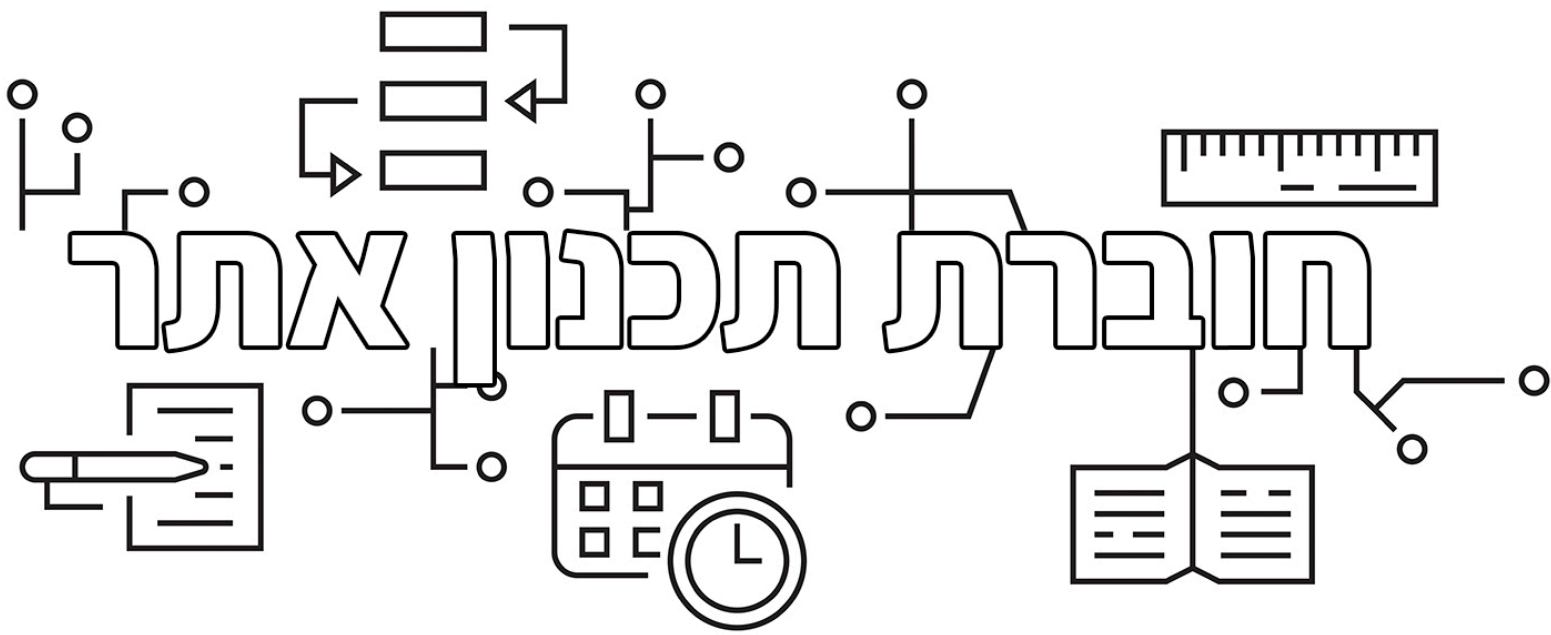




חוברת עבודה לתכנון, ליווי ומעקב אחר הנכס הדיגיטלי שלך

לקחת את האתר שלך ברצינות!

מקום ברשת



נעים מאוד, מאיה.

בחמש השנים האחרונות אני עוסקת ביצירת הדרכות וקורסים דיגיטליים המלמדים איך בונים אתרים במערכת וורדפרס המופלאה.

עם השנים למדתי שאחד הדברים החשובים לקראת בניית אתר חדש הוא **התכנון**. בהחלט ניתן להתחיל לבנות אתר ללא תכנון ועם הזמן וההתקדמות להוסיף לו תכנים, לשנות מיקומי עמודים, להחליף עיצוב, למחוק תוכן ולשכתב אותו. אבל אם בונים בסיס טוב ונכון, אנחנו חוסכים לעצמנו הרבה זמן בעתיד שבמקום שיתבזבז על שינויים שנבעו מחוסר תכנון, יתועל לעבודה על תכנים, שיווק וקידום האתר הקיים.

חוברת זו נועדה לעשות סדר בשאלה שכנראה מתרוצצת לך בראש אם בכוונתך לבנות אתר או בלוג בזמן האחרון וייתכן ומונעת ממך להתחיל את התהליך:

מהיכן מתחילים?

מתחילים מכאן :-)

חוברת זו תעשה לך סדר בכל הקשור לתכנון האתר, לסידורו, לרישום רעיונות, לקבלת השראה ולתחילת העבודה עליו בפועל.

קדימה, הגיע הזמן לבנות אתר שנאהב!

צעד מס' 1

הגדרת מטרות ויעדים

לכל אתר צריכה להיות מטרה.

אתר ללא מטרה יוצר בלאגן גדול אצל הקוראים שלך וגם אצלך, ובמקום לתת לקוראים תוכן איכותי ומועיל שבדיוק אותו חיפשו, הוא יגרום להם לבלבול ולחוסר חשק לחזור אליו שוב.

לאתר שלך צריכה להיות מטרה אולטימטיבית, סיבה ברורה לשאלה "למה הוא קיים" מבחינתך.

זה הזמן לשאול את עצמך:

"איזו מטרה(ות) אני מנסה להשיג בעזרת האתר שלי?"

הנה כמה דוגמאות שיעזרו לך למקד את המטרה(ות) של האתר שלך:

- להגדיל את רשימת התפוצה
- למכור מוצר או שרות
- להגדיל השמעות של פודקאסט או מנויי יוטיוב
- לבנות קהילה או עוקבים
- לרשום מנויים חדשים למועדון החברים או לתכנית שלי
- לבנות את עצמי כאוטוריטה בתחום מסויים

עכשיו תורך!

מהי מטרת האתר שלך?

יש לכתוב 1-3 מטרות:

צעד מס' 2

מבקרי האתר

בניית פרסונת מבקר פוטנציאלי

בניית פרסונה (תעודת זהות של קהל יעד פוטנציאלי) חשובה כדי להבין איך ומה להציג באתר שלנו ותעזור להביא את הקוראים הנכונים לאתר ולהתאים להם את התוכן המדויק להם.

מיהי הפרסונה האופטימלית עבורך שתבקר באתר שלך והמוצרים/שרותים שלך ידברו אליה ויתאימו לה כמו כפפה ליד?

בניית הפרסונה תעזור לך לגבי החלטות עתידיות בהקשר של כתיבת תוכן ובניית מוצרים/שרותים חדשים ולכן הצעד הבא חשוב כדי להבין בדיוק למי מנסים לפנות דרך התוכן באתר.

! **תרגיל:** בניית פרסונת מבקר פוטנציאלי באתר שלך

שם הפרסונה (אופציונלי, סתם בשביל הכיף): _____

מגדר: _____ גיל: _____ מצב משפחתי: _____

רמת הכנסה: _____ השכלה: _____

אזור מגורים: _____ תחום עיסוק: _____

תחביבים ותחומי עניין של הפרסונה:

רשתות חברתיות בהן פעיל/ה:

באילו שעות ביום הפרסונה גולשת באינטרנט:

במה הפרסונה זקוקה לעזרה? אילו פתרונות האתר יציע לה?

לדוגמה: הינך בעלת עסק שפתחה לאחרונה בית קפה שכונתי חדש. מה מבקרי האתר שלך רוצים לדעת כשהם מגיעים לאתר שלך? כנראה שהם ירצו לדעת היכן בית הקפה ממוקם, מהן שעות הפתיחה ואם המקום מציע WIFI בחינם. ייתכן וגם יעניין אותם לצפות בתפריט ולדעת האם יש מנות צמחוניות/טבעוניות וללא גלוטן. דוגמה נוספת: אתה מעצב שמלות כלה בהתאמה אישית. מה מבקרות האתר שלך יחפשו? ככל הנראה כלות לעתיד ירצו לראות פורטפוליו עם שמלות שעיצבת בעבר, טווחי מחירים ואיך ליצור עמך קשר.

לפי הדוגמאות למעלה, במה הפרסונה שלך זקוקה לעזרה? אילו פתרונות האתר שלך יציע לה?

בהתאם לתשובה שכתבת בשאלה הקודמת, מהו המסר השיווקי שיוביל את הפרסונה להתעניין בתכני האתר שלך?

צעד מס' 3

קבלת השראה מאחרים

כדי להבין איזה עיצוב מתאים לאתר שלנו, לעתים כדאי להסתכל קצת מסביב ולקבל השראה מאתרים שאנחנו מכירים ואוהבים, וכן, גם מאתרים של מתחרים. מה מוצא חן בעיניך באתר מסויים? האם אופן הצגת הפורטפוליו? הבאנר המיוחד שמתחלף בעמוד הבית? הסרגל הצידי המועיל שמוביל לתוכן מעניין נוסף? הפונטים האלגנטיים? עיצוב הבלוג?

למצוא אתר שיהווה מקור השראה זו רק חצי עבודה. החצי השני יהיה לשאול את עצמך מה בדיוק אהבת באתר ולכתוב זאת. זה הזמן לשוטט באינטרנט ולבחור ארבעה אתרים שאת העיצוב והתכנים בהם אהבת במיוחד, לשאול את עצמך מה אהבת וכדאי לאמץ ומה מבחינתך **חובה** ליישם גם באתר שלך.

אתר השראה מס' 1 | קישור: _____

מה אהבתי? מה מבחינתי חובה ליישם גם באתר שלי:

אתר השראה מס' 2 | קישור: _____

מה אהבתי? מה מבחינתי חובה ליישם גם באתר שלי:

אתר השראה מס' 3 | קישור:

מה אהבתי ומה מבחינתי חובה שיופיע גם באתר שלי:

אתר השראה מס' 4 | קישור:

מה אהבתי ומה מבחינתי חובה שיופיע גם באתר שלי:

מחקר מתחרים

לאחר שמצאנו אתרים שמוצאים חן בעינינו, נעבור להציץ באתרי המתחרים שלנו. אם האתר שלך ייחודי ומציע מוצר או שרות שאינם קיימים בשוק ואין לו מתחרים ישירים, אפשר לבדוק את האתרים שהכי דומים למה שיש לך להציע, או לבחור באתר שאינו קשור כלל לנישה שלך אך מציע מוצרים ושרותים שמתאימים לאותו קהל יעד כמו זה שבנית כפרסונה לאתר שלך בסעיף 2.

תרגיל: מחקר ומיפוי מתחרים**מי המתחרים הישירים שלי?**

_____ , _____ , _____ , _____ , _____

עסקים המציעים שרות דומה לשלי או שפונים לאותו קהל יעד:

_____ , _____ , _____ , _____ , _____

במה האתר שלי יהיה שונה, מהו הערך המוסף שאציע באתר שבזכותו הוא יהיה ייחודי בתחום? מה יהיה הבידול שלי?

ביטויים שמופיעים בכתבות בבלוג של המתחרים שלי ויכולים לשמש גם אותי:

רעיונות לכתבות בבלוג

אילו כתבות בבלוג של המתחרים שלי ניתן לשפר, לכתוב בצורה טובה יותר, להעמיק (לא להעתיק!) ועל-ידי כך לסייע לגולשים שייגיעו לאתר שלי בצורה טובה יותר?

[illegible]

צעד מס' 4

מפת דרכים, תוכן וניווט

כפי שהוסבר בתחילת החוברת, להקים אתר ולהתחיל "לזרוק" בו תכנים, להוסיף עוד ועוד עמודים בכל פעם שעולה רעיון חדש וליצור תפריט שבכל יום יתווסף אליו קישור חדש, הוא רעיון לא כל כך טוב. חשיבה על אסטרטגיית תוכן וצורת שלד האתר מראש תסייע בבניית אתר מסודר, מאורגן וברור שבו ניתן "להוביל" את הגולשים בדיוק לעמודים שרוצים שהם יגיעו אליהם. אתר ברור וענייני יגרום לגולשים שלך להעריך אותך ולרצות לחזור לקרוא כתבות נוספות שלך בעתיד.

מפת דרכים

אם יכולת לקחת מבקר באתר שלך יד ביד ולעשות לו סיור אישי באתר, מה יהיה מסלול הסיור?

לדוגמה: יש לך עסק לעיצוב גרפי. כנראה שיהיה לך חשוב שמבקרים שעשויים להפוך בהמשך ללקוחות יצפו קודם כל בפורטפוליו שלך כדי לראות אם העבודות מוצאות חן בעיניהם. לאחר שהחליטו שכן, הצעד ההגיוני הבא יהיה להראות למבקרים חוות דעת מלקוחות אחרים. השלב הבא יהיה להציג את המחירון שלך כדי שהמבקרים, שכבר הבינו שהם אוהבים את העבודות שלך וגם חוות הדעת עשו עליהם רושם, יקבלו מושג לגבי טווחי המחירים שלך. לאחר שהחליטו שהמחירים מתאימים להם, הם ירצו ליצור איתך קשר כך שזה יהיה המקום להציע להם טופס ליצירת קשר איתך.

מפת הדרכים של דוגמה זו תיראה כך:

דף הבית < פורטפוליו < חוות דעת < מחירון < יצירת קשר

תרגיל: בניית מפת דרכים

מהו המסלול האידיאלי עבורך שמבקר באתר שלך יעבור?

דוגמה נוספת - הפעם לבלוג: יש לך בלוג צילום ובו כתבות על סגנונות צילום, יצירת אפקטים מיוחדים, טיפים לצילום בסמארטפון וכו'. ייתכן וחובבי צילום יגיעו לכתבות בבלוג שלך ישירות מגוגל או מרשתות חברתיות בלי לעבור לפני כן בעמוד הבית שלך. במקרה כזה, חשוב לחשוב מה נרצה שיופיע בסיום כל כתבה. אולי הצעד הבא של הגולש בתום קריאת כתבה יהיה להירשם לרשימת תפוצה לקבלת מייל בכל פעם שמתפרסמת כתבה חדשה? ואולי נרצה שהקורא דווקא יוריד ספר-אלקטרוני חינמי שכתבנו ובו נוסיף בסיום התוכן קופון הנחה לקורס הצילום שלנו, כך שיוכל להירשם אליו לאחר קריאת הספר?

במקרה זה, מפת הדרכים תיראה כך:

כתבה בבלוג < הוספה לרשימת תפוצה להורדת ספר < דף הרשמה לקורס

מהו המסלול האידיאלי עבורך שמבקר בכתבה בבלוג שלך יעבור?

מטרת מפת הדרכים היא לא ליצור לנו את מבנה התפריט, אלא לעשות לנו סדר בראש לגבי המסלול אותו הגולש יעבור כשיגיע לעמודים השונים באתר שלנו, וכדי להבין אילו עמודים נרצה שיופיעו באתר.

תוכן ודפי האתר

עכשיו שיש לך מסלול ברור אותו הגולש אמור לעבור באתר/בלוג שלך, הגיע הזמן לחשוב על עמודי האתר, המידע שיופיע בהם והקריאה לפעולה. כדאי להוסיף קריאה לפעולה בכל עמוד באתר (למשל, בדוגמה הראשונה של העיצוב הגרפי קריאה לפעולה בכל עמוד יכולה להוביל לעמוד הבא במפת הדרכים, או בדוגמה של בלוג הצילום קריאה לפעולה תהיה להצטרף לרשימת תפוצה ו/או לשתף את הכתבה ברשתות חברתיות).

תרגיל: בניית שלד האתר

בעמודים הבאים נכתוב את שמות העמודים שנרצה להציג באתר, את המידע שיופיע בהם (בכלליות) ואת הקריאה לפעולה בסיום התוכן (קישור לעמוד אחר, הרשמה לתפוצה וכו').

עמוד סטטי (לדוגמה אודות, יצירת קשר, גלריית תמונות,...): _____

מידע שחשוב לי שיופיע בו: _____

קריאה לפעולה: _____

עמוד סטטי: _____

מידע שחשוב לי שיופיע בו: _____

קריאה לפעולה: _____

עמוד סטטי: _____

מידע שחשוב לי שיופיע בו: _____

קריאה לפעולה: _____

עמוד סטטי: _____

מידע שחשוב לי שיופיע בו: _____

קריאה לפעולה: _____

עמוד סטטי: _____

מידע שחשוב לי שיופיע בו: _____

קריאה לפעולה: _____

עמוד סטטי: _____

מידע שחשוב לי שיופיע בו: _____

קריאה לפעולה: _____

כתבות בבלוג:

קריאה לפעולה: _____

ניווט

בשלב זה כבר יש לך כיוון לגבי כותרות העמודים באתר שלך. חשוב לזכור לתת לעמודים כותרות ברורות שיבהירו לגולש מה הם הולכים לראות באותו עמוד. דוגמאות לכותרות טובות לעמוד האודות: "אודות", "מי אני", "עלינו" דוגמאות לכותרות לא טובות לעמוד האודות: "כאן נולדתי, כאן נולדו לי ילדיי", "מי מסתתר מאחורי המסכה".

אין צורך לגרום לגולש לנחש מה הוא עתיד למצוא בעמוד מסויים על-ידי שמות מיוחדים לעמודים, זה לא המקום ליצירתיות. חשוב להיות ברורים ומדויקים. בלבול עשוי לגרום לגולש "אנטי" כלפי האתר שלך עקב חוסר יכולת למצוא עמודים שהוא זקוק למידע בהם באופן מהיר.

בנוסף, חשוב לשמור על התפריט הראשי באתר קצר ולעניין. מינימליזם זה שם המשחק. 10 כפתורי ניווט בתפריט + תתי תפריטים הם הרבה יותר מדי החלטות שהגולש צריך לעשות כבר בראש האתר שלך, שלא נדבר על כל האפשרויות שהוא ייתקל בהן בדף הבית ובקישורים שיופיעו בעמודי התוכן ובכתבות. כדאי להקל עליו, ולהציג עד 6 כפתורים בתפריט הראשי באתר, לא יותר!

איך מחליטים מה יופיע בתפריט הראשי ומה יישאר בחוץ ויוצג במקום אחר? זה תלוי במטרות האתר/הבלוג שלך כמובן ובמפת הדרכים שיצרת.

בנוסף, אפשר לוותר על כפתור "דף הבית". כולם יודעים שלחיצה על לוגו האתר מובילה לדף הבית, אז חבל לבזבז מקום על כפתור מסוג זה.

תרגיל: בניית תפריט לאתר

מהם העמודים הנוספים באתר שלא יופיעו בתפריט הראשי וחשוב לזכור להוסיף אותם במקום אחר באתר?	מהם הכפתורים שיופיעו בתפריט הראשי באתר שלי?

צעד מס' 5

עיצוב האתר

בשלב זה אנחנו כבר יודעים את מטרת/ות האתר שלנו, אילו עמודים נרצה שיופיעו בו, רעיונות למספר כתבות כסיפתח ואיך ייראה התפריט. עכשיו אפשר להתחיל לחשוב על העיצוב.

אני תמיד ממליצה לשמור על עיצוב אחיד באתר, כדי לעשות רושם רציני ומקצועי. אתר שכולל מגוון בלתי נגמר של צבעים, פונטים ועמודים שנראים שונה לגמרי אחד מהשני, גורמים לקוראים שלנו לנטוש את האתר. הרי מי ירצה לקבל שרות או לקנות מוצר ממך אם האתר כל כך מבולגן?

פונטים

חשוב לבחור בפונט אחד (גג שניים) לאתר. כאשר צריך לשבור את הטקסט המונוטוני או להדגיש חלקים מסויימים במלל, כדאי לעשות זאת על-יד משחק במשקלי הפונט ולא בהצגת פונט שונה.
כמעט בכל תבנית וורדפרס כיום, קל מאוד להטמיע פונטים חינוניים של גוגל באתר. לינק לרשימת הפונטים העבריים של גוגל - כאן.

שם של פונט גוגל שאהבתי: _____
שם של פונט גוגל נוסף שאהבתי: _____

צבעים

חשוב לבחור בפלטה של בין 3 ל-5 צבעים בלבד שישלטו באתר. הנה מספר אתרים לקבלת השראה וליצירת פלטות צבעים:

<http://color.hailpixel.com>

<https://color.adobe.com>

<https://visme.co/blog/color-combinations/>

שילובי צבעים שאהבתי (יש לציין את קוד ה-HEX של כל צבע, בקוד HEX משתמשים כשבונים את האתר ומגדירים צבעים והוא מתחיל בתו סולמית):

# _____	# _____	# _____	# _____	# _____
# _____	# _____	# _____	# _____	# _____
# _____	# _____	# _____	# _____	# _____

עיצוב שלד האתר

לפני שנעבור לשרטוט סכמת האתר, כדאי לחשוב מה נרצה שיופיע בו:

- סרגל צידי - האם דרוש לי? האם הוא יופיע בכל עמודי האתר או רק בכתבות בבלוג? מה אשים בסרגל הצידי (סיידבר)?
- ראש אתר - האם הלוגו יופיע מימין והתפריט הראשי משמאל? האם הלוגו למעלה והתפריט מתחתיו?
- תפריט משני - האם דרוש לי ואם כן - האם בכל העמודים, או למשל רק בעמודי הבלוג? האם יופיע בפוטר (תחתית האתר)?
- מה חשוב לי שיופיע בתחתית האתר (פוטר)? מספר הטלפון שלי? הכתובת שלי? מפה מוטמעת? התפריט הראשי? תפריט משני? שורת זכויות יוצרים?

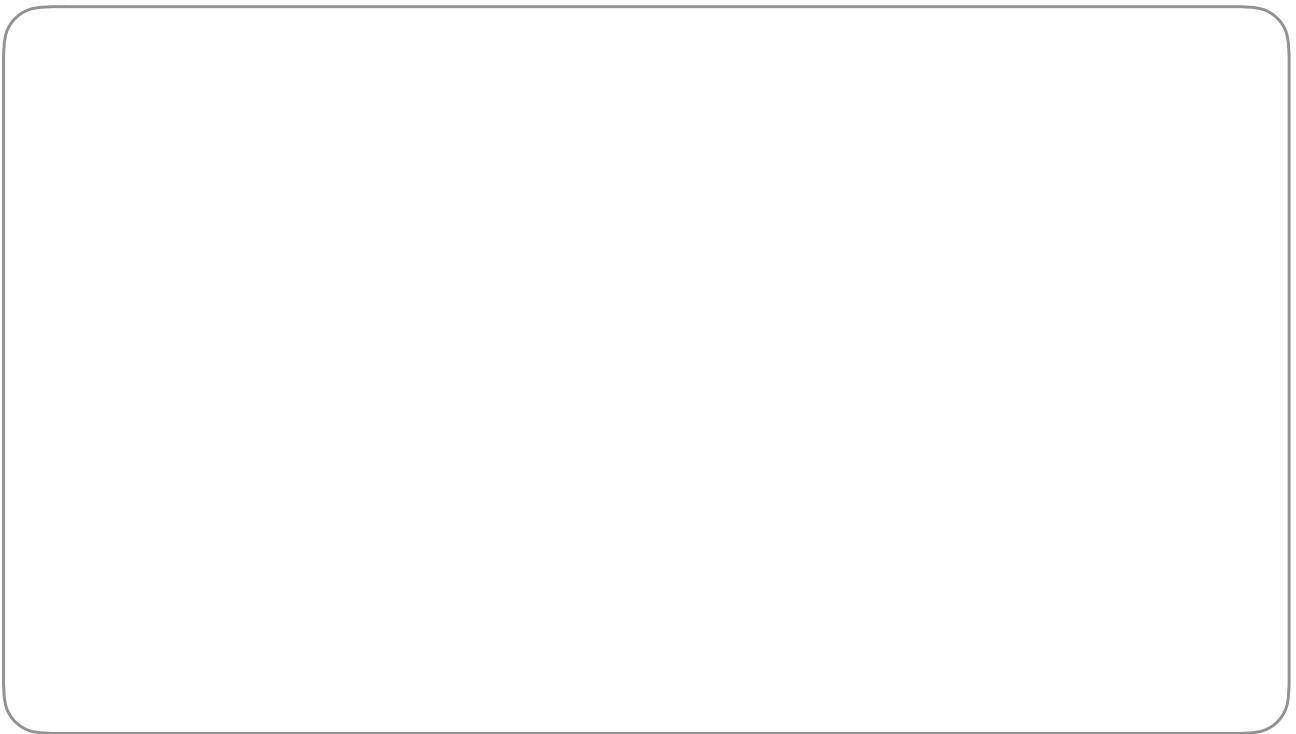
תרגיל: שרטוט סכמת אתר

בשרטוטים הבאים נציין בקווים כלליים את שלד האתר, למשל מיקום הסיידבר, ראש האתר, הפוטר, מקום כפתורי שיתוף הכתבות, הוספה לרשימת תפוצה וכו'.

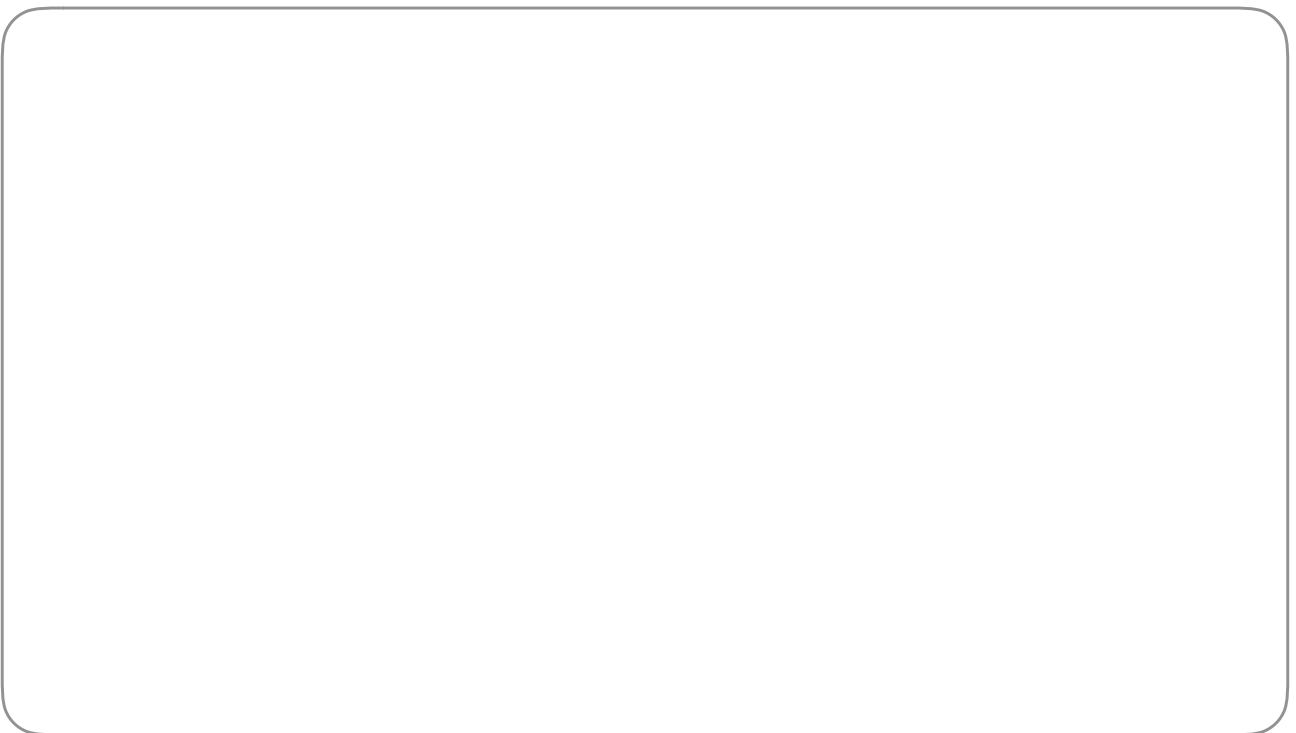
דף הבית:

עמוד סטאטי:

עמוד בלוג (בו יופיעו תקצירי כתבות):



עמוד פוסט (כתבה בודדת):



שרטוט ראש האתר (Header)

כאן נשרטט את כל הפריטים שנרצה שיופיעו בראש האתר, למשל היכן ימוקם הלוגו, התפריט הראשי וכו')

שרטוט תחתית האתר (Footer)

כאן נשרטט את כל הפריטים שנרצה שיופיעו בתחתית האתר, למשל תפריט ראשי, תפריט משני, כתובת, טלפון, קישורים לרשתות חברתיות וכו')

שרטוט סרגל צידי (Sidebar)

כאן נציין מה חשוב לנו להציג בסרגל הצידי

צעד מס' 6

תכנון משימות ל-3 חודשים

מה מצבר?

בשלב זה, אם מילאת את כל עמודי החוברת, עשית כבר כברת דרך ראווה לציון, כל הכבוד! כעת אמורים להיות לך הדברים הבאים:

- ☐ הגדרת מטרות האתר/הבלוג
- ☐ תמונה ברורה של קהל היעד שלך
- ☐ הבנה מדויקת של הפתרון אותו האתר/הבלוג שלך יפתור לקהל היעד
- ☐ מאפיינים שאהבת באתרים אחרים והחלטת להוסיף גם לאתר שלך
- ☐ מידע על המתחרים שלך ורעיון לבידול מהם
- ☐ ביטויים שחשוב שיופיעו בכתבות באתר שלך
- ☐ רעיונות למספר כתבות בבלוג
- ☐ רשימת עמודים סטטיים שיהיו באתר שלך, המידע שיופיע בהם וקריאה לפעולה
- ☐ כפתורי התפריט הראשי באתר שלך ותפריטים משניים במידת הצורך
- ☐ הפונטים והצבעים שישלטו באתר שלך
- ☐ עיצוב של שלד האתר

את האתר אפשר להתחיל לבנות גם אם לא סיימת את כל הצעדים המכינים, אבל כדאי לבצע לפחות 3/4 מהצעדים ברשימה. אפשר לסמן בצ'ק בוקס מה מבין הצעדים כבר ביצעת, ומה שלא - להוסיף לסכמת תכנון המשימות בהמשך.

אז... איך מתחילים לבנות אתר?

אחרי עבודת השטח, הגענו לחלק החשוב ביותר של תכנון האתר והוא בניית תכנית עבודה לשלושת החודשים הראשונים. בחודשים אלה נתחיל לבנות את האתר בפועל, לעצב אותו ולהכניס אליו תכנים. באתר "מקום ברשת" יש מגוון מדריכים שמלמדים את הבסיס בהעלאת אתר לאוויר. אם אין לך ידע בבניית אתרים, אני ממליצה להתחיל מהמדריך למתחילים ובו הסבר על כל הצעדים הטכניים הראשונים (הם מאוד פשוטים!) בבניית אתר במערכת וורדפרס המופלאה. צפייה בסרטון תעזור לך להבין אילו משימות להכניס ללוח התכנון שבהמשך.

חשוב!

כדי ללמוד איך לעבוד עם וורדפרס, לעצב אתר ולהכניס אליו תכנים, אפשר להצטרף לאחד הקורסים החינמיים של "מקום ברשת" בכתובת: courses.makombareshet.com

אם כבר התחלת את תהליך החשיבה והעבודה בעזרת החוברת הזו והחלטת לקחת את האתר שלך ברצינות יתרה, אני ממליצה בחום להירשם לקורס המקיף של בניית בלוג בוורדפרס וללמוד לעומק איך בונים בלוג/אתר מקצועי על כל מרכיביו (ישנו קוד הנחה לרכישת הקורס בסיום החוברת). קורס זה יעזור לך ללמוד איך עובדים נכון עם וורדפרס, איך מעצבים אתר בדיוק כמו שאוהבים ואיך בונים כל חלק באתר. קישור לפרטים נוספים על הקורס:

<https://makombareshet.com/wordpresscourse2020>

תרגיל: תכנון משימות לשלושת החודשים הראשונים

בשבילונות הבאות ניתן לכתוב את המשימות שלך בהתאם למה שמילאת בחוברת וראית בסרטון המדריך למתחילים שהוזכר למעלה.

כל משימה כותבים ליד צ'קבוקס ומסמנים לאחר שבוצעה.

משימות לדוגמה: רישום דומיין, רכישת חבילת אחסון, התקנת וורדפרס, התקנת תבנית עיצוב, התקנת תוספים, עיצוב ההדר, עיצוב הפוטר, עיצוב הסרגל הציד, כתיבת פוסט בבלוג, הוספת מערכת ניוזלטר וכו'. משימה יכולה להיות גם "כתבה בבלוג: (נושא הכתבה)".

בשורות שבהמשך לצ'קבוקסים כותבים פירוט בהתאם לצורך.

לוח תכנון משימות**חודש 1:**

	☐		☐
	☐		☐
	☐		☐
	☐		☐

חודש 2:

	☐		☐
	☐		☐
	☐		☐
	☐		☐

חודש 3:

	☐		☐
	☐		☐
	☐		☐
	☐		☐

מידע טכני על האתר

הצעדים הראשונים בבניית אתר, כפי שראית במדריך למתחילים, כוללים רכישת חבילת אחסון, רישום דומיין והתקנת וורדפרס. כדאי לכתוב את הפרטים הטכניים החשובים על חבילת האחסון, הדומיין והתחברות לממשק האתר.

פרטי התחברות לחברת האחסון:

כתובת אתר חברת האחסון: _____
שם משתמש: _____ סיסמה: _____
תאריך חידוש החבילה: _____
רשומות DNS:

1. _____
2. _____

פרטי התחברות לחברת הדומיין (אם שונה מחברת האחסון):

כתובת אתר חברת הדומיין: _____
שם משתמש: _____ סיסמה: _____
תאריך חידוש הדומיין: _____

פרטי התחברות לממשק ניהול וורדפרס:

כתובת לוח הבקרה: _____
שם משתמש: _____ סיסמה: _____

תזכורת! חיבור בין חברת אחסון לדומיין:

במקרים בהם רכשת חבילת אחסון בחברה אחת ודומיין בחברה אחרת, יש לחבר ביניהם בצורה כזו:

1. בחברת האחסון - למצוא את רשומות ה-DNS (לרוב יתחילו בביטוי ns1 ו-ns2)
2. בחברת הדומיין - למצוא היכן מעדכנים את רשומות ה-DNS
3. להעתיק את הרשומות מחברת האחסון ולהדביק במקום הנכון בחברת הדומיין

ניתן להיעזר בצ'אט או בתמיכה הטכנית של חברת האחסון ושל חברת הדומיין כדי לקבל סיוע במציאת רשומות ה-DNS ואופן עידכון.

ברכות!

סיימת את דפי העבודה של תכנון האתר שלך :-)
עכשיו נשאר לעשות רק דבר אחד... להתחיל לבנות את האתר!

בעמודים הבאים ניתן למצוא כלים שיעזרו לך להתקדם בבניית האתר ובכתיבת התכנים, וגם דף ובו הנחות לקורסים ולעזרים לבניית אתר וכתיבת תוכן.

אני מקווה שהחברת היתה לך לעזר בבניית האתר/הבלוג שלך, ואשמח מאוד לשמוע על ההתקדמות והתובנות שלך ממנה ומהתהליך כולו. אפשר לשמור איתי על קשר בפייסבוק של "מקום ברשת" בכתובת:
facebook.com/makombareshet

תוספי וורדפרס מומלצים

אלמנטור - פייג' בילדר
Contact Form 7 - תוסף טפסים
Google XML Sitemaps - יצירת מפת אתר, לשיפור מיפוי האתר בגוגל
WP Click Info - סטטיסטיקה של מספר לחיצות על קישורים חיצוניים באתר
MailPoet 3 - בנייה וניהול של רשימות תפוצה
Rate my Post - WP Post Rating - הוספת דירוג לכתבות באתר
LearnDash - בניית קורסים באתר
Thrive Quiz Builder - הוספת חידונים ושאלונים לאתר
Reading Progress Bar - סרגל המציג התקדמות קריאת כתבות
Woocommerce - בניית חנות מקוונת

מאגרים חינמיים לתמונות, אייקונים וסרטונים

pixabay.com
unsplash.com
undraw.co
stocksnap.io
www.iconsdb.com
coverr.co
www.videvo.net
publicdomainvectors.org
lukaszadam.com/illustrations
deszone.net/category/all-graphics/

כתבות מומלצות מאתר מקום ברשת

איך מתחילים לבנות אתר - המדריך למתחילים
איך לעשות כסף עם אלמנטור
איך לדייק את התוכן לגולשים ע"י שאלונים
איך להוסיף דירוג כתבות לאתר שיוצג גם בתוצאות החיפוש בגוגל
בניית אתר מנויים או אתר קורס - איך לדעת מה מתאים לך?
איך פותחים תיבת אימייל עסקית ומחברים אותה לג'מייל
איך בונים דף נחיתה בוורדפרס עם תוסף אלמנטור פרו

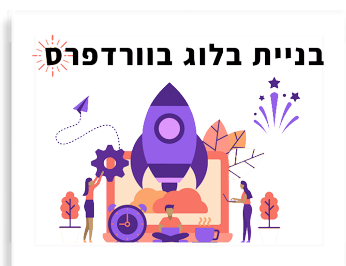
הטבות והנחות - בעמוד האחרון (-:)

[illegible]

[illegible]

Blank lined area for writing or drawing.

הטבות:



הנחה על קורס הדגל של "מקום ברשת":

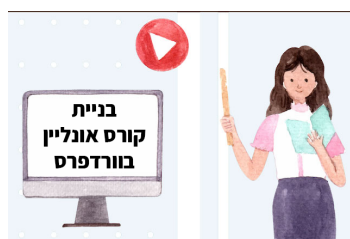
בניית בלוג בוורדפרס

25% הנחה לרכישת הקורס

קוד קופון: 25off

קישור:

<https://makombareshet.com/wp2020/>



הנחה על קורס:

בניית קורס אונליין בוורדפרס

25% הנחה לרכישת הקורס

קוד קופון: 25off

קישור:

<https://makombareshet.com/wponlinecourse/>



הנחה בחברת האחסון יופרס:

5% הנחה על כל החבילות

קוד קופון: UP05MALIK

קישור:

<https://www.upress.co.il/>



הנחה לרכישת ספר Boost Your Posts:

50% הנחה לרכישת הספר האלקטרוני

קוד קופון: 50off

קישור להורדת שני פרקים ראשונים ורכישת האיבוק:

<https://makombareshet.com/byp>