

پیشنهادهایی کلی برای آینده سایت عماد

برادر رستمی؛ همزمان با مطالعه این نوشته، نظر خود را نیز اعلام می‌دارم.

آنچه در ادامه می‌آید، صرفاً پیشنهاد نیست. ابتدا، مروری است کوتاه بر سایت‌های حوزه کتاب. در ادامه، تلاش بر آن بوده تا معایب و محاسن این سایت‌ها برشمرده شود. نهایتاً نیز، تلاش بر آن بوده تا برای داشتن سایتی ممتاز و ارجح بر نمونه‌های مشابه، مواردی ذکر شود.

■ مروری بر سایت‌های حوزه کتاب

بررسی‌ها در سایت‌های ایرانی حوزه کتاب ما را با دو نوع سایت مواجه می‌کند. نخست سایت‌های فروش الکترونیک کتاب که تمرکز خود را بیش از اندازه بر موضوع «فروش» نهاده‌اند. در مقابل، سایت‌های تحلیلی حوزه کتاب‌اند که توجهی به موضوع فروش ندارند و صرفاً به تولید محتوا درباره خوبی و بدی آثار و اخبار این حوزه بسنده می‌کنند.

مشاهده و بررسی روی سایت‌های الکترونیک کتاب نشان می‌دهد، این سایت‌ها به دلیل تمرکز مدیران‌شان بر فعالیت‌های اجرایی و اقتصادی، از تفکر درباره کتاب‌ها باز می‌مانند و لاجرم جنبه «فرهنگی» کالایی را که می‌فروشند از یاد می‌برند. کاربر این نوع وبسایت‌ها، یا باید از قبل بداند دنبال چه چیزی است، یا آن‌که بدون دانش و بر حسب شانس و اقبال دست به خرید می‌زند.

سایت‌های تحلیلی حوزه کتاب نیز، به دلیل آن‌که اغلب فعالیتی غیر دولتی و غیرانتفاعی دارند، در تأمین مخارج اداره خود دچار مشکل‌اند و برای ایجاد فعالیتی اقتصادی مانند فروشگاه الکترونیک، فرصت کافی، تجربه لازم و انگیزه مناسب ندارند. **فرصت** ندارند چون بر تولید محتوا تمرکز دارند. **تجربه** ندارند چون هرگز به شکل جدی دست به این کار نزده‌اند. تجربه مدیران سایت «کتاب‌نیوز» برای فروش کتاب از طریق سایت چندان تجربه موفق نبود. در نتیجه امروز موضوع فروش الکترونیک در این سایت مطرح نیست. سایت «خانه کتاب اشا» نیز که ابتدا کار خود را به صورت سایت تحلیلی و فروشگاه آغاز کرد، به دلیل نداشتن سرمایه کافی و فرصت اجرایی، از بخش فروشگاه صرف نظر کرد. این قبیل سایت‌ها به دلیل نداشتن فرصت و تجربه لازم و همچنین فقدان «سرمایه» اولیه، **انگیزه‌ای** برای راه‌اندازی فروشگاه کتاب ندارند. کاربران این قبیل سایت‌ها، معمولاً بعد از خواندن مطلبی درباره یک کتاب، نسبت به خرید آن اشتیاق پیدا می‌کنند اما برای یافتن راه خرید، در می‌مانند. این موضوعی است که مدیران سایت «خانه کتاب اشا» بارها آن را در میان پیام‌های کاربران خود دیده‌اند.

اما در این میان، یک سایت را می‌توان یافت که دو بخش «محتوای مرتبط با کتاب» و «فروشگاه کتاب» را با هم جمع کرده است. در بررسی این سایت، متوجه می‌شویم که از حمایت یک نهاد حکومتی برخوردار است و با اتکا به این حمایت توانسته است فروشگاه-پایگاه خبری «پاتوق کتاب» را علم کند.

اگر بنا است سایتی با دو کارکرد «فروشگاه» و «مشورت‌گاه = جایی که مخاطب به آرای آن اعتماد کند و بر اساس این اعتماد، کتاب بخرد و کتاب بخواند» ایجاد کنیم، بررسی سایت‌های مختلف حوزه کتاب لازم است.

درباره سایت‌های فروش الکترونیک کتاب و سایت‌های محتوایی، ذکر کوتاهی. اما ذکر مصادیق این سایت‌ها نیز می‌تواند برای روشن‌تر شدن موضوع راه‌گشا باشد.

تا این‌جا که بحث محتوا مطرح است، می‌فرمایند که نیاز به تحلیل‌های مناسبی از محتوای کتاب‌هاست که مخاطب با چشمان باز و انتخابگر کتاب مناسب را برگزیند. هم امکان فروش باشد و هم اطلاعات قوی از محتوای کتاب.

■ فروش‌گاه‌های الکترونیک

مطرح‌ترین سایت‌های فروش کتاب در ایران عبارتند از:

۱. **آدینه بوک:** صرفاً فروش‌گاه
۲. **سخن:** فروشگاه و سایت محتوایی کتاب شامل داستان، شعر، شعرخوانی نویسندگان و شعرا، گفتگو، اخبار کتاب، اطلاعاتی درباره نویسندگان و... این سایت طی سال‌های اخیر به حالت نیمه‌تعطیل در آمده و به روز نمی‌شود.
۳. **بوک ۲۴:** سایت وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی با مدیریت محسن سلیمانی. این سایت خیلی سریع توانست گستره وسیعی از ناشران را به همکاری متمایل کند. با این همه، در میان سایت‌های الکترونیک کتاب، شاخص نیست و مخاطبان کتاب به خوبی آن را نمی‌شناسند. تمرکز این سایت بر فروش است و خود را «نمایشگاه مجازی کتاب» می‌خواند.
۴. **بخوان دات کام:** این سایت نیز تمرکز بیش‌تری بر فروش دارد.
۵. **آی آی کتاب:** تمرکز بر فروش کتاب + دارای بخش‌های خاص برای تهیه کتاب‌های نایاب و تهیه کتاب‌های خارجی از سایت آمازون.
۶. **پاتوق کتاب:** سایتی که با حمایت نشر معارف ایجاد شده است و تلاش می‌کند فروش و تولید محتوا درباره کتاب را توأمان داشته باشد. البته بخش عمده مطالب این سایت نقل از سایت‌های دیگر است. اما اطلاعاتی که درباره محصولاتش می‌دهد، اطلاعات نسبتاً خوبی است که البته در جهت فروش است نه «مشورت دادن».

البته این فهرست، در برگیرنده تمامی سایت‌های فروش کتاب نیست. تلاش شده تا مهم‌ترین‌ها و شناخته‌شده‌ترین‌هایی که احتمال رقابت میان آن‌ها و «عماد» وجود دارد را بررسی کنیم.

عمده این سایت‌ها غیر از «سخن» و «پاتوق کتاب»، وجه فروش گاهی دارند و برای تولید محتوای درباره کتاب‌ها برنامه‌ای نداشته‌اند.

ایراد مهم سایت‌هایی مانند سخن و پاتوق کتاب، مشخص نبودن کارکرد آن‌ها در نگاه اول است. در این سایت‌ها، موضوعات چنان جلوی چشم مخاطب ریخته شده‌اند که تمیز دادن آن‌ها از هم و شناخت ماهیت سایت اندکی دشوار است. به طور مثال، در سایت پاتوق کتاب، بخش‌ها و عناوین آن‌ها نمی‌توانند به مخاطب این آگاهی را بدهند که با یک فروشگاه کتاب مواجه است. در سایت سخن نیز، تعدد عناوین مانع این شناخت می‌شود.

پیشنهاد: آمازون واقعاً حجم اطلاعات بالایی دارد و شاید یکی از نکات جذابیت این سایت همین باشد که هرچه در آن بجویی می‌یابی! ما می‌توانیم ابزاری ایجاد کنیم که در سایت‌های ذکر شده فوق نیز افزون بر سایت عماد جستجو کنیم. همین کار را آمازون انجام می‌دهد به این شکل که از طریق وب سرویس با دیگر سایت‌های معتبر مبتنی بر قراردادهای مالی همکاری می‌نماید. ممکن است اطلاعاتی را که می‌بینید از چند سایت مستقل در آمازون جمع‌آوری شده باشند. ما می‌توانیم همین کار را با وب پروکسی انجام دهیم، البته بدون نیاز به قرارداد مالی! وقتی جستجوی کاربر انجام شد، اگر اطلاعاتی در سایت نبود، اعلام کنیم مثلاً فلان کتاب را از فلان سایت می‌توانی در اختیار داشته باشی و او را به آن سایت لینک دهیم. کم‌کم گوگل کتاب خواهد شد.

این سردرگمی، دو دلیل اصلی دارد:

۱. گرافیک

۲. شیوه غلط انتخاب عناوین و چیدمان بخش‌ها

گرافیک: تجربه نشان داده است سایت‌هایی که برای جداسازی بخش‌هایشان از هم، بیش از اندازه از کادر و خطوط جداکننده استفاده می‌کنند، مخاطبانی سردرگم خواهند داشت. این در حالی است که طراح تصور می‌کند با جدا کردن بخش‌ها با استفاده از خطوط، مانع سردرگمی مخاطب می‌شود.

شیوه غلط انتخاب عناوین و چیدمان بخش‌ها: در بخش‌هایی که وجه فروشگاه‌های دارند، انتخاب عناوین مبهم که ویژه «فروشگاه» نیستند و ممکن است در هر جای دیگر استفاده شوند، غلط است. این اشتباه، باعث می‌شود کاربر سایت نتواند وجه فروشگاه‌های را درک کند. مثلاً انتخاب عنوان «پیشنهاد ما» برای بخشی که می‌خواهد کتاب‌های خاصی را «داغ» کند، انتخاب غلطی است.

همچنین چیدن بخش‌های فروشگاه‌های و تحلیلی در کنار هم، در یک ردیف، مانعی برای درک صحیح آن‌ها است. در این شرایط، قرار دادن بخش «معرفی نویسنده» درست کنار «کتاب‌های تازه»، هیچ معنایی ندارد.

به جای «پیشنهاد ما» و «معرفی نویسنده» آیا عناوین دیگری پیشنهاد می‌شود؟ خوب است تمامی عناوین مناسب برای فروشگاه استخراج شده و به طراح سایت داده شود، زیرا تغییر عناوین کار بسیار ساده‌ای است و بدون نیاز به زمان زیاد می‌تواند شما را به مقصود نزدیک نماید، لطفاً یک جمع‌بندی از این عناوین ارائه فرمایید.

■ پیشنهادها برای سایت «عماد»

برای رفع عیوبی که در سایت‌های مختلف ایرانی دیده شده است، لازم است سایت «عماد» از نظر گرافیکی و نوع چیدمان مطالب و انتخاب بخش‌ها طوری باشد که سردرگمی مخاطب را موجب نشود.

بنده نیز با تغییر گرافیک سایت عماد موافقم و از روز اولی که این گرافیک داده شده مخالفت کردم و حتی نسخه‌ای از آن را برای مدیران ایمیل کردم که آیا واقعاً می‌خواهید چنین گرافیکی را در سایت نصب کنید و دلایل مخالفت‌م و ایرادهایم به گرافیک در ایمیل‌های مربوطه موجود است.

در سایت عماد، بخش‌های فروشگاه‌های و تحلیلی نباید فصول نامشترک باشند بلکه باید اعضای یک بدن باشند. یعنی، بخش‌های مختلف، باید طوری **کامل‌کننده یک‌دیگر** باشند تا همه در یک جهت به کار بیایند. آن‌چه در سایت «سخن» و «پاتوق کتاب» نمی‌یابیم، همین عنصر «کامل‌کنندگی» است. به طور مثال، «داستان‌خوانی نویسنده»، در سایت سخن در بخشی مجزا آمده است. این تجزیه، کمکی در جهت فروش بیش‌تر یک اثر نیست و اطلاعات یک محصول را کامل‌تر نمی‌کند. بنابراین، وصله مفید، اما ناجوری است.

عنصر «کامل‌کنندگی» اندکی نامشخص است برای من، شاخص‌ها و ملاک‌های آن چیست؟ هر کسی می‌تواند مدعی شود آن‌چه من انجام داده‌ام کاملاً دارای این عنصر هست. اگر آن را بدون توصیف رها کنیم، شعاری خواهد شد و ذکر آن مفید هم نخواهد بود.

در سایت «عماد» باید «کتاب» عامل ایجاد رابطه با مخاطب باشد نه موضوعات مرتبط با کتاب. یعنی کاربران سایت باید از طریق کلیک روی یک کتاب، به شناخت درباره آن برسند. مگر خدای ناکرده الان با کلیک بر روی موضوعات به شناخت درباره کتاب می‌رسند؟ مگر متن معرفی ندارد که شناخت به مخاطب بدهد. اگر منظور این است که متن‌های ارائه شده در سایت عماد نارسا، کوتاه و غیرمفید است، این یک بحث محتوایی است که باید در واحدی دیگر غیر از فنی بررسی شود. ارائه فایل صوتی کتابخوانی، اطلاعاتی درباره نویسنده، ناشر، آثار مشابه، پیشنهادهای مشابه «عماد» و امثالهم، باید به نوعی کامل‌کننده «شناخت» مخاطب باشد نه وصله‌های ناجوری که در صفحه اول سایت آمده‌اند و می‌کوشند سایت را پرمحتوا و پر بار جلوه دهند. بر چه اساسی می‌توان تشخیص داد که این اطلاعات وصله‌های ناجوری هستند یا نیستند. سؤال مهم این است که حالا اگر ما این اطلاعات را به نحو دیگری چیدمان کردیم، از کجا بفهمیم که این نحو دیگر همان نحوی است که باید باشد و کدام نحو وصله ناجور بوده و کدام نحو وصله ناجور نمی‌باشد. روشن است که ما حتماً نیازمند به شاخص هستیم، باید توصیف کنیم و یک به یک

ویژگی‌های آن را بشماریم. مثلاً بگوییم که اگر آثار مشابه سمت راست بیاید وصله ناجور نیست، اما اگر ذیل موضوعات قرار بگیرد وصله ناجور است. اگر نتوانیم چنین فهرستی از ویژگی‌ها ارائه نماییم باز هم گرفتار کاری شعاری شده‌ایم.

اغلب سایت‌های حوزه کتاب، در بخش‌ها اشتراکات زیادی دارند. اما عامل مهم در اقبال کاربران به آن‌ها، نحوه ارائه این بخش‌ها است. بخش‌ها باید به خوبی دیده شوند چگونه؟، امکانات باید دریافته شوند چگونه؟ و کاربر بتواند به راحتی به هر چه بخواهد دسترسی داشته باشد و در آن احساس راحتی کند باز هم چگونه؟. در اصطلاح سایت باید «User Friendly» باشد. ملاک‌های کاربرپسند بودن چیست؟ آیا همان ملاک‌هایی که میکروسافت مبنای نرم‌افزارهای خود قرار داده است مورد نظر شما هم هست و یا چون ما معتقد هستیم باید گروهی بنشینند و تحقیق کنند و مذاق ایرانیان را بسنجند و ویژگی‌های کاربرپسندی ایرانی را استخراج نموده و ارائه کنند؟ در هر صورت کاربرپسند بودن را همه دوست دارند و اگر موفق نمی‌شوند به دلیل نبودن اطلاعات کافی در این خصوص است. واقعاً چگونه باید باشد که کاربرپسند شود.

«عماد» باید فروشگاه الکترونیک کتابی باشد که به مخاطبانش، بهترین اطلاعات را می‌دهد.

ما هم همین را می‌خواهیم، اما چگونه؟ این‌ها شعار است، باید به دنبال راهکار عملی باشیم. آیا از این شعار منظور شما این است که اطلاعات خوب باید تولید شود، خُب این یک بحث محتوایی است و نقش فنی در آن کم رنگ است. اما اگر نحوه ارائه اطلاعات منظور است، این نحوه را باید معیارگذاری کنیم، تا برنامه‌نویس و طراح سایت بدانند که چه باید بکنند، آن‌ها هر آن‌چه را ما بگوییم طراحی می‌کنند، ولی ما خود نمی‌دانیم که معیار و ملاک بهترین بودن چیست.

■ فروش گاه و مشورت‌گاه «عماد»

طبق این پیشنهاد، سایت عماد می‌باید نخست یک مشاور خوب برای انتخاب، خرید و خواندن کتاب‌های خوب باشد ما هم مشتاق مشاوره خوب هستیم، اما چگونه عماد مشاور خوبی خواهد شد؟ مشاوران خوب استخدام کند؟ اطلاعات دقیق از کتاب فراهم نماید؟ و یا سایت کاربرپسندی طراحی کند؟ در قدم بعدی، و با تکیه بر اعتمادی که کاربران و اعضا به سایت می‌کنند، «عماد» باید فروشنده خوب، خوش‌رو، در دسترس، منصف و کاملی باشد که از شیر مرغ تا جان آدمی‌زاد (بنا به ذائقه مخاطبان) را در دسترس قرار دهد. یک فروشنده خوب و خوش‌رو چه ویژگی‌هایی دارد؟ باید گفتگو کنیم و فهرستی تهیه نماییم از ویژگی‌هایی که اگر در یک فروشنده باشد به او خوب و خوش‌رو می‌توان گفت. اما اگر از شیر مرغ تا جان آدمی‌زاد را بخواهید جمع کنید، اولاً از موضوع دفاع مقدس خارج خواهید شد و دیگر این که هزینه این کار بسیار زیاد خواهد بود. کسی مخالف نیست که همه کتاب‌ها را ما داشته باشیم، اما امکان عملی آن ضعیف است و زمان می‌برد تا به آن جا برسیم.

برای رسیدن به جایگاه «مشورت‌گاه»، عماد باید اطلاعات کافی، درست و شوق برانگیز درباره هر محصول ارائه کند. اطلاعات شوق برانگیز چه نوع اطلاعاتی هستند؟ آیا منظور این است که ادبیات دوستانه و کوچه بازاری به جای ادبیات کلاسیک در متون معرفی کتاب‌ها به کار گرفته شود و مثلاً مانند آن‌چه دوستان در عماد انجام داده‌اند به جای عبارت

«دیدگاه بزرگان» نوشته شده است «جملات خوردنی!». اگر منظور این شیرین کاری‌های فانتزی است که همین هم باید حدّ و مرزهای مشخصی داشته باشد، زیرا در یک سایت تنها یک نفر مطلب نمی‌نویسد، چندین نفر می‌نویسند و برای این‌که همه به ادبیات مشترکی دست یازند، باید یک آیین‌نامه در برابر خود داشته باشند. خوب است که ویژگی‌های شوق‌برانگیزی تهیه شود. این آیین‌نامه چراغ راه نویسندگان عماد خواهد بود. برای ارائه خوب این اطلاعات، عماد باید زبان خوب داشته باشد. رعایت اصول وب‌نویسی در این باره، راه‌گشا است. از طرف دیگر، بهره‌گیری از امکانات مختلف و مولتی‌مدیا، جذابیت‌افزا است. اصول وب‌نویسی نیز باید ضمیمه این سند شود. مطالبی در این خصوص در اینترنت به زبان فارسی و انگلیسی وجود دارد، ولی خیلی متفاوت و گوناگون گفته شده است. یک نمونه از این اصول را یا ترکیبی دلخواه از چندتای آن را برگزینید و ضمیمه کنید تا برنامه‌نویس شما آن اصول را محور طراحی قرار دهد.

ایجاد ارتباط با مخاطبان، عامل «اعتمادساز» دیگری است که مدیران سایت باید در نظر بگیرند. ارسال خبرنامه، پاسخ به پیام‌های کاربران و...

■ بخش‌های پیشنهادی برای سایت «عماد»: آنچه باید در سایت باشد

- فهرست تازه‌ترین کتاب‌ها هست
- فهرست پرفروش‌ترین کتاب‌ها هست
- فهرست محبوب‌ترین کتاب‌ها لازم است از آن ستاره‌های محبوب قرار دهیم که این کار را نکردیم چون گفتیم ملت استقبال نشان نمی‌دهند که ستاره بزنند و اگر هم نزنند جواب نمی‌دهد. همین نظرسنجی ساده را که ذیل محصولات قرار دادیم کسی استفاده نمی‌کند. یعنی فقط با این پیام می‌نویسند برای مدیران سایت و درباره کتاب چیزی نمی‌نویسند.
- فهرست موضوعات هست
- فهرست کلی کتاب‌ها نیست؟ هست!
- فهرست ناشران همکار می‌شود باشد، اما آیا مفید است؟ چقدر؟ مگر مخاطب کاری با ناشران همکار ما دارد؟ گفتیم که کاربرپسند باشیم، کاربر که به دنبال انتخاب ناشر نیست، چون ما کتب دانشگاهی نمی‌فروشیم یا کتب کمیاب، ما کتاب‌های دفاع مقدس داریم و ناشران آن هم خیلی متنوع نیستند و کاربر هم نمی‌خواهد بر اساس ناشر کتاب خود را انتخاب کند، اصلاً برای او ناشر فرقی ندارد کی باشد!
- فهرست پدیدآورندگان هست
- اخبار هست
- معرفی محصولات هست

- نقد محصول می‌تواند باشد، زیرا ما امکان افزایش فیلد داریم. یک فیلد متنی ذیل محصولات درج کنید و عنوان آن را نقد محصول قرار دهید و نقد را در آن بنویسید. این کار نیازمند افراد توانمند بیکاری است که نقد بنویسند از نظر فنی حل شده است.
- مصاحبه این نیز با افزودن فیلد ممکن است.
- کتابخوانی صوتی اخیراً امکانی به سایت اضافه کرده‌ام که بیش از بیست نوع فرمت فایل را می‌پذیرد، شما می‌توانید فیلد تصویری، فیلم، صوتی، فلش، فایل‌های فشرده، فتوشاپ، ورد و پاورپوینت و PDF هم به محصول اضافه کنید. البته این امکان را هنوز بر روی سایت عماد آپلود نکرده‌ام، اگر نیاز داشته باشید می‌کنم. اکنون در سایت دیگری هست و دارند استفاده می‌کنند. شما می‌توانید فیلد صوتی «کتابخوانی صوتی» را به یک محصول اضافه کرده و سپس فایل صوتی آن را آپلود کنید. این نیز از نظر فنی حل شده است، شما هستید که باید یک نفر بیکار بگمارید تا کتاب بخواند و ضبط کند، همه این کارها محتوایی است.
- گزیده کتاب فیلد بسازید و قرار دهید.
- پیشنهاد نویسنده این نیز با اضافه یک فیلد امکانش اکنون در سایت هست.
- بهترین کتاب ماه
- بهترین کتاب سال
- بهترین جلد کتاب ماه
- بهترین جلد کتاب سال این چهار گزینه آخر (چهار بهترین) می‌تواند به سایت اضافه شود، ولی اگر آمازون چنین کاری می‌کند حتماً هیئت داورانی دارد و کارشناسانی که در جامعه نظرشان مورد احترام است. شما هم اگر چنین دقتی را فراهم کنید، نوشتن برنامه آن دشوار نیست. ولی نباید خالی بماند و یا زمان بگذرد و تغییر نکند و کاربر بفهمد که الکی است.
- روزنامه دیواری عماد: (فایل پی.دی.اف ویژه مساجد، مدارس و... که وقتی کنار هم قرار می‌گیرند تبدیل به یک روزنامه دیواری شامل خبر، معرفی کتاب، گزیده‌ای از کتاب و... می‌شوند). اگر اطلاعات آن را شما آماده کنید، با ایجاد نوع محصول جدید در سایت و استفاده از فیلدهای جدیدی که عرض کردم می‌توانید در همین سایت موجود به انجام برسانید.
- حساب کاربری اعضا هست
- اطلاعات و نماد «سبد خرید» به شکلی آشکار (قابل استفاده برای اعضا و غیر اعضا) در طرح اولیه سایت که به برنامه‌نویس داده شد نوشته بود که خرید فقط برای اعضا ممکن باشد. حتی اگر کسی انتخاب برای خرید انجام داد، پیش از پایان عملیات سفارش باید عضو شود. اکنون سبد خرید برای همه وجود دارد، ولی برای ارسال سفارش باید عضو شوند. تغییر این ویژگی به دلیل این که نیاز به تغییر در بانک اطلاعات دارد اندکی زمان‌بر و پرهزینه است. مضاف بر این که چون مسأله خطیری است به این معنا که امکان اختلاس و هک و دزدی در آن بیشتر می‌شود، دقت عمل زیادتری می‌طلبد. اما ممکن است.

■ معرفی محصولات

هر محصول، باید با استفاده از متن و صوت معرفی شود. معرفی هر محصول به صورت متنی، باید حدود ۲۰۰ تا ۳۰۰ کلمه باشد. گزیده‌ای از متن کتاب باید در کنار متن معرفی آورده شود. فایل صوتی گزیده کتاب در حدود ۲ دقیقه باید ضمیمه این معرفی باشد. همچنین متنی در حدود ۱۰۰ کلمه در معرفی نویسنده / شاعر / مترجم کتاب در نظر گرفته شود. اطلاعات شناسنامه‌ای کتاب باید ضمیمه این معرفی باشد. کاربران با کلیک روی عنوان و عکس هر محصول می‌توانند این معرفی را بخوانند و به سبد خرید خود اضافه کنند. هست و بیشتر از آن نیز با افزودن فیلد ممکن است.

ادبیات معرفی محصول، باید ادبیاتی ساده، روان، شیرین و مشوقانه باشد. باید از معرفی سرسری، خشک و باری به هر جهت محصولات پرهیز کرد. معرفی کننده محصول باید پیش از نوشتن متن معرفی، دست‌کم کتاب را با دقت تورق کند. (اولویت با خواندن کتاب است) بهتر است ویژگی‌ها بیشتر شکافته شوند، فهرست شده و حداقل ده بیست نکته استخراج شود که به نویسنده بدهیم تا بر اساس آن بنویسد.

ذیل این معرفی‌ها و اطلاعات کتاب، باید فهرستی از کتاب‌های مشابه، کتاب‌های دیگر نویسنده / ناشر / مترجم بیاید. که الان می‌آید، نمی‌آید؟

■ بخش‌هایی که باید در صفحه نخست ویتترین داشته باشند

هیچ لزومی ندارد که همه بخش‌ها در صفحه نخست بیایند. حتی بخش‌هایی که خوب است در صفحه نخست بیایند، نیازی به حضور کاملشان نیست و مفید آن است که یک ویتترین داشته باشند. ویتترینی که کاربر را به آن بخش رهنمون شود.

پیشنهاد است که این بخش‌ها در صفحه نخست ویتترین داشته باشند:

- تازه‌ترین کتاب‌ها (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوه نمایشگاهی. نظیر آنچه در سایت «آمازون» می‌بینیم)
- پرفروش‌ترین‌ها (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوه نمایشگاهی. نظیر آنچه در سایت «آمازون» می‌بینیم)
- محبوب‌ترین‌ها (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوه نمایشگاهی. نظیر آنچه در سایت «آمازون» می‌بینیم)

- تازه‌ترین محصولات الکترونیکی (CD, DVD) (نه به شکل فهرست‌وار و index بلکه به شیوه نمایشگاهی. نظیر آن چه در سایت «آمازون» می‌بینیم) این شکل نمایشگاهی چیست؟ همان که چهار کتاب را کنار هم به صورت افقی ردیف می‌کند و یک دگمه این ور و یک دگمه آن ور دارد که اگر کلیک کنی لیست بعدی یا قبلی می‌آید؟ خوب است نکات بیشتری ذکر کنیم و بگوییم این فهرست‌های نمایشگاهی باید چه اطلاعاتی را نمایش دهند، چند تا را نمایش دهند و چگونه؟ افقی یا عمودی؟
 - معرفی ویژه یک محصول به صورت تیتیر یک: به صورت Slide Show روزانه ۴-۵ محصول به شکل ویژه در جایگاه تیتیر یک صفحه بروز یابند. کلیک روی عکس جلد هر یک از محصولات، کاربر را به صفحه معرفی آن محصول می‌رساند. «پنجره عماد» را که درست کردند، می‌خواستند چیزی شبیه همین باشد، ولی خُب چون دستی بود و نیروی انسانی نبود امکانش حاصل نشد. اگر بخواهد خودکار عمل کند، نیاز به کار برنامه‌نویسی دارد که مثلاً چند کتاب را انتخاب کنید و خودکار در صفحه اول تیتیر شود.
 - پیشنهاد یک نویسنده پیشنهاد کردن یک نویسنده یا پیشنهاد شده توسط یک نویسنده؟ یک کار بانک اطلاعاتی می‌خواهد، ولی آیا نویسنده‌ها را خواهید توانست در اختیار بگیرید که برای شما پیشنهادات خود را بنویسند؟
 - لینک دسترسی به حساب کاربری نیست؟
 - سبد خرید هست
 - اخبار هست
 - بخش محتوایی: نقد، مصاحبه، گزارش و... (نقل از سایر رسانه‌ها یا تولیدی عماد) می‌شود یک نوع محصول ایجاد کرد به عنوان مصاحبه یا گزارش یا نقد. پس امکان فنی آن همین الآن هست.
 - جستجو (در اسامی محصولات، در نویسندگان، در ناشران، در موضوعات) هست
 - اطلاعات و آگهی‌های لازم «عماد»: آگهی کارت اعتباری هدیه، محصولات دیگر عماد (مشوق‌ها: تی شرت و...) تبلیغات دیگران در سایت عماد. بخش بدانییم را درست کردیم برای همین کارها.
- بر این اساس اعمال تغییرات در قالب و امکانات فنی سایت ضروری است. قالب سایت باید ساده، سبک، روشن و داینامیک باشد: کاربر باید بتواند بعضی از بخش‌ها را به دلخواه، جابجا کند، بعضی از بخش‌ها را حذف کند یا بخش‌های دیگری به صفحه نخست بیفزاید. حالا اگر منظور این است که ظاهر پورتالی به سایت بدهیم که قابلیت حذف و اضافه باکس داشته و امکان جابه‌جایی، این امکان بسیار خوبی است، اما برای سایت‌هایی مفید است که کاربر همیشه با آن‌ها و هر روز درگیر است. اما اگر برای یک فروشگاه هم مناسب می‌بود، آمازون و ای‌بی این کار را زودتر انجام می‌دادند. راستی من که ندیدم، ولی آیا سایت فروشگاهی سراغ دارید که این‌گونه ظاهری قابل جابه‌جایی و حذف و اضافه داشته باشد. نمی‌گوییم نیست، من بی‌خبرم.

■ مشوق‌ها:

برای جذب مخاطبان و اقناع آن‌ها برای ماندن در سایت عماد و ترغیب به استفاده از این سایت، باید مشوق‌هایی در نظر گرفت. همه این مشوق‌ها لزوماً نباید یک‌باره ارائه شوند. باید بر اساس یک **برنامه زمان‌بندی**، و با در نظر گرفتن میزان اعضا، میزان خرید، بازدید از سایت و... مشوق‌های مختلف را عرضه کرد. به گمانم باشگاه امین چنین مشوقی است. دوستان یک‌بار باشگاه امین را می‌خواستند، ولی طوری نوشته شده است که همیشه قابل استفاده است، شما همین الان نیز می‌توانید عده‌ای را عضو این باشگاه کنید و به آن‌ها مشوق پرداخت کنید، کم‌کم و به صورت ماهانه!

- انتخاب بهترین نظرهایی که مخاطبان و اعضای سایت درباره محصولات ثبت کرده‌اند. جایزه به بهترین نظر هر هفته با افزایش مبلغی به اعتبار خرید آن‌ها یا مشوق‌های مشابه. عجیب است که خیلی نظرات کم است، گمان نمی‌کردم این قدر کم استقبال شود از نظر دادن، آدم‌ها برای خرید کتاب می‌آیند و خرید هم انجام می‌دهند، ولی هیچ کس نظری ذیل کتاب نمی‌نویسد! واقعاً مشکل کجاست؟.
- افزایش اعتبار خرید فعال‌ترین و مشتری‌ترین اعضا خوب است، به شرط آن که تمکن مالی آن را داشته باشید.
- ایجاد قابلیت امتیازدهی به هر محصول (شبیه به ستاره دادن به هر محصول. اما پیشنهاد این است که به جای ستاره، معیار ارزش‌گذاری دیگری انتخاب شود خوب است، ولی به جای ستاره چه باشد؟ می‌خواهید چهارتا مین بکاریم که هر کدام را بزنید منفجر شود؟)
- شخصی‌سازی سایت برای هر یک از اعضا. ایجاد این امکان که هر عضو، بعد از ایجاد حساب کاربری بتواند دسته‌های موضوعی که بیش‌تر دوست دارد، در جایی مناسب ببیند. که هست. بعد از ورود صفحه مقابل شما در وسط می‌نویسد که این محصولات برای شماست، از روی موضوعات انتخابی شما انتخاب می‌کند. بنابراین باید امتیازهایی برای کاربران عضو در نظر گرفت که بعد از عضویت، بتوانند از میان این امتیازها (امکانات) بر حسب میزان امتیازی که در سایت دارند (بر اساس میزان خرید در ماه/سال) دست به انتخاب بزنند. تنظیم معیار دادن این امتیازها موضوع مهمی است. از طرف دیگر، تفکر درباره این امکانات که چه باشند و چگونه باشند، موضوع مهم دیگر است. این تفکرات باید انجام شود و نحوه امتیازدهی‌ها مشخص شود، تا بعد بتوان به برنامه‌نویس گفت که چه بنویسد.
- تولید کارت‌های اعتباری هدیه کتاب: کارت‌هایی شبیه به کارت اینترنت‌های موجود که دارای یک شناسه و رمز است. هر کس می‌تواند از این کارت‌ها خریداری کرده و به عنوان هدیه به دوستان خود بدهد. شخص دریافت‌کننده این کارت‌ها می‌تواند با استفاده از شناسه و رمز عبور خود، وارد سایت عماد شده و به میزان اعتباری که در کارت وجود دارد، کتاب بخرد یا اقدام به افزایش اعتبار خود کند. کارت‌ها را می‌توان در میزان‌های اعتبار مختلف تولید کرد. ۱۰ هزار تومان، ۲۰ هزار تومان، ۳۰ هزار تومان و بالاتر. خوب است. طراحی کنید و در نهایت یک ابزار در سایت قرار می‌دهیم که نوعی افزایش اعتبار به شمار رود.

- ارسال کارت تبریک + کتاب هدیه، برای اعضا به مناسبت سالروز تولدشان، سالروز تولد کودکشان، صاحب فرزند شدنشان، سالروز ازدواجشان، ازدواجشان و... نمی‌دانم خوب است یا نه. آیا به هزینه‌اش می‌ارزد و یا این که عکس‌العمل تهاجمی نخواهد داشت؟ ممکن است که مخاطب احساس ناامنی کند، وقتی سالروز ازدواجش از یک سایت جنگ و دفاع مقدس هدیه فرستاده شود!
- دعوت از اعضای فعال برای شرکت در برنامه‌های غیرمجازی نظیر اردوها، جشن‌ها و مراسمی که عماد برگزار می‌کند.
- ترغیب اعضای فعال سایت برای پذیرش نمایندگی عماد در شهرها و روستاها. (پخش پارتیزانی محصولات با درصدی تخفیف که سود عامل توزیع را شامل می‌شود)
- تولید و عرضه محصولات فرهنگی-تبلیغی که به نوعی با محصولاتی که در سایت عرضه می‌شوند مرتبطند. این محصولات با نشان «عماد» برای فروش ارائه می‌شوند. مثال: تی‌شرت عماد - چراغ مطالعه عماد - رحل قرآن عماد و موارد مشابه دیگر. این‌ها همه خوب است، ولی باید دید میزان منفعت آن‌ها با هزینه آن‌ها سرشکن می‌شود یا نه.

■ سایت فقط سایت است؟

- بسیاری از فعالیت‌های سایت را می‌توان از بیرون فضای مجازی هدایت و برنامه‌ریزی کرد. همچنین برخی از فعالیت‌های سایت عماد می‌تواند زمینه‌ساز برخی برنامه‌ها در خارج از فضای وب باشد.
- ایجاد ارتباط با مراکز فرهنگی برای هدایت اعضایشان به سایت عماد
 - ایجاد ارتباط با مراکز فرهنگی، اداری و... برای فروش کارت‌های هدیه خرید کتاب
 - ایجاد ارتباط با سایت‌های محتوایی کتاب برای هدایت مخاطبان آن‌ها به سایت عماد برای خرید کتاب‌هایی که معرفی کنند. (لینک از سایت محتوایی به صفحه فروش کتاب در سایت عماد)
 - ... این‌ها کار روابط عمومی است که بسیار مهم است. مثلاً بیل‌بوردهایی در سطح مراکز استان‌ها، گزارش‌های خبری، قرار گرفتن در کنفرانس‌های مطبوعاتی، این‌ها خیلی اهمیت دارد.

■ نیروی انسانی لازم برای اداره سایت

برای اداره سایت عماد با توضیحاتی که در بالا به صورت کلی آمد، یک مدیر، دو اپراتور و یک خبرنگار آزاد لازم است. هماهنگی با بخش‌های اجرایی، انبار، تولید و انتخاب‌کنندگان آثار ضروری است.

در نهایت برادر جان ما در این نوشتار چیزی ندیدیم که برویم انجام دهیم. این‌ها بیشتر کار محتوایی بود که خودتان بکنید و بعضی هم که فنی بود نیاز دارد به بیان ویژگی‌ها و تعیین تکلیف تا در نهایت معلوم شود چه کار فنی نیاز است. قسمتی از این نوشته هم که شعار بود و راهکار عملی نداشت. خلاصه ما در خدمتیم ولی از این نوشته چیزی به عماد اضافه نشد.

اما درباره سازمان ملی جوانان و سایت ۲۰ روز دیگر، عرض می‌شود که بنده می‌توانم گرافیک عماد را تغییر دهم، چه این که شما نیز می‌توانید همین کار را بکنید، اما راه‌اندازی یک سیستم مشاوره، هنوز نفهمیدم چه سیستمی است، آمازون را هم دیدم، منظور شما از مشاوره چیست که سامانه‌اش در عماد راه‌اندازی شود؟ بنده مسئولیت یک سایتی را که به عنوان هفته ملی جوان افتتاح بشود قبول نمی‌کنم، به صراحت این را خلاف شرع می‌بینم و حاضر نیستم یک سایت دیگر را رنگ کنم و بدهم به عنوان یک سایت ملی افتتاح کنند. همان‌طور که وعده کردم امروز چهارشنبه ۹ تیر ۱۳۸۹ پاسخ قطعی خود را اعلام می‌دارم؛ در حد تغییر گرافیک خودتان می‌توانید، همان‌طور که قبلاً انجام داده‌اید، قالب‌ها را تغییر دهید. البته اگر کمکی نیاز داشتید و پرسشی یاریتان خواهم کرد. درباره مشاوره هم نیاز به دیدگاه‌های بیشتری است تا برایم روشن شود واقعاً چه نوع مشاوره‌ای و تا چه حد خودکار باشد. به تدریج روی آن کار خواهیم کرد، ولی برای ۲۰ روز دیگر هیچ قولی نمی‌دهم. هفته دیگر هم امتحان شفاهی حوزه دارم و باید مدتی را مطالعه کنم. تشکر؛ موش ۱۳۸۹/۴/۹

■ امکانات مورد نیاز برای اداره سایت

- دو دستگاه کامپیوتر متصل به شبکه داخلی و شبکه اینترنت پر سرعت
- اسکنر
- پرینتر