با ایران توشه
یک قدم جلوتر
باش!

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت



ایران توشه، مرجع دانلود فایل های کمک آموزشی دانش آموزان و کنکوری ها

همه چیز
برای موفقیت
تو!

- دانلود رایگان آزمون های آزمایشی قلمچی، خیلی سبز، گاج و ...
- دانلود رایگان گام به گام تمامی دروس
- دانلود رایگان نمونه سوالات امتحانی (نوبت اول و دوم) و امتحانات نهایی
- دانلود رایگان جزوه های کمک آموزشی و شب امتحانی

کافیست هر فایلی که نیاز دارید را در گوگل به این صورت جستجو کنید:

فایل مورد نیاز + ایران توشه

مثال:

دانلود گام به گام دوازدهم تجربی ایران توشه



irantooshe.ir

t.me/irantooshe

گام به گام تجارت الکترونیک و امنیت
شبکه دوازدهم
پودمان دوم

عنوان فصل: توسعه کار و کسب الکترونیکی

از صفحه‌ی ۵۵ تا صفحه‌ی ۱۰۷ کتاب

در این فایل پاسخ فعالیت‌ها، کارهای کلاسی، تمرین‌ها و پرسش‌های فصل توسعه کار و کسب الکترونیکی آمده است.

مباحث فصل: پرستاشاپ، مدیریت کارمند و کاتالوگ، حمل‌ونقل، پرداخت، قانونمندسازی، سئو و بازاریابی دیجیتال

تهیه‌شده در ایران‌توشه، توشه‌ای برای موفقیت

irantooshe.ir

فهرست پرسش‌ها

۱	صفحه ۵۷ · فعالیت کارگاهی — مقایسه‌ی فروشگاه‌های اینترنتی	۸
۲	صفحه ۵۸ · فعالیت کارگاهی — بارگیری و نصب پرستاشاپ	۹
۳	صفحه ۵۸ · کنجکاوی — سیستم مدیریت محتوا برای پرسش‌وپاسخ، وبلاگ، شبکه‌ی اجتماعی و پژوهش‌آموزشی	۱۰
۴	صفحه ۶۰ · فعالیت کارگاهی — بررسی بخش‌های نمای فروشگاه	۱۰
۵	صفحه ۶۱ · فعالیت کارگاهی — ورود به پنل مدیریت و بررسی بخش‌های آن	۱۱
۶	صفحه ۶۲ · کارگاه ۱ — ایجاد نمایه	۱۱
۷	صفحه ۶۳ · کنجکاوی — گروه کارمندانی که حذف‌شدنی نیستند	۱۱
۸	صفحه ۶۳ · کارگاه ۲ — ایجاد کارمند جدید	۱۱
۹	صفحه ۶۴ · فعالیت کارگاهی — ایجاد کاربر با سطح دسترسی فروشنده	۱۲
۱۰	صفحه ۶۴ · کارگاه ۳ — غیرفعال کردن فروشگاه	۱۲
۱۱	صفحه ۶۴ · کنجکاوی — ایندکس شدن صفحات	۱۲
۱۲	صفحه ۶۵ · فعالیت کارگاهی — دسترسی فروشگاه فقط از IP رایانه‌ی شما	۱۳
۱۳	صفحه ۶۵ · کارگاه ۴ — تنظیم نام و اطلاعات فروشگاه	۱۳
۱۴	صفحه ۶۶ · فعالیت کارگاهی — تنظیم نام و اطلاعات فروشگاه خود	۱۳

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۱۵ صفحه ۶۶ · فعالیت کارگاهی — تنظیم لوگوی سربرگ و فاوآیکن فروشگاه ۱۴

۱۶ صفحه ۶۶ · کارگاه ۵ — تنظیم لوگو و فاوآیکن ۱۴

۱۷ صفحه ۶۷ · کارگاه ۶ — تنظیم محتوای صفحات ایستا ۱۴

۱۸ صفحه ۶۸ · کارگاه ۷ — پیکربندی اسلایدر تصویر ۱۵

۱۹ صفحه ۶۹ · فعالیت کارگاهی — سرعت اسلایدها و اسلاید «خشکبار ارگانیک» ۱۵

۲۰ صفحه ۶۹ · فعالیت کارگاهی — افزودن بنر صنایع‌دستی جدید ۱۵

۲۱ صفحه ۶۹ · کارگاه ۸ — پیکربندی بنر صفحه‌ی اصلی ۱۶

۲۲ صفحه ۷۱ · کارگاه ۹ — حذف محتوای پیش‌فرض فروشگاه ۱۶

۲۳ صفحه ۷۲ · فعالیت گروهی — روش‌های تحویل و حمل‌ونقل محصولات ۱۶

۲۴ صفحه ۷۳ · کارگاه ۱۰ — پیکربندی مناطق ۱۷

۲۵ صفحه ۷۴ · فعالیت کارگاهی — منطقه‌ی استان همجوار و غیرهمجوار ۱۷

۲۶ صفحه ۷۵ · فعالیت کارگاهی — ایجاد حامل «پست پیشتاز» ۱۸

۲۷ صفحه ۷۵ · فعالیت کارگاهی — تنظیم واحد پول تومان ۱۸

۲۸ صفحه ۷۶ · کنجکاوی — شاخه‌ها و زیرشاخه‌های فروشگاه صنایع‌دستی و لباس سنتی ۱۹

۲۹ صفحه ۷۶ · کارگاه ۱۱ — افزودن شاخه‌ی جدید ۱۹

۳۰ صفحه ۷۷ · فعالیت کارگاهی — افزودن شاخه‌ی صنایع‌دستی و محصولات دست‌باف ۱۹

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۳۱ صفحه ۷۷ · کنجکاوی — گروه‌های پیش‌فرض مشتریان ۲۰

۳۲ صفحه ۷۸ · فعالیت کارگاهی — نمایش شاخه‌ها در منوی اصلی ۲۰

۳۳ صفحه ۷۸ · کارگاه ۱۲ — پیکربندی منوی اصلی تارنما ۲۰

۳۴ صفحه ۷۹ · کارگاه ۱۳ — تعریف مشخصه‌ها ۲۱

۳۵ صفحه ۸۰ · فعالیت کارگاهی — مقادیر مشخصه‌ی اندازه و رنگ ۲۱

۳۶ صفحه ۸۰ · کارگاه ۱۴ — تعریف ویژگی‌ها ۲۱

۳۷ صفحه ۸۰ · فعالیت کارگاهی — ویژگی «بافت» با مقادیر کتان و پارچه‌ای ۲۲

۳۸ صفحه ۸۱ · کارگاه ۱۵ — افزودن برند ۲۲

۳۹ صفحه ۸۲ · فعالیت کارگاهی — افزودن برند «ایران سوغاتی» ۲۲

۴۰ صفحه ۸۲ · کارگاه ۱۶ — افزودن تأمین‌کننده ۲۲

۴۱ صفحه ۸۲ · فعالیت کارگاهی — تأمین‌کننده‌های تهران، اصفهان و سمنان ۲۳

۴۲ صفحه ۸۳ · فعالیت گروهی — افزودن محصول «پیراهن سوزن‌دوزی» ۲۳

۴۳ صفحه ۸۴ · کارگاه ۱۷ — پیکربندی پرداخت از طریق فیش بانکی ۲۳

۴۴ صفحه ۸۵ · پژوهش — شرکت‌های واسط مجاز پرداخت اینترنتی در شاپرک ۲۴

۴۵ صفحه ۸۶ · کارگاه ۱۸ — پیکربندی ماژول جست‌وجوی لایه‌ای ۲۴

۴۶ صفحه ۸۷ · کارگاه ۱۹ — ترجمه‌ی قالب ۲۴

ایران توشه
ترجمه‌ی راهنمای موفقیت

۴۷ صفحه ۸۷ · فعالیت کارگاهی — تغییر عبارت «کاهش قیمت‌ها» ۲۵
۴۸ صفحه ۸۸ · کارگاه ۲۰ — تهیه‌ی نسخه‌ی پشتیبان ۲۵
۴۹ صفحه ۸۹ · کارگاه ۲۱ — ارتقا به نسخه‌ی جدید ۲۵
۵۰ صفحه ۹۰ · فعالیت کارگاهی — پشتیبان‌گیری و به‌روزرسانی پرستاشاپ ۲۶
۵۱ صفحه ۹۱ · فعالیت کارگاهی — آزمایش صحت ارتقا (کارگاه ۲۲) ۲۶
۵۲ صفحه ۹۱ · فعالیت منزل — اقلام ممنوعه‌ی پستی ۲۷
۵۳ صفحه ۹۱ · پژوهش — شرایط و مراحل دریافت نماد اعتماد الکترونیک ۲۷
۵۴ صفحه ۹۱ · کنجکاوی — نماد اعتماد برای کسب‌وکارهای گردشگری ۲۸
۵۵ صفحه ۹۱ · فعالیت کارگاهی — بررسی صفحه‌ی قوانین در سامانه‌ی ای‌نماد ۲۸
۵۶ صفحه ۹۲ · فعالیت کارگاهی — تکمیل جدول جرائم رایانه‌ای (پلیس فتا) ۲۸
۵۷ صفحه ۹۲ · پژوهش — جرائم قابل وقوع در فضای مجازی و رایج در تجارت الکترونیک ۲۹
۵۸ صفحه ۹۲ · کنجکاوی — محصولاتی که در اینترنت نمی‌توان فروخت ۲۹
۵۹ صفحه ۹۳ · کارگاه ۲۳ — ایجاد کد تخفیف برای مشتریان ۳۰
۶۰ صفحه ۹۴ · فعالیت کارگاهی — ایجاد کد تخفیف ۱۰ درصدی ۹۷۰۷۲۵ ۳۰
۶۱ صفحه ۹۴ · کارگاه ۲۴ — مدیریت سفارش‌ها ۳۱
۶۲ صفحه ۹۵ · فعالیت کارگاهی — تغییر وضعیت سفارش به «پرداخت از راه دور تأیید شده» ۳۱

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۶۳ صفحه ۹۶ · فعالیت کارگاهی — فعال‌کردن کادوپیچی و بسته‌بندی قابل بازیافت ۳۱

۶۴ صفحه ۹۶ · فعالیت کارگاهی — مقایسه‌ی نتایج سه موتور جست‌وجو ۳۲

۶۵ صفحه ۹۷ · پژوهش — عملکرد موتورهای جست‌وجو ۳۲

۶۶ صفحه ۹۸ · فعالیت کارگاهی — بررسی واکنش‌گرا بودن چهار تارنمای فروشگاهی ۳۲

۶۷ صفحه ۹۸ · فعالیت کارگاهی — بررسی واکنش‌گرا بودن تارنمای خود ۳۳

۶۸ صفحه ۹۸ · کارگاه ۲۵ — کار با ابزار Inspect Element مرورگر کروم ۳۳

۶۹ صفحه ۹۹ · کارگاه ۲۶ — ثبت نشانی دامنه در گوگل ۳۴

۷۰ صفحه ۱۰۰ · فعالیت کارگاهی — واژگان کلیدی پیشنهادی گوگل (AutoComplete) ۳۴

۷۱ صفحه ۱۰۰ · فعالیت کارگاهی — تکمیل نمودار مزایای تحقیق واژگان کلیدی (شکل ۶۵) ۳۵

۷۲ صفحه ۱۰۱ · کارگاه ۲۷ — تحقیق واژگان کلیدی با ابزار KWFinder ۳۵

۷۳ صفحه ۱۰۲ · فعالیت کارگاهی — انتخاب واژگان کلیدی برای کار و کسب خود ۳۶

۷۴ صفحه ۱۰۳ · فعالیت کارگاهی — فعال‌کردن ابزار Hotjar روی تارنما ۳۶

۷۵ صفحه ۱۰۴ · فعالیت کارگاهی — معرفی کار و کسب در شبکه‌ها و ابزارهای بازاریابی دیجیتال ۳۷

۷۶ صفحه ۱۰۵ · فعالیت کارگاهی — راهبرد مبینا و ماهر در مواجهه با کم‌آبی ۳۷

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۱ صفحه ۵۷ فعالیت کارگاهی

مبینا و ماهر از کدام‌یک از فروشگاه‌ها خرید خواهند کرد؟ چه عواملی در انتخاب آنان اثرگذار خواهد بود؟

(جدول پرسش / پاسخ)

در مورد خرید اینترنتی یک کالا یا خدمت مورد نیاز خود یا خانواده، در اینترنت جست‌وجو کنید. حداقل ۵ تارنمای فروشگاه الکترونیکی را بررسی و جدول زیر را تکمیل کنید.

پاسخ پرسش‌ها (نمونه)

پرسش	پاسخ
چه شباهت‌هایی بین این فروشگاه‌ها وجود دارد؟	همه فهرست و دسته‌بندی کالا، جست‌وجو، سبد خرید، پرداخت اینترنتی، ثبت نظر خریداران و ارسال سفارش دارند.
قبلاً تجربه‌ی خرید از کدام‌یک را داشته‌اید؟	دیجی‌کالا
در کدام‌یک کالای مورد نیاز خود را سریع‌تر پیدا می‌کنید؟	دیجی‌کالا؛ به‌دلیل جست‌وجو و فیلترهای دقیق
ظاهر کدام‌یک برای شما جذاب‌تر است؟	فروشگاهی که ساده، منظم و با تصاویر باکیفیت است
کدام‌یک اطلاعات بیشتری درباره‌ی کالا یا امکان مقایسه با موارد مشابه در اختیار شما قرار می‌دهد؟	دیجی‌کالا و تکنولایف؛ با مشخصات فنی و مقایسه‌ی کالاها
به کدام‌یک اعتماد بیشتری دارید؟	فروشگاهی که نماد اعتماد الکترونیکی، سابقه‌ی طولانی و نظرات زیاد دارد
پرداخت هزینه‌ی کالا و حمل‌ونقل آن در کدام‌یک آسان‌تر است؟	فروشگاهی که چند روش پرداخت و هزینه‌ی ارسال شفاف دارد
زمان تحویل کدام‌یک سریع‌تر است؟	فروشگاهی که انبار و ناوگان پیک خودش را دارد
خرید از کدام‌یک آسان‌تر و مقرون‌به‌صرفه‌تر است؟	فروشگاهی که تخفیف و ارسال رایگان دارد
برای خرید کالای جدید، انتخاب اول شما برای جست‌وجو کدام است؟	دیجی‌کالا یا موتور جست‌وجوی گوگل
چه عواملی در انتخاب یک فروشگاه اینترنتی تأثیر می‌گذارد؟	اعتماد و اعتبار، قیمت، تنوع، سرعت و هزینه‌ی تحویل، روش‌های پرداخت، امکان بازگشت کالا، ظاهر و سهولت استفاده، نظر دیگر خریداران

ایران توشه
توشه ای برای فردا

مقایسه‌ی ۵ تارنمای فروشگاه الکترونیکی (نمونه)

تارنما	نوع محصول	روش پرداخت	شیوه‌ی ارسال	نقطه‌ی قوت
digikala.com	کالای دیجیتال و عمومی	درگاه بانکی، پرداخت در محل، اعتبار	پیک و پست	تنوع و سرعت تحویل
technolife.com	کالای دیجیتال	درگاه بانکی، اقساط	پیک و پست	قیمت و ضمانت
mobile140.com	موبایل و لوازم جانبی	درگاه بانکی	پست و پیک	تخصص در موبایل
torob.com	مقایسه‌ی قیمت فروشگاه‌ها	هدایت به فروشگاه مقصد	وابسته به فروشگاه	مقایسه‌ی قیمت
basalam.com	محصولات دست‌ساز و کسب‌وکارهای خانگی	درگاه بانکی	پست	محصولات محلی و خانگی

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۲ صفحه ۵۸ فعالیت کارگاهی

پس از مشاهده‌ی فیلم، پرستاشاپ را از اینترنت بارگیری و روی رایانه‌ی خودتان یا میزبان نصب کنید.

1. نسخه‌ی پایدار (stable) پرستاشاپ را از نشانی www.prestashop.com/en/download بارگیری می‌کنیم.
2. در کنترل پنل میزبان (cPanel) یک پایگاه داده و یک کاربر با گذرواژه‌ی قوی برای آن می‌سازیم.
3. فایل فشرده را با «مدیریت پرونده» در پوشه‌ی public_html بارگذاری و استخراج می‌کنیم (روی رایانه‌ی محلی: پوشه در htdocs سرور محلی مانند XAMPP).
4. نشانی دامنه (یا نام-پوشه/localhost) را در مرورگر باز می‌کنیم تا نصب‌کننده اجرا شود.
5. زبان را انتخاب، شرایط را می‌پذیریم و سازگاری سیستم را بررسی می‌کنیم.
6. نام فروشگاه، زمینه‌ی فعالیت، کشور، نام مدیر، رایانامه و گذرواژه‌ی مدیر را وارد می‌کنیم.
7. اطلاعات پایگاه داده (نشانی سرور، نام پایگاه داده، نام کاربری و گذرواژه) را وارد و نصب را آغاز می‌کنیم.
8. پس از اتمام نصب، برای امنیت پوشه‌ی install را حذف می‌کنیم؛ نام پوشه‌ی admin به نامی تصادفی تغییر کرده است.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳ صفحه ۵۸ کنجکاوی

بررسی کنید اگر خواهان تارنمایی در زمینه‌ی مدیریت پرسش و پاسخ، وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی و یا پژوهش‌آموزشی باشید از چه سیستم مدیریت محتوایی می‌توانید استفاده کنید؟

سیستم‌های مدیریت محتوای مناسب

نوع تارنما	سیستم مدیریت محتوا
پرسش و پاسخ	Question2Answer، افزونه‌ی پرسش‌وپاسخ وردپرس (مانند DW Question & Answer)
وبلاگ	WordPress (وردپرس)، Joomla (جومیلا)
شبکه‌ی اجتماعی	BuddyPress روی وردپرس، Elgg
پژوهش‌آموزشی (آموزش الکترونیکی)	Moodle (مودل)، Drupal (دروپال)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴ صفحه ۶۰ فعالیت کارگاهی

نمای فروشگاه را باز کنید و به کمک هنرآموز خود بخش‌های مختلف آن را بررسی کنید.

نشانی دامنه (یا نام-پوشه/localhost) را در مرورگر باز می‌کنیم. بخش‌های اصلی نمای پیش‌فرض (شکل ۲):

- **لوگو فروشگاه:** نشان فروشگاه در بالای صفحه.
- **منوی اصلی:** دسته‌بندی کالاها (شاخه‌ها) برای دسترسی به محصولات.
- **اسلایدر تصویر:** تصاویر گردان در صفحه‌ی اصلی برای معرفی محصولات و تخفیف‌ها.
- **بنر فروشگاه:** تصویر تبلیغاتی ثابت.
- **بلوک متن سفارشی:** متنی که مدیر در صفحه‌ی اصلی قرار می‌دهد.
- **محصولات ویژه و پرفروش:** فهرست محصولات پیش‌فرض.
- **صفحات ایستا (پاصفحه):** ارسال، نکات حقوقی، شرایط و ضوابط استفاده، درباره‌ی ما، پرداخت امن.
- **اطلاعات فروشگاه:** نشانی، تلفن و رایانامه‌ی فروشگاه.

این فایل توسط سایت ایران‌توشه تهیه شده است.
irantooshe.ir

۵ صفحه ۶۱ فعالیت کارگاهی

پس از مشاهده‌ی فیلم، به پنل مدیریت وارد شوید و بخش‌های مختلف را بررسی کنید.

1. نشانی admin نام دامنه/نام پوشه‌ی را در مرورگر وارد می‌کنیم.
2. رایانامه و گذرواژه‌ای را که هنگام نصب وارد کرده‌ایم وارد می‌کنیم و «ورود» را می‌زنیم.

بخش‌های پنل مدیریت (شکل ۴): **نوار بالایی** (جست‌وجو، اطلاعیه‌ها، پیوند به نمای فروشگاه و نمایه‌ی مدیر)، **منوی کناری** (سفارش‌ها، کاتالوگ، مشتریان، خدمات مشتری، آمار، ماژول‌ها، طراحی، حمل‌ونقل، پرداخت، بین‌الملل، پارامترهای فروشگاه و پارامترهای پیشرفته)، **پیشخوان** (نمودارها و آمار فروش، بازدید و سفارش‌ها) و **دکمه‌های** افزودن و ذخیره.

۶ صفحه ۶۲ کارگاه ۱

ایجاد نمایه (Profile) جدید با نام «توسعه‌دهنده» و تعیین دسترسی‌های آن

1. در بخش «پیکربندی» از منوی «پارامترهای پیشرفته» گزینه‌ی «تیم» را انتخاب و روی زبانه‌ی «نمایه‌ها» کلیک می‌کنیم (نمایه‌های پیش‌فرض نمایش داده می‌شوند).
2. روی «افزودن جدید» کلیک و نام «توسعه‌دهنده» را وارد و «ذخیره» می‌کنیم.
3. در زبانه‌ی «دسترسی‌ها» روی نمایه‌ی «توسعه‌دهنده» کلیک و دسترسی‌های لازم را انتخاب می‌کنیم.

۷ صفحه ۶۳ کنجکاوی

کدام گروه از کارمندان را نمی‌توانید حذف کنید و یا دسترسی آن‌ها را تغییر دهید؟

نمایه‌ی **«مدیر ارشد» (SuperAdmin)**؛ این نمایه دسترسی کامل دارد و برای حفظ مدیریت فروشگاه نه حذف می‌شود و نه سطح دسترسی آن تغییر می‌کند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۸ صفحه ۶۳ کارگاه ۲

ایجاد کارمند جدید و تعیین دسترسی‌های او

1. در «پارامترهای پیشرفته» گزینه‌ی «تیم» و زبانه‌ی «کارمندان» را انتخاب می‌کنیم.
2. روی «افزودن کارمند جدید» کلیک می‌کنیم.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

3. نام، نام خانوادگی، رایانامه، گذرواژه، زبان و ... را وارد می‌کنیم.

4. از فهرست مشخصات دسترسی‌ها نمایه‌ی «توسعه‌دهنده» را انتخاب و «ذخیره» را می‌زنیم.

۹ صفحه ۶۴ فعالیت کارگاهی

کاربری با نام دلخواه و سطح دسترسی فروشنده ایجاد کنید.

1. «پارامترهای پیشرفته» ← «تیم» ← زبانه‌ی «کارمندان» ← «افزودن کارمند جدید».
2. نام و نام خانوادگی دلخواه (مثلاً «علی رضایی») و رایانامه و گذرواژه‌ی قوی را وارد می‌کنیم.
3. در فهرست «مشخصات دسترسی‌ها» نمایه‌ی «فروشنده» (Salesman) را انتخاب می‌کنیم.
4. روی «ذخیره» کلیک می‌کنیم.

۱۰ صفحه ۶۴ کارگاه ۳

غیرفعال‌کردن فروشگاه و تعیین IPهای مجاز

1. «پیکربندی» ← «پارامترهای فروشگاه» ← «عمومی» ← زبانه‌ی «تعمیرات».
2. گزینه‌ی «فعال کردن فروشگاه» را روی «خیر» می‌گذاریم و «ذخیره» می‌کنیم.
3. نمای فروشگاه را باز می‌کنیم؛ پیام «فروشگاه در حال به‌روزرسانی است» نمایش داده می‌شود.
4. در زبانه‌ی «تعمیرات» در بخش «IP تعمیرات» روی «Add my IP+» کلیک می‌کنیم تا نشانی IP ما مجاز شود.

۱۱ صفحه ۶۴ کنجکاوی

ایندکس شدن صفحات تارنما در موتور جست‌وجو چیست؟

ایندکس‌شدن یعنی ربات‌های موتور جست‌وجو (مانند Googlebot) صفحات تارنما را پیدا، بررسی و محتوای آن‌ها را در پایگاه داده‌ی (فهرست) موتور جست‌وجو ذخیره کنند؛ فقط صفحاتی که ایندکس شده‌اند در نتایج جست‌وجو نمایش داده می‌شوند. در حالت تعمیرات، فروشگاه ایندکس نمی‌شود.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۱۲ صفحه ۶۵ فعالیت کارگاهی

تنظیماتی انجام دهید که فروشگاه فقط از طریق آدرس IP رایانه‌ی شما قابل‌دسترس باشد.

1. فروشگاه را از زبانه‌ی «تعمیرات» غیرفعال می‌کنیم (فعال کردن فروشگاه: خیر).
2. در بخش «IP تعمیرات» روی «Add my IP+» کلیک می‌کنیم تا نشانی IP رایانه‌ی ما اضافه شود.
3. در کادر «متن سفارشی حالت تعمیرات» پیام مناسب می‌نویسیم و «ذخیره» می‌کنیم.
4. نمای فروشگاه را از رایانه‌ی خودمان باز می‌کنیم (قابل مشاهده است) و از رایانه یا تلفن دیگر (پیام تعمیرات نمایش داده می‌شود).

۱۳ صفحه ۶۵ کارگاه ۴

تنظیم نام و اطلاعات فروشگاه

1. «پیکربندی» ← «پارامترهای فروشگاه» ← «تماس» ← زبانه‌ی «تماس‌های مغازه».
2. نام فروشگاه و اطلاعات تماس (نشانی، تلفن و ...) را وارد می‌کنیم.
3. نشانی رایانامه‌ی فروشگاه را در کادر «ایمیل فروشگاه» وارد و «ذخیره» می‌کنیم.

۱۴ صفحه ۶۶ فعالیت کارگاهی

نام و اطلاعات فروشگاه خود را تنظیم کنید.

مسیر: «پارامترهای فروشگاه» ← «تماس» ← «تماس‌های مغازه».

نمونه‌ی اطلاعات

فیلد	مقدار نمونه
نام فروشگاه	فروشگاه اینترنتی خشکبار و صنایع‌دستی علی‌آباد
ایمیل فروشگاه	info@example.ir
نشانی	روستای علی‌آباد، یزدان‌شهر
تلفن	۱۲۳۴۵۶۷۸_۰۳۵

و در پایان روی «ذخیره» کلیک می‌کنیم.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۱۵ صفحه ۶۶ فعالیت کارگاهی

لوگوی سربرگ و فاوآیکن فروشگاه خود را تنظیم کنید.

1. «بهینه‌سازی» ← «طراحی» ← «قالب و لوگو» ← زبانه‌ی «آرم»؛ نشان تصویری سربرگ را انتخاب و «ذخیره» می‌کنیم.
2. از زبانه‌ی «لوگو ایمیل و فاکتور» نشان رایانامه و برگ خرید را انتخاب و «ذخیره» می‌کنیم (اگر انتخاب نشود لوگوی سربرگ به‌کار می‌رود).
3. از زبانه‌ی «فاوآیکن» نماد کوچک دلخواه (تصویر مربعی با پسوند ico یا png) را بارگذاری و «ذخیره» می‌کنیم.

۱۶ صفحه ۶۶ کارگاه ۵

تنظیم لوگو و فاوآیکن (Favorites Icon)

1. لوگوی سربرگ را انتخاب می‌کنیم.
2. لوگوی ایمیل و فاکتور را انتخاب می‌کنیم.
3. فاوآیکن را بارگذاری می‌کنیم؛ این نماد کوچک در نوار آدرس مرورگر و کنار نام صفحه در Bookmark نمایش داده می‌شود.

۱۷ صفحه ۶۷ کارگاه ۶

تنظیم محتوای صفحات ایستا (Static)

1. وارد نمای فروشگاه می‌شویم.
2. در پاصفحه (Footer) صفحات «ارسال»، «نکات حقوقی»، «شرایط و ضوابط استفاده»، «درباره‌ی ما» و «پرداخت امن» را باز و محتوای آن‌ها را بررسی می‌کنیم.
3. وارد پنل مدیریت می‌شویم.
4. «بهینه‌سازی» ← «طراحی» ← «صفحه‌ها»؛ روی «ویرایش» صفحه‌ی مورد نظر کلیک و محتوا (و عنوان و توضیحات متا) را ویرایش و ذخیره می‌کنیم.
5. برای استفاده از حروف فارسی در URL آشنا: «پارامترهای فروشگاه» ← «بازدید و سئو» ← فعال‌کردن «URL بومی (محلی)»؛ به‌جای فاصله از خط تیره استفاده می‌کنیم.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۱۸ صفحه ۶۸ کارگاه ۷

پیکربندی اسلایدر تصویر

1. «بهینه‌سازی» ← «ماژول‌ها» ← «ماژول‌ها و سرویس‌ها».
2. در «ماژول‌های نصب‌شده» اسلایدر تصویر را جست‌وجو و روی «پیکربندی» کلیک و تنظیمات را ذخیره می‌کنیم.
3. اسلاید شماره‌ی ۳ را با کشیدن و رها کردن به قبل از اولین اسلاید منتقل می‌کنیم.
4. اسلاید شماره‌ی ۲ را با کلیک روی دکمه‌ی «فعال» غیرفعال می‌کنیم.
5. با «افزودن اسلاید جدید» اطلاعات اسلاید (عنوان، نشانی صفحه‌ی مقصد، تصویر، توضیحات) را وارد و «ذخیره» می‌کنیم.
6. از فهرست اسلایدها، «ویرایش» اسلاید شماره‌ی ۱ را زده و اطلاعات را ویرایش و ذخیره می‌کنیم.

۱۹ صفحه ۶۹ فعالیت کارگاهی

تنظیماتی انجام دهید که سرعت تعویض اسلایدها ۷ ثانیه باشد و بعد از نمایش آخرین اسلاید متوقف شود.

اسلاید جدیدی با نام خشکبار ارگانیک اضافه کنید.

1. ماژول اسلایدر تصویر ← «پیکربندی».
2. در کادر سرعت (مدت نمایش هر اسلاید) عدد **۷۰۰۰** میلی‌ثانیه (۷ ثانیه) را وارد می‌کنیم.
3. گزینه‌ی «توقف پس از آخرین اسلاید» (چرخه‌ی بی‌پایان: خیر) را فعال می‌کنیم و «ذخیره» می‌زنیم.
4. روی «افزودن اسلاید جدید» کلیک می‌کنیم؛ عنوان «خشکبار ارگانیک»، تصویر، آدرس صفحه‌ی مقصد (مثلاً صفحه‌ی دسته‌ی خشکبار) و توضیحات را وارد، وضعیت را «فعال» و «ذخیره» می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۲۰ صفحه ۶۹ فعالیت کارگاهی

بنری با موضوع صنایع‌دستی جدید به فروشگاه خود اضافه کنید.

1. «بهینه‌سازی» ← «ماژول‌ها» ← «ماژول‌ها و سرویس‌ها» ← «ماژول‌های نصب‌شده».
2. ماژول «بنر» را جست‌وجو و روی «پیکربندی» کلیک می‌کنیم.
3. تصویر بنر صنایع‌دستی را بارگذاری و عنوان («صنایع‌دستی جدید»)، متن جایگزین، توضیحات و آدرس صفحه‌ی مقصد را وارد می‌کنیم.

4. بنر را «فعال» و «ذخیره» می‌کنیم و نمای فروشگاه را بررسی می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۲۱ صفحه ۶۹ کارگاه ۸

پیکربندی بنر صفحه‌ی اصلی

1. به صفحه‌ی «ماژول‌ها» می‌رویم.
2. از «ماژول‌های نصب‌شده» ماژول بنر را جست‌وجو و روی «پیکربندی» کلیک می‌کنیم.
3. اطلاعات بنر (متنی که با نگاه داشتن ماوس نمایش داده می‌شود، عنوان، آدرس صفحه‌ی مقصد، نام پرونده‌ی تصویر، توضیحات، فعال یا غیرفعال بودن) را وارد و «ذخیره» می‌کنیم.

۲۲ صفحه ۷۱ کارگاه ۹

حذف محتوای پیش‌فرض فروشگاه

1. به صفحه‌ی «ماژول‌ها» می‌رویم و ماژول «پاکسازی‌کننده» (Database Cleaner) را جست‌وجو و نصب می‌کنیم.
2. روی «پیکربندی» کلیک می‌کنیم.
3. در بخش کاتالوگ پس از انتخاب «بله» روی «پاکسازی کاتالوگ» کلیک می‌کنیم.
4. در بخش «سفارش‌ها و مشتریان» پس از انتخاب «بله» روی «پاک کردن سفارش‌ها و مشتریان» کلیک می‌کنیم.
5. در «محدودیت یکپارچگی کاربردی» روی «کنترل و رفع عیب» و در «پاکسازی دیتابیس» روی «تمیز کردن و بهینه‌سازی» کلیک می‌کنیم.

توجه: پس از پاک‌کردن، بازگشت به وضعیت قبل غیرممکن است.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۲۳ صفحه ۷۲ فعالیت گروهی

چه روش‌هایی برای تحویل محصولات به مشتریان می‌شناسید؟

چه عواملی در انتخاب شیوه‌ی حمل‌ونقل محصولات می‌توان در نظر گرفت؟

چه محصولاتی احتیاج به حمل‌ونقل ندارند؟

روش‌های تحویل: پست پیشتاز و سفارشی، پیک موتوری، شرکت‌های حمل و باربری (مانند تیپاکس)، تحویل حضوری در فروشگاه یا نقطه‌ی تحویل، و تحویل با خودروی خود فروشگاه.

عوامل مؤثر در انتخاب: هزینه، سرعت تحویل، فاصله و مقصد، وزن و حجم، نوع کالا (شکستنی، فاسدشدنی)، ایمنی و بیمه‌ی کالا، قابلیت پیگیری مرسوله و میزان رضایت مشتری.

محصولات بدون نیاز به حمل‌ونقل: محصولات و خدمات دیجیتال مانند کتاب الکترونیکی، نرم‌افزار، موسیقی، فیلم، بلیت الکترونیکی، دوره‌های آموزشی و خدمات آنلاین که فوراً بارگیری یا استفاده می‌شوند.

---

۲۴ صفحه ۷۳ **کارگاه ۱۰**

پیکربندی مناطق (Zones) برای حمل‌ونقل

1. در بخش «بهینه‌سازی» از منوی «بین‌الملل» گزینه‌ی «مکان‌ها» را انتخاب می‌کنیم؛ در زبانه‌ی «منطقه‌ها» همه‌ی مناطق پیش‌فرض دیده می‌شود.
2. همه‌ی مناطق پیش‌فرض را انتخاب و از «اقدامات دسته‌جمعی» گزینه‌ی «حذف انتخاب‌شده‌ها» را می‌زنیم.
3. روی «افزودن منطقه‌ی جدید» کلیک و نام منطقه (مثلاً «استان بومی») را وارد و «ذخیره» می‌کنیم.
4. در زبانه‌ی «استان‌ها» کشور ایران را انتخاب می‌کنیم؛ روی «ویرایش» مقابل استان خود کلیک و در فهرست منطقه، «استان بومی» را انتخاب می‌کنیم.

---

۲۵ صفحه ۷۴ **فعالیت کارگاهی**

منطقه‌ی استان همجوار و غیرهمجوار را ایجاد کنید و استان‌های همجوار استان خود را به منطقه‌ی استان همجوار و استان‌های غیرهمجوار استان خود را به منطقه‌ی استان‌های غیرهمجوار اضافه کنید.

1. «بین‌الملل» ← «مکان‌ها» ← زبانه‌ی «منطقه‌ها» ← «افزودن منطقه‌ی جدید»: نام «استان همجوار» را وارد و «ذخیره» می‌کنیم؛ سپس همین کار را برای «استان غیرهمجوار» انجام می‌دهیم.
2. در زبانه‌ی «استان‌ها» کشور ایران را فیلتر می‌کنیم.
3. برای هر استانی که با استان ما مرز مشترک دارد روی «ویرایش» می‌زنیم و منطقه را «استان همجوار» انتخاب می‌کنیم (مثلاً برای استان یزد: اصفهان، سمنان، خراسان جنوبی، کرمان، فارس).
4. برای باقی استان‌ها منطقه را «استان غیرهمجوار» انتخاب می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه

۲۶ صفحه ۷۵ فعالیت کارگاهی

پس از مشاهده‌ی فیلم، حاملی به نام پست پیشتاز ایجاد کنید که برای سفارش‌های بین صفر تا ۵۰۰۰ گرم در دسترس و برای سفارش‌های بالای ۵۰۰۰ گرم غیرفعال باشد.

1. منوی «حمل‌ونقل» ← «حامل‌ها» ← «افزودن حامل جدید».
2. در «تنظیمات عمومی» نام «پست پیشتاز»، زمان تحویل (مثلاً «۳ تا ۵ روز کاری») و نشان حامل را وارد می‌کنیم.
3. در «مکان‌ها و هزینه‌ها»: هزینه‌ها بر اساس وزن؛ یک بازه‌ی وزنی «از ۰ تا ۵۰۰۰ گرم» اضافه، منطقه‌ها را انتخاب و قیمت هر منطقه را وارد می‌کنیم؛ «رفتار خارج از محدوده» را روی «غیرفعال‌کردن حامل» می‌گذاریم.
4. در «اندازه، وزن و دسترسی‌ها» بیشینه‌ی وزن را ۵۰۰۰ گرم (۵ کیلوگرم) و گروه‌های مجاز را مشخص می‌کنیم.
5. در «خلاصه» حامل را «فعال» و ذخیره می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۲۷ صفحه ۷۵ فعالیت کارگاهی

پس از مشاهده‌ی فیلم، واحد پولی تومان را به‌عنوان ارز پیش‌فرض فروشگاه تعریف کنید و واحد پولی ریال را غیرفعال کنید.

1. «بین‌الملل» ← «محلی‌سازی» ← «ارزها» ← «افزودن ارز جدید».
2. نام ارز «تومان»، نماد «تومان»، کد ISO (مثلاً IRT) و نرخ تبدیل (هر ریال = ۰٫۱ تومان) را وارد، «فعال» و «ذخیره» می‌کنیم.
3. در «پارامترهای فروشگاه» ← «عمومی» ← «محلی‌سازی» ← تنظیمات پیکربندی، ارز پیش‌فرض را «تومان» می‌گذاریم.
4. به فهرست ارزها برگشته و ارز «ریال» را با کلیک روی علامت وضعیت، غیرفعال می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

این فایل توسط سایت ایران‌توشه تهیه شده است.
irantooshe.ir

۲۸ صفحه ۷۶ کنجکاوی

چه شاخه‌ها و زیرشاخه‌هایی را در یک فروشگاه صنایع‌دستی و لباس سنتی می‌توان در نظر گرفت؟

نمونه‌ی ساختار شاخه‌ها

شاخه	زیرشاخه‌ها
صنایع‌دستی	سفال و سرامیک، قلمکار، ترمه، منبت و خراطی، سوزن‌دوزی، گلیم و جاجیم، زیورآلات سنتی
لباس سنتی	زنانه، مردانه، بچگانه، لباس محلی اقوام
پارچه و منسوجات	قلمکار، ترمه، ابریشم، کتان
سوغات و هدیه	بسته‌های هدیه، آجیل و خشکبار سنتی

۲۹ صفحه ۷۶ کارگاه ۱۱

افزودن شاخه‌ی جدید

1. در بخش «فروش» از منوی «کاتالوگ» گزینه‌ی «شاخه‌ها» را انتخاب می‌کنیم.
2. روی «افزودن شاخه‌ی جدید» کلیک می‌کنیم.
3. مشخصات شاخه (نام، نمایش‌داده‌شده، شاخه‌ی والد، توضیحات، تصویر، عنوان و توضیحات متا، URL آشنا، دسترسی گروه) را طبق جدول ۱ وارد و ذخیره می‌کنیم.

۳۰ صفحه ۷۷ فعالیت کارگاهی

شاخه‌ای با عنوان صنایع‌دستی و شاخه‌ای دیگر با عنوان محصولات دست‌باف با زیرشاخه‌های پارچه‌ی قلمکار و محصولات ترمه به فروشگاه خود اضافه کنید.

1. «کاتالوگ» ← «شاخه‌ها» ← «افزودن شاخه‌ی جدید»: نام «صنایع‌دستی»، نمایش‌داده‌شده «بلی»، شاخه‌ی والد «خانه» ← ذخیره.
2. دوباره «افزودن شاخه‌ی جدید»: نام «محصولات دست‌باف»، شاخه‌ی والد «خانه» ← ذخیره.
3. شاخه‌ی «پارچه‌ی قلمکار» را با شاخه‌ی والد «محصولات دست‌باف» اضافه می‌کنیم.
4. شاخه‌ی «محصولات ترمه» را با شاخه‌ی والد «محصولات دست‌باف» اضافه می‌کنیم.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۳۱ صفحه ۷۷ کنجکاوی

انواع گروه‌های مشتریان پیش‌فرض و تفاوت آن‌ها را بنویسید.

گروه‌های پیش‌فرض مشتریان در پرستاشاپ

گروه	توضیح
بازدیدکننده (Visitor)	کاربری که وارد فروشگاه شده ولی ثبت‌نام نکرده و وارد حساب نشده است.
مهمان (Guest)	کاربری که بدون ساختن حساب کاربری دائمی، سفارش ثبت می‌کند.
مشتری (Customer)	کاربری که در فروشگاه ثبت‌نام کرده و با حساب کاربری وارد می‌شود.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۲ صفحه ۷۸ فعالیت کارگاهی

شاخه‌ی صنایع‌دستی و محصولات دست‌باف را در منوی اصلی فروشگاه نمایش دهید، سپس تغییراتی ایجاد کنید که شاخه‌ی محصولات دست‌باف اولین گزینه‌ی منوی اصلی باشد.

1. «بهینه‌سازی» ← «ماژول‌ها» ← «ماژول‌ها و سرویس‌ها» ← «ماژول‌های نصب‌شده»، ماژول «منوی اصلی» ← «پیکربندی».
2. از بخش «آیتم‌های در دسترس» شاخه‌های «صنایع‌دستی» و «محصولات دست‌باف» را انتخاب و روی «افزودن» کلیک می‌کنیم.
3. در فهرست «آیتم‌های منو»، «محصولات دست‌باف» را با کشیدن و رها کردن به بالای فهرست (اولین گزینه) می‌بریم.
4. «ذخیره» می‌کنیم و نمای فروشگاه را بازمی‌کنیم تا نتیجه دیده شود.

۳۳ صفحه ۷۸ کارگاه ۱۲

پیکربندی منوی اصلی تارنما

1. به صفحه‌ی ماژول‌ها وارد می‌شویم.
2. ماژول منوی اصلی را جست‌وجو و روی «پیکربندی» مقابل آن کلیک می‌کنیم.
3. شاخه‌ی مورد نظر را از «آیتم‌های در دسترس» (شاخه‌ها، صفحات ایستا، تولیدکننده‌ها و ...) انتخاب و «افزودن» را می‌زنیم.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

4. نمای فروشگاه را باز و نتیجه را مشاهده می‌کنیم.

۳۴ صفحه ۷۹ کارگاه ۱۳

تعریف مشخصه‌ها (Attributes)

فیلد نوع مشخصه، نحوه‌ی نمایش مشخصه در صفحه‌ی محصولات را تعیین می‌کند. این فیلد چه مقادیری دارد؟

1. در بخش «فروش» از منوی «کاتالوگ» گزینه‌ی «مشخصه‌ها و ویژگی‌ها» را انتخاب می‌کنیم.
2. در زبانه‌ی «مشخصه‌ها» روی «افزودن مشخصه‌ی جدید» کلیک می‌کنیم.
3. نام (برای مدیر)، نام عمومی (برای بازدیدکنندگان) و نوع مشخصه را وارد و ذخیره می‌کنیم.
4. روی نام مشخصه کلیک و با «افزودن مقدار جدید» مقدارها را ثبت می‌کنیم (برای افزودن چند مقدار «ذخیره و افزودن مقدار دیگر»).

مقادیر فیلد نوع مشخصه: «فهرست کشویی» (Drop-down list)، «دکمه‌های رادیویی» (Radio buttons) و «رنگ یا بافت» (Color or texture).

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۳۵ صفحه ۸۰ فعالیت کارگاهی

مقادیر بزرگ، متوسط و کوچک را برای مشخصه‌ی سایز و مقادیر سفید، آبی و قرمز را برای مشخصه‌ی رنگ اضافه کنید.

1. «کاتالوگ» ← «مشخصه‌ها و ویژگی‌ها» ← «افزودن مشخصه‌ی جدید»: نام «سایز»، نام عمومی «سایز»، نوع «فهرست کشویی» ← ذخیره.
2. روی «سایز» کلیک و با «افزودن مقدار جدید» سه مقدار «بزرگ»، «متوسط» و «کوچک» را ثبت می‌کنیم.
3. مشخصه‌ی «رنگ» را با نوع «رنگ یا بافت» می‌سازیم.
4. برای رنگ، مقادیر «سفید» (#FFFFFF)، «آبی» (#0000FF) و «قرمز» (#FF0000) را با انتخاب رنگ ثبت می‌کنیم.

۳۶ صفحه ۸۰ کارگاه ۱۴

تعریف ویژگی‌ها (Features)

1. به صفحه‌ی «مشخصه‌ها و ویژگی‌ها» وارد می‌شویم.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

2. از زبانه‌ی «ویژگی‌ها» روی «افزودن ویژگی جدید» کلیک، نام ویژگی را وارد و «ذخیره» می‌کنیم.

3. روی نام ویژگی کلیک و با «افزودن مقدار ویژگی جدید» مقدارهای آن را تعیین می‌کنیم.

۳۷ صفحه ۸۰ **فعالیت کارگاهی**

ویژگی به نام بافت ایجاد کنید و مقادیر کتان و پارچه‌ای را برای آن در نظر بگیرید.

1. «کاتالوگ» ← «مشخصه‌ها و ویژگی‌ها» ← زبانه‌ی «ویژگی‌ها» ← «افزودن ویژگی جدید»؛ نام «بافت» ← ذخیره.

2. روی «بافت» کلیک و «افزودن مقدار ویژگی جدید» را می‌زنیم؛ مقدار «کتان» را ذخیره می‌کنیم.

3. دوباره مقدار «پارچه‌ای» را اضافه و ذخیره می‌کنیم.

۳۸ صفحه ۸۱ **کارگاه ۱۵**

افزودن برند

1. از منوی «کاتالوگ» گزینه‌ی «برندها و تأمین‌کننده‌ها» و زبانه‌ی «برندها» را انتخاب می‌کنیم.

2. روی «افزودن یک برند جدید» کلیک می‌کنیم.

3. نام برند، توضیحات، لوگو و اطلاعات متا را وارد و «ذخیره» می‌کنیم.

۳۹ صفحه ۸۲ **فعالیت کارگاهی**

برند «ایران سوغاتی» را به فروشگاه خود اضافه کنید.

1. «کاتالوگ» ← «برندها و تأمین‌کننده‌ها» ← زبانه‌ی «برندها» ← «افزودن یک برند جدید».

2. نام برند را «ایران سوغاتی» می‌نویسیم، توضیحات کوتاه و لوگو را وارد و وضعیت را «فعال» می‌کنیم.

3. «ذخیره» را می‌زنیم؛ برند در فهرست برندها دیده می‌شود.

۴۰ صفحه ۸۲ **کارگاه ۱۶**

افزودن تأمین‌کننده

1. از منوی «کاتالوگ» گزینه‌ی «برندها و تأمین‌کننده‌ها» و زبانه‌ی «تأمین‌کننده‌ها» را انتخاب می‌کنیم.

2. روی «افزودن تأمین‌کننده‌ی جدید» کلیک می‌کنیم.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

3. اطلاعات تأمین‌کننده (نام، نشانی، تلفن، ...) را وارد و ذخیره می‌کنیم.

۴۱ صفحه ۸۲ فعالیت کارگاهی

تأمین‌کننده‌هایی با نام‌های تهران، اصفهان و سمنان را برای برند ایران سوغاتی ایجاد کنید.

1. زبانه‌ی «تأمین‌کننده‌ها» ← «افزودن تأمین‌کننده‌ی جدید».
2. نام «تهران» را وارد، نشانی و تلفن را کامل و «فعال» را بله می‌کنیم؛ «ذخیره».
3. همین کار را برای «اصفهان» و «سمنان» تکرار می‌کنیم.
4. هنگام ویرایش محصولات برند «ایران سوغاتی»، این تأمین‌کننده‌ها را به محصول مرتبط می‌کنیم.

۴۲ صفحه ۸۳ فعالیت گروهی

پس از مشاهده‌ی فیلم، محصولی با نام پیراهن سوزن‌دوزی به فروشگاه خود اضافه کنید.

1. «کاتالوگ» ← «محصولات» ← «محصول جدید».
2. نام «پیراهن سوزن‌دوزی»، قیمت، توضیح کوتاه و کامل را می‌نویسیم و شاخه‌ی مرتبط (مثلاً «محصولات دست‌باف») را انتخاب می‌کنیم.
3. تصاویر محصول را بارگذاری می‌کنیم.
4. در زبانه‌ی «ترکیب‌ها» مشخصه‌های سایز و رنگ را با موجودی هر ترکیب تعریف می‌کنیم.
5. برند («ایران سوغاتی»)، تأمین‌کننده و ویژگی «بافت» را مشخص می‌کنیم.
6. عنوان و توضیحات متا و URL آشنا را تنظیم و وضعیت را «فعال» می‌کنیم و «ذخیره» می‌زنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۴۳ صفحه ۸۴ کارگاه ۱۷

پیکربندی پرداخت از طریق فیش بانکی

1. از منوی «پرداخت» گزینه‌ی «روش‌های پرداخت» را انتخاب می‌کنیم.
2. روی «پیکربندی» مقابل ماژول «پرداخت الکترونیکی» (فیش بانکی) کلیک می‌کنیم.
3. اطلاعات حساب (نام صاحب حساب، شماره‌ی حساب یا شبا و نشانی بانک) را کامل و ذخیره می‌کنیم.

۴۴ صفحه ۸۵ پژوهش

با مراجعه به تارنمای شاپرک، نام شرکت‌های واسط ارائه‌دهنده‌ی خدمات پرداخت اینترنتی مجاز به انجام فعالیت در ایران را بنویسید.

نمونه‌ی پرداخت‌یاران (PSP) مجاز در شاپرک (shaparak.ir):

- زرین‌پال (zarinpal.com)
- آی‌دی‌پی (idpay.ir)
- پی‌پینگ (payping.ir)
- نکست‌پی (nextpay.ir)
- پی‌دات‌آی‌آر (pay.ir)
- وندار (vandar.io)

(فهرست رسمی و به‌روز در بخش «شرکت‌های PSP» تارنمای شاپرک آمده است.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۵ صفحه ۸۶ کارگاه ۱۸

پیکربندی ماژول جست‌وجوی لایه‌ای

1. به صفحه‌ی ماژول‌ها می‌رویم.
2. ماژول «جست‌وجوی لایه‌ای» را از «ماژول‌های نصب‌شده» پیدا و «پیکربندی» می‌کنیم.
3. روی «افزودن قالب جدید» کلیک می‌کنیم.
4. نام قالب و شاخه‌های مورد استفاده را مشخص می‌کنیم.
5. اولویت فیلترها را با کشیدن و رها کردن تعیین و با «بله» فعال می‌کنیم.
6. در صورت نمایش‌نیافتن قیمت یا مشخصه‌ی جدید، «نمایه کردن قیمت‌های ازدست‌رفته» و «ساخت نمایه‌ی مشخصه‌ها» را می‌زنیم.

۴۶ صفحه ۸۷ کارگاه ۱۹

ترجمه‌ی قالب (تغییر «محصولات پرطرفدار» به «محصولات پیشنهادی»)

1. در نمای فروشگاه عبارت «محصولات پرطرفدار» را می‌بینیم.
2. در پنل مدیریت، بخش «بهینه‌سازی» ← «بین‌الملل» ← «ترجمه‌ها».

3. نحوه‌ی ترجمه را (نوع ترجمه: قالب‌های فرانت و زبان فارسی) تعیین می‌کنیم.
4. عبارت را جست‌وجو و در نتیجه، عبارت جایگزین را می‌نویسیم و ذخیره می‌کنیم.
5. نمای فروشگاه را باز می‌کنیم و نتیجه را می‌بینیم.

۴۷ صفحه ۸۷ **فعالیت کارگاهی**

در نمای فروشگاه عبارت «کاهش قیمت‌ها» را به عبارت «پیشنهاد شگفت‌انگیز» تغییر دهید.

1. «بین‌الملل» ← «ترجمه‌ها» ← «اصلاح ترجمه‌ها»؛ نوع «ترجمه‌ی قالب‌ها» (فرانت‌آفیس) و قالب فعال را انتخاب می‌کنیم.
2. عبارت «کاهش قیمت‌ها» را جست‌وجو می‌کنیم.
3. در نتیجه‌ی جست‌وجو عبارت جایگزین «پیشنهاد شگفت‌انگیز» را وارد و ذخیره می‌کنیم.
4. نمای فروشگاه را (در صورت لزوم پس از پاک‌کردن حافظه‌ی نهان) باز و تغییر را بررسی می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۴۸ صفحه ۸۸ **کارگاه ۲۰**

تهیه‌ی نسخه‌ی پشتیبان

1. وارد کنترل پنل میزبان می‌شویم.
2. روی دکمه‌ی Backup کلیک می‌کنیم.
3. نوع پشتیبان‌گیری را «Download a Full Website Backup» انتخاب می‌کنیم.
4. روی «Generate Backup» کلیک می‌کنیم تا از همه‌ی اطلاعات فروشگاه نسخه‌ی پشتیبان تهیه شود و آن را ذخیره می‌کنیم.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۴۹ صفحه ۸۹ **کارگاه ۲۱**

ارتقای پرستاشاپ به نسخه‌ی جدید

1. فروشگاه خود را غیرفعال می‌کنیم.
2. از منوی «ماژول‌ها» ← «ماژول‌ها و سرویس‌ها» ماژول «Click Upgrade-1» را جست‌وجو و «Install» می‌کنیم.
3. ماژول را «پیکربندی» می‌کنیم.

4. چک‌لیست پیش‌ارتقا را بررسی می‌کنیم؛ همه‌ی گزینه‌ها باید فعال باشند.
5. گزینه‌های پشتیبان‌گیری را (چون نسخه‌ی پشتیبان داریم) غیرفعال می‌کنیم.
6. تنظیمات ارتقا را با خواندن توضیحات انجام می‌دهیم.
7. با «هم‌اکنون پرستاشاپ را ارتقا دهید» نسخه را ارتقا می‌دهیم.

۵۰ صفحه ۹۰ فعالیت کارگاهی

از فروشگاه پرستاشاپ خود نسخه‌ی پشتیبان تهیه کرده، آن را به آخرین نسخه به‌روزرسانی کنید.

1. در کنترل پنل میزبان یک نسخه‌ی پشتیبان کامل (Full Backup) تهیه و ذخیره می‌کنیم.
2. فروشگاه را غیرفعال می‌کنیم.
3. ماژول «ارتقا با یک کلیک» را نصب و پیکربندی می‌کنیم و شرایط چک‌لیست پیش‌ارتقا را درست می‌کنیم.
4. با دکمه‌ی «هم‌اکنون پرستاشاپ را ارتقا دهید» فروشگاه را به آخرین نسخه‌ی پایدار ارتقا می‌دهیم.
5. درستی ارتقا را آزمایش می‌کنیم؛ اگر موفق بود فروشگاه را فعال می‌کنیم، وگرنه از نسخه‌ی پشتیبان بازگردانی می‌کنیم.

۵۱ صفحه ۹۱ فعالیت کارگاهی

کارگاه ۲۲ ـ آزمایش صحت ارتقا: بخش مدیریت را آزمایش کنید (یک محصول جدید اضافه کنید)، بخش فروشگاهی را آزمایش کنید (به‌عنوان یک مشتری ثبت‌نام و سفارش ثبت کنید)، فروشگاه را فعال کنید یا نسخه‌ی پشتیبان را برگردانید.

1. در پنل مدیریت یک محصول جدید می‌سازیم و بررسی می‌کنیم بدون خطا ذخیره و در فهرست محصولات دیده شود.
2. در نمای فروشگاه به‌عنوان مشتری ثبت‌نام می‌کنیم، محصولی را به سبد می‌افزاییم و سفارش را تا پایان ثبت می‌کنیم.
3. اگر همه‌ی بخش‌ها درست کار کردند، فروشگاه را فعال می‌کنیم (در «تعمیرات»، «فعال کردن فروشگاه: بله»).
4. اگر خطا یا ناسازگاری بود، فروشگاه را از نسخه‌ی پشتیبان بازیابی (Restore) می‌کنیم.

ایران توشه

۵۲ صفحه ۹۱ فعالیت منزل

در خصوص اقلام ممنوعه‌ی پستی تحقیق کنید و نتیجه‌ی آن را در کلاس ارائه دهید.

اقلام ممنوعه‌ی ارسال پستی به‌طور کلی شامل موارد زیر است:

- مواد منفجره، قابل‌اشتعال و رادیواکتیو
- مواد مخدر و روان‌گردان و سلاح و مهمات
- مواد شیمیایی خطرناک، سموم و مواد خورنده
- کالاهای قاچاق و اقلامی که خلاف قوانین یا اخلاق عمومی است
- حیوانات زنده و مواد فاسدشدنی بدون مجوز و بسته‌بندی ویژه
- پول نقد، اسناد بهادار و اقلام گران‌بها بدون بیمه (در بسته‌ی عادی)

فهرست دقیق و به‌روز در تارنمای شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران در دسترس است.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۳ صفحه ۹۱ پژوهش

تحقیق کنید دریافت نماد اعتماد الکترونیک چه شرایط و مراحلی دارد؟

شرایط: داشتن تارنمای فعال با دامنه‌ی ثبت‌شده (به نام متقاضی)، فعالیت قانونی و دارا بودن مجوزهای لازم (در صورت نیاز، از نهاد مربوطه)، ارائه‌ی مدارک هویتی و کسب‌وکار (مانند کارت ملی، پروانه‌ی کسب یا مدارک ثبت شرکت)، درج اطلاعات تماس و قوانین بر روی تارنما.

1. ثبت‌نام در سامانه‌ی enamad.ir و احراز هویت
2. ثبت دامنه‌ی تارنما و بارگذاری مدارک
3. پرداخت تعرفه
4. بررسی تارنما و صلاحیت مالک توسط کارشناسان
5. نصب کد نماد روی صفحه‌ی اصلی تارنما پس از تأیید (اعتبار یک‌ساله و تمدید سالانه)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۵۴ صفحه ۹۱ کنجکاوی

بررسی کنید برای کسب‌وکارهای فعال در زمینه‌ی گردشگری دریافت نماد اعتماد الکترونیک کفایت می‌کند؟

خیر، به‌تنهایی کافی نیست. کسب‌وکارهای گردشگری (مانند آژانس‌های مسافرتی، تورگردانی و مراکز اقامتی) علاوه بر نماد اعتماد الکترونیک باید مجوز فعالیت از مرجع مربوطه یعنی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی (و سازمان‌های وابسته) داشته باشند؛ سامانه‌ی ای‌نماد هنگام صدور نماد برای این گروه‌ها مجوز تخصصی را نیز مطالبه می‌کند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۵ صفحه ۹۱ فعالیت کارگاهی

صفحه‌ی قوانین را در سامانه‌ی enamad بررسی کنید.

در صفحه‌ی «قوانین» سامانه‌ی enamad.ir مطالب زیر آمده است:

- قوانین مربوط به تجارت الکترونیک و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان
- فهرست کالاها و خدماتی که فروش اینترنتی آن‌ها ممنوع است
- فهرست کالاها و خدماتی که برای فروش اینترنتی به مجوز نهاد مربوطه نیاز دارند
- شرایط صدور و تمدید نماد و حقوق و تکالیف دارندگان نماد

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۶ صفحه ۹۲ فعالیت کارگاهی

با بررسی سامانه‌ی پلیس فتا جدول زیر را تکمیل کنید. (برخی از جرائم رایانه‌ای)

برخی از جرائم رایانه‌ای

جرم	توضیح
دسترسی غیرمجاز به اطلاعات در فضای مجازی	ورود بدون اجازه به سامانه‌ها و داده‌ها
شنود و دریافت غیرمجاز محتوا	شنود محتوای در حال انتقال در سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی
سرقت و کلاهبرداری مربوط به رایانه	برداشت غیرمجاز از حساب با سرقت اطلاعات کارت یا فروشگاه جعلی

جعل رایانه‌ای	تغییر یا ایجاد داده‌ی نادرست برای استفاده به‌عنوان داده‌ی معتبر
تخریب و اخلال در داده‌ها و سامانه‌ها	پاک‌کردن یا از کار انداختن داده‌ها و سامانه‌ها (مانند حمله‌ی ویروسی)
هتک حیثیت و نشر اکاذیب	انتشار مطالب خلاف واقع یا بی‌آبروکننده درباره‌ی دیگران
دعوت به ارتکاب جرم از طریق فضای مجازی	ترغیب یا آموزش جرم در شبکه‌های اجتماعی و سایر پایگاه‌ها

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۷ صفحه ۹۲ **پژوهش**

آیا همه‌ی جرائم می‌تواند در فضای مجازی رخ دهد؟ چه جرائمی در تجارت الکترونیک رایج‌ترند؟

خیر؛ جرائمی که به حضور و آسیب فیزیکی نیاز دارند (مانند ضرب‌وجرح، قتل و سرقت مسلحانه) در فضای مجازی رخ نمی‌دهند؛ اما ممکن است مقدمات یا تحریک به آن‌ها از راه فضای مجازی انجام شود.

جرائم رایج در تجارت الکترونیک: کلاهبرداری اینترنتی (فروشگاه‌های جعلی و دریافت وجه بدون ارسال کالا)، فیشینگ و سرقت اطلاعات کارت بانکی، جعل هویت و نام تجاری، فروش کالای تقلبی یا قاچاق، نقض حق نشر (کپی‌رایت)، سوءاستفاده از اطلاعات شخصی مشتریان و حملات به تارنما (هک و اخلال).

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۵۸ صفحه ۹۲ **کنجکاوی**

چه محصولاتی را در اینترنت نمی‌توان فروخت؟

به‌طور کلی هر آنچه در بازار جمهوری اسلامی ایران ممنوعیت فروش دارد، در فضای مجازی هم قابل‌فروش نیست؛ مانند مواد مخدر و روان‌گردان، سلاح و مهمات، مشروبات الکلی، کالاهای قاچاق و تقلبی، مواد منفجره و خطرناک، اقلام و محتوای خلاف شرع و اخلاق عمومی و مدارک جعلی.

فروش بعضی کالاها و خدمات (مانند دارو، تجهیزات پزشکی و خدمات مسافرتی) نیز تنها با مجوزهای لازم از نهادهای مربوطه ممکن است.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۵۹ صفحه ۹۳ کارگاه ۲۳

ایجاد کد تخفیف برای مشتریان

1. در بخش «فروش» از منوی «کاتالوگ» گزینه‌ی «تخفیف‌ها» و زبانه‌ی «قوانین سبد خرید» را انتخاب می‌کنیم.
2. اطلاعات کد تخفیف را در زبانه‌ی «قانون سبد خرید» وارد می‌کنیم و «ذخیره و ماندن» را می‌زنیم.
3. محدودیت‌های کد (مدت اعتبار، حداقل مبلغ سبد، تعداد کاربران و دفعات استفاده، محدودکردن به حامل، گروه مشتری و محصول) را تعیین می‌کنیم.
4. عملیات (حمل رایگان یا خیر، تخفیف درصدی یا مبلغی) را مشخص می‌کنیم.

۶۰ صفحه ۹۴ فعالیت کارگاهی

کد تخفیف ۱۰ درصدی با شماره‌ی ۹۷۰۷۲۵ و شرایط زیر ایجاد کنید. این کد از تاریخ ۲۵ مهرماه، به مدت یک هفته، برای مشتریان عضوشده در فروشگاه و محصولات شاخه‌ی صنایع‌دستی، فعال باشد. همچنین اگر محصولی که مشتری انتخاب کرده از قبل شامل تخفیف بوده، کد تخفیف قابل‌اعمال نباشد.

1. «کاتالوگ» ← «تخفیف‌ها» ← زبانه‌ی «قوانین سبد خرید» ← «افزودن قانون جدید».
2. در «اطلاعات»: نام (مثلاً «تخفیف مهرماه»)، توضیحات، کد **۹۷۰۷۲۵**، وضعیت «فعال».
3. در «شرایط»: «معتبر از» ۲۵ مهرماه، «معتبر تا» ۳۱ مهرماه (یک هفته)؛ تعداد کل استفاده و تعداد استفاده‌ی هر نفر مشخص شود.
4. محدودیت به گروه مشتری: «مشتری» (ثبت‌نام‌شده)؛ محدودیت به محصولات: شاخه‌ی «صنایع‌دستی».
5. گزینه‌ی «شامل محصولات دارای تخفیف نمی‌شود» (Exclude discounted products) را فعال می‌کنیم.
6. در «عملیات»: حمل رایگان خیر؛ نوع تخفیف «درصد» و مقدار **۱۰٪**؛ اعمال بر محصولات مشخص (شاخه‌ی صنایع‌دستی).
7. «ذخیره» می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۶۱ صفحه ۹۴ کارگاه ۲۴

مدیریت سفارش‌ها

1. در نمای فروشگاه برای یکی از محصولات سفارش ثبت می‌کنیم و «پرداخت از طریق فیش بانکی» را انتخاب می‌کنیم.
2. به پنل مدیریت می‌رویم.
3. در بخش «فروش» از منوی «سفارش‌ها» گزینه‌ی «سفارش‌ها» را انتخاب می‌کنیم.
4. با «مشاهده» جزئیات سفارش را بررسی می‌کنیم.
5. در صورت اطمینان از پرداخت، وضعیت را به «پرداخت از راه دور تأیید شده» تغییر و «به‌روزرسانی» می‌کنیم.
6. وضعیت را متناسب با پیشرفت کار (مثلاً «در حال آماده‌سازی») تغییر می‌دهیم تا مشتری در جریان قرار گیرد.

۶۲ صفحه ۹۵ فعالیت کارگاهی

وضعیت سفارش ثبت‌شده را به پرداخت از راه دور تأیید شده تغییر دهید.

1. «فروش» ← «سفارش‌ها» ← «سفارش‌ها»؛ روی «مشاهده» مقابل سفارش کلیک می‌کنیم.
2. در بخش «وضعیت سفارش»، گزینه‌ی «پرداخت از راه دور تأیید شده» را انتخاب می‌کنیم.
3. روی «به‌روزرسانی» کلیک می‌کنیم؛ وضعیت جدید به مشتری اطلاع داده می‌شود.

۶۳ صفحه ۹۶ فعالیت کارگاهی

پیشنهاد کادوپیچی و بسته‌بندی قابل بازیافت را در تنظیمات سفارش فعال کنید (شکل ۶۰).

1. «پارامترهای فروشگاه» ← «تنظیمات سفارش».
2. در بخش «تنظیمات هدیه» گزینه‌ی «ارائه‌ی بسته‌بندی هدیه (کادوپیچی)» را «بله» می‌کنیم و در صورت نیاز قیمت و مالیات آن را وارد می‌کنیم.
3. اگر قادر به بسته‌بندی قابل بازیافت هستیم، گزینه‌ی «ارائه‌ی بسته‌بندی قابل بازیافت» را «بله» می‌کنیم.
4. «ذخیره» را می‌زنیم.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۶۴ صفحه ۹۶ فعالیت کارگاهی

عبارت مورد نظر خود را در حداقل سه موتور جست‌وجوی متفاوت جست‌وجو کنید. ده نتیجه‌ی اول این موتورهای جست‌وجو را با یکدیگر مقایسه کنید. آیا ترتیب نمایش نتایج در همه‌ی این موتورهای جست‌وجو یکسان است؟ آیا تارنمایی وجود دارد که در حداقل سه موتور جست‌وجو در ردیف اول قرار بگیرد؟ بررسی کنید آیا این تارنما بهترین پاسخ برای عبارت مورد نظر شما بوده است.

عبارت نمونه: «خرید خشکبار ارگانیک». این عبارت را در گوگل، بینگ و یک موتور جست‌وجوی دیگر (مانند دوک‌دوک‌گو) وارد می‌کنیم و ده نتیجه‌ی اول را جدول‌بندی می‌کنیم.

- **یکسان بودن ترتیب:** خیر؛ هر موتور جست‌وجو الگوریتم رتبه‌بندی متفاوتی دارد، بنابراین ترتیب و حتی تارنماهای نتایج متفاوت است.
- **تارنمای مشترک در رتبه‌ی اول:** معمولاً یک تارنمای بزرگ و معتبر در نتایج چند موتور بالا می‌آید، اما ممکن است همه‌ی موتورها آن را اول نیاورند.
- **بهترین پاسخ بودن:** با بازدید از تارنما و سنجش کیفیت محتوا، تنوع و اعتبار فروشگاه بررسی می‌کنیم؛ رتبه‌ی بالا همیشه به معنای بهترین پاسخ نیست و ممکن است حاصل سئو و تبلیغ باشد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۵ صفحه ۹۷ پژوهش

در مورد عملکرد موتورهای جست‌وجو تحقیق کنید.

موتور جست‌وجو در سه مرحله کار می‌کند:

1. **خزش (Crawling):** ربات‌های نرم‌افزاری خودکار (خزنده، عنکبوت وب) با دنبال‌کردن پیوندها در تارنماها گشت می‌زنند و اطلاعات صفحات را کپی می‌کنند.
2. **فهرست‌بندی (Indexing):** محتوای صفحات تحلیل و در پایگاه داده‌ی موتور جست‌وجو ذخیره و فهرست می‌شود.
3. **رتبه‌بندی (Ranking):** هنگام جست‌وجوی کاربر، نتایج مرتبط‌ترین صفحات با توجه به عوامل بسیار (کلمات کلیدی، کیفیت محتوا، پیوندهای برگشتی، سرعت و سازگاری با موبایل) از پایگاه داده بازیابی و به ترتیب نمایش داده می‌شود.

۶۶ صفحه ۹۸ فعالیت کارگاهی

در مورد واکنش‌گرا بودن چهار تارنمای فروشگاهی که می‌شناسید، تحقیق کنید و جدول زیر را کامل کنید.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

نشانی تارنمای فروشگاهی / ابزار بررسی / توضیحات / نتیجه‌ی بررسی واکنش‌گرا بودن

جدول بررسی واکنش‌گرا بودن

نشانی تارنما	ابزار بررسی	توضیحات ابزار	نتیجه (نمونه)
digikala.com	Google Mobile Friendly Test-	بررسی تجربه‌ی کاربری در تلفن همراه براساس استانداردهای گوگل	واکنش‌گرا و سازگار با موبایل
technolife.com	Responsinator	نمایش تارنما در اندازه‌های مختلف؛ انواع گوشی و تبلت	واکنش‌گرا
basalam.com	Xrespond	نمایش اندازه‌های استاندارد صفحات و نحوه‌ی نمایش تارنما در آن‌ها	واکنش‌گرا
torob.com	Am I Responsive	نمایش تارنما در چهار اندازه‌ی تلفن همراه، تبلت، رایانه‌ی قابل‌حمل و دسکتاپ؛ مناسب برای ایجاد تصویر از تارنما	واکنش‌گرا

(نتیجه‌ی واقعی باید در زمان بررسی با اجرای ابزارها ثبت شود.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۷ صفحه ۹۸ فعالیت کارگاهی

به‌وسیله‌ی یکی از ابزارهای رایگان، واکنش‌گرا بودن تارنمای خود را بررسی کنید.

1. نشانی تارنمای فروشگاه (مثلاً example.ir) را در ابزار Am I Responsive یا Google Mobile Friendly Test وارد می‌کنیم.
2. تصویر نمایش تارنما در اندازه‌های مختلف (موبایل، تبلت، لپ‌تاپ و دسکتاپ) را بررسی می‌کنیم.
3. اگر عناصر درست چیده شدند و متن بدون پیمایش افقی قابل‌خواندن بود، تارنما واکنش‌گراست؛ در غیر این‌صورت قالب را تغییر می‌دهیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۶۸ صفحه ۹۸ کارگاه ۲۵

کار با ابزار Chrome Inspect Element

1. صفحه‌ی وب را در مرورگر گوگل کروم باز می‌کنیم.

2. روی صفحه راست‌کلیک و گزینه‌ی «Inspect» را انتخاب می‌کنیم.
3. در پنجره‌ی ابزار، نماد تلفن همراه و تبلت (Toggle device toolbar) را انتخاب می‌کنیم تا نمایش تارنما در تلفن همراه و تبلت دیده شود.
4. در صورت نیاز اندازه‌ی صفحه را به‌صورت دستی تغییر می‌دهیم.
5. جهت نمایش را از افقی به عمودی و برعکس تغییر می‌دهیم و نتیجه را بررسی می‌کنیم.

۶۹ صفحه ۹۹ کارگاه ۲۶

ثبت نشانی دامنه در گوگل

1. به نشانی https://www.google.com/webmasters/tools/submit-url می‌رویم.
2. با حساب کاربری گوگل وارد می‌شویم.
3. نشانی تارنمای خود را در قسمت URL وارد می‌کنیم.
4. تیک «I'm not a robot» را می‌زنیم.
5. روی «Submit Request» کلیک می‌کنیم؛ پیام موفقیت ارسال درخواست نمایش داده می‌شود.

۷۰ صفحه ۱۰۰ فعالیت کارگاهی

از امکان AutoComplete گوگل در مورد واژگان کلیدی کار و کسب خود کمک بگیرید. مردم چه واژگان کلیدی دیگری را جست‌وجو می‌کنند که هنوز به فکر شما نرسیده است؟ در پایین صفحه‌ی نتایج جست‌وجو هم می‌توانید پیشنهادهای گوگل را برای واژگان کلیدی مرتبط دیگر مشاهده کنید. این پیشنهادها را یادداشت کنید.

با تایپ «خرید خشکبار» در گوگل، پیشنهادهای زیر ظاهر می‌شود:

- خرید خشکبار عمده
- خرید اینترنتی خشکبار ارگانیک
- قیمت خشکبار
- خرید میوه خشک
- سوغات سنتی روستایی
- خرید لواشک خانگی

(پیشنهادهای واقعی بسته به زمان و مکان جست‌وجو تغییر می‌کند.)

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه‌ای برای موفقیت

۷۱ صفحه ۱۰۰ فعالیت کارگاهی

جاهای خالی نمودار را در شکل ۶۵ تکمیل کنید.

مزایای تحقیق واژگان کلیدی (جای خالی نمودار):

- خواهید فهمید کدام عبارات و واژگان کلیدی وضعیت سئوی شما را بهبود می‌دهند.
- جامعه‌ی مشتریان خود را بهتر خواهید شناخت.
- واکنش مناسب به تغییرات بازار تقاضا
- پیش‌بینی تغییرات در تقاضای بازار
- **(جای خالی) کاهش هزینه‌ی تبلیغات و شناخت رقبا**
- جذب بازدیدکنندگانی که به‌دنبال محصول یا محتوای شما هستند.
- تولید محصول یا کالایی که مردم به دنبالشان می‌گردند.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۲ صفحه ۱۰۱ کارگاه ۲۷

تحقیق واژگان کلیدی با ابزار KWFinder

1. به نشانی http://www.kwfinder.com می‌رویم.
2. واژه‌ی کلیدی خود را در کادر suggestions تایپ می‌کنیم؛ زبان را از «Any Language» به «Persian» تغییر می‌دهیم.
3. روی «Find keywords» کلیک می‌کنیم؛ ابزار واژگان کلیدی مرتبط، میزان جست‌وجو و میزان سختی در رتبه‌گیری را نشان می‌دهد.

هر چه عدد میزان سختی در رتبه‌گیری بیشتر باشد، رقابت سئو سخت‌تر خواهد بود.

این فایل توسط سایت ایران‌توشه تهیه شده است.
irantooshe.ir

۷۳ صفحه ۱۰۲ فعالیت کارگاهی

با استفاده از ابزارهایی که تاکنون آموخته‌اید پس از طی مراحل زیر، واژگان کلیدی برای کار و کسب الکترونیکی خودتان انتخاب کنید.

مراحل انتخاب واژگان کلیدی (فروشگاه خشکبار و صنایع‌دستی)

مرحله	نمونه برای فروشگاه روستا
فهرست موضوعات مهم و مرتبط	خشکبار، میوه‌ی خشک، آجیل، لواشک، صنایع‌دستی، سوغات سنتی
ترکیب واژگان کلیدی اصلی و طولانی	اصلی: «خشکبار»؛ طولانی: «خرید اینترنتی خشکبار ارگانیک بدون افزودنی»
تغذیه‌ی موضوعات با واژگان کلیدی	«میوه‌ی خشک روستایی»، «آجیل خانگی»، «سوغات سنتی یزد»
تحقیق درباره‌ی عبارات جست‌وجوی مرتبط	با AutoComplete گوگل و KWFinder: «قیمت خشکبار»، «خرید خشکبار عمده»
زیر نظر گرفتن رقبا	بررسی واژگانی که رقبا در عنوان و توضیحات صفحات خود به‌کار برده‌اند
استفاده از ابزارهای دیگر	Google Trends برای بررسی ترند شدن واژه‌ها

واژگان انتخابی: «خرید اینترنتی خشکبار ارگانیک»، «میوه‌ی خشک روستایی»، «سوغات سنتی»، «صنایع‌دستی دست‌ساز».

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۴ صفحه ۱۰۳ فعالیت کارگاهی

پس از مشاهده‌ی فیلم ابزار هات‌جار را روی تارنمای خود فعال کنید.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

1. در تارنمای hotjar.com ثبت‌نام می‌کنیم و یک «Site» با نشانی فروشگاه می‌سازیم.
2. کد ردیابی (Tracking Code) هات‌جار را کپی می‌کنیم.
3. کد را در بخش head تارنما قرار می‌دهیم (در پرستاشاپ با ماژول افزودن کد یا ویرایش قالب).
4. در هات‌جار «Verify installation» را می‌زنیم تا نصب تأیید شود.
5. پس از چند روز در بخش Heatmaps و Recordings نقشه‌ی حرارتی و فیلم رفتار بازدیدکنندگان را بررسی می‌کنیم.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

۷۵ صفحه ۱۰۴ فعالیت کارگاهی

از ابزارهای دیگر دنیای فناوری مانند کانال‌ها و گروه‌ها، مجامع و صفحاتی که در شبکه‌های مجازی و اجتماعی وجود دارد، برای معرفی کار و کسب خود استفاده کنید. مشخصات و نشانی این صفحات را در قسمت «تماس با ما» و «درباره‌ی ما» در دسترس کاربران و مشتریان قرار دهید. (ابزارهای بازاریابی دیجیتال ـ شکل ۶۹)

1. صفحه‌ی اینستاگرام، کانال تلگرام و صفحه‌ی آپارات برای فروشگاه می‌سازیم و هر روز محصولات و مراحل تولید را معرفی می‌کنیم.
2. نشانی صفحات را در بخش «تماس با ما» و «درباره‌ی ما» (و پاصفحه) فروشگاه قرار می‌دهیم.

ابزارهای بازاریابی دیجیتال برای فروشگاه روستا

ابزار	نمونه‌ی کاربرد
بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو (سئو)	انتخاب واژه‌ی کلیدی و عنوان و توضیحات متا
بازاریابی محتوایی	نوشتن مطلب و فیلم درباره‌ی خواص خشکبار و هنر سنتی
بازاریابی رسانه‌های اجتماعی	فعالیت در اینستاگرام و تلگرام
تبلیغات کلیکی	تبلیغ در گوگل ادز یا تبلیغات کلیکی پرداخت‌به‌ازای‌کلیک
بازاریابی تلفن همراه	پیامک تبلیغاتی و اپلیکیشن فروشگاه
بازاریابی مشارکتی	کارمزد فروش به معرفی‌کنندگان محصول
تبلیغات نمایشی (بنر)	بنر در تارنماها و رسانه‌های اجتماعی

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت

۷۶ صفحه ۱۰۵ فعالیت کارگاهی

راهبرد مبینا و ماهر در کار و کسبشان در مواجهه با این چالش چیست؟ راه‌حل‌های پیشنهادی خود را ارائه دهید. دلایل انتخاب این راه‌حل چیست؟ برای نحوه‌ی اجرای آن، چه راهبردی را پیش‌بینی می‌کنید؟

چالش: کم‌آبی و کاهش محصول باغ به یک‌سوم باعث می‌شود تولید خشکبار و میوه‌ی خود روستا کم شود.

راهبرد: «چرخش» (Pivot) در محصول و منابع تأمین؛ حفظ فروشگاه اینترنتی و متنوع‌سازی محصول و تأمین‌کنندگان.

راه‌حل‌های پیشنهادی:

- خرید میوه و خشکبار از باغداران و تأمین‌کنندگان دیگر مناطق با کیفیت مشابه و فروش با نشان تجاری روستا

- افزایش سهم صنایع‌دستی (ترمه و سوزن‌دوزی) و محصولات دست‌باف و محتوای الکترونیکی که به آب وابسته نیستند
- اجرای آبیاری قطره‌ای و کشت گیاهان کم‌آب‌خواه برای حفظ باغ
- فرآوری بیشتر (مربا، لواشک و میوه‌ی خشک) برای افزایش ارزش افزوده‌ی محصول کم

دلایل انتخاب: کاهش وابستگی به یک منبع (مثل «همه‌ی تخم‌مرغ‌ها در یک سبد نباشد»)، حفظ مشتریان فعلی و بقای کار و کسب، و هزینه‌ی کمتر نسبت به تأسیس باغ جدید.

نحوه‌ی اجرا: کوتاه‌مدت (۱ تا ۳ ماه): قرارداد با تأمین‌کنندگان و افزایش تبلیغ صنایع‌دستی؛ میان‌مدت: اصلاح شیوه‌ی آبیاری و راه‌اندازی خط فرآوری؛ بلندمدت: ارزیابی بازخورد مشتریان و اصلاح محصولات و راهبرد.

این جواب ممکن است دقیق نباشد.

ایران توشه
توشه ای برای موفقیت