



جزوه درس سیستم های مدیریت محتوا

مقطع کاردانی

دانشگاه فنی و حرفه ای دختران اهواز

مدرس: زارعی

Marziyeh.zareie@gmail.com

www.m-zareie.ir



سیستم های مدیریت محتوا چیست؟

سیستم مدیریت محتوا، ترجمه عبارت content management system یا CMS است، که به معنای سیستم نرم افزاری ای است که به کمک آن محتوا مدیریت می شود و به نرم افزارهایی گفته می شود که نظام قابل مدیریتی را در ثبت، بروزرسانی و بازیابی محتوا فراهم می آورند. این نرم افزارها الزاما وابسته به وب نیستند و برنامه های کاربردی مدیریت محتوای وب سایت های اینترنتی، صرفا یک نمونه از این گونه سیستم های مدیریت محتوا می باشد. لکن در کشور ما ایران، بعلت گسترش این شاخه از نرم افزارهای سیستم مدیریت محتوا، عبارت cms تنها به نرم افزارهای مدیریت وب سایت اطلاق می شود.

cms یا سیستم مدیریت محتوا چرخه زندگی صفحات وب سایت اینترنتی را از لحظه ایجاد تا زمان انقراض در بر می گیرند و به صاحبان این وب سایت ها، که لزوما آشنای با مباحث تخصصی اینترنت، وب و برنامه نویسی تحت وب نیستند، اجازه می دهند تا بتوانند سایت های خود را به نحوی حرفه ای مدیریت کنند.

سیستم مدیریت محتوا تحولی شگرف در زمینه طراحی و مدیریت وب سایت های اینترنتی به شمار می آید. امروزه توقع بینندگان سایت های وب بسیار بالا رفته و دیگر مرور وب سایت هایی با صفحات ثابت و راکد هیجانی در آنها ایجاد نمی کند. امروز کاربران به دنبال سایت هایی می گردند که بتوانند به نوعی در گوشه ای از آن سهمی داشته باشند و ارائه محتوی، مطالب و اطلاعات جدید در هر بار رجوع کاربران به وب سایت، می تواند آنها را پایبند سایت نماید.

یکی از مشکلاتی که تا امروز به نوعی باعث می شد تا افراد کمتری به فکر داشتن یک وب سایت اینترنتی بيفتند هزینه های بالای طراحی آن بوده، به عنوان نمونه برای طراحی وب سایت های اینترنتی، سابق بر این تعدادی نیروی متخصص طراح وب، مشغول طراحی آن در چندین ماه و رفع ایراد و پشتیبانی از وب سایت می شدند لذا هزینه طراحی و پشتیبانی وب سایت بالا بود، ولی امروزه با در دسترس بودن سیستم های مدیریت محتوا دیگر چنین مشکلی وجود ندارد.

در سال 1995 تعداد کاربران اینترنتی تنها 13 میلیون نفر در سراسر جهان را شامل می شد، این در حالی است که این رقم در سال 2005 یعنی فقط ده سال بعد به 1 میلیارد نفر رسید. این رشد انفجاری موجب شد تا کاربران زیادی به لزوم استفاده از اینترنت و وب پی برده و در

فاصله این

سالها ، تعداد صفحات وب بر روی شبکه جهانی وب ، به 60 میلیارد صفحه رسید . این نیاز روز افزون، شرکتهای طراح وب را بر آن داشت تا با طراحی و پیاده سازی نرم افزارهای جامع همه منظوره که منطبق بر نیاز اغلب مشتریان باشد و به صورت قالبی منعطف بتوان بیشتر وب سایتهای اینترنتی را با آنها راه اندازی کرد . اینگونه نرم افزارها را بعدها نرم افزارهای مدیریت محتوا یا سیستم مدیریت محتوا (CMS) نامیدند .

اما ایراد نرم افزارهای مدیریت محتوا این بود که یک تعامل یک سویه با مخاطبان برقرار می نمودند و فقط در راستای ارائه محتوی و اطلاع رسانی به ایشان ، طراحی و پیاده سازی شده بودند . این در حالی بود که بازدیدکنندگان وب ، به دنبال سایتهایی بودند که به نوعی در گوشه ای از آن سهمی داشته باشند . با توجه به این موضوع ، نرم افزارهای مدیریت محتوای تحت وب ، با قابلیت های برقراری ارتباط دو سویه با کاربران ، پا به عرصه وجود گذاشتند و با ارائه سرویسهای دو سویه ، مخاطبان سایت را در بروزرسانی محتوای سایت سهیم کردند .

در کشور ما ایران نیز ، پس از استفاده از سیستم های مختلف مدیریت محتوای غیر بومی و انواع نرم افزارهای اینترنتی خارجی ، نیاز مبرمی به نرم افزار مدیریت محتوای بومی احساس می شد تا بتواند منطبق با سلیقه ها ، نیازها ، قوانین و مقررات بانکی و دولتی داخلی ، پاسخگوی درخواست مشتریان باشد . با توجه به این مهم ، برخی از شرکتهای داخلی اقدام به طراحی و پیاده سازی نرم افزارهای مدیریت محتوا نمودند.

چرا شما یک CMS لازم دارید ؟

اگر سایت شما هر چند وقت یکبار (مثلا هر دو هفته) به روز میشود میتوانید بجای اینکه هر بار به یک شرکت طراحی وب مراجعه کنید ، خودتان با نصب یکی از این برنامه های مدیریت محتوا ، تغییراتتان را روی سایت اعمال کنید .

اگر شما سایت خود را اصلا بروز نمیکنید ، باید کم کم به فکر بیافتید ، چون بیننده های شما وقتی همیشه با یک صفحه همیشگی روبرو شوند کم کم شما را فراموش میکنند ، چون چیز جدیدی برای عرضه ندارید .

یک CMS چه امکاناتی دارد ؟

طیف وسیعی از امکانات . اکثر CMS ها در ورژن های مختلف و با قابلیت های مختلف به بازار عرضه میشوند . البته قابلیت بروز کردن اطلاعات در همه مشترک است اما قابلیت های ویژه دیگری دارند که با قیمت های مختلف بشما پیشنهاد میدهند . از جمله:

- 1- مدیریت اطلاعات فرستاده شده توسط کاربران و تایید اطلاعات
- 2- چند زبانه بودن
- 3- ایجاد نقشه سایت داینامیک
- 4- امکان ایجاد تجارت الکترونیک یا فروشگاه مجازی
- 5- ایجاد فرم برای دریافت اطلاعات کاربران
- 6- بهینه سازی تصاویر آپلود شده
- 7- ایجاد و بروز کردن متا تگ ها
- 8- امکان جستجو در مطالب سایت
- 9- امنیت بیشتر
- 10- گزارش آمار بازدید از صفحات
- 11- و

تشریح عملکرد CMS

نحوه عملکرد سیستم مدیریت محتوا را می توان به بخش های زیر تفکیک نمود که در ادامه توضیح داده خواهد شد:

الف) ایجاد محتوای وب سایت

ب) مدیریت محتوای سایت

ج) انتشار مطالب

د) نمایش مطالب در سایت

الف) ایجاد محتوای وب سایت:

در سیستم مدیریت محتوا، محیطی بسیار ساده و کاربردی برآحتی کار کردن با نرم افزار **word** پیاده سازی شده است. در واقع بدون نیاز به داشتن دانش فنی و یا اطلاعات تخصصی و یا حتی آشنایی با دستورات **HTML** تنها نیاز دارید که عبارات مورد نظر خود را وارد نمایید. همچنین سیستم مدیریت محتوا به شما امکان مدیریت ساختار صفحات وب سایت را می دهد. بطور مثال، کدام صفحات نمایش داده شوند، ویا کدام صفحات به هم لینک داده شوند.

همچنین قابلیت ساده کپی کردن مطالب (drag-and-drop) ، بدون برهم خوردن ساختار آنها، نیز امکان پذیر است.

همچنین امروزه اکثر CMS ها محیط طراحی مبتنی بر وب را پشتیبانی می نمایند و امکان مدیریت محتوا و مطالب سایت را از راه دور فراهم می آورند.

در واقع یکی از ویژگی هایی که باعث محبوبیت CMS ها شده است، محیط نوشتاری و مکانیسم ساده جهت وارد نمودن محتوای سایت و نگهداری ساده وب سایت می باشد.

(ب) مدیریت محتوای سایت:

صفحات مختلف و مطالب مرتبطی که وارد می شوند، در هسته مرکزی CMS ذخیره می شوند. در واقع تمام مطالب و تنظیمات مرتبط با هر صفحه در آنجا ذخیره می شوند.

ذخیره سازی تمامی اطلاعات در یک هسته مرکزی، باعث ایجاد ویژگی های کاربردی زیر می گردد:

- امکان ردیابی تغییرات اعمال شده در تمامی صفحات توسط کارمندان و تاریخ اعمال آخرین تغییرات
- امکان محدود کردن دسترسی کاربران به صفحات خاص
- یکپارچه سازی با منابع اطلاعاتی موجود و سیستم های IT

هنگامی که صفحه ای ایجاد می شود، بصورت اتوماتیک صفحه به قسمت مدیریت وارد ارسال می شود و مدیر مربوطه می بایست آن را تایید نماید. سپس به تیم بررسی برای بازنگری نهایی ارسال شده و سرانجام پس از بازبینی نهایی و انجام اصلاحات در سایت منتشر می گردد.

با بکارگیری سیستم مدیریت محتوای CMS مراحل فوق را بصورت اتوماتیک مدیریت نموده و قسمت های مختلف را به اشخاص مربوطه ارسال میکنند.

در واقع با این کار، امکان مدیریت سایت توسط افراد بیشتری، به راحتی فراهم شده و در نتیجه آن، نظارت دقیق روی کیفیت، صحت و پایداری اطلاعات صورت خواهد گرفت.

ج) انتشار مطالب در سایت:

پس از آماده شدن و تایید نهایی محتوا، شما می توانید تصمیم بگیرید که مطالب چه زمانی در سایت به نمایش گذاشته شوند.

سیستم مدیریت محتوا، شامل موتورهای انتشار بسیار قوی بوده که باعث می شود هنگام انتشار مطالب در سایت، لایه ها و ظاهر صفحات سایت را مدیریت نمایید.

با توجه به متعدد بودن طراحی ها، CMS امکان ایجاد و تغییر ظاهر صفحات سایت را به راحتی مطابق سلیقه شما فراهم میکند. در واقع شما تصمیم میگیرید که کدام مطلب در کدام بخش سایت به نمایش گذاشته شود.

در نتیجه CMS، بصورت کاملا اتوماتیک انتشار مطالب را در سایت بعهدہ گرفته و کافی است شما تنها روی مطالب سایت تمرکز کرده و سپس مطالب را در جایگاه خود در سایت بارگذاری خواهید نمود.

د) نمایش مطالب در سایت:

سیستم مدیریت محتوی، همچنین ویژگی دیگری جهت بالا بردن کیفیت و تاثیرگذاری سایت را ارائه می دهد.

بعنوان مثال، CMS امکان نمایش سایت را مرورگرهای (browser) متفاوت را پشتیبانی می کنند. همچنین امکان داشتن سایت پویا (Dynamic) را فراهم میکنند.

سناریو های متفاوت سیستم های مدیریت محتوا:

CMS ها بر اساس سناریو ها و اهداف اشخاص و یا شرکت ها کاربردهای متفاوتی دارند.

بعنوان نمونه، سازمانی با نام اختصاری

، AIIM (Association For Information and Image Management)

دو سرویس متفاوت

(ECM Enterprise Content Management) و

WCM(Web Content Management) را با ویژگی ها متفاوت ارائه داد که امروزه به نام ویکی پدیا (Wikipedia) شناخته می شود.

طبق تعریف شرکت گارتنر، مدیریت محتوای سازمانی (ECM) ، یک کلاس از فناوری است که 5 کارکرد عمده را پوشش می دهد؛

- تولید محتوا،
- پردازش محتوا،
- توزیع محتوا،
- ذخیره سازی محتوا،
- و دسترسی به محتوا.

در تعریف دیگری توسط سازمان AIIM ، مدیریت محتوای سازمانی یک کلاس از فناوری است که شامل استراتژی ها، روش ها و ابزارهایی می شود به منظور دریافت، مدیریت، ذخیره سازی، نگهداری و در اختیار قرار دادن محتوا و مستنداتی که مربوط به فرآیندهای سازمانی است. در تعریف دوم، عنصر «تولید محتوا» به عنوان یک ویژگی ECM ذکر نشده است. با دقت در تعاریف فوق، و با توجه به ویژگی های ابزارهای این حوزه، می توان گفت که مدیریت محتوای وب (WCM) یک زیرحوزه ی نسبتاً مستقل از مدیریت محتوای سازمانی (ECM) محسوب می شود.

مهم ترین ویژگی های سیستم مدیریت محتوا

- اقلام اطلاعاتی و ارتباط بین آنها را مدیریت می کند.
- امکان تعریف هر جز (یا صفحه) و موقعیت آنها بر روی سایت را در اختیار کاربر قرار می دهد.
- ارتباطات مورد نیاز و کامل بین صفحات و اطلاعات موجود در آنها را ایجاد می کند.
- ایجاد و ویرایش صفحات، کارکرد اصلی این سیستم است.
- بین دسترسی و بایگانی یکپارچگی ایجاد می کند.
- دارای موتور برای انتشار و ایجاد صفحات اینترنتی است

مزایای استفاده از سیستم مدیریت محتوا نسبت به طراحی سایت اختصاصی

در موارد نادری، ممکن است وب سائیتی که در نظر دارید تا طراحی و پیاده سازی نمایید، در بستر سیستم های مدیریت محتوا قابل تعریف نباشد (وب سایت خاص منظوره) که طبیعتا نیاز به برنامه نویسی اختصاصی خواهید داشت. ولی در اکثر مواقع وب سائیتی که می خواهید، با استفاده از سیستم های مدیریت محتوای موجود قابل اجراست.

مزایای استفاده از سیستم های مدیریت محتوا:

مزایای استفاده از نرم افزار سیستم مدیریت محتوا (CMS)، نسبت به طراحی سایت اختصاصی عبارت اند از:

1. صرفه جویی در زمان ایجاد و به روزرسانی وب سایت ها:

در حالی که طراحی و پیاده سازی یک وب سایت اینترنتی به صورت اختصاصی، ماهها به طول می انجامد، قراردادن اطلاعات سایتتان در قالب یک سیستم مدیریت محتوا (CMS) از پیش طراحی شده، بیش از یکی دو هفته طول نخواهد کشید. این صرفه جویی در زمان، احتمالا محرک بسیار خوبی برای طراحی وب سایت شما با یک نرم افزار مدیریت محتوا یا CMS است. یک سیستم مدیریت محتوای حرفه ای کلیه نیازهای مشتریان را پیش بینی کرده و پس از درخواست مشتری برای طراحی وب سایت، کافی است نسخه ای از یک وب سایت طراحی شده توسط نرم افزار CMS، بر روی وب قرار گیرد. با این توصیف هزینه طراحی و پیاده سازی یک وب سایت اینترنتی به شدت کاهش می یابد.

2. پشتیبانی مطمئن تر:

با توجه به اینکه طراحی وب سایت های اختصاصی، معمولا یک بار برای شما و متناسب با نیاز شما انجام می شود و برای سایرین کاربردی ندارد، لذا چنانچه تیم طراح سایت از پشتیبانی آن سر باز زد، کس دیگری نیز نخواهد توانست وب سائیتی که دیگران نوشته اند را پشتیبانی کند لذا نمی توانید تجارت خود را بر این اساس پایه ریزی نمایید. این در حالی است که شرکتهای طراحی وب سایت که صاحب سیستم های مدیریت محتوا می باشند، با تعداد زیادی مشتری مواجه اند که قبلا برای ایشان از این نرم افزار استفاده نموده اند. طبیعتا این شرکتهای می بایست

پشتیبانی کاملی از سیستم مدیریت محتوای خود به عمل آورند تا شانس باقی ماندن در بازار پر رقابت امروز را داشته باشند.

3. انعطاف پذیری بیشتر :

سیستم های مدیریت محتوا ، بسیار انعطاف پذیرتر از وب سایت های خاص منظوره اند ، چرا که تیم های تحلیل یک سیستم مدیریت محتوا ، می بایست انواع وب سایت های قابل راه اندازی با نرم افزار را در نظر گرفته و راهکارهایی را پیشنهاد کنند که طی آن پیاده سازی یک وب سایت اینترنتی با ترکیب قابلیت های نرم افزار ، قابل پیاده سازی باشد. لذا می بایست از مستندات ، آموزش و سادگی بیشتری برخوردار باشند.

4. امنیت بالاتر وبسایت :

با عنایت به اینکه تعداد زیادی وب سایت به کمک سیستم های مدیریت محتوا راه اندازی شده است ، لذا شرکت طراح دائما در حال رفع ایراد ، ارتقاء قابلیت ها و افزایش امنیت آن است . به عبارت بهتر باید گفت ، چنانچه یک وب سایت اینترنتی خاص منظوره طراحی شده توسط یک شرکت طراح سایت ، هک شود ، قابل مقایسه با هک شدن نرم افزاری نیست که صدها ، بلکه هزاران وب سایت از آن استفاده نموده و هک شدن سیستم مدیریت محتوای مورد استفاده در طراحی آن ها به معنای هک شدن تمامی آن وب سایت های اینترنتی خواهد بود ، بنابراین برای تیم طراح معقول خواهد بود که زیر بار هزینه های هنگفت امنیت رفته و نرم افزار مدیریت محتوای خود را امن کنند. این در حالی است که برای یک تک سایت ، احتمالا ، نه برای شرکت طراح وب و نه برای مشتری ای که سایت برای وی طراحی و پیاده سازی می شود ، به صرفه نخواهد بود که پذیرای هزینه بالایی برای امنیت باشند.

5. شما می دانید و می بینید چه چیزی را خریداری می نمایید :

وقتی شما از یک شرکت طراح سایتی می خواهید تا وب سایت اختصاصی برای شما طراحی کنند ، نمی دانید نهایتا برآیند تلاشهای انجام شده بعد از چندین ماه در آن شرکت چه خواهد شد و آیا محصول نهایی ، همان چیزی است که شما در ذهن می پرورانید . این در حالی است که وقتی شما طراحی سایت خود را با یک سیستم مدیریت محتوا یا CMS انجام می دهید ، می

دانید و می بینید چه چیزی را خریداری می کنید. بنابراین به جای تصمیم گیری انتزاعی و بدون نگرش ، می توانید یکی از نرم افزارهای مدیریت محتوای موجود را انتخاب کنید.

6. وجود مستندات ، راهنما و آموزش کافی :

شرکت های طراحی وب سایت های اینترنتی ، برای ارائه آموزش به کاربران سیستم مدیریت محتوای خود ، مستنداتی را فراهم می آورند ، تا مدیران وب سایت های اینترنتی با مراجعه به این راهنماها یا مستندات ، بتوانند بدون وابستگی به تیم پشتیبانی شرکت طراح سایت ، وب سایت اینترنتی خود را مدیریت نموده و محتوای وب سایت را آپدیت نمایند ، اما داستان برای یک وب سایت اختصاصی ، به شکل کامل متفاوت بوده و تیم برنامه نویسی ، فرصت زیادی برای تولید محتوای مستنداتی که صرفاً در یک وب سایت اینترنتی مورد استفاده قرار می گیرد ، نخواهند گذاشت.

انواع سیستم های مدیریت محتوا

1- سیستم مدیریت محتوای سازمانی :

سیستم مدیریت محتوای سازمانی سیستمی است که مراحل ایجاد ، مدیریت ، ذخیره سازی ، نگهداری و ارایه محتوا به مفهوم وسیع آن یعنی کلیه مکاتبات ، ارتباطات ، تصاویر و فیلم های مربوط به رویدادها و جلسات و نیز مستندات مربوط به فرایندهای سازمان را مکانیزه می کند.

2- سیستم مدیریت محتوای مولفه ای :

در این سیستم مدیریت محتوا ، محتوا در سطوح زیر مستندات برای استفاده مجدد ذخیره و مدیریت می شود.

این نوع از سیستم های مدیریت محتوا 5 عملکرد اصلی دارند :

ابقای امنیت

مدیریت موضوع

مدیریت سرور

مدیریت بازرسی

3- سیستم مدیریت محتوای وب (webcms):

سیستم مدیریت محتوای وب، یک CMS است که جهت ایجاد و مدیریت محتوای متناسب با وب بکار می رود. Wcms ها جهت مدیریت حجم بالایی از داده های پویا که قابلیت نمایش در محیط وب را دارند بکار می روند. همچنین روند ایجاد، ویرایش، مدیریت نگهداشت پایگاه های اطلاع رسانی را تسهیل می کنند. سیستم مدیریت و محتوای وب ابزار نگارش و سهولت استفاده را برای کاربرانی با دانش فنی محدود فراهم می آورد. از امکانات این دسته از سیستم های مدیریت محتوا می توان به موارد ذیل اشاره داشت:

قالب های خودکار

قابلیت ویرایش آسان محتوا

مجموعه ویژگی های قابل تنظیم

قابلیت ارتقاء جهت تطبیق با استاندارد های وب

مدیریت گردش کار

مدیریت اسناد

مجزای سازی محتوا

انواع سیستم های مدیریت محتوا به لحاظ نرم افزاری

سیستم های مدیریت محتوا یا CMSها دارای انواع گوناگونی هستند. از نظر طرز تلقی نرم افزار از محتوا و سیاست کلی و محوری به روزرسانی، سیستم های مدیریت محتوی می توانند در یکی از دسته های زیر طبقه بندی شوند:

• سیستم مدیریت محتوای صفحه محور (page base cms):

این نرم افزارهای مدیریت محتوا (CMSها) واحد اطلاعاتی وب سایت را صفحه در نظر گرفته اند. به عبارت دیگر سایت را هویتی متشکل از صفحات می دانند و لذا تمام سعی خود را مصروف مدیریت صفحه می کنند و به مدیر سایت امکان ایجاد صفحاتی مجزا، دارای لینک به دیگر

صفحات ، و قابل ذخیره سازی روی سرور هاست به یکی از فرمت های `htm` , `html` , `asp` , `php` , `jsp` , ... را می دهند . نقطه کمال اینگونه سیستم های مدیریت محتوا یا CMS ها حداکثر پیاده سازی محیطی با توانایی های `macromedia dreamwaver` است . جستجو در این سایت ها بر اساس اطلاعات متنی موجود در صفحات است و عبارت `search` شده را در هر صفحه ای که یافت ، لینک آن صفحه را خواهد آورد . استفاده از اینگونه نرم افزارهای مدیریت محتوا دارای ویژگی ها و مزایا و معایبی است :

■ با اینگونه سیستم های مدیریت محتوا یا CMS ها می توان وب سایت های مقیاس کوچک (`small web`) - از 10 صفحه تا 100 صفحه - و وب سایت های مقیاس متوسط (`medium web`) - از 100 صفحه تا 1000 صفحه - را پیاده سازی کرد . لکن راه اندازی سایت های مقیاس بزرگ (`large web`) - از 1000 تا 10000 صفحه - و بالاتر با چنین سیستم های مدیریت محتوایی میسر نیست. زیرا اینگونه نرم افزارهای مدیریت محتوی ، اصولا از بانک اطلاعاتی استفاده نمی کنند و ایجاد صفحات بصورت دستی است .

■ اینگونه سیستم های مدیریت محتوا یا CMS ها ، انعطاف پذیری فوق العاده ای در طراحی دلخواه ظاهر گرافیکی صفحات اصلی و صفحات داخلی وب سایت در اختیار می گذارند ، به نحوی که کاربر می تواند هر کدام از صفحات داخلی خود را به نحو دلخواه طراحی کند. البته تغییر کلیات گرافیکی وب سایت از صفحات اول به صفحات داخلی ، در هیچ وب سایت رسمی جایگاهی ندارد و اگر در سایتی مانند `yahoo` با حرکت به صفات داخلی شمای وب سایت عوض می شود به این خاطر است که مثلا بخش آب و هوای `weather.yahoo.com` خود در واقع وب سایتی مجزا با کارکردی مجزا است که بصورت زیرمجموعه ای از مجموعه عظیم یاهو دیده می شود .

■ کاربری که قصد دارد سایت خود را با چنین نرم افزارهای مدیریت محتوایی مدیریت کند ، باید تا حدود زیادی از طراحی وب و `html` سر در بیاورد . به عبارت دیگر کاربری این سیستم های مدیریت محتوا ، مانند کاربری `microsoft front page` یا `macromedia dreamwaver` می باشد با این تفاوت که این نرم افزار تحت وب است . امروزه که نرم افزارهای `microsoft front page` یا `macromedia dreamwaver` خود امکان اتصال با وب هاست را دارند و کسی که به کاربری آنها آشنا باشد براحتی می تواند از روی کامپیوتر خود سایت

را بصورت page base مدیریت کند ، نیازی به خرید نرم افزار سیستم مدیریت محتوای تحت وب به شکل صفحه محور نیست .

• سیستم مدیریت محتوای قابلیت محور (future base cms):

این گونه سیستم های مدیریت محتوا یا cmsها بر اساس قابلیت های مورد نیاز مشتریان بنیان گذاری شده اند . به عبارت دیگر اکثر وب سایتهای اطلاع رسانی و پرتال های اینترنتی متشکل از بخش های مختلفی می شوند که معمولا عبارت است از : مدیریت منو ، مدیریت گالری تصاویر یا آلبوم عکس ، مدیریت اعضا ، مدیریت لینکستان و ... بنابراین ، در اینگونه از نرم افزارها ی مدیریت محتوا ، مدیر سایت ، صفحات را مدیریت نمی کند ، بلکه با استفاده از قابلیت های مذکور ، محتوا را وارد در ساختار بانک اطلاعاتی می نماید و سپس خود نرم افزار مدیریت محتوا یا cms ، اطلاعات را در قالب صفحات سازماندهی خواهد کرد .

به این ترتیب مدیر وب سایت بدون آشنایی با آنچه در پس پرده مسائل فنی اتفاق می افتد اطلاعات را در فرم ها وارد کرده و سیستم با ذخیره سازی این اطلاعات در بانک اطلاعاتی ، سایت را سازماندهی می کند . محاسن و معایب این گونه از نرم افزارهای مدیریت محتوا عبارتند از :

■ با اینگونه سیستم های مدیریت محتوا یا cmsها می توان علاوه بر سایت های مقیاس کوچک و مقیاس متوسط ، وب سایت های مقیاس بزرگ (large web) - از 1000 تا 10000 صفحه - و بالاتر را نیز به راحتی طراحی و پیاده سازی نمود . زیرا اینگونه نرم افزارهای مدیریت محتوا ، اصولا از بانک اطلاعاتی استفاده می کنند و ایجاد صفحات بصورت اتوماتیک است .

■ اینگونه نرم افزارهای مدیریت محتوا یا cmsها انعطاف زیادی در طراحی ظاهر گرافیکی ساختار کلی سایت ندارند و لذا همیشه شمای گرافیکی ثابتی بر همه صفحات حاکم است . گرچه طراحی داخلی صفحات می تواند بسیار قوی انجام شود .

■ کاربری که قصد دارد وب سایت خود را با چنین سیستم مدیریت محتوایی مدیریت کند ، لازم نیست از مسائل فنی طراحی وب و html سر در بیاورد . زیرا این کار به صورت اتوماتیک و پشت صحنه برای وی انجام می شود .

■ اصولاً کاربری و کار با این نرم افزارهای مدیریت محتوا قابلیت محور آسان تر ، دلپذیر تر و کاربر پسندتر می باشد ، زیرا برای ایجاد یک خبر ، به راحتی وارد بخش مدیریت اخبار شده و خبر مورد نظرتان را ایجاد می کنید و کاربران می دانند که برای ایجاد هر تغییری به چه بخشی نیاز دارند.

کاربرد دیگر سیستم های مدیریت محتوا:

کاربرد دیگر CMS ، مشابه کاربرد WCM (Web Content Management System) که توسط شرکت AIIM ارائه شده، می باشد.

در واقع در اینجا مقصود از CMS ، نرم افزار تحت وبی می باشد که امکان مدیریت محتوای وب را برای کاربرانی که آشنایی اولیه با زبان HTML ندارند، با سطوح دسترسی متفاوت فراهم مینماید.

بطور نمونه، امکان ایجاد، ویرایش و با آرشیو صفحات وب ویا مقالات را به کاربران میدهد.

مفهوم ECM / ECMS

امروزه توسعه های متفاوتی از نرم افزارهای منبع باز (open source) سیستم مدیریت محتوا وجود دارد. برخی از این توسعه ها مناسب عملکردهای ساده و پایه و مناسب سازمانهای کوچک بوده، توسعه دیگر دارای عملکردهای پیشرفته تر و مناسب سازمان های بزرگ و پیچیده تر می باشند که به اصطلاح ECM ، (Enterprise Content Management System) نامیده می شوند.

مفهوم ECM / ECMS را میتوان به سه دسته زیر تقسیم بندی نمود:

- نرم افزار کاربردی سیستم مدیریت محتوا با قابلیت ذخیره تمامی گزارش ها و لاگ ها جهت سازمان های بزرگ وبا سیستم های مدیریت محتوای بسیار بزرگ. درواقع ECM زیرساخت لازم برای دنیای جدید تکنولوژی اطلاعات را ارائه می دهد.
- نرم افزار کاربردی با ویژگی های متعدد جهت سیستم مدیریت محتوای بزرگ مناسب فرایندها و ارگانهای سازمانی، مزیت آن این است که برای هر کارایی، تنها یک سرویس

کلی در دسترس است. بنابراین از خدمات زائد، گران و مشکل برای به دست آوردن عملکردهای مشابه، اجتناب می‌شود.

- نرم افزار کاربردی با ابزارها و قابلیت‌هایی جهت مدیریت، ذخیره سازی مطالب و مستندات متناسب روندها و فرایندهای ارگانهای داخلی شرکت، ECM به عنوان یک منبع ذخیره سازی استفاده می‌شود که همه اطلاعات موجود در شرکت را در یک منبع با یک ساختار یکنواخت ترکیب و ذخیره می‌کند. اطلاعات زائد، پرهزینه و مشکلات همراه با آن بطور اتوماتیک حذف می‌شوند. کلیه برنامه های کاربردی، محتوای خود را به یک مخزن واحد می‌فرستند که این مخزن هم به نوبه خود اطلاعات مورد نیاز را به کلیه نرم افزارهای کاربردی ارائه می‌کند.

بنابراین ECM مجموعه‌ای از اجزای زیرساختی است که با یک مدل چند لایه‌ای سازگار می‌شود و کلیه تکنولوژی‌های مرتبط با اسناد (DRT) را برای بکارگیری، انتقال و مدیریت داده‌هایی که ساختار ضعیف دارند، در برمی‌گیرد.

توجه به این امر ضروری است که در این مقاله مشهورترین کاربرد CMS ها، یعنی ایجاد وبلاگ ، مقالات، فروشگاه ها ویا رویدها، تخصیص سطوح دسترسی، ایجاد، ویرایش و یا آرشیو نمودن مطالب در مدیریت محتوا مورد بحث می باشند.

کاربرد ها و مزایای تجاری استفاده از CMSها:

استفاده از سیستم مدیریت محتوا کارایی متعدد و مزیت های بسیاری دارد. از جمله برخی از مزایا و کاربردهای CMS در شرکت ها به شرح زیر می باشد:

- ساده تر کردن فرآیند طراحی وب سایت
- صرف زمان کوتاه تر جهت ایجاد صفحات جدید و یا تغییرات
- ثبات بیشتر
- هدایت آسانتر کاربران میان بخش های مختلف
- افزایش پایداری وب سایت
- پشتیبانی از طراحی غیر متمرکز
- امنیت بیشتر

- اجتناب از بکاربردن اطلاعات تکراری و زائد
- قابلیت رشد و توسعه ساده تر وب ساده
- کاهش هزینه های نگهداری سایت

فراتر از همه موارد ذکر شده، مهمترین قابلیت سیستم مدیریت محتوا (CMS) ، پشتیبانی از استراتژی ها و اهداف متعدد سازمان ها در طراحی وب سایت می باشد. بطور کلی CMS باعث افزایش سطح رضایت مشتریان، فروش بیشتر محصولات و برقراری ارتباط بیشتر با کاربران میگردد.

همچنین ممکن است شما وب سایتی را قبلا طراحی کرده باشید و با گذر زمان نیاز به تغییرات اساسی را در سایت خود احساس نمایید. مسلما در عرصه رقابت امروزی به روز بودن اطلاعات و بهنگام سازی وب سایت مطابق نیازهای مشتریان یکی از چالش های اصلی شرکت های مختلف می باشد.

با توجه به اینکه در گذر زمان بسیاری از محتوای سایت قدیمی شده و نیاز به تغییرات اساسی در آنها احساس می شود، از طرفی دیگر نیاز به فرد متخصص در این زمینه، جهت بازنگری و اصلاح محتوای قدیمی ضروری می باشد.

همچنین در این شرایط ردیابی اطلاعات قدیمی سایت بسیار دشوار خواهد بود. بطور مثال در صورتی که یکی از مشتریان ادعای دادخواست یا بازنگری مطلب و یا فرم خاصی مربوط به ماهها و یا حتی سال های گذشته را داشته باشد، ممکن است سازمان را در شرایط سختی قرار دهد.

خبر خوش آن است که شما تنها سازمانی نیستید که با مشکلاتی این چنینی مواجه می گردید. اکثر شرکت ها / سازمان هایی که از ابزارهای دستی نظیر Dream weaver و یا Front page جهت طراحی و پیاده سازی وب سایت خود استفاده می کنند ، با چنین مشکلاتی مواجه می شوند.

خوشبختانه ، این مشکلات بخشی از اهداف سیستم های مدیریت محتوا بوده که به راحتی امکان مدیریت و سازمان دهی اطلاعات را برای سازمان ها فراهم می کند.

در واقع برای هر صفحه از وب سایت شما، چرخه حیاتی کامل را از ایجاد محتوا با ابزارهای ساده، ویرایش محتوا، انتشار مطالب در سایت تا آرشیو نمودن مطالب فراهم می آورد.

همچنین مدیریت ساختار سایت، تغییر شکل ظاهری صفحات منتشر شده و هدایت کاربران به راحتی با CMS ها امکان پذیر می باشد.

سازمان ها و شرکت ها جهت سرمایه گذاری روی سیستم های مدیریت محتوا، سازمان ها می بایست دو فاکتور مهم زیر را در نظر بگیرند.

اولین فاکتور میزان بزرگی یا کوچکی سازمان می باشد. همچنین پراکندگی جغرافیایی سازمان مخصوصاً هنگامی که سازمان دارای شعبات مختلف در شهرها و یا کشورهای مختلف می باشد در انتخاب سیستم مناسب تاثیرگذار می باشد.

در نظر داشته باشید که در سازمان های بزرگتر، انتقال داده ها و اطلاعات به سیستم مدیریت محتوا از سیستم فعلی، پیچیده تر و مشکلتر می باشد.

فاکتور دوم میزان تنوع مستندات و فرم های اطلاعاتی هست که در سازمان مورد استفاده قرار می گیرد. در صورتی که در سازمان فرمت های متنوعی از مستندات متنی ، گرافیکی ، ویدئویی ، اطلاعات صوتی و دیگرام ها جهت انتقال اطلاعات استفاده می شود ، مدیریت محتوا بسیار پیچیده تر خواهد شد.

برخی تصور های غلط در مورد CMSها:

- بزرگترین تصور اشتباه عموم در مورد CMS ها این است که تصور می نمایند استفاده از سیستم مدیریت محتوا بزرگترین عامل موفق وب سایت ها می باشد. در حالی که واقعیت این است که CMS جهت ساده تر کردن مدیریت و توضیح محتوا بکار می رود. موفقیت یک وب سایت، در گرو کیفیت مطالب، کیفیت سرویس ها، بازاریابی و فاکتور های بسیار دیگری می باشد.

- تصور اشتباه دیگر عموم، آن است که با استفاده از CMS ، نیازی به طراح وب سایت و یا شخص متخصص در زمینه وب نمی باشد. در این رابطه باید توجه نموده که CMS ها برنامه های منبع باز (open source) بوده و امکان سفارشی سازی آن توسط طراحان برای رسیدن به اهداف سازمانها فراهم می باشد. بطور مثال، با توجه به اینکه با سیستم

مدیریت محتوای دروپال (Drupal) ، هر نوع وب سایتی را می توان راه اندازی نمود، راه اندازی و تنظیمات مربوطه نیاز به تخصص داشته و حتما می بایست توسط طراحان وب سایت با توجه به اهداف سازمان ها راه اندازی شود.

- اشتباه رایج دیگر در این زمینه، ایجاد برند معتبر و به یاد ماندنی می باشد که باعث جذب هرچه بیشتر بازدیدکنندگان شود. متأسفانه اکثر طراحان وب در زمینه طراحی برند تجربه کافی نداشته و اکثر CMS ها بانوجه به متن باز (Open Source) بودن بطور پیش فرض این مورد را نداشته و حتما می بایست بصورت سفارشی شده توسط افراد خبره صورت گیرد.

هدفی فراتر از وب:

در گذشته تمرکز طراحان وب، روی ایجاد صفحات HTML جهت یکپارچه سازی سایت بوده است. هرچند امروزه این مورد، یکی از ویژگی های مهم سیستم های مدیریت محتوا می باشد، قابلیت های بیشمار دیگری نیز به CMS ها ، افزوده شده است. بطور مثال همانطور که پیشتر نیز ارائه شد، اکثر سیستم ها، امکان ارائه تنها یک فرمت واحد را دارند، این در حالی است که در CMS ، امکان ارائه فرمت های متنوعی از قبیل PDF ، Microsoft Word ، WAP ، XML و... نیز می باشد.

در مبحث فروشگاه ساز های CMS ، میتوان هزاران سیستم مدیریت محتوای قدرتمند و با قابلیت های متعدد را نام برد.

توصیه ما اینست که زمان کافی جهت مشخص نمودن نیازهای شرکت گذاشته و سپس براساس نیاز های شرکت، محصولات و نحوه عرضه آنها را بدقت ارزیابی نمایید.

هر شرکتی براساس نیازمندی ها و نوع محصولاتی که ارائه می دهد ، از سیستم مدیریت محتوا به شکلی مرتبط استفاده خواهد نمود. درواقع یکپارچه سازی این سیستم ها و ارائه راه حل واحد برای تمامی شرکتهای عملا امکان پذیر نمی باشد.

سئو

سئو برگرفته از عبارت Search Engine Optimization است که کلمات معادلی چون SEO یا بهینه سازی موتور جستجو دارد.

سئو (بهینه سازی موتور جستجو) به معنای فریب و یا دستکاری موتورهای جستجو با روش های غیر اخلاقی نیست. آنها برای کمک کردن به بهبود رویت و ارتباط وب سایتها در نتایج جستجوی طبیعی با هدف رسیدن به رتبه بندی بالا، ایجاد شده اند.

سئو را می توان مجموعه ای از روشها برای تغییر استراتژیک وب سایتها دانست. این فرآیند به بیان مهمترین عوامل مرتبط صفحه و افزایش اهمیت آن در صفحه نتایج جستجو، می پردازد.

سئو فرآیند ساده ای نیست که به راحتی پیاده سازی شود زیرا نیازمند دانش زیاد، علم پیش زمینه ای و صبر است. موتورهای جستجو با تغییر مداوم الگوریتم های رتبه بندی خود غیر قابل پیش بینی هستند؛ بنابراین وظیفه مهندسين سئو بروز نگه داشتن اطلاعات خود در این زمینه است.

بطور کلی اهداف سئو را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- در بازدید وب سایت تاثیر بسزایی دارد.
- باعث ایجاد برند می شود.
- باعث افزایش ترافیک سایت خواهد شد.
- باعث شده وب سایت در صفحه نتایج موتور جستجو از رتبه بهتری برخوردار شد.
- باعث افزایش فروش محصولات خواهد شد.
- بهترین ابزار برای تبلیغات است.

سئو درون صفحه چیست ؟ (On Page SEO)

سئو درون صفحه به کنترل مستقیم کدها و یا محتویات وب سایت شما اعم از متن، تصویر، پیوند و ... مرتبط می شود؛ به طور کلی هر چیزی که در سایت خود بارگذاری می کنید مربوط به SEO On Page می شود. این روش پایه تمام تلاش های بهینه سازی است زیرا جایی است که

شما بیشترین کنترل را روی آن دارید. هر گونه تغییری را که شما در محتویات سایت خود ایجاد می‌نمایید در نتایج جستجو تاثیر گذار خواهد بود بنابراین خیلی مهم است که روش SEO On Page بدرستی قبل از روش SEO Off Page انجام شود.

سئو بیرون صفحه چیست ؟ (Off Page SEO)

بر خلاف روش SEO On Page که توسعه وب سایت با کنترل مستقیم بالایی انجام می‌شد، روش بهینه سازی بیرون صفحه شامل تمام ارتقاهایی است که در خارج از وب سایت شما انجام می‌شود؛ این شامل تمام چیزهایی است که می‌تواند در بدست آوردن رتبه بندی بالای سایت شما کمک کند. SEO Off Page در درجه اول در بدست آوردن پیوند دهندگان (پیوندهایی که از سایت‌های دیگر به سایت شما اشاره می‌کنند) متمرکز می‌شود سپس با استفاده از روش‌هایی که در خارج از وب سایت انجام می‌شود به بهینه‌سازی موتور جستجو می‌پردازد.

SEO Off Page یک فرآیند نامحدود است که توسط مهندسين سئو در جهت بدست آوردن پیوند دهندگان، اداره می‌شود.

سئو کلاه سفید چیست ؟ (White Hat)

در اصطلاحات فنی این حوزه، سئو کلاه سفید به مجموعه تکنیک‌ها، روش‌ها و استراتژی‌های که از قوانین و راهنمایی‌های موتورهای جستجو تبعیت می‌کنند، اشاره دارد. که این به معنی فریب یا دستکاری موتورهای جستجو و یا کاربران به هیچ وجه نیست. این همچنین به سئو اخلاقی نیز یاد می‌شود زیرا دلیل آن این است که یا اجرای بلند مدت داشته و یا از دستورالعمل‌ها و سیاست‌های صحیح جهت بدست آوردن رتبه‌های بالا در نتایج موتورهای جستجو استفاده می‌کند.

سئو کلاه سیاه چیست ؟ (Black Hat)

به عبارتی دیگر اصطلاح سئو کلاه سیاه اشاره به مجموعه‌ای از دستورات دارد که به منظور فریب، بازی و دستکاری الگوریتم‌های موتورهای جستجو با هدف بدست آوردن رتبه بندی بالا، بکار می‌رود. این مهم است که بدانید این روش‌ها غیر اخلاقی بوده و توسط هیچ موتور جستجویی تایید نمی‌شود و بکارگیری این روش‌ها خطر خارج شدن از فهرست پایگاه داده را برای همیشه در بر دارد.