوری برای فوکوس هستند. در سیستم فوکوس Duap Pixel هر یک از پیکسل‌ها دو سنسور را به خود اختصاص داده‌اند. با استفاده از این سیستم فوکوس می‌توان در شرایطی

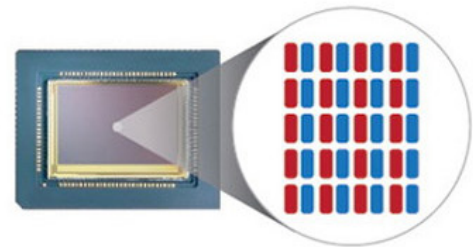
Smartphones vs SAMSUNG Galaxy S7 edge | S7

Traditional Phase Detection Autofocus Sensor



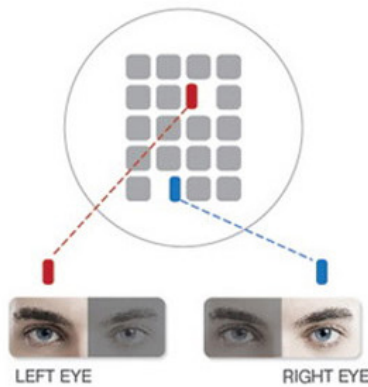
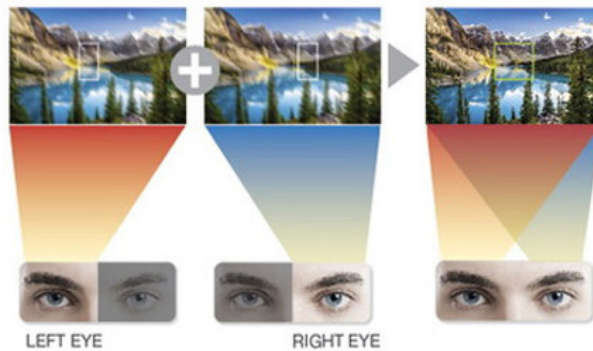
Less than 5% of the pixels are for phase-detection autofocus

Dual Pixel Sensor

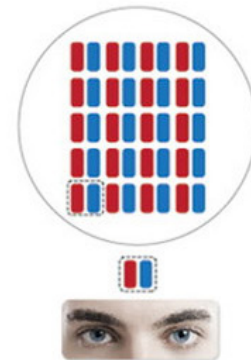


100% of the pixels are for phase-detection autofocus

Principles of Phase Detection Autofocus



Limited pixel for phase detection requires more time to get focusing



Every single pixel enables precise and fast focusing like human eyes
Larger pixel collect more light



استارت آپ و کارآفرینی



هستید که از آن لذت می‌برید، اما هنوز شغلی که می‌خواهید را در آن حوزه به دست نیاورده‌اید، انجام هفت کار زیر به شما کمک می‌کند شغل فعلی‌تان را به شغلی که همیشه می‌خواستید تبدیل کنید.

۱- ایده پرور باشید

پیشنهاد هرست این است که مسئولیت‌های خود را با ارائه‌ی پیشنهادهای خلاق و سازنده به بالادستی‌های خود دستخوش تغییر و تحول کنید. او در این باره می‌گوید: «اگر ایده‌های شما به کار گرفته شوند، شاید بتوانید در اجرای آنها نیز مشارکت داشته باشید».

دیوید نور، مدیرعامل شرکت مشاوره‌ی استراتژی نور گروپ توصیه می‌کند فرا تر از نقش و حوزه‌ی مسئولیت‌های خود فکر کنید تا بتوانید از نیازهای بعدی تیم یا شرکتتان پیش‌بینی بهتری داشته باشید. او می‌گوید: «آیا مهارت‌ها، دانش، یا رفتار مورد نیاز را در خود دارید؟ اگر خیر، به این فکر کنید که چگونه می‌توانید به سرعت آنها را کسب کنید و به کار بگیرید».

۲- کارهایی خارج از بازه‌ی همیشگی خود انجام دهید

نور توصیه می‌کند کاری کنید مدیرتان در کنار نقش فعلی‌تان، شما را در نقشی که دوست دارید نیز ببیند. او می‌گوید «برای پروژه‌های بزرگ و طرح‌های مهم داوطلب شوید و به دنبال راه‌هایی بگردید که بتوانید فراتر از تعریف

چگونه شغل فعلی خود را به شغل رؤیایی‌مان تبدیل کنیم؟

هر کسی ممکن است با حرکتی درست، شغل مناسبی برای خود پیدا کند اما همیشه تصویری از یک شغل رؤیایی در سر داشته باشد که همیشه چشمش به دنبال آن بوده است. شاید هنوز برای به دست آوردن آن آمادگی کامل نداشته‌اید. شاید هم هدف‌تان این بوده که این شغل را به دست بگیرید، تا سر فرصت شغلی که همیشه می‌خواستید را به دست بیاورید. اما پیش از آنکه به جستجوی خود ادامه دهید، از خودتان بپرسید آیا شغل فعلی‌تان قابلیت تغییر و تحول را دارد یا خیر. شاید بتوانید با اندکی تلاش، شغل فعلی‌تان را به شغل رؤیایی‌تان بدل کنید.

شارلیز هرست، استادیار رشته‌ی مدیریت کالج کسب و کار مندوزا، اعتقاد دارد مردم اغلب اوقات میزان کنترلی که روی شغل خود دارند را دست کم می‌گیرند. او در این باره می‌گوید: «پژوهش‌ها نشان داده‌اند نگاهی متفاوت به کار، بازتعریف وظایف شخص در قالبی تازه، و یا تغییر نحوه‌ی تعامل با دیگران، همه و همه کارهایی هستند که افراد از طریق آنها می‌توانند معنای تازه‌ای از دل شغل خود بیرون بکشند».

شغل رؤیایی شغلی است که شما را راضی کند و نقاط قوتتان را به نحو احسن به کار بگیرد. اگر در حوزه‌ای فعال

شغل‌تان تأثیرگذار باشید».

۳- روابط خود را توسعه دهید

نور توصیه می‌کند با برقراری روابط قدرتمند با تصمیم‌گیران، کاری کنید هر کسی برای امور مختلف به شما مراجعه کند. اطمینان حاصل کنید دیگران می‌توانند اولویت‌های مورد نظر شما برای مسئولیت‌های تازه را تشخیص دهند.

او ادامه می‌دهد: «دیگران همیشه می‌توانند کسانی را پیدا کنند که بتوانند از پس انجام جنبه‌های فنی کار شما بر بیایند. اما شما باید کاری کنید به خاطر برقراری و حفظ ارتباطات مهم در تیم و سازمان، به شما مراجعه کنند یا شما را پیشنهاد دهند».

۴- در موقعیت خود نوآر باشید

توصیه می‌کند نور این است که سعی کنید مدام در حال رشد باشید و ریزه کاری‌های حوزه فعالیت خود را کشف کنید. در رویدادها و کنفرانس‌های آن حوزه شرکت کنید، در انجمن‌های آن فعال باشید و خود را در موقعیت‌هایی قرار دهید که بتوانید با افراد اثرگذار روبرو شوید. سپس، بینش، ایده‌ها و روابط حاصله را به محل کار خود بیاورید. او می‌گوید: «برای زندگی شخصی و شغلی خود نقشه‌ی راه درست کنید».

۵- وظایف مورد علاقه‌ی خود را فهرست کنید

میشل ماوی، مدیر جذب نیروی شرکت نیروی انسانی اتریوم توصیه می‌کند تمام کارهایی که در موقعیت شغلی فعلی تان دوست دارید انجام دهید را فهرست کنید و بیشتر به آنها بپردازید.

او می‌گوید: «پروژه‌های هوشمندی تعریف کنید که در آنها لازم باشد از این مهارت‌ها بیشتر استفاده کنید. به این ترتیب از انجام شغل خود رضایت بیشتری خواهید داشت».

۶- لحظات اوج خود را پیدا کنید

ماوی اعتقاد دارد مشاغل مختلف به خاطر پتانسیل‌هایی که دارند جذابیت پیدا می‌کنند؛ مثل اینکه می‌توانیم در آنها خیلی چیزها یاد بگیریم، دستاوردهایی داشته باشیم و از آنها درآمد کسب کنیم.

او ادامه می‌دهد: «در ادامه کشش پیدا می‌کنیم و تا حدی شناخته می‌شویم، تا اینکه در نهایت به اوج می‌رسیم. این لحظه حس فوق العاده‌ای دارد: لحظه‌ای که در رأس بازی خود قرار می‌گیرید و از انجام آن لذت می‌برید».

ماوی توصیه می‌کند به دنبال آن لحظه‌ی بعدی باشید. او می‌گوید «لحظه‌ای که به خاطر ترفیع، افزایش حقوق، و یا مدیریت یک تیم در پوست خود نمی‌گنجید. این لحظه هر چه که می‌خواهد باشد، اما به دنبالش باشید».

۷- نیازهایتان را از مدیر خود بخواهید

آنیشا وینجاموری، مدیرعامل شرکت مشاوره‌ی اینوویشنز آیکیو اعتقاد دارد هیچ کارفرمایی دوست ندارد کارمند ارزشمندی که به پیشرفت سازمانش کمک می‌کند را از دست بدهد.

او در این باره توضیح می‌دهد: «اگر از لحاظ فرهنگی و کاری عضو مؤثری باشید، مدیر شما از فراهم کردن شرایط کاری دلخواهتان، درک نقاط قوتتان و توانمندسازی شما در جهت رسیدن به اهداف حرفه‌ای شما و شرکت خود، بی‌نهایت خوشحال خواهد شد».

پیشنهاد ویژه!



خرید و کسب اطلاعات بیشتر

<http://daneshjooyar.com/shop2/?p=1215>



۳ نشانه ناکارآمدی استراتژی شبکه‌های اجتماعی شما

بازاریابی حوزه‌ای است که در آن هم بیش از حد اجتماعی یافت می‌شود، هم بالعکس آن و هم اجتماعی در جای نادرست؛ آخرین مورد، معادل دیجیتالی حضور در میهمانی اشتباه است. اما از کجا باید فهمید آیا جزو این سه دسته قرار می‌گیریم یا نه؟

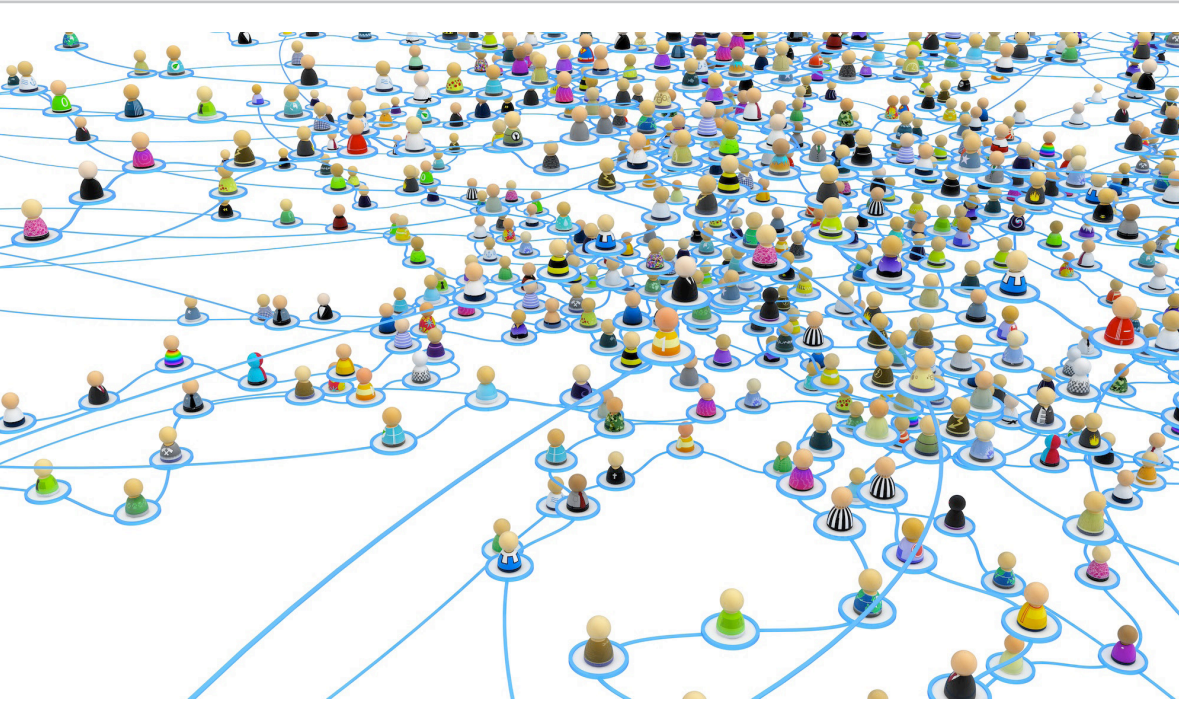
حضور در شبکه‌های اجتماعی به معنای این نیست که بازاریابی شما روی آنها در بهترین حالت خود در حال انجام است. در ادامه ۳ موردی را از نظر خواهید گذراند که به شما نشان می‌دهند حداقل یک جای کارتان ایراد دارد. برای درست کردن استراتژی بازاریابی دیجیتال خود به راه حل‌های ارائه شده برای هر مورد احتیاج خواهید داشت.

۱- هیچ نتیجه‌ای در کسب و کار خود نمی‌بینید
راه حل: «نتیجه» معانی متفاوتی می‌تواند داشته باشد؛ آگاهی بیشتر از برند، شناخته شدن به عنوان یکی از خبره‌های صنعت، افزایش فروش یا نرخ تبدیل، شخصیت بخشیدن به برند، خدمت‌رسانی به مشتریان و یا چیزی کاملاً متفاوت با اینها. امکان ندارد حضور شما در شبکه‌های اجتماعی همه‌ی این نتایج را با هم برایتان به ارمغان بیاورد، بنابراین برای شروع تنها روی یک یا دو هدف متمرکز شوید. ببینید اولویت اصلی تان کدام

است و سپس به این فکر کنید که چگونه می‌توان از شبکه‌های اجتماعی برای رسیدن به این هدف، بهره‌ی استراتژیک‌تری گرفت.

۲- حس می‌کنید صدایتان شنیده نمی‌شود
راه حل: ممکن است شبکه‌ی اجتماعی مورد نظر خود را درست انتخاب نکرده باشید. برای نمونه، اگر شرکتی هستید که اکثر مشتریانان را جمعیت روستایی تشکیل می‌دهند، روی توئیتر هیچ نتیجه‌ای نخواهید گرفت. بر اساس پژوهش تازه‌ای که از سوی مرکز تحقیقاتی Pew منتشر شده است، پلتفرم توئیتر در میان جمعیت شهری محبوب‌تر است. هیچ قانونی وجود ندارد که به شما بگوید حتماً باید روی تمام پلتفرم‌ها حضور داشته باشید، بنابراین آنهایی را انتخاب کنید که با مخاطبانان همخوانی دارند. نکته: برای اطمینان بیشتر، می‌توانید نام یکپارچه‌ی خود را روی تمام پلتفرم‌های اجتماعی به ثبت برسانید اما از آنها استفاده نکنید. با این کار هم جلوی سوء استفاده‌های احتمالی را می‌گیرید و هم در آینده در صورت لزوم می‌توانید با همان نام از آن پلتفرم بهره‌گیری کنید؛ بدون آنکه نگران ثبت شدن آن توسط دیگران باشید.

اما از کجا بفهمیم کدام شبکه‌ی اجتماعی میان مخاطبان ما محبوب‌تر به شمار می‌رود؟ ابزار تحلیلی Google Analytics و بسایت خود را نگاه کنید تا ببینید کدام شبکه‌های اجتماعی ترافیک بهتری به سمت وبسایتان



می فروشد. اما محتوای شبکه‌های اجتماعی آن اغلب روی زندگی ماجراجویانه ی کسانی تمرکز دارد که از این محصولات استفاده می کنند.

نقطه ی مشترک نمونه‌های بالا این است که هر دو به جای آنکه روی شبکه‌های اجتماعی خودشان را تبلیغ کنند، برای مشتریانشان ارزش خلق می کنند. فکر کنید ببینید محصولات شما از چه راه‌هایی می توانند برای مردم مفید واقع شوند. بافتار بزرگ تری که شرکت شما در آن فعالیت می کند را نیز در نظر بگیرید. این همان چیزی است که مشتریان از شما می خواهند و اگر این خواسته ی آنان را پاسخ دهید، آن را دوست خواهند داشت، با دیگران به اشتراک خواهند گذاشت و درباره اش نظر خواهند داد.

فرستاده اند. این همان جایی است که باید روی آن حضور فعال و با مخاطبان خود تعامل داشته باشید.

ممکن است شما شبکه‌ی اجتماعی مورد نظر خود را درست انتخاب نکرده باشید. برای نمونه، اگر شرکتی هستید که اکثر مشتریانتان را جمعیت روستایی تشکیل می دهند، روی توئیتر هیچ نتیجه‌ای نخواهید گرفت. بر اساس پژوهش تازه‌ای که از سوی مرکز تحقیقاتی Pew منتشر شده است، پلتفرم توئیتر در میان جمعیت شهری محبوب تر است.

۳- میزان لایک، اشتراک گذاری و نظرها کم است

راه حل: آیا بیش از حد خودتان را تبلیغ می کنید؟ نگاهی به شبکه‌های اجتماعی MailChimp بیاندازید. این شرکت خدمات ایمیلی می فروشد، اما محتوایی که روی شبکه‌های اجتماعی خود قرار می دهد روی این موضوع تمرکز دارند که چگونه می توان از آزاردهندگی ایمیل اندکی کاست. برای مثال یکی از توئیتهای اخیر آنها این بوده است: «تقویم محتوایی ما، بسیار خوشحالمان کرده است. شما هم باید یکی از این تقویمها داشته باشید. چرایش را می توانید اینجا بخوانید (لینک مطلب مورد نظر)». Saddleback Bags نیز محصولات چرم



@Daneshjooyar



به فرصت‌های اتفاقی برای برپا کردن یک استراتژی اکتفا نکنید. منظور این است که راه درستی هم برای اشتباه کردن وجود دارد و استراتژی "هوشمندانه شکست خوردن" به شما یاد می‌دهد تا از هر محور چیزی بیاموزید. تصمیمات واضحی که برپایه تفکر و اطلاعات واقعی هستند بهتر از دست روی دست گذاشتن و تصمیمی نگرفتن‌اند.

۴- شکست معتبر یک بنیان‌گذار را بنیانگذارتر میکند

با الگو گرفتن از سیلیکون ولی، استراتژی "اغلب شکست خوردن" وجود دارد که شما را زودتر به موفقیت میرساند. ولی باید مراقب باشید که شکست‌هایتان را با همان دقت پیروزی‌هایتان تحلیل کنید تا ببینید آیا این‌ها میتوانند موفقیت حقیقی، یادگیری واقعی و پروسه تصمیم‌گیری معقولی را با توجه به پتانسیل موفقیت به نمایش بگذارند یا خیر.

۵- فعالانه جستجو کنید و بازخوردهای منفی را نادیده‌نگیرید

بنیانگذاران بزرگ فکر میکنند که کمی اصلاح و تغییر لازمه کار است. لذا فعالانه به دنبال بازخوردهای مردم هستند، شکست‌ها را شناسایی و برطرف میکنند. آن‌ها از واکنش ذاتی نادیده‌گیری یا از لجبازی کردن در برابر مسئولیت شخصی خود، با وجود مدارکی که نشان می‌دهد استراتژی‌شان جواب نمی‌دهد، اجتناب میکنند.

۶- نه تنها ببینید اشکال کار کجا بوده، بلکه ببینید چه طور میتونید درستش کنید

از آزمون و خطای اتفاقی خودداری کنید. آگه از یک شکست چیزی نیاموزید، تبدیل به اشتباهی میشود که

۱۰ اصل برای موفقیت استارتاپ به وسیله شکست‌ها

اگر نمیتوانید با شکست کنار بیاید پس سبک زندگی بنیانگذاری مناسب شما نیست.

این افسانه عامیانه را باور نکنید که شما تنها به یک ایده خوب و کمی کار تقنی نیاز دارید و بعد از آن پول به سمت شما سرازیر میشود. زمانی که بخواهید محدودیت‌ها را کنار بزنید، هیچکس این کار شما را بار اول یا حتی بار دهم نیز تأیید نمی‌کند.

شکست‌ها در همه اشکال و ابعاد وجود دارند، ولی بنیانگذاران باید به یک سری اصول رایج که منجر به موفقیت نهایی می‌شوند، پایبند باشند:

۱- اجازه ندهید یک اشتباه دوبار تکرار شود

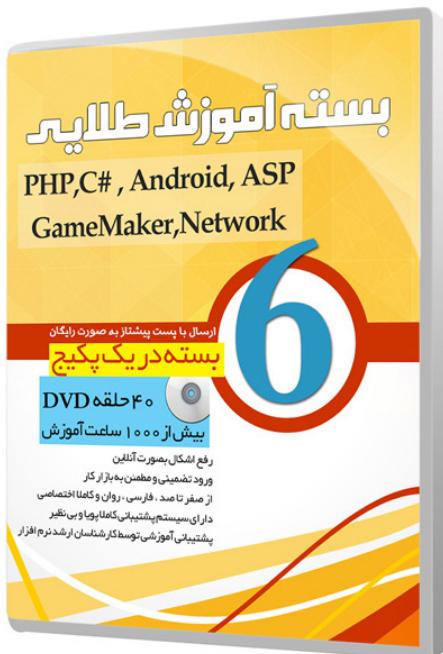
به این استراتژی "با شکست جلو برو"، یا یادگیری بیشتر از طریق اشتباه کردن گفته می‌شود که اعتماد به نفس و تعهدتان را برای تصمیم‌گیری و به گردن گرفتن عواقب آنها، بدون در نظر گرفتن نتیجه، افزایش می‌دهد. تکرار دوباره یک اشتباه یا انجام اشتباهات رایج دیگران اشتباه بزرگیست.

۲- از شکست غیرقابل جبران اجتناب کنید

عناصر کلیدی را در تجارت خود حفظ کنید و زود به زود آن‌ها را آزمایش کنید تا یک شکست کوچک منجر به ناپودی کل استارتاپ نشود. به این کار استراتژی "شکست زود به زود" با قابلیت اصلاح پذیری و موفقیت پی در پی براساس آموخته‌ها گفته می‌شود.

۳- هر حرکت رو به جلو را به تجربه ای از پیش برنامه ریزی شده تبدیل کنید

برترین و جامع ترین پکیج آموزش ویدئویی برنامه نویسی به زبان فارسی



این پکیج خیلی خاص است!
اگر درآمد میلیونی نمی خواهید
این پکیج را نخرید!!!

کسب اطلاعات بیشتر

<http://goo.gl/2xKAa7>

دوباره تکرار خواهد شد. هر شکست لایق یک تحلیل اساسی می باشد. بدینصورت شما میتوانید مشکل را به طور اساسی برطرف کنید و نه فقط مسبب آن را.

۷- پروسه های تجاری را بعد از هر شکست ثبت و به روزرسانی کنید

شکست های بسیار در یک استارتاپ ناشی از ثبت نکردن پروسه های تجاری مهم، یا کاربردی نبودن آن ها هستند. شکست ها باید موجب پروسه های بهتر و ثبت سازی بهتر شوند و گرنه تبدیل به اشتباهاتی خواهند شد که دوباره تکرار میشوند.

۸- این که زمین و زمان را در شکست مقصر بدانید اشتباه است

معمولا برای یک شکست بهانه های بیشتری نسبت به دلایل منطقی وجود دارد. یادتان باشد زمان ایده آلی برای شروع یک استارت وجود ندارد. این شک و تردید همیشه هست و ما نیز همیشه انسان هستیم و به سرزنش ها بیشتر از دلایل و اطلاعات واقعی گوش میدهم. همیشه ریشه یک شکست را پیدا کنید.

۹- به خرد عمومی و مشاوران گوش فرادهید، سپس راه خودتان را برگزینید

راه های جدید کلید موفقیت یک بنیانگذار هستند، ولی اگر شما گوش ندهید و تحقیق نکنید متوجه نخواهید شد که راه های قدیمی شناخته شده رو به زوال هستند. پیروی کورکورانه از راه های قبلی و نادیده گرفتن خطرات شناخته شده، اشتباهات غیرقابل بخششی هستند.

۱۰- انعطاف پذیری بهترین داروی شکست است

توماس ادیسون انعطاف پذیر بود و پس از ۱۰۰۰ شکست در اختراع لامپ باز هم دست از تلاش برنداشت. بسیاری از متخصصان معتقدند که دلیل اصلی شکست یک استارتاپ، کمبود پول نه بلکه زود جا زدن است. اگه شما به شکست به چشم یادگیری نگاه کنید، دیگر از صبوری تا زمانی که به نتیجه برسید مایوس نخواهید.

ممکن است موفقیت همیشه با شکست شروع نشود ولی یک بنیانگذار دانا باید انتظار شکست را داشته باشد، آن را بپذیرد و به آن به چشم فرصتی برای یادگیری بنگرد. درحقیقت تفاوت بین شکست و پیروزی در یک استارتاپ بسیار کم است. در سبک زندگی بنیانگذاری، چیزی به نام شکست وجود ندارد و هر شکست به چشم یک موفقیت دیده میشود.



PHP

برنامه نویسی شی گرا (Object-Oriented)

```
<title>Document</title>
</head>
<body>
  <p>Body</p>
</body>
</html>
```

شی‌گرایی یا به اختصار oop کوتاه شده‌ی (Object-Oriented Programming) است. برنامه نویسی شی‌گرا به شما اجازه می‌دهد در کدهای خودتون تقسیم بندی‌های متفاوتی انجام بدید و کدهای php و html رو تا حد زیادی از هم جدا کنید و همین باعث میشه تا مدیریت روی کدهای php تون فوق العاده بالا بره. البته خیلی دلایل دیگه وجود داره که نمیخوام با این دلایل سرتون رو درد بیارم، بزارید بریم سراغ توضیح مفهوم oop.

اصل برنامه نویسی oop سعی داره تا دنیای واقعی رو براتون شبیه سازی کنه. یعنی هر چیزی که شما در دنیای اطرافتون میبینید رو می‌تونید به این مفهوم ارتباط بدید و بسازید. من خودم اینطوری با مفهوم oop آشنا شدم (با یک مثال) اینجا براتون توضیح میدم امیدوارم به شما هم کمک کنه.

شما در نظر داشته باشید خونه‌ای می‌خواهید درست کنید. قبل از ساخت این خونه نیاز به نقشه‌ای برای ساخت اون خونه دارید. زمانی که نقشه رو آماده میکنید و از روی اون نقشه خونه‌ای رو میسازید، بنظرتون اون نقشه کارش تموم میشه یا همیشه از روش خونه‌های دیگه‌ای ساخت؟

برنامه‌نویسی شی گرا در php قسمت اول

در این سری مقالات آموزشی قصد دارم تا شی‌گرایی در php یا حداقل مفهوم و روش کار این نوع برنامه نویسی در php رو به شما معرفی کنم و در کنارش این مفهوم رو بهترتون آموزش بدم. امیدوارم مورد قبولتون قرار بگیره. قبل از اینکه بریم سراغ این مفهوم بزارید اصلا دلیل استفاده از این روش رو براتون توضیح بدم.

درک برنامه نویسی شی گرا

در گذشته قبل از اینکه مفهوم شی‌گرایی وارد زبان php بشه برنامه نویس‌ها مجبور بودند که php رو در کنار html استفاده کنند که این روش در پروژه‌های کوچیک مشکل بزرگی محسوب نمی‌شد اما زمانی که صحبت از ساخت برنامه‌های متوسط و بزرگ به میان می‌اومد کار یکم سخت میشد چون اینطور برنامه نویسی هر چقدر هم مدیریت شده باشه دارای کد نویسی اسپاگتی و کثیفیه که مدیریت و توسعه‌اش را نسبت به زمانی که با استفاده از مفهوم شی‌گرایی برنامه نویسی می‌کنید خیلی دشوارتر می‌کند.

یک مثال از php بطور معمولی:

```
<?php
// Connect to Database
?>
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
```

حالا اجازه بدید تا بصورت دقیق تری شما رو با ساختار کلاس‌ها در php آشنا کنم.

ساختار کلاس‌ها

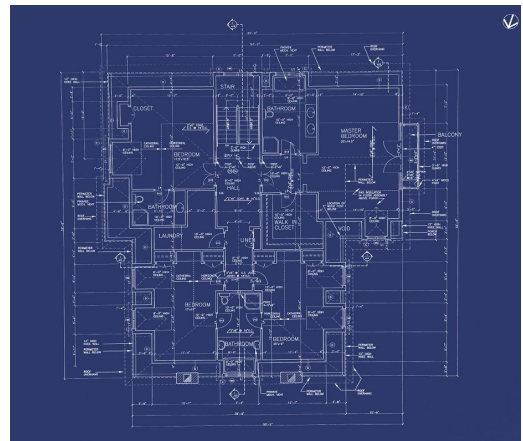
در php یک کلاس با کلمه کلیدی (class) بوجود میاد و با یک اسپیس و تایپ یک اسم شما اسم اون کلاس رو تعریف میکنید و در نهایت با قرار دادن براکت‌های باز و بسته ({ }) کار یک class رو شروع میکنید. دقیقا مثل مثال زیر:

```
<?php
class MyClass
{
// class properties and methods
go here;
}
?>
```

بعد از به وجود آوردن کلاس ما با استفاده از کلمه کلیدی new می‌تونیم از اون کلاس استفاده کنیم و یک شی (object) با همون کلاس بسازیم. در زیر میتونید این روش رو ببینید:

```
$obj = new MyClass;
شما با قرار دادن شی ($obj) در داخل var_dump
میتونید محتوای کلاس رو مشاهده کنید.
var_dump($obj)
و اگر این کدها رو در داخل فایل test برای قرار
بدید و فایل رو اجرا کنید نتیجه زیر رو مشاهده خواهید
کرد.
```

```
object(MyClass)#1 { }
خب تا اینجا این آموزش کافیه. انشالله در قسمت‌های
بعدی در باره مباحث بعدی oop حتما صحبت میکنیم
امیدوارم این مطلب مورد استفاده تون قرار گرفته باشه.
```



در برنامه نویسی oop هم دقیقا به همین صورت عمل میشه. شما می‌تونید از یک کد نوشته شده در جاهای دیگه به راحتی استفاده کنید؛ بدون اینکه دوباره کل کد رو از اول بنویسید! دقیقا برعکس کاری که در php بدون استفاده از مفهوم oop به دفعات زیاد می‌تونید مشاهده کنید که تکرار کدها چقدر میتونه زیاد باشه!

کلاس‌ها و شی‌ها

در شی‌گرایی دو مفهوم مهم ابتدایی و پایه وجود داره. کلاس‌ها و شی‌ها. یک کلاس (class) دقیقا مثل همون نقشه‌ای می‌مونه که باهاش خونه‌ای رو همیشه ساخت، نقشه‌ای که از کنار هم قرار دادن اجزای متفاوتی ساخته میشه. این اجزا همون کلاس‌ها هستند مثل چی؟ مثل کلاس در، پنجره، سیم و... که هر کدوم دارای ویژگی‌های مخصوص خودشون هستند. که با ترکیب اینها با هم یک خونه ساخته میشه.

دقت داشته باشید که تقریبا همه کلاس‌ها

از هم جدا هستن و همین موضوع اونا رو سازمان یافته تر و استفاده از اونها رو ساده میکنه.

و یک شی (object) مثل یک خونه‌ی واقعی که از روی نقشه آماده شده ساخته میشه. یعنی دقیقا اول نقشه با استفاده از کلاس‌ها یا همون اجزایی مثل در، پنجره، سیم، بتن و... که هر کدوم برای خودشون کلاسی هستن بهم متصل و آماده میشن بعد با استفاده از اون نقشه خونه واقعی ساخته میشه.

دقت داشته باشید که تقریبا همه کلاس‌ها از هم جدا هستن و همین موضوع اونا رو سازمان یافته تر و استفاده از اونها رو ساده میکنه. خوب امیدوارم که با این دو مفهوم آشنا شده باشید.



#Daneshjooyar



Laravel Framework

BEST PHP FRAMEWORK FOR 2015

سیستم مسیریابی (Routing system): لاراول با یک رویکرد بسیار ساده از مسیریابی پا به میدان گذاشته است. مسیریابی می تواند در یک اپلیکیشن باعث انعطاف پذیری خوب و کنترل عالی در آن اپلیکیشن بشود. شما در نظر بگیرید که برای هر url می توانید برنامه ای مخصوص داشته باشید که پیاده سازی آن بسیار آسان است و این دست شما را در ساخت یک اپلیکیشن انعطاف پذیر باز می گذارد.

View composers: این مفهوم یعنی View composers برای ارائه اطلاعاتی در viewها مورد استفاده قرار میگیرد. این اطلاعات گاهی بصورت callbacks هستند و گاهی به متدهایی متصل اند. اگر شما قصد دارید یک سری اطلاعات را به یک ویو که هر زمان اجرا می شود انتقال بدهید می توانید از این مفهوم استفاده کنید. این تابع شبه توابع "presenters" یا "view models" در لاراول است.

Application logic: در هر اپلیکیشنی که می سازید می توانید برای کل اپلیکیشن از کنترل های متفاوتی استفاده کنید. یا می توانید به طور مستقیم کدهایتان را داخل routeها بنویسید. لاراول دست شما را در انواع روش های کد نویسی باز گذاشته است.

مسیریابی می تواند در یک اپلیکیشن باعث انعطاف پذیری خوب و کنترل عالی در آن اپلیکیشن بشود. شما در نظر بگیرید که برای هر url می توانید برنامه ای مخصوص داشته باشید که پیاده سازی آن بسیار آسان است و این دست شما را در ساخت یک اپلیکیشن انعطاف پذیر باز می گذارد.

چرا لاراول بهترین فریمورک پی ای پی است؟

لاراول یک فریم ورک رایگان با زبان php است که برای توسعه برنامه های کاربردی وب مورد استفاده قرار میگیرد. این فریمورک متن باز بوده و از الگوی (model-view-controller) پیروی میکند. سهولت استفاده از آن، دارا بودن پکیج های کاربردی و متنوع و همینطور دارا بودن جامعه بزرگی از برنامه نویسان php که به راحتی میتوانند با آنها هر کجا در مورد مشکلاتون صحبت کنید میتواند از امتیازات این فریم ورک یا هر فریم ورک دیگه php باشد. در حال حاضر تعداد زیادی از توسعه دهندگان به ارائه service های مختلفی برای لاراول مشغولند، که دلیل آن میتواند خوانایی بالا و همینطور قابلیت های غنی لاراول باشد. یکی از جنبه های مهم استفاده از لاراول برای توسعه دهندگان دور بودن از برنامه نویسی اسپاگتی و دارا بودن یک syntax بدون مشکل محسوب می شود. البته این برای فریم ورک های دیگه ای php هم میتواند حاکم باشد.

اجازه بدهید به سراغ تجزیه و تحلیل ویژگی ها، مزایا و آینده لاراول برویم تا ببینیم میتوانیم نتیجه بگیریم که لاراول بهترین فریم ورک php است یا خیر.

ویژگی های لاراول

ویژگی های متعدد در لاراول باعث ارائه یک تجربه لذت بخش به توسعه دهندگان لاراول شده است. البته در کنار نوشتن کدهای php زیبا و تمیز.

خب اجازه بدهید در اینجا در مورد برخی از ویژگی های لاراول صحبت کنیم که لاراول رو محبوب تر از بقیه فریمورک ها کرده است.

- سفارشی سازی و تنظیم کردن فرایندها بسیار ساده است.
- مجهز به ابزاری برای کمک به محافظت از حملات XSS و دیگر حملات.
- تمام کدهای SQL در فایل های مدل جداگانه نگهداری می شوند. این کار به حفظ و نظارت بر روی کدها کمک می کنند و ...

آینده لاراول

پس از اثبات سلطه لاراول در بین فریم ورک های پی اچ پی می شود انتظار داشت که لاراول یک آینده به اندازه کافی روشن داشته باشد و همینطور که به جلو حرکت می کند توسعه دهندگان بیشتری به سمت لاراول جذب شوند. با توجه به ویژگی های متعدد و مزایای استفاده از این فریم ورک لاراول بدون شک می تواند به عنوان یک انتخاب عالی برای توسعه دهندگان مختلف باشد.

در میان انبوهی از فریم ورک ها، لاراول از این جهت معروفترین فریمورک است که به توسعه دهندگان کمک می کند تا یک وبسایت با کدهای ساده، تمیز و در کوتاه ترین زمان ممکن بسازند.

پ.ن: این که لقب بهترین را به یک فریم ورک بدهیم بنظر خیلی خوشایند نیست. چون هر فریمورک دارای ویژگی هایی است که آن فریمورک را از دیگر فریمورک ها مجزا می کند. اما دادن لقب محبوبترین فریمورک به نظرم عقلانه تر است. چرا که طبق آمار این نتیجه گیری انجام میشود. لاراول یک فریمورک با دامنه وسیعی از ابزارها و ویژگی هاست، که واقعا کد نویسی php را لذت بخش میکند و مهمتر از این ها لاراول یک فریمورک بروز است و با تغییرات متفاوت سعی دارد بهترین ها را برای توسعه دهندگان فراهم کند.

Unit-testing: این قابلیت کمک میکند تا آزمایش های متعدد روی کدهای در حال اجرا انجام بدهیم. این کار از آن رو انجام می شود تا مطمئن شویم که تغییرات جدید ایجاد شده بدون هیچ مشکلی کار می کنند. از Unit-tests می توانید به راحتی بر روی کدهایی که نوشتید استفاده کنید. که این میتواند از رگرسیون (regressions) در یک فریمورک جلوگیری کند.

Database seeding: این یک فرآیند خودکار است! با استفاده از این مفهوم در لاراول شما میتوانید یک سری اطلاعات پیشفرض را در داخل جداولتان اضافه کنید که می تواند برای آزمایش اپلیکیشن برای راه اندازی اولیه مورد استفاده قرار بگیرد.

علاوه بر ویژگی های فوق، لاراول دارای ویژگی های زیاد دیگه ای نظیر اضافه کردن پیکج های مختلف به لاراول، صفحه بندی خودکار، eloquent ORM، querybuilder، restful controllers، class auto loading، migrations و... است.

لاراول چرا بهترین فریمورک php است؟

در میان انبوهی از فریم ورک ها، لاراول از این جهت معروفترین فریمورک است که به توسعه دهندگان کمک می کند تا یک وبسایت با کدهای ساده، تمیز و در کوتاه ترین زمان ممکن بسازند. این فریمورک تحت وب دارای syntax زیبا و رساست. کارهایی که در یک پروژه ی تحت وب انجام میشود مثل احراز هویت، مسیریابی، sessions، صف ها و کش ها به ساده ترین حالت در لاراول قابل انجام است.

شرکت های متفاوت و زیادی از لاراول استفاده می کنند، چون در لاراول، قالب به یک طرح بندی ساده تبدیل شده است. وقتی لاراول را با فریمورک های دیگر مقایسه می کنید مثل مقایسه با کدایگنایتر لاراول دارای یک stack trace (ردیابی پشته ها) دقیق است. همچنین ویجت های برای کار بهتر با CSS و JS در لاراول وجود دارند که نشان می دهند در این فریمورک به این موارد هم اهمیت داده شده است. کتابخانه ها و مدل های مختلف که می توانید به راحتی در این فریمورک استفاده کنید چون این واقعیت در مورد لاراول وجود دارد که لاراول دارای کتابخانه های شی گرا با پشتیبانی خودکار از ویژگی های کامل این فریمورک است.

مزایای استفاده از لاراول برای پی اچ پی

- سیستم پکیج مازولاری که باعث صرفه جویی در زمان می شود.



```
<meta charset="utf8-">
<title>Angular for Designers</
title>
<script src="https://ajax.
googleapis.com/ajax/libs/
angularjs/1.4.5/angular.min.js"></
script>
</head>
<body>
  I can add: 2+1 = {{2+1}}
</body>
</html>
```

در کد فوق آنگولار عبارات بین در جفت براکت `{{}}` را پردازش می کند.

I can add: 2+1 = 3

ng-show

اولین directive که عاشقش خواهید شد ng-show خواهد بود. با ng-show می توانید مشخص کنید عناصر آیا نمایش داده شوند یا نه.

```
<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
<head>
<meta charset="utf8-">
<title>Angular for Designers</
title>
<script src="https://ajax.
googleapis.com/ajax/libs/
angularjs/1.4.5/angular.min.js"></
script>
</head>
<body>
```

دیزاینرهای وب AngularJS یادگیرند

در چندین Misko Hevery سازنده AngularJS، در صاحبه مختلف، هدف از ساخت آنگولار را، قادر ساختن دیزاینرها (نه برنامه نویس ها) برای ساخت برنامه های ساده مثل وب سایت دانسته است. اما در صفحه اول سایت و مستندات Angular به نظر می رسد که تنها برای توسعه دهنده های وب نوشته شده است.

در این آموزش سریع، به شما نشان خواهیم داد که چطور دیزاینرهای وب با داشتن اندکی دانش ابتدایی جاوا اسکریپت می توانند با استفاده از آنگولار وب سایت هایی با قابلیت تعامل طراحی کنند.

اگر کدهای زیر را درک می کنید، پس آماده هستید که کار را شروع کنیم.

```
foo = true
foo = !foo
foo = { 'bar': false }
bar = foo
```

شروع

راه اندازی آنگولار بسیار ساده است. از تگ `<script>` برای لینک کردن angular.js استفاده کنید و اتریبیوت `ng-app` را به تگ `<html>` اضافه کنید. اتریبیوت `ng-app` همچنین در آنگولار directive نامیده می شود، این کار باعث می شود سند html به یک برنامه آنگولار کامپایل شود.

```
<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
<head>
```

```

<meta charset="utf8-">
<title>Angular for Designers</
title>
<script src="https://ajax.
googleapis.com/ajax/libs/
angularjs/1.4.5/angular.min.js"></
script>
</head>
<body>
<button ng-click="display =
!display">Toggle</button>
<p ng-show="display">Toggle
Me!</p>
</body>
</html>

```

وقتی بر روی دکمه کلیک می شود، مقدار display به true / false تغییر می کند و پاراگراف، متناسب با مقدار display نمایش / مخفی می شود.

یا می توانید اسلایدها را بطور دستی کنترل کنید.

```

<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
<head>
<meta charset="utf8-">
<title>Angular for Designers</
title>
<script src="https://ajax.
googleapis.com/ajax/libs/
angularjs/1.4.5/angular.min.js"></
script>
</head>
<body ng-init="index=0">
<p>
<a href="#" ng-click=" index=1
001"></a>
<a href="#" ng-click=" index=2
002"></a>
<a href="#" ng-click=" index=3
003"></a>
<a href="#" ng-click=" index=4
004"></a>
</p>
<div ng-show="index==1 "></div>
<div ng-show="index==2 "></div>
<div ng-show="index==3 "></div>

```

```

<p ng-show="true">This
paragraph is visible.</p>
<p ng-show="false">This
paragraph is hidden.</p>
</body>
</html>

```

همانطور که مشاهده می کنید کد بسیار ساده است. پاراگرافی که شامل "ng-show="true" است قابل دیدن است اما آن یکی که "ng-show="false" است قابل دیدن نیست و مخفی است. خروجی تکه برنامه فوق:

This paragraph is visible.

ng-click

بی فایده است که تنها از ng-show استفاده کنید، پس نیاز دارید که برای تعامل از ng-click استفاده کنید. دایرکتیو ng-click را به عنصر (معمولا دکمه‌ها) اضافه کنید. مقدار ng-click وقتی نمایش داده می شود که بر رور عنصر کلیک شود.

```

<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
<head>
<meta charset="utf8-">
<title>Angular for Designers</
title>
<script src="https://ajax.
googleapis.com/ajax/libs/
angularjs/1.4.5/angular.min.js"></
script>
</head>
<body ng-init="count=0">
<button ng-click="count = count
+ 1">Click Me</button>
count: {{ count }}
</body>
</html>

```

مقدار متغیر count با هر بار کلیک بر روی دکمه یکی به آن اضافه می شود. از ng-init برای تنظیم متغیر count با مقدار پیشفرض ۰ استفاده کرده ایم.

ng-click + ng-show

با ترکیب ng-click و ng-show حالا می توانید با برنامه تعامل بیشتر داشته باشید. به عنوان مثال، یک toggle button

```

<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
<head>

```

```

<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
  <head>
    <meta charset="utf8-">
    <title>Angular for Designers</title>
    <link rel="stylesheet"
href="https://maxcdn.bootstrapcdn.com/bootstrap/3.3.6/css/bootstrap.min.css" />
    <script src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/angularjs/1.4.5/angular.min.js"></script>
  </head>
  <body ng-init="index=0">
    <a class="btn btn-success"
ng-click="btn1=!btn1"
ng-class="{active: btn1}">
    Button 1
  </a>
    <a class="btn btn-success"
ng-click="btn2=!btn2"
ng-class="{active: btn2}">
    Button 2
  </a>
    <a class="btn btn-success"
ng-click="btn3=!btn3"
ng-class="{active: btn3}">
    Button 3
  </a>
</body>
</html>

```

همین! ما الان تنها با سه دایرکتیو - ng-click - ng-class show آشنا شدیم. حالا می توانید تعاملات طراحی را با AngularJS داشته باشید. آسان است نه؟ اگر دوست دارید بیشتر درباره Angular بدانید می توانید به مستندات سایت Angular مراجعه کنید.

```

<div ng-show="index==4 "></div>
</body>
</html>

```

و همچنین تعاملات بیشتر که می توانید با ng-click و ng-show انجام دهید.

ng-class

شاید بخواهد بجز نمایش و مخفی کردن عناصر، قصد تغییر style عناصر را داشته باشید. می توانید از ng-class برای اضافه کردن css بصورت پویا به عناصر HTML استفاده کنید. برای این کار باید یک نقشه از نام کلاس های خود به ng-class بصورت زیر اضافه کنید: `ng-class="{ 'strike': foo, 'bold': bar }` اگر مقدار (foo /bar) صحیح (true) باشد، یعنی مقدارش هر چیزی بجز خالی باشد) باشد، کلید (strike / bold) به عنوان کلاس های css به عنصر اضافه می شوند:

```

<!DOCTYPE html>
<html ng-app>
  <head>
    <meta charset="utf8-">
    <title>Angular for Designers</title>
    <script src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/angularjs/1.4.5/angular.min.js"></script>
  </head>
  <body ng-init="index=0">
    <p ng-class="{ 'strike': true, 'bold': false, 'red': 1, 'i': 0}">
    Map Syntax Example
  </p>
</body>
</html>

```

کد فوق خروجی زیر را به شما برگشت می دهد:

```
<p class="strike red">Map Syntax Example</p>
```

با این حال عملی نیست که از مقدار ثابت در ng-class استفاده شود.

ng-click + ng-class

با ترکیب ng-click و ng-class می توانید دکمه ای درست کنید که از استایل های bootstrap.css استفاده شده است.

آنجا دنبال کنید.

استفاده از Yeoman

نصب MEAN از وبسایت

این روش

بسیار ساده است، وارد

وبسایت شوید و کل Framework را

در قالب یک فایل Zip دانلود کنید.

یکی دیگر از راه‌های نصب آن برای کسانی که میانه‌ی

خوبی با ترمینال سیستم خود دارند این است که کل

مخزن Github پروژه را روی سیستم خود Clone کنید.

`git clone https://github.com/`

`linnovate/mean.git`

نصب MEAN با استفاده از Yeoman

تعداد تولیدکنندگان Yeoman که توسط توسعه‌دهندگان

مختلفی ارایه شده است زیاد است.

برای نصب MEAN از این روش دو مرحله وجود دارد

اول اینکه تولیدکننده Yeoman را نصب کنیم سپس از

طریق آن MEAN را نصب کنیم:

`npm install -g generator-`

`meanstack`

سپس نوبت به نصب MEAN رسیده:

`yo meanstack`

ما در این مقاله کل پروژه را از گیت‌هاب Clone خواهیم

کرد. اگر دوست دارید با روش Yeoman شروع به کار

کنید، پیشنهاد می‌شود نوشته Addy Osmani را در این

حوزه را مطالعه کنید.

بعد از نصب با دستور `cd` وارد فولدری شوید که MEAN

را در آن نصب کرده‌اید. سپس دستور `grunt` را وارد کنید

به یاد داشته باشید که باید `grunt-cli` را باید از قبل نصب

کرده باشید.

این دستور یک سرور با پورت ۳۰۰۰ درست می‌کند.

`http://localhost:3000`

MEAN Stack در واقع موتوری بسیار قوی برای

درست کردن بلاگ است که با استفاده از روش‌های

مختلفی مانند فیسبوک، گیت‌هاب، توییتر و گوگل پلاس

اجازه دسترسی می‌دهد. همچنین شما می‌توانید با

استفاده از یک نام کاربری و رمز عبور ساده نیز از آن

استفاده کنید.

در تصویر صفحه بعد شما شاهد ساختار کلی فایل‌های

MEAN هستید.

بخش سرور MEAN به دو فولدر و یک فایل دسته‌بندی

شده است:



آشنایی با MEAN Stack

طراحی و ساخت یک وب‌اپلیکیشن مستلزم استفاده از

تکنولوژی‌ها و ابزارهای مختلف است. از دستکاری در

دیتابیس‌ها گرفته تا عملیات سمت سرور و سمت کاربر،

باید همه به صورت دقیق انجام شود تا بتوان نتیجه را دید.

قبل از شروع هر پروژه‌ای باید ساختار کلی پروژه در بیاید

که می‌توان گفت یک کار طاقت‌فرسا و زمان‌بر است.

استفاده از یک Framework یا Stack می‌تواند سرعت

شما را افزایش دهد و کار توسعه را برای شما آسان‌تر کند.

MEAN چیست؟

به گفته‌ی وبسایت رسمی، MEAN یک پلتفرم - Full

stack جاوا اسکریپت است که برای طراحی و پیاده‌سازی

وب‌اپلیکیشن‌های مدرن از آن استفاده می‌کنند.

همان‌گونه که در بالا نیز به آن اشاره کردیم بسیار مشهود

است که MEAN تمامی توسعه‌دهندگان جاوا اسکریپت

را مورد هدف قرار داده چه توسعه‌دهندگان فرانت‌اند، چه

توسعه‌دهندگان بک‌اند هم‌چنین یک پلتفرم Stack

است که شامل چند Component است.

این component ها شامل موارد زیر است:

MongoDB/Express/Angularjs/NodeJs

همان‌گونه که می‌بینید MEAN تمامی تکنولوژی‌های

به‌نام و محبوب جاوا اسکریپتی را در یک جا جمع کرده

تا به ساده‌ترین شکل ممکن اپلیکیشن‌های پیچیده را

پیاده‌سازی کنید.

پروژه نصب

برای نصب MEAN Stack شما دو راه دارید:

سری به وبسایت Mean.io بزنید و پروژه نصب را از

نوشته Addy Osmani:

<http://addyosmani.com/blog/full-stack-javascript-with-mean-and-yeoman/>

فولدر includes شامل فوتر و هدر کل اپلیکیشن است که در تمامی صفحات اپلیکیشن قابل مشاهده است. فولد Layout شامل HTML خالی است که برای پیکربندی کل اپلیکیشن از آن استفاده می‌شود.

فولدر user شامل کدهای ورود و خروج و هم چنین اجازه دسترسی به قسمت های مختلف وب اپلیکیشن را شامل می‌شود.

در روت فولدر views به غیر از index.html فایل هایی با نام های ۴۰۴, ۵۰۰ وجود دارد.

فولدر Config

این فولدر شامل فایل های پیکربندی اپلیکیشن ماست. داخل این فولدر شما شاهد یک فولدر دیگر هستید که به اسم env که شامل پیکربندی بخش توسعه تولید و متدهای تست برای اجرای اپلیکیشن است.

همچنین شامل فایل های است که برای پیکربندی خود اپلیکیشن استفاده می‌شود. مثل بخش express و passport برای کنترل ورود و خروج.

فایل server.js

این فایلی است کل اپلیکیشن را شروع می‌کند. اگر نمی‌خواهید از grunt استفاده کنید می‌توانید از دستور node server.js برای راه اندازی سرور استفاده کنید.

وظایف فایل server.js عبارت است از:

بارگذاری پیکربندی کلی، که شامل اجازه دسترسی به دیتابیس ها و ... را می‌دهد.

مدل‌ها Bootstraping

پیکربندی اپلیکیشن Express

پیکربندی روت‌های اپلیکیشن Express

شروع به پرداختن به پورت پیکربندی شده برای سرور

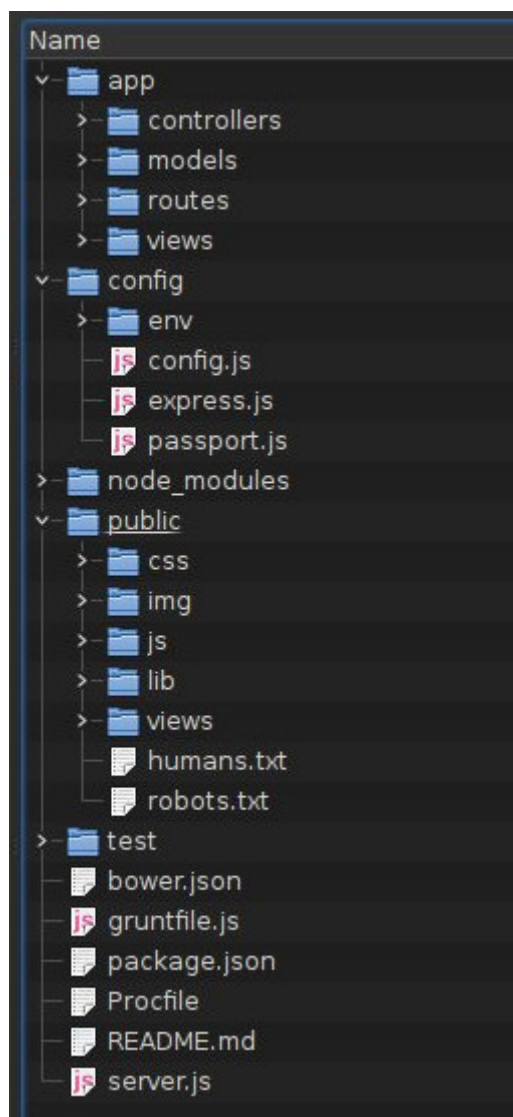
قسمت کاربر

کدهای سمت کاربر در فولدر Public قرار دارد. این فولدر شامل دو زیر فولدر به اسم های CSS برای قراردادن فایل های استایل و فولدر دیگر img برای ذخیره عکس های استفاده شده در اپلیکیشن.

بیشترین تمرکز باید بر روی فولدر js باشد که شامل کدهای angular ما برای سمت کاربر نوشته شده است و در آخر هم پوشه lib شامل کتابخانه‌ی angular است.

تست اپلیکیشن

فولدر test شامل فایل هایی برای تست اپلیکیشن است. در حقیقت شامل برای تست فایل های سمت سرور از Karma و Mocha و برای تست قسمت کاربری از Karma استفاده می‌شود.



فولدر App: شامل model,view و Controllerها

تقسیم شده است که کل اپلیکیشن را می‌سازد.

فولدر config: به شما کمک می‌کند تا رفتار بخش های مختلف اپلیکیشن را از این طریق کنترل کنید.

همچنین فایل server.js نقطه‌ی ورودی اپلیکیشن است.

باید هریک را به صورت جداگانه بررسی کنیم:

فولدر app

در این فولدر تمامی کدهای سمت سرور نگهداری میشود. این فولدر شامل زیر فولدرهایی با نام های model view controller است که در مجموع به MVC سرور ختم می‌شود و همچنین یک فولدر برای روت‌ها.

به صورت پیش فرض کنترلرها برای مقالات، کاربران و فایل ایندکس برای مسیر روت وجود دارد.

هم چنین برای آنها Modelهایی نیز تعبیه شده است. و همچنین روت‌ها برای تمامی آنها در طول نصب درست خواهد شد.



کاری که در صفحه فرود نباید انجام داد

۶ کاری که در صفحه‌ی فرود نباید انجام داد

صفحه‌ی فرود یا landing page کلید تبدیل بازدیدکننده‌ی وبسایت به مشتری است. بسته به هدف وبسایت شما، این تبدیل ممکن است از پر کردن فرم اشتراک تا خرید یک محصول متغیر باشد.

بهینه‌سازی صفحه‌ی فرود (LPO) از موثرترین عوامل بر متقاعد ساختن مخاطب هدف است، چون هدفش آن است که ظاهر و محتوا را به شکلی یکپارچه کند که وبسایت نمایش بیشتری داشته باشد، جذابتر شود، و به کارآفرین کمک کند تا به هدف ارزش/درآمد اضافی که برای کسب‌وکارش تعیین کرده برسد. با این وجود، خیلی از وبسایت‌ها اهمیت بهینه‌سازی صفحه‌ی فرود را درک نمی‌کنند. در نتیجه اشتباهاتی می‌کنند که نه تنها با اهداف واقعی صفحه‌ی فرود تناقض دارد، بلکه به اعتبار وبسایت یا برند نیز صدمه می‌زند. همان‌طور که قبلاً درباره‌ی ترفندهای نوبسندهی در صفحه‌ی فرود گفتیم و روش‌هایی برای بهبود نرخ پرش وبسایت شما ارائه دادیم، حالا می‌خواهیم نگاهی بیاندازیم به چند اشتباهی که باید از آنها دوری کرد.

۱. فرم‌های پیوستن و پرکردنی متعدد

فرم‌راه خیلی خوبی برای افزایش لید، افزایش دموگرافیک بازاریابی و ترویج و تبلیغ محصولات است. با این حال استفاده‌ی بیش از حد از فرم‌ها هدف ما را خراب می‌کند. وبسایت‌های زیادی هستند که بدون هیچ ملاحظه‌ای

از کادرهای پاپ‌آپ، سایدبار (نوار پهلویی)، و پانوشت برای جاگذاری فرم استفاده می‌کنند. این استفاده‌ی گسترده فقط بازدیدکننده را آزار می‌دهد و احتمالاً شاهد افزایش bounce rate یا نرخ پرش سایت خواهید بود. بازدیدکننده‌ای که به صفحه‌ی فرود می‌آید، بیشتر خود محتوا برایش مهم است تا آنکه بخواهد حتی قبل از دیدن چشمه‌ای از کیفیت محتوا، مشترک آن شود. و برعکس، استفاده‌ی هوشمندانه و متعادل از فرم‌های پرکردنی در صفحه‌ی فرود کمک می‌کند که مشترکین واقعی و باکیفیتی در لیست ایمیل خود داشته باشید.

نکته‌ی حرفه‌ای: در صورت امکان فقط یک فرم پرکردنی در صفحه‌ی فرود قرار دهید (و متن موجود در صفحه‌ی فرود را هم فقط به اطلاعات مهم محدود کنید).

۲. ارائه‌ی دانلود رایگان بدون پیوستن به سرویس

چه دانلود رایگان یک کتاب الکترونیک باشد و چه یک ویدیو، همیشه حتماً دانلود آن را از طریق یک فرم پیوستن به سرویس ممکن کنید. وقتی دانلود رایگان باشد، کاربر دیگر آن زحمت اضافه را نمی‌کشد که فرمی را پر کند. این فرصتی است تا فهرستی از مشتریان بالقوه بسازید که واقعا به چیزی که عرضه می‌کنید علاقه دارند، چرا باید چنین فرصتی را از دست بدهید؟

۳. فقط به یک فرایند بهینه‌سازی تکیه نکنید - خودتان هم تحقیق کنید

بهینه‌سازی صفحه‌ی فرود هیچ قانون معینی ندارد که برای همه‌ی انواع کسب‌وکارها جواب بدهد. برای



وبسایتی مثل خودتان چه انتظاری دارید. خیلی مهم است که صفحه‌ی فرود بیشتر روی اهداف تبدیل تمرکز کند تا آنکه مشترکین ایمیل و دنبال کنندگانش را زیاد کند. همه چیز از محتوای متنی، تصویر، پیوند، فرم تا محصول و غیره باید با همدیگر هماهنگ و همراه باشد.

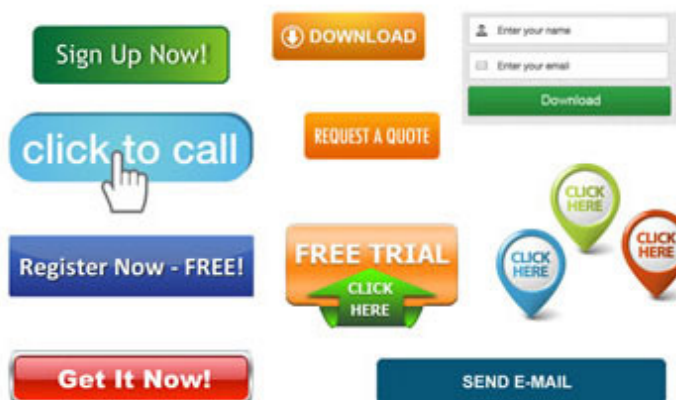
۶. فراخوان به عمل (کال تو اکشن) متعدد در یک صفحه

اینکه از مشتری زیاد سوال بپرسید یا از او بخواهید چندین کار همزمان را انجام دهد همیشه باعث سردرگمی می‌شود. نمی‌شود از بازدیدکننده انتظار داشت هم فرم پیوستن را پر کند، مثل لینک شبکه‌های اجتماعی، و هم همزمان از دانلودهای رایگان استفاده کند. تبلیغات پیوندی که بازدیدکننده را به صفحه‌ی دیگری ببرد هم کاملاً مردود است. این کار فقط باعث می‌شود حواس بازدیدکننده پرت شود و نتواند به درستی محصولات/خدمات شما را درک کند.

نکته‌ی حرفه‌ای: از اضافه کردن تبلیغ زیاد به صفحه‌ی فرود پرهیز کنید چون بازدیدکننده محتوا لازم دارد نه تبلیغ

در بسیاری مواقع، صفحه‌ی فرود تنها فرصت موجود برای تأثیرگذاری مثبت و ایجاد انگیزش و جاذبه است. گرچه شاید

بهینه‌سازی صفحه‌ی فرود کار پیچیده‌ای به نظر برسد، ولی مهمترین نکته، درک کردن کاربر است.



بعضی‌ها، دانلود رایگان کمک زیادی می‌کند، اما برای بعضی دیگر کافی نیست. لازم است که خودتان هم تحقیق کنید و از درگاه جستجوی داخلی خودتان هم سرنخ‌هایی بگیرید. از تست A/B استفاده کنید تا مطمئن شوید روی پرسودترین فرایند بهینه‌سازی تمرکز می‌کنید.

نکته‌ی حرفه‌ای: اگر ممکن است از گوگل آنالیتیکس برای بهبود فرایند بهینه‌سازی صفحه‌ی فرود کمک بگیرید.

صنعت شما هر چه که باشد، مشتری همیشه به دنبال نوعی پیشنهاد ویژه روی محصولات/خدمات است. سعی کنید از هر فرصتی برای ارائه دادن این پیشنهادها و گرفتن واکنش (engagement) استفاده کنید. اگر پیشنهاد ویژه‌ای در صفحه‌ی تشکر قرار دهید احتمال بیشتری دارد مشتری به وبسایت بازگردد تا آنکه فقط یک قدردانی ساده کرده باشید. واکنش‌دهی مشتری برای هر کسب‌وکاری حیاتی است و یادتان باشد که مشتری کنونی بیشتر و بهتر به کسب‌وکار شما رونق می‌دهد تا مشتری جدید.

نکته‌ی حرفه‌ای: وقتی مشتری سر از صفحه‌ی تشکر درمی‌آورد همیشه می‌توانید از او بخواهید که نظرش را بگوید.

۵. سلسله‌مراتب نادرست در صفحه‌ی فرود

هر صفحه‌ی فرود موفق از سلسله‌مراتب استاندارد از محتوا بهره می‌گیرد. مثلاً تا وقتی که بازدیدکننده درک نکرده که چه مزایایی دریافت می‌کند نمی‌توانید از او بخواهید که فرم پیوستن/ثبت‌نام را پر کند. خودتان را جای بازدیدکننده بگذارید و به این فکر کنید که از



You're Special!

پیشنهاد ویژه



۷ تفکر اشتباه در مورد

بازاریابی ایمیلی

اشتباه
اول

مشتریان همیشه
غرق در خواندن
ایمیل‌های برندها
هستند

60%

از این افراد کمتر از ۶ ایمیل در روز
از برندهای مورد اعتماد خود دریافت می‌کنند

در حالی
که

از آن‌ها حد اکثر ۳ مورد از
آن ایمیل‌ها را باز می‌کنند

70%



اشتباه دوم

بهترین زمان برای فرستادن ایمیلها ۳ بعد از ظهر پنجشنبه است

85%

درصد از ایمیلها ۲ روز بعد از دریافت، باز می‌شوند اما...

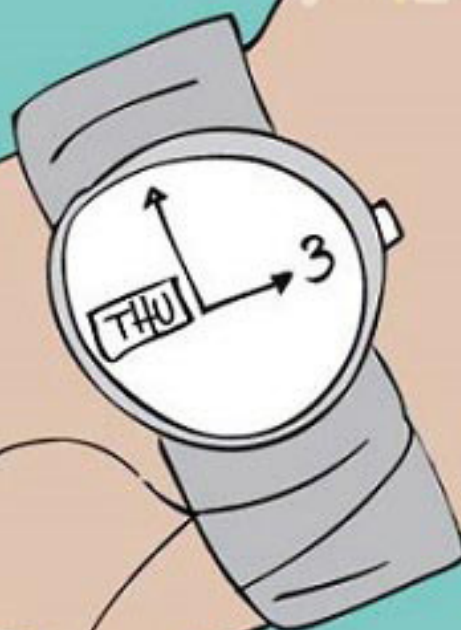
فقط 21%

از خریدهها ۲ روز بعد از دریافت ایمیل اتفاق می‌افتد

9

32%

از خریدهها ۲ هفته بعد!



اشتباه سوم

پس از ۶ ماه
برای کاربران
غیرفعال خود
ایمیل نفرستید

من هنوز
نمرده‌ام!



۲۰ درصد از کاربران غیر فعال شما بعد از ۶ ماه ایمیل‌های شما را باز می‌کنند.

اشتباه چهارم

همه مصرف کنندگان
ایمیل‌های شما را در
پوشه‌ی اسپم قرار
می‌دهند



کمتر از ۱۰ درصد از هر دو هزار نفر، عمداً ایمیلی را در پوشه‌ی اسپم قرار می‌دهند!

اشتباه پنجم

اگر برندها ایمیل
بیشتری بفرستند،
مصرف کنندگان کمتر
به آنها توجه می‌کنند

فرستادن **۴ ایمیل** در ماه به جای
یک ایمیل، تعداد مصرف کنندگانی که یک
یا دو ایمیل شما را باز می‌کنند را **۲** برابر
می‌کند و در نتیجه درآمد هم **۲ برابر** می‌شود.

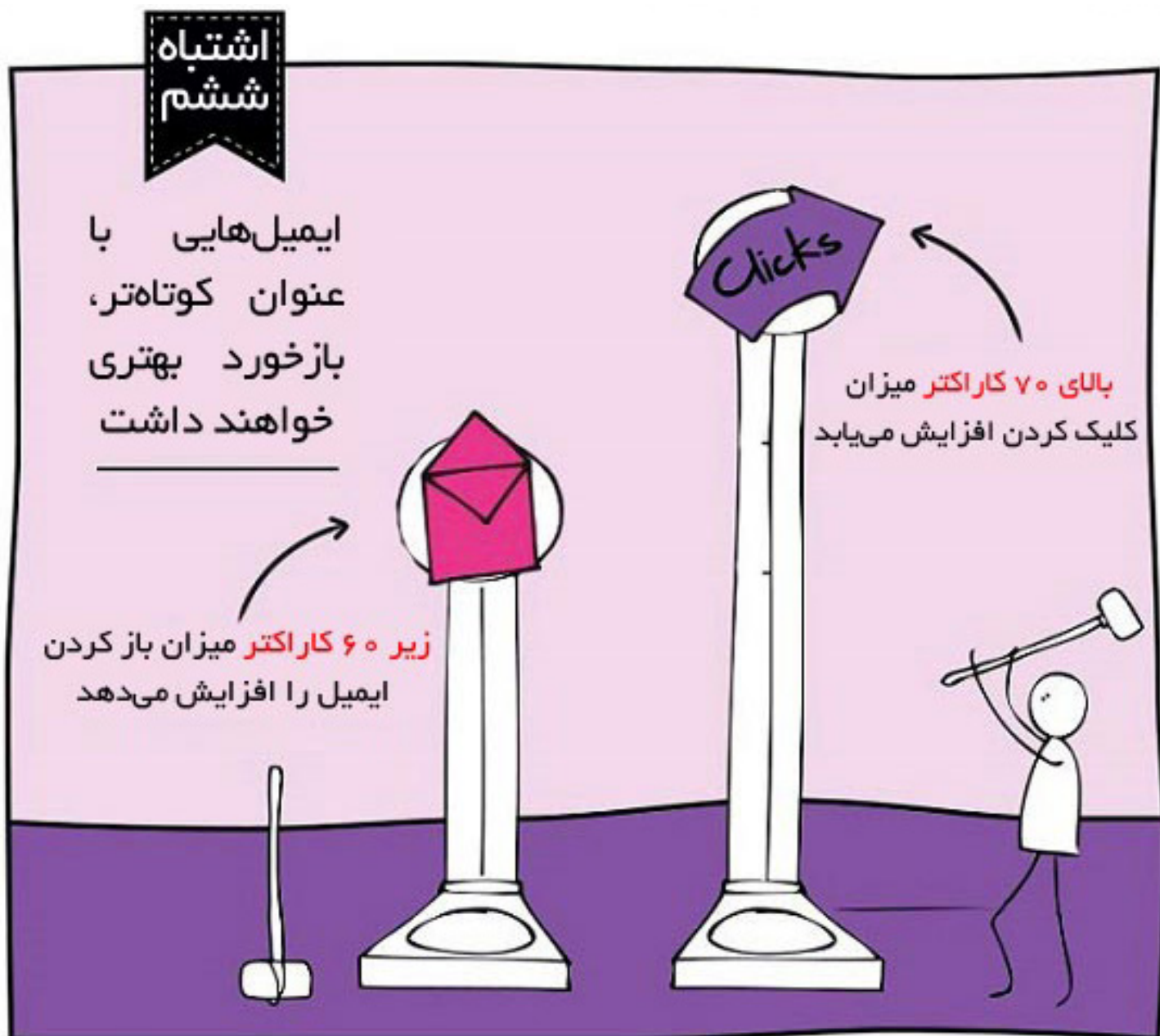


اشتباه ششم

ایمیل‌هایی با
عنوان کوتاه‌تر،
بازخورد بهتری
خواهند داشت

زیر ۶ کاراکتر میزان باز کردن
ایمیل را افزایش می‌دهد

بالای ۷۰ کاراکتر میزان
کلیک کردن افزایش می‌یابد



اشتباه هفتم

ایمیل‌ها فقط به
دلیل عنوان‌شان
در پوشه‌ی اسپم
قرار می‌گیرند



تنها کلمات استفاده شده برای عنوان
ایمیل، در قرار گیری ایمیل شما در
پوشه‌ی اسپم تاثیر ندارند!