

باید ها و نبایدهای متخصص طراحی سایت



باید و نباید هایی که شما به عنوان یک متخصص طراحی سایت باید رعایت بفرمایید را در این مقاله به صورت خلاصه عرض کرده ایم.

امیدواریم به شما در زمینه طراحی سایت و سئو سایت کمک نماید.

تبدیل شدن به یک متخصص که هیچ کس درباره اش نشنیده ارزش کمی در مسیر شغلی شما خواهد داشت. با وجود همه این ها، اینکه به عنوان یک متخصص شناخته شوید می تواند هنگامی که با مشتریان کار می کنید کمکتان کند و این پتانسیل را ایجاد کند که کار های با کیفیت تری را به خود جذب کنید.

تبدیل شدن به یک متخصص به چه معنا است؟ برای متخصص شدن چه باید کرد و چه باید داشت؟ ملکولم گلدول، در کتابش **Outliers** نظرش این است که برای تبدیل شدن به یک متخصص در هر زمینه مشخصی نیاز به حدود ده هزار ساعت کارو تمرین نیاز است.



احترام تنها چیزی نیست که هنگامی که به عنوان متخصص شناخته می شویم انتظار داریم. بیشتر ما فکر می کنیم که می توانیم پول بیشتری بگیریم و مردم برای استخدام ما صف خواهند کشید. متأسفانه، این همیشه اتفاقی نیست که می افتد. تعداد زیادی از متخصصان در اذهان عمومی ناشناخته اند، حتی در زمینه کاری خودشان و در خواست حقوق های بالا هم نمی کنند.

تیم طراحی سایت وب کو وب متخصص طراحی سایت است، بیشتر ما این میل را داریم که به عنوان متخصص دیده شویم برای اینکه دوست داریم که نظراتمان جدی گرفته شوند.

باقی می خواهند که به آن ها احترام و ارزش گذاشته شود، که مقداری از آن برای ارضای میل به مطرح بودن است، اما بیشتر آن برای این باور است که ما بهترین را می شناسیم و اینکه کار ها باید آنگونه که ما می خواهیم انجام شود. با اینحال، همانگونه که بعد ها می بینیم، متخصص بودن معنایی بیشتر از این دارد که آدم ها را قانع کنید و به شما گوش کنند.

اگر این تنها کاری است که می توانید بکنید، آن ها به راحتی می توانند درون این خواسته سطحی شما را ببینند و موقعیتی را که شما احساس می کنید لایق آن هستید به شما ندهند.



برای اکثریت کسانی که تمام وقت به طراحی سایت می پردازند، این ده هزار ساعتی که برای متخصص شدن نیاز است برابر است با نزدیک به ۴ سال کار در زمینه طراحی. □ من به این عدد ۱۰,۰۰۰ شک دارم. با وجود اینکه می توانم بفهمم چطور در مسائلی مثل نواختن یک ساز یا یک ورزش این عدد کاربردی است، مطمئن نیستم که این عدد بتواند به یک زمینه به تنوع طراحی سایت هم تأمین پذیر باشد. برای مثال ۱۰,۰۰۰ ساعت تجربه با فتوشاپ نمی تواند کسی را تبدیل به متخصص طراحی وبسایت کند. در بهترین حالت، او یک متخصص فتوشاپ است. □ با این وجود، ادعای گدول در یک زمینه درست است. برای اینکه تبدیل به متخصص شوید، نیاز به زمان و تجربه دارید. □

اشتباه کردن مفید است

شکست یک قسمت مهم از سفر شما است به سمت متخصص شدن. □ موفقیت در شغل انتخابی تان و تبدیل شدن به یک متخصص نیاز به این دارد که شما شکست بخورید، نه یک بار یا دو بار، بلکه بارها و بارها. □

متأسفانه، ما در فرهنگی زندگی نمی کنیم که شکست را جشن بگیرد. ما فقط برنده ها را می خواهیم، کسانی که موفق می شوند. اما موفقیت نه با الهام، که با عرق ریختن می آید.

وینستن چرچیل خیلی خوب این قضیه را گفته است: □ موفقیت یعنی از شکستی به شکست دیگر رفتن بدون دادن اشتیاق. □



همانطور که چارلز ویلسون یک بار گفته است: «متخصص به کسی گفته می شود که بداند چه کار را نباید بکند» بدون شکست، ما نمی توانیم به اینکه بهترین راه برای انجام کارها را یاد بگیریم امید داشته باشیم. با اینکه یاد گرفتن از شکست های بقیه ممکن است، هیچ چیز مثل تجربه دست اول شکست نیست.

در قلب تبدیل شدن به یک متخصص، واقعیتی جهانی وجود دارد: شما باید حاضر به اشتباه کردن باشید، و حتی با تعداد زیاد این اشتباه ها.

ما باید بر ترس خود از باختن غلبه کنیم. وقتی که پروژه ای عملکرد خوبی ندارد، مردم معمولاً به دو گونه مختلف عکس العمل نشان می دهند. بعضی از ما ادامه می دهیم و مشکل را نادیده می گیریم. پول و زحمت خوبمان را خرج چیزی بد می کنیم. اینکه بدانیم کی باید بیخیال شویم و قضیه را رها کنیم مهم است. دیگران به سرعت مشکل را رفع و رجوع می کنند و جوری رفتار می کنند انگار اتفاقی نیافتاده است. اما در این مسیر شما هیچ وقت از اشتباهات خود درس نخواهید گرفت.

شما باید در انتهای یک پروژه شکست خورده وقت بگذارید و بررسی کنید که کجای کار همه چیز خراب شد و از این قضیه درس بگیرید. این مسیر می تواند سخت باشد، مخصوصاً که شما باید با یک مشتری ناخشنود هم کنار بیایید. آن هایی که هیچوقت شکست را ندیده اند یا آنقدر خجالتی اند که امتحان نمی کنند، از ترس اینکه در عموم مسخره شوند، یا اینکه آنقدر شوق به پیروزی ندارند که بتوانند نیش شکست را تحمل کنند. شاید نگران این باشید که شکست باعث شود که تصویر شما به عنوان یک حرفه ای خراب شود. با اینکه این احتمال وجود دارد، درک عموم از شما با بیشتر از یک شکست یا پیروزی شکل می گیرد.

از متن به نفع خود استفاده کنید

اینکه به عنوان یک متخصص شناخته شوید راحت تر از آن است که فکر می کنید. نه اینکه همه چیز متن باشد، همچنین مهم است که

چه می گوئید و چطور می گوئید. □

شما شاید فضای مناسب را برای افزایش دادن حقوق خود نداشته باشید، با این حال، می توانید متن خود را عوض کنید تا مردم ارزش بیشتری برای شما بگذارند. □ مثل یک اثر هنری در یک گالری، تخصص شما هم شناخته می شود اگر که در متن درستی درک شود.



اگر یک هنر مدرن را از گالری خارج کرده و آن را در یک مهد کودک نصب کنید، ممکن است آن را با نقاشی بچه ها اشتباه بگیرند. دلیل این امر این است که متن در نوع درک شما از قضیه تاثیر می گذارد. همین امر در مورد تخصص هم صدق می کند. □ نگاه کنید که چطور مدیران نظرهای مشاور های خود را جدی تر از نظر کارکنان می گیرند، حتی اگر هر دوی آن ها یک چیز را بگویند. مشاور ها بیشتر دریافت می کنند، و بنابراین نظر های آن ها بیشتر ارزش داده می شوند. □

برای مثال، اگر که نظرات شما را در کتابی بخوانند تخصص شما جدی تر گرفته می شود تا اینکه آن ها را از گوشه از یک میز کنفرانس به دیگران ارائه دهید. □ همچنین، مردم به نظرات شما اهمیت بیشتری می دهند اگر که روی سن یک کنفرانس باشید، تا اینکه در یک کافه.

اینکه بتوانید جایی سخنرانی کنید یا اینکه قراردادی برای کتاب ببندید نیاز اولیه اش این است که مهارت های خود را به کسی نشان دهید. برگزارکنندگان کنفرانس و ناشر ها به عنوان محافظان کیفیت عمل می کنند، و اگر این محافظان شما را قبول کنند، مردم گمان می کنند که شما می دانید درباره چه حرف می زنید.

البته همه ما نمی توانیم قرار داد کتاب و فرصت سخنرانی برای خود پیدا کنیم. □ در این مورد، راه های دیگر مثل انتشار کتاب با هزینه شخصی، پادکستینگ، بلاگینگ و همکاری در پروژه های □ open-source □ راه های دیگری هستند.

اینکار مسئولیت به همراه دارد

مرکزیت این مقاله تبدیل شدن به یک متخصص است. اما قبل از به انتها رساندن بحث، می‌خواهم کمی درباره زمانی که به هدف خود رسیدید حرف بزنم. هنگامی که احترام مشتری‌ها، مدیر یا همکاران خود را کسب کردید، بعد از آن چی؟ تبدیل شدن به یک متخصص بیشتر از ارضای یک میل شخصی است. باید همواره درباره خدمت رسانی به دیگران باشد. شما تبدیل به یک متخصص می‌شوید تا بتواند کار مشتری‌های خود را بهتر انجام دهید، برای سازمان خود ارزش بیشتری داشته باشید و به دیگران کمک کنید تا سطح کار در زمینه کاری شما بالاتر بیاید. در آخر، اگر تمام چیزی که می‌خواهید این است که دوست داشته باشید و به شما احترام بگذارند، هیچوقت به هدف خود نمی‌رسید. مردم اینگونه خودخواهی را از فاصله دوری تشخیص می‌دهند و شما را به عنوان آدمی تو خالی نادیده می‌گیرند.



علاقه زیاد

یک علاقه عمده وار به طراحی سایت لازم است تا به یک متخصص تبدیل شوید. تجربه کردن و اشتباه کردن بسیار اهمیت دارند اگر یک متخصص قرار است اعتبار کسب کند. من نمی‌خواهم بگویم که تنها تجربه اهمیت دارد. برای مثال، من باور ندارم که برای استخدام کسی حتما باید دنبال چند سال سابقه باشید. بلکه می‌توانید دنبال کسی بگردید که اشتیاق یاد گرفتن دارد، کسی که قابلیت کار در فضای شرکت شما را داشته باشد و مهمتر از همه شوق داشته باشد.

چطور مطمئن شوید که به عنوان یک متخصص شناخته می‌شوید

اینکه اطلاعات داشته باشید کافی نیست، شما باید برای این اطلاعات شناخته شوید. این شک مشکل عادی است که شاید شما هم آن را

تجربه کرده باشید. ممکن است ۱۰,۰۰۰ ساعت کار انجام داده باشید، اشتباهات خود را کرده باشید، درس هایتان را گرفته باشید و با اینکه مشتریان و مدیر شما نتوانند این اطلاعات و تجربیات شما را که جمع کرده اید، ببینند. چطور باید آن ها را متقاعد کنید که شما یک متخصص هستید و باید نظر های شما را جدی بگیرند؟



غلبه بر تعصب ها

متأسفانه، راه سریعی برای اینکه تعصب ها را از بین برد وجود ندارد. این برای آن هایی که عموماً با یک سری آدم مشخص کار می کنند سخت است. اما به مرور زمان، با نشان دادن متناوب تخصصتان و استفاده از تکنیک های گفته شده، می توانید تصویر آن ها را عوض کنید.

اینکه خود را در مقابل مدیر یا مشتری فعلی خود به عنوان یک متخصص نشان دهید می تواند مشکل باشد. وقتی که شما به عنوان یک عضو کوچک گروه کارکنان دیده می شوید، نظر آن ها یک شبه عوض نمی شود.



خوشبختانه، شما می‌توانید کارهایی انجام دهید که این نگاه را عوض کنند. اول اینکه، دلیل‌هایی ارائه دهید که چرا موضع شما بهتر است. می‌توانید یک نمودار، یک جدول، یک مثال یا ارائه دهید که پشتوانه حرف شما باشد. همچنین می‌توانید از حرف‌هایی که متخصصان مطرح درباره مساله‌ای که با آن روبرو اید زده‌اند، استفاده کنید این تکنیک‌ها فایده‌هایی علاوه بر کمک به شما در پشتیبانی ادعای خود دارند. □.

آن‌ها می‌توان نشان دهند که شما مطالعه خوبی در زمینه کاری خود دارید. □. همچنین، با نشان دادن اینکه شما همان موضعی را می‌گیرید که متخصصان دیگر هم گرفته‌اند، با ربط دادن خود به آن‌ها اعتبار کسب می‌کنید. متخصص بودن آن‌ها از مسیر شما خود را نشان می‌دهد. □.

زمان و تجربه

می‌توان بحث کرد که در طراحی وب، انقدر مسائل سریع حرکت می‌کنند که درس‌هایی که ۴ سال پیش یاد گرفته‌اید، اکنون دیگر کارساز نیستند. اما من به این مساله معتقد نیستم. در تجربه من، با اینکه تکنولوژی عوض می‌شود، مردم نمی‌شوند. هیچ‌شکی نیست که تخصص تنها با زمان گذاشتن و مصمم بودن در کار می‌آید. □. یک شبه هیچ اتفاقی نخواهد افتاد، و هیچ راه میانبری برای رسیدن به درجه‌ی بالایی از تخصص نیست. هرچه مدت بیشتری کار را انجام دهید، بیشتر می‌بینید و احتمال اینکه توسط موقعیت‌های جدید غافلگیر شوید کمتر است.



اکثریت مشکلات غیرمنتظره ای که در هنگام توسعه یک وبسایت پیش می آیند یا به اشکال انسانی مربوط هستند یا به قسمتی از تجربه کاربران. همچنین، داشتن سال های تجربه می تواند توانایی شما در حل مشکلات را زیاد کند. حتی اگر مسائلی که با آن ها دست و پنجه نرم می کنید جدید باشند، اینکه شما بسیاری مشکلات را در گذشته حل کرده اید باعث می شود که در حل مساله بسیار کارآمد تر باشید. متد ها و روش هایی که در گذشته فرا گرفته اید به کمکتان می آیند. برای همین، درس هایی که سال ها پیش یاد گرفته اید هنوز هم کاربرد دارند. □.□

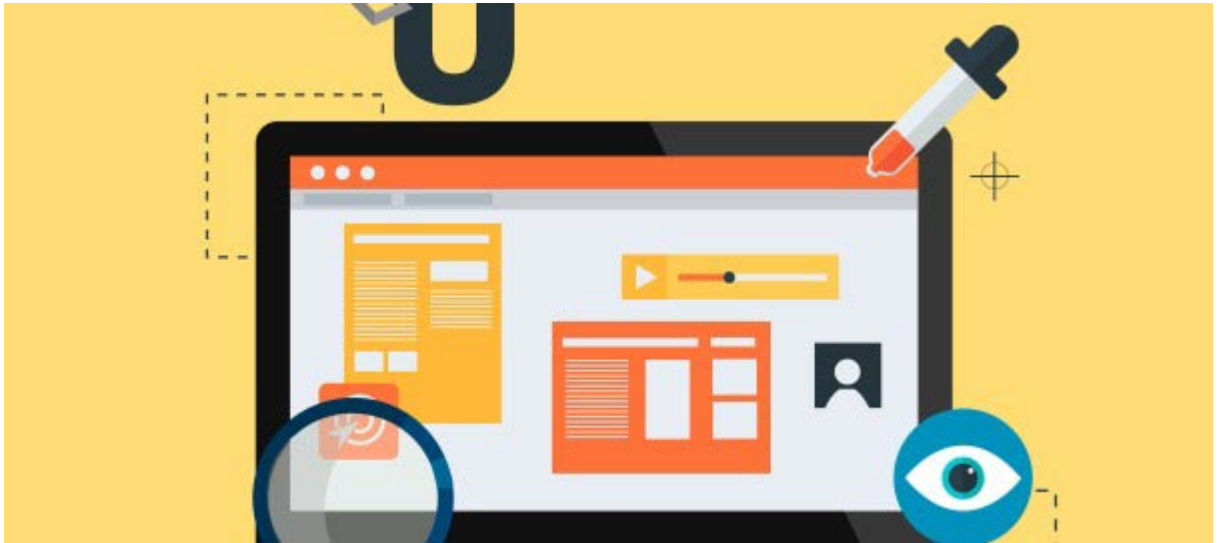
سبک و محتوا □

یک دلیل دیگر که کتاب ها، سخنرانی ها، بلاگ ها از صحبت های عادی تاثیر گذار تر هستند می تواند به این دلیل باشد که بحث ها در آن ها ساختمان بهتری دارند و با فکر بیشتری تنظیم شده اند. البته تنها محتوا نیست که اهمیت دارد، بلکه سبک و استایل ارائه بحث هم مهم است. یک متخصص باید با اعتماد به نفس آرام صحبت کند. آدم های واقعا فوق العاده، چیز کمی برای اثبات دارند، بنابراین با یک وجود و قطعیت مشخص صحبت کنید. نباید هنگامی که کسی با شما مخالفت می کنید گیج شوید. به جای این، از راه دیگری وارد شوید. □. □



اینکه چطور خود را نشان می دهید مهم است. مساله ای که برای شما آشکار است، همیشه برای دیگران مشخص نیست، مخصوصا اگر که مشکل همیشه تکرار می شود. وقتی یک مشتری از شما می خواهد که لوگو سایتشان را بزرگتر کنی یا اینکه جاهای خالی ای را که با دقت ایجاد کرده پر کنی، اینکه آن ها را نادیده بگیری یا اذیت شوی راحت است برای اینکه این درخواست را بار ها و بار ها قبل از این هم شنیده آید. به جای اینکار، جواب خود را به دقت بسازید که تا جایی که می شود متقاعد کننده باشد. □

اگر می خواهید به عنوان یک متخصص شناخته شوید، خود را بشناسید، آرام باشید و با اعتماد به نفس ارائه دهید. □ البته متاسفانه، مشکلاتی پدید خواهند آمد اگر شخص مقابل در رابطه با انتظارات قبلی با شما صحبت کند. □



کمی فروتن باشید □

مردم به کسانی که ادعا دارند متخصص هستند، شک دارند. بگذارید اطلاعاتتان خودشان را نشان دهند، به جای اینکه اصرار کنید مردم توجه کنند. اما در حالی که گفتن اینکه متخصصید کاری عاقلانه نیست، می توانید به طرق مختلف این قضیه را نشان دهید. یکی از قوی ترین راه های این کار نشان دادن تخصص خود در متن گفتگو ها است. □

اولین درس در متخصص بودن این است که از اینکه پافشاری کنید یکی هستید دست بردارید. آدم هایی که معمولا به عنوان متخصص شناخته می شوند معمولا آخرین کسانی هستند که خود را با این عنوان می خوانند.

در واقع، معمولا حاضرند خیلی پیش بروند تا نشان دهند که اطلاعاتشان محدود است و به دیگران بفهمانند که هر چه آن ها می گویند از کتاب مقدس نیست. □



بعد از این حرف ها، باز هم باید بگویم که جدی گرفته شدن در کار ما مهم است. اگر جدی گرفته نشویم، به راحتی سایت هایی که می توان فوق العاده باشند، مسیر بدی را خواهند رفت. مطمئنا شما هم تجربه کرده اید زمانی را که به حرف شما گوش نداده اند و همه چیز خراب شده است. وب کو وب با سابقه ی درخشانی که داشته است خود را به عنوان یک تیم متخصص و متعهد معرفی نموده است و در زمینه طراحی سایت و سئو قدم های مهمی را برداشته است.