

# خطة إدارة المحتوى الرقمي للبوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية

وزارة النقل والاتصالات وتقنية المعلومات – سلطنة عمان



جدول المحتويات

**1. نظرة عامة على استراتيجية محتوى البوابة الحكومية الموحدة .....**

- 1.1. أهداف استراتيجية محتوى البوابة الحكومية الموحدة..... ٦
- 1.2. الفئة المستهدفة..... ٦
- ١, ٣. أهمية احتياجات المستخدم..... ٦
- 1.3.1. ملفات احتياجات المستخدم..... ٧
- 1.3.2. كتابة المحتوى لتلبية احتياجات المستخدم..... ٧
- ١, ٣, ٣. مستند البوابة الحكومية الموحدة لاحتياجات المستخدم..... ٧
- ١, ٤. نظرة عامة حول تنظيم المحتوى..... ٨
- ١, ٤, ١. أنواع المحتوى الذي سيتم نشره..... ٨
- ١, ٥. الإرشادات والسياسات..... ٩
- ١, ٥, ١. الإرشادات والسياسات الرئيسية..... ٩

**٢. هيكل فريق المحتوى لـ البوابة الحكومية الموحدة .....**

- 2.1. الفريق المركزي..... ١٠
- 2.2. فرق مقدمي الخدمة..... ١٠
- ٢, ٣. البيانات اللازمة لتقدير عدد الموظفين بدقة..... ١٠
- 2.4. كيفية تقدير عدد الموظفين الذين ستحتاجهم بدون بيانات..... ١١
٣. طرق العمل..... ١١

- ٣, ١. التعرف على ممارسات العمل لكل عضو في الفريق..... ١١
- 3.2. تطوير التقويم التحريري..... ١١
- ٣, ٢, ١. استخدام التقويم التحريري..... ١٢
- ٣, ٣. التخطيط لاجتماعات فريقك..... ١٢
- ٣, ٣, ١. التخطيط..... ١٣
- ٣, ٣, ٢. العرض والاختبار..... ١٣
- ٣, ٣, ٣. الاجتماعات الاستراتيجية..... ١٣
- ٣, ٣, ٤. انتقادات المحتوى ١٣..... ١٣

- ١ ..... ٤
- ٣.4. إيجاد مساحة عمل لفريقك ..... ١٤
- ٣,٥ . قم بإنشاء مساحة افتراضية حتى يتمكن فريقك من العمل عبر الإنترنت ..... ١٤
- ٣,٥,١ . قناة للرسائل الفورية ..... ١٤
- 3.6. الوصول إلى صندوق البريد الإلكتروني للمحتوى ..... ١٥
- 3.6.1. شرح متى يتم إرسال الطلبات إلى الفريق المركزي ..... ١٥
- ٣,٧ . الوصول إلى أداة النشر ..... ١٥
- ٣,٨ . الوصول إلى الموارد المشتركة ..... ١٥
- ٣,٩ . لوحات افتراضية لتصوير وإدارة العمل ..... ١٥
- ٣,١٠ . تقديم فريق المحتوى على الموقع الإلكتروني للموظفين الداخليين لديك ..... ١٦
٤. الأدوار والمسؤوليات في فريق المحتوى ..... ١٦
- 
- 4.1. مصممي المحتوى ..... ١٦
- ٤,٢ . مدير المحتوى ..... ١٦
- ٤,٣ . رئيس المحتوى ..... ١٧
- ٤,٤ . محلل البيانات ..... ١٧
- ٤,٥ . باحث المستخدم ..... ١٧
٥. طلب محتوى جديد ..... ١٧
- 
- ٥,١ . إنشاء عملية لطلبات المحتوى ..... ١٧
- ٥,٢ . مع من يجب أن تتواصل بشأن طلب جديد ..... ١٨
- ٥,٣ . القيام بالترويج لفريق المحتوى على مواقع الويب الداخلية ..... ١٨
- ٥,٤ . طلب ملخصات ..... ١٨
- ٥,٥ . كيفية التعامل مع الطلب الجديد ..... ١٩
- ٥,٦ . إذا كان التغيير المطلوب بسيطاً ( ٢٠ دقيقة أو أقل) ..... ١٩
- 5.7. إذا كان التغيير المطلوب سوف يستغرق وقتاً أطول ..... ١٩
- 5.8. إذا طلب شخص ما خدمة جديدة ..... ٢٠
٦. كيفية فرز المحتوى وتعيينه والموافقة عليه (سير العمل) ..... ٢٠
- 
- 6.1. تحديد الحاجة إلى التغيير ..... ٢٠
- ٦,٢ . إذا كان التغيير سيستغرق ٢٠ دقيقة أو أقل ..... ٢٠

٢١	٦,٣ . إذا كان التغيير سوف يستغرق وقتاً أطول .....
٢١	6.4. ترجمة المحتوى .....
٢١	٦,٤,١ . التكامل مع سير عمل إنشاء المحتوى .....
٢١	٦,٤,٢ . ضمان التزام .....
٢٢	٧. مراجعة المحتوى .....

## 7.1. مراجعات داخلية (2١)

٢	.....	٢
٢٢	7.1.1. متى يجب مراجعة المحتوى .....	٢٢
٢٢	7.1.2. من يقوم بمراجعة المحتوى .....	٢٢
٢٣	٧,١,٣ . كيف تتم مراجعة المحتوى .....	٢٣
٢٣	٧,١,٤ . كيفية هيكله المراجعة .....	٢٣
٢٤	7.2. مراجعة التحقق من الصحة .....	٢٤
٢٤	٧,٢,١ . متى يجب التحقق من صحة الحقائق .....	٢٤
٢٥	7.2.2. إذا كان المحتوى دقيقاً .....	٢٥
٢٥	٧,٢,٣ . إذا كان المحتوى غير دقيقاً .....	٢٥
٢٥	٧,٢,٤ . متى تكون التغييرات ضرورية .....	٢٥
٢٥	7.2.5. إذا لم تكن هناك حاجة إلى إجراء تغييرات على المحتوى .....	٢٥
٢٥	يمكن نشر المحتوى بعد مراجعته من قبل فريق المحتوى .....	٢٥
٢٥	٧,٣ . النشر .....	٢٥

## ٨. مراجعة: البيانات والتحليلات والتعليقات

٢٦	8.1. قم بتعيين محلل بيانات للعمل مع فريق المحتوى .....	٢٦
٢٦	٨,٢ . ما الذي يجب أن أطلبه من محلل البيانات .....	٢٦
٢٦	8.3. كيفية استخدام التقارير التحليلية .....	٢٦
٢٦	8.3.1. تقارير عن الخدمات الجديدة أو المحتوى عالي المشاهدة .....	٢٦
٢٦	٨,٣,٢ . تقارير عن المحتوى منخفض المشاهدة .....	٢٦
٢٧	8.4. ما يمكنك تعلمه من كل مقياس .....	٢٧
٢٧	8.4.1. استعلامات البحث .....	٢٧
٢٧	8.4.2. مشاهدات الصفحة .....	٢٧
٢٧	8.4.3. مشاهدات الصفحة الفريدة .....	٢٧
٢٧	٨,٤,٤ . الظهور الأول .....	٢٧
٢٨	٨,٤,٥ . معدل الارتداد .....	٢٨

- ٢٨ ..... ٨,٤,٦. متوسط الوقت المستغرق في الصفحة
- ٢٨ ..... 8.5. كيفية استخدام المقاييس لتحسين المحتوى
- ٢٨ ..... ٨,٥,١. تعرف على المحتوى الأكثر (والأقل) شيوعًا
- ٢٨ ..... 8.5.2. تحديد الصفحات التي تحتاج إلى كلمات رئيسية أفضل
- ٢٩ ..... ٨,٥,٣. ما تشير إليه معدلات الارتداد المرتفعة
- ٢٩ ..... 8.6. نتائج الاستطلاع
- ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. ..... ٨,٦,١. لماذا الاستطلاع مفيد

## 9. ترحيل المحتوى إلى البوابة الحكومية الموحدة ..... ٢٩

- ٢٩ ..... ٩,١. البدء بتنشيط التحليلات على مواقع مزودي الخدمة
- ٣٠ ..... ٩,٢. العدد المقدر للموظفين اللازمين لترحيل المحتوى إلى البوابة الحكومية الموحدة
- ٣٠ ..... ٩,٣. ما يجب فعله عند توفر بيانات التحليلات
- ٣١ ..... ٩,٤. نقل وتحديث المحتوى
- ٣١ ..... ٩,٥. ترحيل المحتوى للخدمات المدمجة في البوابة الحكومية الموحدة
- ٣١ ..... ٩,٦. أرشفة المحتوى

## 10. إزالة المحتوى ..... ٣٢

- ٣٢ ..... 10.1. إلغاء نشر المحتوى
- ٣٣ ..... ١٠,٢. إزالة المحتوى المكرر

## ١. نظرة عامة على استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي

### ١.١ أهداف استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي

تتمثل أهداف استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي في تطوير نهج متكامل وفعال لإنشاء وإدارة وتوزيع المحتوى عبر البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية. وتهدف هذه الاستراتيجية إلى ضمان اتساق المحتوى من حيث الأسلوب والطريقة، بالإضافة إلى تلبية احتياجات قاعدة المستخدمين المتنوعة.

نسعى لتعزيز تجربة المستخدم من خلال تقديم معلومات واضحة وذات صلة وسهلة الوصول، مما يسهم في زيادة المشاركة ورفع مستوى الرضا العام. كما تتضمن الاستراتيجية وضع مجموعة من إرشادات الأسلوب وأنماط المحتوى للحفاظ على هوية موحدة وضمان تجربة استخدام سلسة ومتوقعة.

وينصب الهدف النهائي نحو تبسيط عمليات المحتوى، وتقليل التكرار، والتأكد من أن محتوى الخدمات الحكومية في سلطنة عمان ينسم بالكفاءة والتأثير، بما يضمن تقديم أفضل خدمة للمستخدمين..

### ١.٢ الفئة المستهدفة

ستستخدم استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي بشكل أساسي من قبل مصممي المحتوى، سواء من فريق البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية المركزي أو مقدمي الخدمات. ويشمل ذلك الكتاب والمحرفين والمصممين الذين يساهمون بشكل مباشر في إنتاج وإدارة المحتوى الخاص بالبوابة والخدمات المقدمة.

ينبغي مشاركة هذه الاستراتيجية مع الشركاء والمساهمين الخارجيين الذين ينتجون محتوى البوابة، لضمان الاتساق والالتزام بأهدافنا. في جوهرها، تُعد استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي دليلاً شاملاً لكل من يسهم في تطوير الخدمات الرقمية على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية، مما يضمن توافق كل عنصر من المحتوى مع أهداف البوابة واحتياجات المستخدمين.

ستحدد الاستراتيجية المبادئ والعمليات والإرشادات والنماذج التي يجب اتباعها لإنشاء محتوى عالي الجودة. كما ستكون أدلة التدريب المضمنة في الاستراتيجية ضرورية لتأهيل منشئي المحتوى الجدد وضمان توافق الجميع مع أهداف ومعايير محتوى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

### ١.٣ أهمية احتياجات المستخدم

يُعد فهم احتياجات المستخدم ومعالجتها أمراً أساسياً لنجاح استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي. من خلال التعرف على متطلبات المستخدمين وتفضيلاتهم وتوقعاتهم، يمكننا تخصيص حلولنا لتكون أكثر جاذبية وفعالية وسهولة في الاستخدام.

إن التركيز على احتياجات المستخدم يضمن أن المحتوى الخاص بنا ليس معلوماتياً فحسب، بل له أيضاً صدى لدى جمهورنا، وبالتالي تعزيز رضا المستخدم والثقة في منصتنا.

### ١,٣,١ ملفات احتياجات المستخدم

للتعرف على احتياجات المستخدمين، يجب جمع البيانات من مصادر متنوعة، مثل استبيانات المستخدمين، ونماذج التعليقات، وتحليلات مواقع الويب، ومقابلات أصحاب المصلحة. تُحلل هذه البيانات لإنشاء شخصيات مستخدمين، وهي تمثيلات شبه خيالية لقطاعات المستخدمين الرئيسية لدينا. تشمل هذه الشخصيات التركيبة السكانية وأنماط السلوك والدوافع والأهداف والعوائق، مما يوفر فهماً شاملاً لمستخدمينا.

يُعتبر هذا تمريناً مستمراً يجب إثراؤه من خلال التحليل المنتظم للبيانات، مع التركيز على التحليلات التي يتم جمعها من البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية مع تطور النظام الأساسي ونضجه. يساعد هذا النهج في ضمان تلبية احتياجات المستخدمين وتوقعاتهم بشكل مستمر، مما يعزز من فاعلية خدماتنا وتجربة المستخدم.

### ١,٣,٢ كتابة المحتوى لتلبية احتياجات المستخدم

قامت البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية بتطوير شخصيات المستخدمين لتخصيص المحتوى لتلبية احتياجاتهم وتفضيلاتهم المحددة. وهذا ينطوي على:

- **الوضوح والملاءمة:** التأكد من أن المحتوى واضح ومباشر وخالي من المصطلحات ويجب بشكل مباشر على استفسارات المستخدمين أو يقدم حلولاً لمشاكلهم.
- **سهولة الاستخدام والبنية:** تنظيم المحتوى في بنية منطقية وسهلة التنقل، مع إمكانية الوصول إلى المعلومات الأساسية وإبرازها.
- **التعليقات:** التحسين المستمر للمحتوى بناءً على تعليقات المستخدمين، والتأكد من بقائه مناسباً وفعالاً بمرور الوقت.

### ١,٣,٣ مستند البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية لاحتياجات المستخدم

لتعزيز تلبية احتياجات المستخدم في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية، تم إعداد مستند مستقل كجزء من استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي. يركز هذا المستند على تحويل التحديات إلى حلول تستجيب لمتطلبات المستخدمين، مع تسليط الضوء على الجوانب التالية:

- **الوضوح وسهولة الوصول:** ضمان أن يكون المحتوى قابلاً للاكتشاف بسهولة وواضحاً لجميع المستخدمين.
- **الملاءمة والتكيف:** التأكد من توافق المحتوى مع احتياجات الفئات المتنوعة من المستخدمين، وإمكانية تكيفه ليناسب منصات وسياقات متعددة.
- **البساطة وسهولة الفهم:** الاهتمام بإنشاء محتوى سهل القراءة والفهم، يسهم في تقديم المعلومات بشكل سلس وواضح.
- **إمكانية الوصول الشامل:** ضمان أن المحتوى متاح لجميع المستخدمين، بما في ذلك ذوي الإعاقة، مع مراعاة المعايير الدولية للوصول.
- **الشفافية والمصادقية:** تقديم محتوى يتسم بالوضوح والشفافية، لبناء الثقة وتعزيز المصادقية بين المستخدمين.

من خلال التركيز على هذه المبادئ، نسعى لتجاوز توقعات المستخدمين وتقديم تجربة متكاملة تجعل من البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية مصدرًا موثوقًا وشاملاً للمعلومات والخدمات.

## ٤,١. نظرة عامة حول تنظيم المحتوى

تعد هندسة المعلومات جزءًا أساسيًا من استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي، حيث تضمن تنظيم المحتوى الموجود على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية بطريقة منطقية وبديهية وسهلة الاستخدام. فهي تحدد كيفية تصنيف المحتوى وتنظيمه وتسهيل التنقل فيه، مما يجعلها حجر الزاوية في تحسين تجربة المستخدم. تساعد هندسة المعلومات المدروسة على تمكين المستخدمين من العثور على المعلومات التي يحتاجون إليها بسرعة وبدون عناء، مما يقلل من الارتباك ويزيد من مستوى الرضا العام.

### ٤,١,١. أنواع المحتوى الذي سيتم نشره

سيضمن محتوى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية تنوعًا واسعًا من الأنواع لتلبية احتياجات وتفضيلات المستخدمين المختلفة، ومنها:

- **وصف الخدمة:** تقديم شرح تفصيلي للخدمات الحكومية المتاحة، موضحًا الخطوات المطلوبة ومعلومات التواصل اللازمة.
  - **أدلة المستخدم والبرامج التعليمية:** توفير تعليمات وإرشادات خطوة بخطوة لمساعدة المستخدمين في التنقل بين الخدمات أو إتمام مهام معينة.
  - **الأخبار والتحديثات:** نشر تحديثات دورية حول الخدمات الجديدة، والتغييرات في السياسات، أو أي أخبار ذات صلة تؤثر على المستخدمين.
  - **المعلومات القانونية والسياسية:** تقديم وثائق ومعلومات حيوية تتعلق بالسياسات واللوائح الحكومية والمسائل القانونية.
  - **محتوى الوسائط المتعددة:** يشمل مقاطع الفيديو، والرسوم البيانية، والصور، مما يجعل المعلومات أكثر سهولة وجاذبية.
- لتقديم إرشادات دقيقة حول هيكل نظامنا الأساسي والتنقل فيه، تم تطوير مستند شامل حول هندسة المعلومات، والذي يتضمن:
- **التسلسل الهرمي للموقع والتنقل:** توضيح كيفية تصنيف المحتوى وكيفية تنقل المستخدمين عبر أقسام الموقع المختلفة.
  - **تجميع المحتوى وتصنيفه:** استعراض أفضل الممارسات لتجميع المحتوى ذي الصلة وتنظيمه بطريقة واضحة وبديهية.
  - **مسارات المستخدم:** تصميم مسارات منطقية لمهام المستخدم المختلفة، مما يضمن تجربة سلسلة وفعالة.
- يعتبر مستند هندسة المعلومات بمثابة مخطط لتنظيم وتقديم المحتوى على نظامنا الأساسي، مما يضمن تنفيذ استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي بفعالية وتركيزها على المستخدم.

## ١.٥ الإرشادات والسياسات

تم تصميم استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي وجميع المستندات والتدريبات المصاحبة لها لضمان الاتساق والدقة والامتثال والجودة الشاملة في عملية إنشاء المحتوى لدينا. على الرغم من وجود مستند إرشادات تفصيلية للأسلوب لقواعد محددة للكتابة والتنسيق، فإن هذا القسم يسلط الضوء على الإرشادات والسياسات الشاملة التي تحكم نهج المحتوى الخاص بنا.

### ١.٥.١ الإرشادات والسياسات الرئيسية

- **الامتثال للمعايير القانونية والتنظيمية:** يجب أن يلتزم جميع المحتوى بالقوانين واللوائح الحكومية المعمول بها في سلطنة عمان، بما في ذلك احترام حقوق الطبع والنشر، وقوانين الخصوصية، وأي متطلبات قانونية خاصة بالقطاعات المعنية.
- **الدقة والتحقق من الحقائق:** يتعين إجراء بحث شامل والتحقق من دقة المحتوى لضمان صحة المعلومات. المعلومات الخاطئة أو الأخطاء يمكن أن تقوض بشكل كبير مصداقية البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية ومقدمي الخدمات.
- **الحساسية الثقافية والشمولية:** يجب أن يكون المحتوى حساساً ثقافياً، مع تجنب الصور النمطية أو اللغة التي قد تُعتبر مسيئة أو إقصائية. ينبغي احترام تنوع جمهورنا وانعكاسه في المحتوى.
- **النهج الذي يركز على المستخدم:** يجب إنشاء المحتوى مع وضع المستخدم النهائي في الاعتبار، مع التركيز على الوضوح والملاءمة وسهولة الفهم. يجب تجنب المصطلحات الفنية أو اللغة التقنية التي قد تكون غير مفهومة للجمهور العام.
- **إمكانية الوصول:** الالتزام بمعايير إمكانية الوصول يعد أمراً بالغ الأهمية. يجب أن يكون المحتوى متاحاً للأشخاص ذوي الإعاقة، مع مراعاة توفير نص بديل للصور، ومحتوى فيديو/صوت قابل للوصول، وتجربة تنقل سهلة الاستخدام.
- **المعايير الأخلاقية والشفافية:** يجب الحفاظ على معايير أخلاقية عالية في إنشاء المحتوى، بما في ذلك الشفافية بشأن مصادر المعلومات وتجنب تضارب المصالح.
- **أفضل ممارسات تحسين محركات البحث (SEO):** يجب اتباع أفضل ممارسات SEO لضمان الرؤية العالية وسهولة البحث. يتضمن ذلك استخدام الكلمات الرئيسية المناسبة، والأوصاف التعريفية، وعناوين URL الملائمة. تمت تغطية كيفية كتابة محتوى متوافق مع SEO في الجزء الثاني من أدلة التدريب على استراتيجية المحتوى الرقمي للقطاع الحكومي.
- **عملية مراجعة المحتوى والموافقة عليه:** يجب إنشاء عملية واضحة لمراجعة المحتوى والموافقات لضمان الحفاظ على جودة المحتوى (راجع القسم ٧ من هذا المستند). ينبغي تحديد المسؤول عن كل مرحلة من مراحل التحقق من صحة المحتوى.
- **حماية البيانات والخصوصية:** يجب أن تكون هناك بقطعة مستمرة بشأن حماية بيانات المستخدم وخصوصيته، لضمان أن ممارسات إنشاء المحتوى وإدارته لا تعرض بيانات المستخدم للخطر.

للحصول على إرشادات مفصلة حول الكتابة والتنسيق في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية، يُرجى الرجوع إلى مستند "الدليل الاسترشادي لتصميم محتوى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية" المنفصل. يتضمن هذا المستند تفاصيل حول نمط اللغة، والقواعد، والأسلوب، وتفضيلات التنسيق، بالإضافة إلى الجوانب الرئيسية الأخرى المتعلقة بعرض المحتوى بشكل فعال.

## ٢. هيكل فريق المحتوى لـ البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية

### ٢.١ الفريق المركزي

#### الفريق المركزي:

- **تصميم كافة الخدمات الجديدة:** يتولى الفريق المركزي مسؤولية تصميم جميع الخدمات الجديدة المقدمة على البوابة.
  - **نشر صفحات بدء الخدمة:** يتحمل الفريق المسؤولية الكاملة عن نشر صفحات بدء الخدمة.
  - **إنشاء صفحة المؤسسة لمقدمي الخدمات:** يقوم الفريق بإنشاء صفحة تعريفية للمؤسسات التي تقدم الخدمات.
- يجب على وزارة النقل والاتصالات وتقنية المعلومات مراجعة هذه الأمور بمجرد أن تصبح قدرة المحتوى أكثر رسوخًا. ومع ذلك، خلال السنة الأولى، ينبغي تركيز هذه المسؤوليات داخل فريق المحتوى المركزي.
- علاوة على ذلك، يجب على الفريق المركزي كتابة ونشر والحفاظ على أي محتوى مخصص لعامة الناس، مثل موضوع "الزواج"، أو أي محتوى موجه للمستخدمين الذين ليس لديهم (وليس من المتوقع أن يكون لديهم) أي خبرة سابقة أو معرفة متخصصة في الموضوع.

### ٢.٢ فرق مقدمي الخدمة

- ستكون فرق المحتوى في الدوائر الحكومية مسؤولة عن كتابة ونشر وصيانة كافة المحتويات الموجهة للمتخصصين. على سبيل المثال، تقوم فرق مزودي الخدمة بنشر المحتوى الذي:
- **يستهدف جماهير محددة:** مثل المحامين الذين لديهم بالفعل فهم للموضوع.
  - **يفترض أن المستخدم لديه بعض المعرفة المتخصصة:** مما يمكنه من فهم الإرشادات واتخاذ الإجراءات المناسبة.
- بالإضافة إلى ذلك، تقوم هذه الفرق بإرسال الطلبات إلى الفريق المركزي في الحالات التالية:
- **عند تقديم طلب لخدمة جديدة.**
  - **عندما يكون المحتوى موجهاً لعامة الناس.**

### ٢.٣ البيانات اللازمة لتقدير عدد الموظفين بدقة

تعتبر البيانات أساسية لتوفير تقدير دقيق لحجم الفريق المطلوب. على سبيل المثال، يجب معرفة النقاط التالية:

- **عدد الصفحات:** كم عدد الصفحات التي ينشرها كل مزود خدمة في يوم واحد.
- **نوع المحتوى:** ما هو نوع المحتوى الذي يتم نشره، مثل "القصص الإخبارية" أو غيرها من الأشكال.
- **الخدمات الجديدة:** عدد الخدمات الجديدة التي يخطط كل مزود خدمة لتقديمها سنويًا.

تساعد هذه المعلومات في تقدير حجم الفريق المطلوب وضمان توفير الموارد الكافية لتلبية احتياجات المحتوى بشكل فعال.

## ٢,٤. كيفية تقدير عدد الموظفين الذين ستحتاجهم بدون بيانات

بشكل عام، سيحتاج كل مزود خدمة إلى:

- **1 إلى ٢ مصمم محتوى:** إذا كانوا ينشرون ١-٢ تغييرات يوميًا، وكانت هذه التغييرات صغيرة، مثل إصلاح الأخطاء النحوية، أو إضافة فقرة واحدة، أو صياغة بيان صحفي.
- **3 إلى ٥ مصممي محتوى:** إذا كانوا ينشرون ٣ إلى ٥ صفحات يوميًا، أو يكتبون محتوى يتطلب جهدًا أكبر، مثل إرشادات جديدة تتكون من ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ كلمة، أو تحرير تقرير يتجاوز ٥ صفحات، أو كتابة صفحة البداية.
- **10 إلى ٢٠ مصمم محتوى:** إذا كانوا ينشرون أكثر من ١٠ صفحات يوميًا، وتتنوع أحجام المحتوى الذي ينشرونه.
- **1 إلى ٢ من مديري المحتوى:** لتكليف العمل لمصممي المحتوى وضمان إدارة العملية بشكل فعال.

تساعد هذه التقديرات في تحديد حجم الفريق المطلوب وفقًا لحجم العمل ومتطلبات المحتوى لكل مزود خدمة. إذا لم تكن متأكدًا، يمكنك البدء بـ **5 مصممي محتوى** لكل مزود خدمة، ثم توسيع الفريق حسب الحاجة.

## ٣. بالنسبة للفريق المركزي:

يتحمل هذا الفريق مسؤولية تصميم الخدمات الجديدة ونشر صفحات بداية الخدمة. لذلك، فإن أفضل طريقة لتقدير الحجم المطلوب هي تحديد عدد الخدمات الجديدة التي سيتم تصميمها خلال الأشهر الـ ١٢ المقبلة، سواء على المستوى المركزي أو لدى مقدمي الخدمات. إذا لم يكن الأمر واضحًا، يمكنك البدء بـ **20 مصمم محتوى** في الفريق المركزي، ثم تعديل العدد بناءً على متطلبات العمل.

## ٤. كما ستحتاج فرق المحتوى أيضًا إلى:

- **محلل بيانات:** لتحليل البيانات وتقديم رؤى قيمة تساعد في اتخاذ القرارات.
  - **باحث المستخدم:** لشخص يمكنه تحديد الجمهور المستهدف وإجراء مقابلات معهم، ثم مشاركة النتائج مع فريق المحتوى.
  - **رئيس المحتوى:** لتخطيط خريطة طريق المحتوى وضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية.
- تساعد هذه المكونات الإضافية في ضمان تحقيق أهداف المحتوى بكفاءة وفاعلية.

## ٥. طرق العمل

بمجرد تعيين فريق المحتوى، يجب تحديد وثيرة وطريقة العمل. يتضمن ذلك: تحديد جدول الاجتماعات، وتطوير النقوم التحريري، وتخطيط أعباء العمل، وإتاحة الوصول إلى الموارد الضرورية وإنشاء مساحة عمل.

## ٥,١. التعرف على ممارسات العمل لكل عضو في الفريق

حدد مواعيد العمل لكل عضو في الفريق، بما في ذلك أوقات بدء وانتهاء يوم العمل المعتادة. على سبيل المثال، يمكنك الاستفسار عن أي إجازات سنوية مخطط لها واستخدام هذه المعلومات لتحديد أفضل الأوقات للاجتماعات المنتظمة. كما يمكنك تخصيص بعض الوقت للفريق للالتقاء ومناقشة أساليب العمل بشكل فعال.

## ٥,٢. تطوير التقييم التحريري

يساعد تطوير التقييم التحريري في تبسيط تخطيط المحتوى وتنظيمه ونشره. الهدف الأساسي منه هو توفير إطار منظم ومرئي لإدارة سير عمل المحتوى، مما يضمن نشره في الوقت المناسب ومواءمته مع الأهداف التنظيمية الأوسع.

تتضمن خطوات تطوير التقييم التحريري ما يلي:

- **تحديد الموضوعات الرئيسية:** تحديد الموضوعات والحملات الرئيسية التي سيتناولها المحتوى خلال فترة معينة.
- **تحديد التواريخ والمناسبات المهمة:** يشمل ذلك الأعياد الوطنية، الأحداث الحكومية المهمة، تحديثات السياسة، وغيرها من المناسبات ذات الصلة التي يجب أن يتماشى المحتوى معها.
- **جدولة المحتوى:** تعيين تواريخ محددة لإنشاء ومراجعة ونشر أجزاء المحتوى المختلفة، مع بناء هذا الجدول حول الموضوعات والتواريخ المحددة.
- **تخصيص الموارد:** تعيين المسؤوليات لمنشئي المحتوى والمحررين وأعضاء الفريق الآخرين، لضمان وضوح المساءلة عن كل جزء من المحتوى.

## ٥,٢,١. استخدام التقييم التحريري

التقييم التحريري ليس مجرد أداة للتخطيط، بل هو وسيلة لتوجيه عمليات المحتوى اليومية، حيث يلعب عدة أدوار مهمة:

- **تنسيق المحتوى:** يعمل كحلقة وصل مركزية لتنسيق جهود المحتوى عبر الأقسام والفرق المختلفة.
- **ضمان الاتساق والتكرار:** يساعد التقييم في الحفاظ على جدول منتظم لنشر المحتوى، مما يضمن تفاعلاً مستمراً مع جمهورنا.
- **القدرة على التكيف:** على الرغم من أن التقييم يوفر خطة منظمة، إلا أنه يظل مرئياً بما يكفي لاستيعاب التغييرات اللحظية أو دمج المحتوى المناسب استجابةً للأحداث غير المتوقعة.
- **تتبع الأداء:** يساهم في تتبع أداء المحتوى مقابل الأهداف المحددة، مما يتيح إجراء تعديلات مستتيرة في التخطيط المستقبلي.

## ٥,٣. التخطيط لاجتماعات فريقك

ستحتاج إلى تنظيم الاجتماعات للأغراض التالية:

- **التخطيط**
- **العرض والأخبار**
- **اجتماعات استرجاعية**
- **انتقادات المحتوى**
- **مراقبة الأداء**

حاول أن تجعل بقية الوقت خاليًا من الاجتماعات قدر الإمكان، مما يتيح لفريق المحتوى التركيز على عملية الكتابة والإنتاج.

يتم إجراء جلسات التخطيط عادةً كل أسبوعين، حيث يُعتبر هذا الوقت الأنسب لتوزيع المهام، وتحديد المتطلبات الضرورية لإنجازها، وتقدير الوقت المطلوب لإكمالها. تساعد هذه العملية مصممي المحتوى على تنظيم جداولهم الزمنية ومتابعة تقدمهم في المهام الموكلة إليهم.

### ٥,٣,٢ العرض والاختبار

يجب أن تُعقد اجتماعات العرض والإخبار مرة واحدة في الشهر. تهدف هذه الاجتماعات إلى تبادل الأعمال الجيدة مع الفريق وشرح الطرق التي تم من خلالها إنجازها، مما يعزز التعلم والتطور بين الأعضاء. على سبيل المثال، إذا كنت تعمل على تصميم خدمة جديدة، قدم أحدث التصاميم للفريق وناقش الملاحظات المستمدة من أبحاث المستخدم والتغييرات التي تم إدخالها على المحتوى وأسباب تلك التغييرات. لا تفرط في الوقت المخصص للعرض التقديمي؛ حافظ على بساطته وقدمه بشكل غير رسمي، مع عرض النموذج الأولي أو المسودة التي تعمل عليها.

هذا النهج يساعد فريق المحتوى في فهم العناصر الجيدة ويتيح لهم الحصول على نصائح لحل المشكلات. إذا تم تقديم تصميم متميز، سيتذكره الأعضاء الآخرون وسيسعون لإعادة استخدامه لاحقًا.

### ٥,٣,٣ الاجتماعات الدورية

#### اجتماع كل أسبوعين لمناقشة:

- مراجعة ما حدث في الأسبوعين الماضيين.
- تقييم الأمور التي تم إنجازها بشكل جيد.
- تحليل الأمور التي واجهت صعوبات.
- اقتراح التغييرات المطلوبة.

### ٥,٣,٤ نقد المحتوى

هذا الاجتماع مخصص لمصممي المحتوى الذين يواجهون صعوبات في صياغة نصوصهم. سيقوم كاتب المحتوى بدعوة عدد من الكُتاب الآخرين للمشاركة في الاجتماع بهدف التعاون معًا لحل المشكلات بسرعة.

ينبغي على كاتب المحتوى:

- تقديم ملخص عن المحتوى الذي يعمل عليه.
- عرض النصوص التي كتبها حتى الآن.
- مناقشة التحديات التي يواجهها أثناء الكتابة.

يمكنك تحديد اجتماع دوري لمراجعة المحتوى كل أسبوعين، لكن يجب أيضًا على فريق المحتوى الاجتماع مع النقاد غير الرسميين عند الحاجة. عادة ما تستغرق هذه الاجتماعات حوالي ٣٠ دقيقة.

من الضروري أن يكون النقاد داعمين وليسوا قساة، حيث إن النقد السلبي من أي عضو قد يخلق حالة من الحذر بين الآخرين عند تقديم محتوهم في المستقبل.

### ٥,٣,٥ . مراقبة الأداء

يجب أن يجتمع فريقك مرة واحدة شهرياً لمراقبة أداء المحتوى. خلال هذا الاجتماع، ينبغي على كل عضو في الفريق مشاركة رؤى مثيرة للاهتمام، مثل:

- الاتجاهات في استعلامات البحث
  - التغييرات في حركة المرور، مثل زيادة شعبية خدمة معينة بعد إصدار بيان صحفي
  - ردود الفعل المستمدة من استطلاعات المستخدمين
- إذا كان بإمكانك الوصول إلى محلل، قم بدعوته لتقديم عرض للفريق خلال الاجتماع.

### ٥,٤ . إيجاد مساحة عمل لفريقك

ابحث عن مساحة في مكتبك لتخصيصها لفريق المحتوى. يجب أن يكون الفريق قريباً من بعضهم البعض لتسهيل الدعم المتبادل .

قم بإعداد خطة جلوس بحيث يجلس أعضاء الفريق الجدد بجوار الأعضاء ذوي الخبرة، مما يتيح للعضو الجديد الوصول المباشر إلى المشورة والدعم عند الحاجة.

### ٥,٥ . قم بإنشاء مساحة افتراضية حتى يتمكن فريقك من العمل عبر الإنترنت

سيحتاج فريقك إلى:

- صندوق بريد إلكتروني لطلبات المحتوى
- الوصول إلى أداة النشر
- الوصول إلى الموارد المشتركة، على سبيل المثال، إرشادات الأسلوب
- قناة للمراسلة الفورية، على سبيل المثال، Slack أو Teams
- لوحة مهام افتراضية (على سبيل المثال، Trello أو أداة مشابهة) لتصور وإدارة سير عمل الفريق
- صفحة إنترنت لتقديم نظرة عامة على عمل فريق المحتوى لأي شخص في إدارته الحكومية
- صفحة إنترنت لتقديم نظرة عامة على عمل فريق المحتوى لأي شخص في إدارته الحكومية

### ٥,٥,١ . قناة للرسائل الفورية

يجب أن يتوفر لمصممي المحتوى لديك قناة للمراسلة الفورية للتواصل مع:

- فريقهم المباشر.
- فرق المحتوى الأخرى في نفس القسم.
- فرق المحتوى في الأقسام المختلفة.

-كافة أفراد فريق المحتوى في الحكومة.

تُعتبر المراسلة الفورية أسرع من البريد الإلكتروني أو الهاتف، مما يساعد في تقليل الوقت الضائع في الإجراءات الشكلية. يستخدم مضمو المحتوى هذه القنوات لطلب المساعدة والنصائح، والهدف هو الحصول على إجابات سريعة في الحالات التالية:

- عندما لا يتمكنون من الوصول إلى أحد أعضاء فريقهم.
- عندما يواجهون سؤالاً يعيق تقدمهم في العمل.

يجب أن يتبع جميع مصممي المحتوى في الحكومة نفس الإرشادات ويستخدمون الأنماط المتفق عليها، مما يجعلهم جزءاً من فريق افتراضي كبير. لذا، فإن توفر الموارد اللازمة للتواصل السريع يعد أمراً أساسياً لزيادة الكفاءة وتعزيز تبادل المعرفة والأنماط عبر مختلف الجهات الحكومية.

## ٥,٦. الوصول إلى صندوق البريد الإلكتروني للمحتوى

يجب إنشاء حساب دخول خاص لكل عضو في الفريق للوصول إلى صندوق البريد الإلكتروني المخصص لطلبات المحتوى. ينبغي أن يتولى أحد كبار أعضاء الفريق إدارة هذا البريد الوارد، حيث يساعد في توزيع الطلبات وتحديد أولوياتها.

### ٥,٦,١. شرح متى يتم إرسال الطلبات إلى الفريق المركزي

يحتاج مضمو المحتوى إلى معرفة من المسؤول عن المحتوى. يجب على فرق محتوى مزودي الخدمة إعادة توجيه الطلبات إلى الفريق المركزي في الحالات التالية:

- عندما يطلب شخص ما خدمة جديدة.
- عندما يكون المحتوى موجهاً لقراءة عامة من قبل الجمهور.

## ٥,٧. الوصول إلى أداة النشر

يحتاج فريق المحتوى لديك إلى الوصول إلى أداة النشر لتمكينهم من نشر المحتوى على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية قبل منحهم هذا الوصول، يجب عليهم اجتياز اختبار قصير للتأكد من أنهم قد قرأوا وفهموا الإرشادات. يساعد هذا الإجراء في ضمان الحفاظ على أسلوب كتابة موحد ومتسق على البوابة.

## ٥,٨. الوصول إلى الموارد المشتركة

يجب نشر دليل الأسلوب الخاص بـ البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية على الإنترنت لتمكين الجميع من الوصول إليه بسهولة. شارك رابط إرشادات الكتابة وأنماط المحتوى مع كل عضو في الفريق، واطلب منهم قراءتها قبل بدء العمل. من المهم توضيح أنه سيتم اختبارهم وفقاً لهذه الإرشادات قبل أن يتمكنوا من استخدام أداة النشر. إذا لم يجتز كاتب المحتوى الاختبار، يجب عليه مراجعة الإرشادات وإعادة الاختبار حتى يحقق النجاح. يساهم هذا الإجراء في الحفاظ على جودة المحتوى المنشور على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

## ٥,٩. لوحات افتراضية لتصوير وإدارة العمل

ملف فريق المحتوى الخاص بك بمرور الوقت سيتوسع وقد يكون هناك الكثير من الطلبات المختلفة التي يصعب تتبعها. ستساعد لوحة المهام الافتراضية (مثل [Trello](#) أو أداة مشابهة) في تحديد أولويات الطلبات ومراقبة التقدم. بالإضافة إلى منح الفريق رؤية مركزية وشفافة للأنشطة وكيفية تتبعها في الوقت الفعلي.

## ٥,١٠. تقديم فريق المحتوى على الموقع الإلكتروني للموظفين الداخليين لديك

قم بإنشاء صفحة لفريق المحتوى على موقع ويب داخلي للموظفين.

على سبيل المثال، على الشبكة الداخلية للموظفين.

استخدم هذا من أجل:

- تقديم فريق المحتوى
- مشاركة عنوان بريد إلكتروني لطلبات المحتوى
- اشرح كيف يمكن لفريق المحتوى المساعدة
- إعطاء أمثلة على الأشياء التي نشرها فريق المحتوى
- شرح أهمية نشر المحتوى عبر الإنترنت

إذا كان فريق المحتوى لديه مدونة، فقم بتضمين بعض منشورات المدونة لعرض العمل وتأثيره.

## ٦. الأدوار والمسؤوليات في فريق المحتوى

### ٦,١. مصممو المحتوى

يقوم مصممو المحتوى بكتابة المحتوى وتحريره ومراجعته. مراقبة الأداء والعمل مع أصحاب المصلحة لكتابة احتياجات المستخدم. يقومون أيضًا بالتحقق من صندوق البريد الإلكتروني لطلبات المحتوى.

### ٦,٢. مدير المحتوى

- يدير قائد المحتوى فريق المحتوى. وسيقوم بـ:
- كتابة وتحرير ومراجعة المحتوى
  - مراقبة البريد الإلكتروني لطلبات المحتوى
  - تحديد أولويات الطلبات
  - تعيين العمل
  - تقديم المشورة لمصممي المحتوى الآخرين
  - الطلب من مصممي المحتوى تقديم العرض في اجتماع العرض والإخبار/مراقبة الأداء
  - تقرير نطاق تلك الاجتماعات، على سبيل المثال المحتوى الذي سيتم التركيز عليه في مراجعة الأداء

### ٦,٣. رئيس المحتوى

يقوم رئيس المحتوى بـ:

- يشرف على جميع فرق المحتوى في قسم معين
- يخطط لخطة عمل المحتوى
- يقوم بتعيين وتطوير الموظفين بمساعدة قائد المحتوى
- يعزز عمل فريق المحتوى
- ينظم لقاءات لمجتمع المحتوى، على سبيل المثال لقاءات التواصل والتدريب.

خطة عمل المحتوى هي الخطة السنوية للمحتوى/الخدمات الجديدة. تتضمن كل من:

- خدمات جديدة ستقوم بتصميمها على مدار العام
- الموظفين الذين سوف تحتاجهم لتصميمها
- كيفية تحديد أولويات الخدمات

### ٦,٤. محلل البيانات

يقدم محللو البيانات تقارير لمصممي المحتوى. توفر هذه التقارير رؤى حول أداء المحتوى.

### ٦,٥. أفراد معنيين بإجراء أبحاث المستخدمين

سيقوم باحث المستخدم باختبار المحتوى مع المستخدمين ومشاركة الملاحظات. قد تكون هناك حاجة إلى باحثين عن المستخدمين فقط للمشاريع الأكبر، على سبيل المثال عند تصميم خدمة جديدة.

### ٧. طلب محتوى جديد

كيفية طلب محتوى جديد أو تغيير المحتوى على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

#### ٧,١. إنشاء عملية لطلبات المحتوى

يجب على كل من يعمل في دائرة حكومية أن يعرف:

- كيفية التواصل مع فريق المحتوى التابع لإدارتهم، على سبيل المثال فريق المحتوى في وزارة التربية والتعليم.
- المعلومات التي يحتاجون إلى تقديمها عند تقديم الطلب.

أسهل طريقة للقيام بذلك هي إنشاء عنوان بريد إلكتروني مخصص لطلبات المحتوى ومشاركته على مواقع الويب الداخلية للموظفين، على سبيل المثال المثال الشبكة الداخلية.

هذا يعني أنك سوف تحتاج إلى:

- عنوان بريد إلكتروني واحد لكل فريق محتوى في إحدى الدوائر الحكومية

- عنوان بريد إلكتروني آخر للطلبات المركزية (التي تذهب إلى الفريق المركزي)

ستقوم فرق الأقسام بتحديد من يملك المحتوى وإرسال أي طلبات إلى الفريق المركزي عند الضرورة.

### ٧,٢. مع من يجب أن تتواصل بشأن طلب جديد

إن عملية طلب المحتوى الجديد هي نفسها بغض النظر عن يملكه. أرسل بريدًا إلكترونيًا إلى فريق المحتوى العامل في قسمك. سيقومون بـ:

- تحديد الجمهور للمحتوى الخاص بك
- إعادة توجيه طلبك إلى الفريق المركزي (إذا لزم الأمر)

### ٧,٣. القيام بترويج فريق المحتوى على مواقع الويب الداخلية

هناك الكثير من الأشخاص الذين يعملون في الحكومة ولن يكون لجميعهم علاقة عمل مع فريق المحتوى حالياً. قد يكون من الضروري الترويج لعمل فريق المحتوى بانتظام حتى يشعر الموظفون بالارتياح في التواصل مع الفريق بشأن الطلبات. ابدأ بإرسال بريد إلكتروني إلى جميع الموظفين إلى:

- تقديم فريق المحتوى
- مشاركة عنوان بريد إلكتروني حيث يمكنهم إرسال طلبات المحتوى

- شرح كيف يمكن لفريق المحتوى المساعدة
- إعطاء أمثلة على الأشياء التي نشرها فريق المحتوى
- شرح أهمية نشر المحتوى عبر الإنترنت

إذا كان لدى فريق المحتوى مدونة، فقم بتضمين بعض منشورات المدونة لعرض عمل فرق المحتوى وتأثيرها. إدارة توقعات الموظفين من خلال تضمين بعض المعلومات حول ما يجب نشره على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية. على سبيل المثال، اشرح أنه يجب أن يكون أمرًا يلبي احتياجات المستخدم.

### ٧,٤. طلب نبذة المهام المطلوبة

سيحتاج مصممو المحتوى إلى مجموعة من المعلومات قبل البدء في عملية الكتابة. من الضروري أن يعرفوا:

- الجهة التي تطالب بالتغيير.
- طرق الاتصال بتلك الجهة.
- التغييرات المطلوبة.
- الأسباب وراء هذه التغييرات، مثل اكتشاف خطأ في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.
- كما يجب أن يكون لديهم معرفة بـ:
- الجمهور المستهدف لهذا المحتوى.
- قائمة باحتياجات المستخدم الرئيسية، حيث يحتاج الشخص الذي يقدم الطلب إلى بعض الدعم في صياغة هذه الاحتياجات.
- المتخصصين في الموضوع الذين يجب أن يشاركوا في الموافقة.
- الموعد النهائي لإجراء التغييرات.
- المخاطر المحتملة في حال عدم إجراء التغييرات بحلول الموعد المحدد.

- أدلة تدعم ضرورة هذه التغييرات، مثل أبحاث المستخدم أو بيانات التحليلات، إذا كانت متاحة.

## ٧,٥ . كيفية التعامل مع الطلب الجديد

عند استلام طلب جديد:

- الاتصال بالشخص الذي قدم الطلب
  - تأكيد أنك تلقيت الطلب
  - طلب المزيد من المعلومات، على سبيل المثال الجمهور الذي سيستخدم المحتوى
  - مراجعة البيانات من أبحاث المستخدم (إن وجدت) أو التحليلات لمعرفة ما إذا كانت التغييرات مطلوبة
  - اتخاذ قرار من سيقوم بإجراء التغييرات وما إذا كانت ضرورية
- إذا كان المحتوى مخصصًا لجمهور عام أو كان خدمة جديدة، فأرسل الطلب إلى فريق المحتوى المركزي.
- تأكد من تضمين:

- أية بيانات تدعم الطلب
- اسم وتفاصيل الاتصال بالشخص الذي قدم الطلب

اشرح أن الفريق المركزي سوف يستلم الطلب ويشرح سبب حدوث ذلك. على سبيل المثال، اشرح أن الفريق المركزي ينشر محتوى عندما يستهدف عامة الناس.

عندها سيقوم فريق المحتوى بـ:

- إعطاء الأولوية للطلب
- تعيين كاتب محتوى للعمل على الطلب

## ٧,٦ . إذا كان التغيير المطلوب بسيطاً (٢٠ دقيقة أو أقل)

يجب أن يستغرق الطلب البسيط ما يصل إلى ٢٠ دقيقة. على سبيل المثال:

- إصلاح خطأ، على سبيل المثال كلمة بها خطأ إملائي
- إضافة أو حذف جملة واحدة، على سبيل المثال إذا أرسل عدد كبير من المستخدمين تعليقات يشكون من صعوبة فهم الجملة
- تغيير الكلمات الرئيسية في ملخص الصفحة، على سبيل المثال إذا اكتشف أحد المحللين أن الصفحة لا تتضمن الكلمات الرئيسية الصحيحة

ليس هناك حاجة إلى ملخص لإجراء تغييرات صغيرة. ما عليك سوى إجراء التغيير والتأكيد عند الانتهاء منه.

## ٧,٧ . إذا كان التغيير المطلوب سوف يستغرق وقتاً أطول

إذا كان الطلب سيستغرق أكثر من ٢٠ دقيقة، فاطلب ملخصاً.

سيساعد هذا فريق المحتوى على فهم:

- كم عدد كُتاب المحتوى الذي يجب تعيينهم
- من هم كاتبى المحتوى الذي يجب تعيينهم
- كم من الوقت سيستغرق القيام بهذا العمل
- مدى إلحاح العمل
- قيمة العمل

## ٧,٨. إذا طلب شخص ما خدمة جديدة

يجب على مصممي المحتوى العاملين في القسم إخطار الفريق المركزي في أقرب وقت ممكن عندما يطلب شخص ما خدمة جديدة.

سيقوم الفريق المركزي بما يلي:

- إعطاء الأولوية للطلب
  - تعيين كاتب محتوى للعمل على الطلب
- الفريق المركزي هو الفريق الوحيد المسؤول عن تصميم الخدمات على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية. يمكنك مراجعة ذلك بمجرد أن تصبح فرق المحتوى الخاصة بك أكثر رسوخًا، ولكن في السنة الأولى أو نحو ذلك، قم بتركيز هذه القوة مركزياً.

## ٨. كيفية فرز المحتوى واعتماده (سير العمل)

كيفية فرز المحتوى واعتماده عليه (سير العمل)

ماذا يحدث عندما يتلقى فريق المحتوى طلبًا لتغيير المحتوى في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية؟

### ٨,١. تحديد الحاجة إلى التغيير

عندما يتقدم شخص ما بطلب لتغيير المحتوى:

- يقوم القسم بتحديد من يمتلك المحتوى، وإذا لزم الأمر، يحيل الطلب إلى فريق المحتوى المركزي.
- يضيف مدير المحتوى الطلب إلى لوحة المهام الافتراضية ثم يقوم بتعيين مصمم محتوى للتعامل مع الطلب.
- يقوم مصمم المحتوى بمراجعة الطلب وتقدير الوقت اللازم لتنفيذ العمل.

### ٨,٢. إذا كان التغيير سيستغرق ٢٠ دقيقة أو أقل

ويمكن لمصمم المحتوى الرد على الطلب مؤكداً أنه سيبدأ العمل فوراً. ثم يقومون بصياغة التغييرات. بمجرد حصولهم على المسودة، يجب مراجعتها داخلياً بواسطة مصمم محتوى ذو خبرة لم يشارك في العمل.

### ٨,٣. إذا كان التغيير سوف يستغرق وقتاً أطول

في هذه الحالة، يجب التواصل مع الشخص الذي قدم الطلب وطلب مزيد من المعلومات، مثل:

- قائمة باحتياجات المستخدم عالية المستوى (قد يحتاج مقدم الطلب إلى دعم في صياغة هذه الاحتياجات).
- أية أبحاث مستخدم متاحة.
- البيانات التحليلية، إذا كانت متاحة.
- الجمهور المستهدف لهذا المحتوى.
- الخبراء في الموضوع الذين يجب أن يشاركوا في عملية الموافقة.
- الموعد النهائي للتغييرات.
- المخاطر المحتملة إذا لم يتم إجراء التغييرات بحلول الموعد المحدد.

بعد مراجعة المعلومات وتحديد المخاطر المحتملة في حال عدم إجراء التغييرات بحلول الموعد المحدد، يُقرر ما إذا كانت هناك حاجة لدعم إضافي من المستخدم لتبرير التغيير. إذا كانت هناك حاجة، يُبدأ بصياغة المحتوى.

بمجرد الانتهاء من المسودة، ينبغي أن تتم مراجعتها داخلياً بواسطة مصمم محتوى ذو خبرة لم يشارك في العمل لضمان الجودة. إذا كان التغيير يتضمن صفحة بدء خدمة أو موضوعاً معقداً، يجب طلب مراجعة وتحقق من الحقائق من قبل خبير مختص في المجال لضمان دقة المحتوى وتفادي أي أخطاء محتملة.

### ٨,٤. ترجمة المحتوى

ستدعم البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية كلاً من اللغتين العربية والإنجليزية على المستوى المحلي، مما يعني أن الترجمة يجب أن تكون جزءاً أساسياً من سير العمل في إنشاء المحتوى. يتطلب ذلك وضع عملية ترجمة منهجية تضمن نقل المحتوى بدقة وفعالية بين اللغتين العربية والإنجليزية، مع الحفاظ على وضوح الرسالة وسلامة المعلومات في كلا النسختين.

#### ٨,٤,١. التكامل مع سير عمل إنشاء المحتوى

عملية تطوير وترجمة المحتوى ضمن البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية تشمل الخطوات التالية لضمان الدقة والفعالية عبر اللغتين العربية والإنجليزية:

١. **تطوير المحتوى**: يتم في البداية تطوير المحتوى بلغة المصدر (سواء كانت العربية أو الإنجليزية). تشمل هذه المرحلة تخطيط المحتوى، كتابته، والموافقة الأولية عليه.
٢. **مراجعة ما قبل الترجمة**: يخضع المحتوى بعد الإنشاء لمراجعة قبل الترجمة لضمان جاهزيته وسياقه الملائم لجمهور كلتا اللغتين، مع مراعاة الملاءمة الثقافية.

٣. **عملية الترجمة:** بعد ذلك، يُمرر المحتوى إلى مترجمين محترفين يجيدون اللغتين العربية والإنجليزية، مع الحفاظ على أسلوب المحتوى وفروق اللغة الأصلية.
٤. **تحرير ما بعد الترجمة:** يخضع المحتوى المترجم لمراجعة من محررين ثنائيي اللغة للتأكد من الدقة والاتساق مع النص الأصلي.
٥. **ضمان الجودة:** يتم إجراء فحص نهائي لضمان جودة القواعد والمصطلحات، وقد يتضمن استخدام تقنيات الترجمة العكسية للتحقق من دقة الترجمة.
٦. **الموافقة النهائية والنشر:** يخضع المحتوى المترجم لمراجعة نهائية قبل نشره على المنصات.
٧. **تكرار التعليقات:** بعد نشر المحتوى، تُجمع ملاحظات المستخدمين لتحسين جودة الترجمة بمرور الوقت.

## ٨,٤,٢. ضمان التزام

**سير العمل الموازي:** تم تصميم الدورة لتعمل بالتوازي مع سير عمل إنشاء المحتوى، مما يضمن بدء عملية الترجمة فور الانتهاء من المحتوى الأصلي.

- **الجدول الزمني المتكامل:** تتم مزامنة الجداول الزمنية لإنشاء المحتوى والترجمة في التقويم التحريري (انظر القسم ٣,٢)، مما يضمن أن كلا الإصدارين جاهزان للإصدار المتزامن.
- **أدوات التعاون:** استخدام الأدوات والمنصات التعاونية التي تسهل الاتصال في الوقت الفعلي بين منشئي المحتوى والمترجمين (انظر القسم ٣,٥,١)، مما يضمن معالجة أي توضيحات أو تغييرات على الفور.

## ٩. مراجعة المحتوى

متى يجب مراجعة المحتوى، ومن يقوم بمراجعته، وكيف يتم مراجعته، وما الذي يجب التحقق منه.

### ٩,١. مراجعات داخلية (2i)

#### ٩,١,١. متى يجب مراجعة المحتوى

يجب مراجعة كل تغيير في المحتوى قبل نشره. وهذا يقلل من خطر حدوث خطأ عند النشر.

عند الانتهاء من المسودة، أخبر مدير المحتوى الخاص بك. سيقوم مدير المحتوى بتعيين مراجع.

#### ٩,١,٢. من يقوم بمراجعة المحتوى

يجب أن يكون المراجع مصمم محتوى آخر يتمتع بنفس المستوى من الخبرة أو برتبة أعلى. إذا لم يكن هناك أحد متاح، فمن الممكن أن يتم مراجعة المحتوى من قبل شخص أقل رتبة، ولكن لا يمكن نشره حتى تتم مراجعته من قبل شخص أعلى رتبة في فريق المحتوى.

### ٩,١,٣. كيف تتم مراجعة المحتوى

سيتحقق المراجع من أن مسودتك تتبع إرشادات النمط. سيقومون بعد ذلك بإعلامك عند الانتهاء من المراجعة ومشاركة قائمة بالتغييرات المطلوبة.

### ٩,١,٤. كيفية هيكلة المراجعة

يجب أن تتبع المراجعة هذا الهيكل:

- تحديد القسم والسطر والجملة التي يجب تغييرها
- شرح التغيير وأسبابه
- على سبيل المثال:  
أين:  
القسم ٢، العنوان: كم التكلفة  
التغيير:  
قم بتغيير "كم التكلفة" إلى "الرسوم". وهذا يتوافق مع أسلوب البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

### ٩,١,٥. ما يجب التحقق منه عند مراجعة المحتوى

يجب أن تتوفر في المحتوى على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية الشروط التالية:

- أن يكون متاحًا على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.
- ألا يكون موجودًا مسبقًا على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.
- أن يمثل احتياجًا واضحًا للمستخدم.
- أن يتبع شكل الصفحة الصحيح.
- ١٠. يجب أن تكون العناوين:
  - واضحة ومحددة.
  - مثلى للبحث.
  - أقل من ٦٥ حرفًا (بما في ذلك المسافات).
  - فريدة داخل الموقع (يمكن التحقق من ذلك عبر نتائج البحث على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية).
  - مكتوبة بصيغة الجملة، وليس بصيغة العنوان.
  - بلغة بسيطة وسهلة الفهم (دون استخدام مصطلحات تخصصية).

يجب أن تكون الملخصات:

- التوسع في العنوان دون تكراره
- شرح الهدف من الصفحة وفهمها في نتائج البحث
- تكون مكتوبة في جمل كاملة (مع الفعل والنقطة)

- أن تكون محملة بالكلمات التي من المرجح أن يبحث عنها المستخدمون
- أن تكون مكتوبة بلغة بسيطة وسهلة الفهم (بدون مصطلحات تخصصية)
- شرح أي اختصارات في العنوان
- أن تكون أقل من ١٤٠ حرفاً (بما في ذلك المسافات)

يجب أن يكون النص الأساسي:

- يبدأ بما هو أكثر أهمية للمستخدمين (وليس للحكومة)
- أن يكون موجزاً وسهل القراءة (مع عناوين فرعية كل ٣-٥ فقرات)
- أن تكون مكتوبة بلغة بسيطة يسهل فهمها (بدون مصطلحات تخصصية) وسهلة الفهم
- استخدام جملاً قصيرة (حوالي ٢٥ كلمة)
- تعريف الاختصارات والمختصرات عند استخدامها لأول مرة وشرح أي مصطلحات فنية
- أن تكون أقل من ٥٠٠ كلمة، إن أمكن

تذكر أن:

- تتحقق دائماً من دليل أسلوب البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.
- تحتوي النقاط النقطية على مقدمة في السطر وتبدأ بحرف صغير.
- تتم كتابة الأرقام كأرقام (بما في ذلك ١ إلى ٩)
- لا تستخدم نقاط التوقف في الاختصارات
- تصف وجهة أي روابط (لا تستخدم "انقر هنا")
- لا تستخدم الخط العريض أو المائل أو الأحرف الكبيرة أو الفواصل المنقوطة أو علامات التسطير أو التعجب
- استخدم "إلى" في نطاقات التاريخ والوقت، وليس الواصلات أو "/"
- كتابة عناوين البريد الإلكتروني كاملة، بأحرف صغيرة وروابط نشطة

## ١٠,١ .مراجعة التحقق من الصحة

### ١٠,١,١ . متى يجب التحقق من صحة الحقائق

إذا كان المحتوى معقداً ويحتاج إلى مدخلات من خبير في الموضوع، فيجب طلب مراجعة التحقق من صحة الحقائق.

يحدث هذا عندما يقوم أحد الخبراء في الموضوع بفحص مسودتك للتأكد من دقتها الواقعية.

كقاعدة عامة، ستحتاج عادةً إلى التحقق من صحة صفحة بدء الخدمة.

## ١٠,١,٢. إذا كان المحتوى دقيقاً

إذا كان المحتوى دقيقاً من ناحية الحقائق، فيجب على الخبير في الموضوع التأكد من عدم الحاجة إلى إجراء تغييرات.

## ١٠,١,٣. إذا كان المحتوى غير دقيقاً

ينبغي للخبير في الموضوع أن يشرح ما هو الخطأ في المحتوى ولماذا، على سبيل المثال: "الرسوم هي ١٥٠ ريالاً، وليس ١٣٠ ريالاً"، بدلاً من تقديم محتوى معاد كتابته.

وعليهم أيضاً تحديد مكان الخطأ، على سبيل المثال: "الفصل الثاني، تحت عنوان "كم التكلفة".

على سبيل المثال:

أين:

الفصل ٢

العنوان: كم تكلف

الجملة: "الرسوم ١٣٠ ريال"

عدم دقة:

الرسوم ١٥٠ ريال وليس ١٣٠ ريال.

## ١٠,١,٤. متى تكون التغييرات ضرورية

تم دمج التعديلات في المحتوى الجديد.

يتم إرسال المحتوى المحدث للمراجعة داخلياً (i٢). يمكن إجراء المراجعة الداخلية إما بواسطة أحد الأقران (شخص لديه خبرة مماثلة) أو مصمم محتوى أعلى رتبة.

## ١٠,١,٥. إذا لم تكن هناك حاجة إلى إجراء تغييرات على المحتوى

يمكن نشر المحتوى بعد مراجعته من قبل فريق المحتوى.

## ١٠,٢. النشر

يتم نشر المحتوى الجديد على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية، ثم:

- أرشفة البريد الإلكتروني من صندوق الوارد لطلبات المحتوى
- انقل بطاقة المهمة (على لوحة المهام الافتراضية) إلى عمود "تم".
- إخطار الشخص الذي قدم الطلب

## ١١. مراجعة: البيانات والتحليلات والتعليقات

يمكنك استخدام التحليلات لفهم كيفية أداء المحتوى الخاص بك.

### ١١,١. قم بتعيين محلل بيانات للعمل مع فريق المحتوى

يجب أن يتمتع فريق المحتوى بإمكانية الوصول إلى محلل البيانات حتى يتمكنوا من مراقبة الأداء والحصول على رؤى لتحسين عملهم. يجب على المحلل تقديم التقارير بشكل منتظم، على سبيل المثال مرة واحدة في الأسبوع. ويجب أن يكون لديهم أيضًا القدرة على الاستجابة للطلبات المخصصة، على سبيل المثال عندما يقوم فريق المحتوى بتحديد المحتوى ضعيف الأداء، ويحتاجون إلى المساعدة لتحسينه.

### ١١,٢. ما الذي يجب أن أطلبه من المحلل

اطلب من المحلل التركيز على جزء معين من المحتوى، على سبيل المثال:

- المحتوى المنشور في الأسبوع الماضي
- حملة أو خدمة جديدة
- المحتوى الذي من المقرر مراجعته خلال الأسبوعين المقبلين

يمكنك أيضًا أن تطلب من المحلل إجراء مراجعات أوسع عبر البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

على سبيل المثال:

- صفحات البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية مع 0 مشاهدة للصفحة
- صفحات البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية مرتبة حسب عدد الأشخاص الذين يزورونها
- صفحات البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية التي تحصل على قدر كبير من التعليقات السلبية

### ١١,٣. كيفية استخدام التقارير التحليلية

#### ١١,٣,١. تقارير عن الخدمات الجديدة أو المحتوى عالي الزيارة أو المشاهدة

بالنسبة للخدمات الجديدة أو المحتوى عالي الزيارة، اطلب الاطلاع على تقرير الأداء اليومي للأسبوع الأول بعد نشره. استخدم التقرير للتأكد من أن الخدمة تعمل بشكل جيد وأنه لا توجد مشكلات كبيرة تحتاج إلى إصلاح فوري.

#### ١١,٣,٢. تقارير عن المحتوى قليل الزيارة أو المشاهدة

يجب على فريق المحتوى مراجعة المحتوى منخفض الزيارة أو المشاهدة على أساس أسبوعي (فردى) وكفريق (شهريًا). يمكن لكل مصمم محتوى أن يطلب تقريرًا فريدًا عن المحتوى الذي يمتلكه، على سبيل المثال أي شيء كتبه أو قام بتحديثه خلال الأسبوع الماضي.

استخدم التقارير الأسبوعية لإصلاح المشكلات البسيطة المتعلقة بالمحتوى منخفض الزيارة أو المشاهدة، على سبيل المثال الروابط المعطلة.

بالنسبة للتقارير الشهرية، اجمع فريق المحتوى معًا لمشاركة الأفكار المثيرة للاهتمام.

مثال: عندما بدأت جائحة كوفيد-١٩، استخدمت GOV.UK كلمة "فيروس كورونا" لوصف الفيروس. لقد اختاروا هذا الاسم لأنه من عائلة الفيروسات التي تشمل فيروس كورونا (COVID-19).

وأظهرت البيانات أن غالبية المستخدمين بحثوا بالفعل عن "Covid" أو "COVID-19" ، مما يعني أن المستخدمين كانوا يسعون للعثور على محتوى قيم حول الفيروس.

قامت GOV.UK بتغيير دليل الأسلوب لاستخدام "COVID-19"، للتأكد من أنهم يستخدمون نفس الكلمات التي يستخدمها المستخدمون. يمكن أن يساعدك هذا النوع من الرؤى في تسهيل عثور المستخدمين على المحتوى الخاص بك وقراءته وفهمه.

## ١١,٤ . ما يمكنك تعلمه من كل مقياس

سيستخدم فريق التحليلات مقاييس (قياسات) مختلفة لمراجعة الأداء.

### ١١,٤,١ . استعلامات البحث

يعرض ما بحث عنه المستخدمون على:

- موقع البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية
- على محركات البحث، لإدخالها في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية

وهذا أمر مهم لأنه يمكنك استخدامه لمعرفة:

- المشكلة التي كان المستخدم يحاول حلها، على سبيل المثال "دفع غرامة موقف السيارات"
- إذا كانت الصفحة التي تحل المشكلة تستخدم نفس الكلمات

### ١١,٤,٢ . مشاهدات الصفحة

يوضح عدد مرات مشاهدة الصفحة على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

على سبيل المثال، حصلت الصفحة الرئيسية لـ "التقدم للحصول على تأشيرة" على ٤٢٠٠٠ مشاهدة للصفحة في يوم واحد.

### ١١,٤,٣ . مشاهدات الصفحة الفريدة

يوضح عدد مرات مشاهدة الصفحة في زيارة واحدة.

إذا قام المستخدم بزيارة الصفحة ٥ مرات أثناء جلسة التصفح الخاصة به، فسوف تظهر كمشاهدة صفحة فريدة واحدة في التحليلات.

على سبيل المثال، إذا زار شخص ما الصفحة X، ثم انتقل إلى الصفحة Y ثم الصفحة X مرة أخرى، فسيتم عرض الصفحة X وهي تحتوي على مشاهدين للصفحة (ومشاهدة صفحة فريدة واحدة).

### ١١,٤,٤ . الظهور الأول

يعرض عدد المرات التي كانت فيها الصفحة هي أول صفحة يتم عرضها على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

على سبيل المثال، كانت صفحة "تسجيل ولادة طفل" هي الصفحة الأولى التي شاهدها ٥٦٠٠٠ مستخدم.

١١,٤,٥ . معدل الارتداد

يعرض النسبة المئوية للمستخدمين الذين شاهدوا صفحة واحدة على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية ثم غادروا (جلسات الصفحة الواحدة).

يمكن أن يكون هذا شيئاً جيداً أو سيئاً. قد يعني أن:

- وجد المستخدم ما هو مطلوب (أكمل مهمته) وغادر
- لم تجب الصفحة على سؤاله ولم يكن لدى المستخدم ثقة في أن البحث مرة أخرى سيساعده

لإعطاء سياق لهذا المقياس، يجب عليك إلقاء نظرة على بيانات الاستطلاع لهذه الصفحة.

١١,٤,٦ . متوسط الوقت المستغرق في الصفحة

المدة التي قضاها شخص ما في مشاهدة الصفحة (المتوسط).

## ١١,٥ . كيفية استخدام المقاييس لتحسين المحتوى

تعرف على الكلمات التي يستخدمها المستخدمون ستخبرك استعلامات البحث بكيفية بحث الأشخاص عن المعلومات. استخدام نفس الكلمات التي يستخدمونها. إذا استخدموا كلمة واحدة، على سبيل المثال، "غرامة"، وتستخدم كلمة أخرى، على سبيل المثال، "عقوبة"، قم بتغيير كلماتك لتعكس كلماتهم. وهذا سيسهل عليهم العثور على المحتوى الخاص بك عند البحث.

١١,٥,١ . تعرف على المحتوى الأكثر (والأقل) شيوعاً

ستعرض مشاهدات الصفحة الفريدة الصفحات الأكثر زيارة (عدد الزيارات المرتفع).

لرؤية الصفحات الأقل شعبية (أقل عدد من الزيارات)، قم بفرز مشاهدات الصفحة الفريدة حسب الصفحات ذات أقل عدد من المشاهدات. هذا يخبرك:

- الصفحات التي تستخدم كلمات رئيسية خاطئة (حتى لا يتمكن أحد من العثور عليها)
- الصفحات التي يجب أن تفكر في حذفها

لاحظ أن تقرير التحليلات سيعرض فقط عناوين URL التي تمت زيارتها في الفترة الزمنية (أي لن يعرض الصفحات التي لم تتم زيارتها على الإطلاق).

١١,٥,٢ . تحديد الصفحات التي تحتاج إلى كلمات رئيسية أفضل

إذا كان مقياس النسبة المئوية للدخول/مرات مشاهدة الصفحة منخفضاً في الصفحات التي تحصل على قدر معقول من الزيارات، فهذا يشير إلى أن المستخدمين لديهم حاجة إلى الصفحة. ومع ذلك، يواجه معظمهم صعوبات في التنقل للوصول إليه، لذا قد تكون هناك حاجة إلى تحسين البحث بشكل أفضل.

١١,٥,٣. ما تشير إليه معدلات الارتداد المرتفعة

يجب أن يتم عرض معدلات الارتداد فقط مقابل مقياس مرات الدخول وليس مع مشاهدات الصفحة.

يكشف معدل الارتداد المرتفع في صفحات التنقل عن مشكلة، لأنه يشير إلى عدم تفاعل المستخدمين مع الصفحة. يجب إجراء التغييرات وقياس الصفحة مرة أخرى.

ومع ذلك، فإن معدل الارتداد المرتفع على صفحات المحتوى ليس بالضرورة أمرًا سيئًا، حيث كان من الممكن أن يعثر المستخدمون على المعلومات التي أتوا من أجلها ولا يحتاجون إلى المضي قدمًا.

## ١١,٦. نتائج الاستطلاع

يجب أن تحتوي كل صفحة في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية على استطلاع رأي، مخصص للمستخدمين لإبداء ملاحظاتهم حول المحتوى. هذا الاستطلاع يعد أداة قيمة لمصممي المحتوى، حيث يمكنهم من معرفة آراء المستخدمين وتقييم فعالية المحتوى.

توجد طريقتان رئيسيتان للحصول على ملاحظات المستخدمين:

- من خلال نموذج الملاحظات الموجود أسفل صفحات البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.
- عبر تعبئة استطلاع الرضا في نهاية المعاملة التي تمت على البوابة.

يجب استخدام أدوات لإدارة وتحليل ملاحظات المستخدمين لمعرفة ما إذا كانوا:

- يواجهون صعوبات فنية، مثل الروابط المعطلة.
- يجدون صعوبة في العثور على المعلومات التي يحتاجونها.
- يعانون من صعوبة في التنقل في المحتوى.
- لا يفهمون بعض النقاط المحددة.

## ١١,٦,١. أهمية الاستطلاع

يمكن أن تسهم الملاحظات في فهم احتياجات المستخدمين، مما يساعد في اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن تطوير المحتوى. يكون ذلك أكثر فائدة عندما يتكرر نفس الرأي بين عدد كبير من المستخدمين، أو عندما تتوافق هذه الآراء مع:

- التقارير من مراكز الاتصال.
- ردود الفعل من زملاء السياسة.
- عمليات البحث على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.
- بيانات التحليلات.

## ١٢. ترحيل المحتوى إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية

### ١٢,١. البدء بتنشيط التحليلات على مواقع مزودي الخدمة

يُعتبر تثبيت أدوات التحليل على مواقع مزودي الخدمة خطوة بالغة الأهمية، حيث ستساهم هذه البيانات في توجيه استراتيجية الترحيل من خلال تقديم رؤى شاملة حول:

- حجم الصفحات التي تحتاج إلى الترحيل.
- مدة عملية الترحيل.
- تحديد أولويات الصفحات، مع إعطاء الأولوية لتلك ذات الزيارات العالية.
- قيمة الصفحات من خلال مقاييس الاستخدام والاكتشاف.
- تحديد المحتوى الزائد لتفادي الترحيل غير الضروري.

ينبغي أن يبدأ جمع البيانات قبل ثلاثة أشهر على الأقل من بدء الترحيل. بعد هذه الفترة، سيتولى اثنان من مصممي المحتوى (واحد من كل فريق) تحليل البيانات لتحديد المحتوى الذي سيتم ترحيله، أو حذفه، أو أرشفته. وبدون هذه التحليلات، يزداد خطر إعادة نشر محتوى غير ذي صلة أو منخفض الجودة أو غير متنسق. ستعتمد التقديرات الدقيقة لعدد الموظفين المطلوبين لعملية الترحيل على هذه البيانات التحليلية.

## ١٢,٢. العدد التقديري للموظفين اللازمين لترحيل المحتوى إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية

يمكن تحقيق تقدير أكثر دقة لعدد الموظفين المطلوبين بمجرد تثبيت أدوات التحليل. وفي حالة عدم توافر مثل هذه البيانات، يُوصى ببدء العمل مع الفريق المسؤول عن تصميم المجموعة الأولية من الخدمات. يمكن تعديل حجم هذا الفريق، إما بتوسيعه أو تقليصه، بناءً على وتيرة الترحيل المطلوبة. بالإضافة إلى ذلك، يجب إعادة ترتيب الفريق بحيث يتلقى كل مزود خدمة يقوم بترحيل محتواه إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية الدعم المناسب من مصمم المحتوى.

## ١٢,٣. ما يجب فعله عند توفر بيانات التحليلات

يجب استخدام البيانات التحليلية لتحديد:

- المحتوى الذي ينبغي نقله إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية
- المحتوى الذي يجب حذفه
- المحتوى الذي يحتاج إلى أرشفة
- المحتوى الذي يحتاج إلى إعادة كتابة
- ما يبحث عنه الأشخاص ولا يجدونه (بسبب الحاجة إلى تحديث الكلمات الرئيسية)
- المحتوى غير المنظم، أي المحتوى الذي يلبى احتياجات المستخدم ولكنه موجود في أسفل الصفحة

ينبغي اتخاذ الخطوات التالية:

- حذف الصفحات التي لم يتم عرضها، إلا إذا كانت هناك ضرورة لنشرها لأسباب تتعلق بالشفافية
- تحديد الصفحات التي يمكن ترحيلها دون تغييرات
- تحديد المحتوى الذي يتطلب تغييرات في التنسيق

- إعطاء الأولوية للمحتوى الأكثر زيارة للترحيل
- تحديد الصفحات التي تحتاج إلى كلمات رئيسية جديدة (على سبيل المثال، إذا كانت هناك أحجام بحث كبيرة على موقع مزود الخدمة ولكن لا تُترجم هذه الأحجام إلى مشاهدات للصفحة)
- تحديد الصفحات التي يجب إعادة هيكلتها قبل نقلها إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية (مثل الصفحات التي يصل إليها المستخدمون ولكنهم يغادرونها بسرعة)

بعد ترحيل المحتوى، يجب اتخاذ الإجراءات التالية:

- إعداد إعادة توجيهه من مواقع مزودي الخدمة إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية (باستخدام برنامج إدارة المحتوى الخاص بالبوابة)
- الطلب من هيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية التوجه إلى موقع مزود الخدمة للاحتفاظ بسجل له
- حذف الصفحة الموجودة على موقع مزود الخدمة

## ١٢,٤ . نقل وتحديث المحتوى

يمكن لوزارة النقل والاتصالات وتقنية المعلومات نقل بعض المحتوى إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية دون تغييره، مثل:

- المقالات الإخبارية
- التصريحات الصحفية

أما بالنسبة لملفات PDF والرسوم البيانية والجدول، يمكن للوزارة الاحتفاظ بالمحتوى الموجود ولكن مع تغيير التنسيق، مثل:

- تحويل ملفات PDF إلى HTML
- تحويل الجداول إلى نص عادي (حيثما أمكن)
- تحويل الرسوم البيانية إلى نص عادي أو حذفها ما لم يكن هناك دليل على حاجة المستخدم

عند ترحيل مستند، قد تتمكن الوزارة من الاحتفاظ به بالتنسيق الحالي، ولكن يجب تحديث النسخة الموجودة على الصفحة المستضيفة له، مثل:

- مجموعات البيانات الإحصائية
- سياسة وسائل التواصل الاجتماعي

إذا كان الوصول إلى المستند غير ممكن، ينبغي تغييره إلى تنسيق يمكن الوصول إليه.

سيقوم الفريق المركزي بإعادة كتابة المحتوى لـ:

- صفحات المؤسسة
- الأشخاص والأدوار
- الإرشادات

## ١٢,٥ . ترحيل المحتوى للخدمات المدمجة في البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية

بمجرد نشر الخدمة أو الخدمات على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية، يتعين على وزارة النقل والاتصالات وتقنية المعلومات البدء في ترحيل المحتوى من موقع مزود الخدمة إلى موقع البوابة الجديدة. سيساهم هذا الإجراء في منع ازدحام نتائج

محركات البحث بالمحتوى المكرر من موقع البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية ومواقع مزودي الخدمة، مما يسهل على المستخدمين العثور على المعلومات الصحيحة دون تشتت.

### ١٢,٦. أرشفة المحتوى

يجب على وزارة النقل والاتصالات وتقنية المعلومات أن تطلب من هيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية في سلطنة عمان الاحتفاظ بسجل شامل لجميع المحتوى الحكومي الذي يتم نقله إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية. يساهم هذا الإجراء في ضمان شفافية عملية الترحيل، كما يساعد الجمهور في العثور على المحتوى المؤرشف إذا رغبوا في مقارنته مع المحتوى الجديد على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية. بالإضافة إلى ذلك، يُنشئ هذا السجل قاعدة بيانات للمحتوى المؤرشف، مما يسهل على الوزارة إعادة استخدامه مستقبلاً إذا لزم الأمر.

عند بدء مزود الخدمة عملية الترحيل، ينبغي على وزارة النقل والاتصالات وتقنية المعلومات أن تطلب من هيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية التوجه إلى موقع مزود الخدمة وتحديد المحتوى المراد ترحيله، وإنشاء سجل رقمي له. بعد ذلك، يُفضل إيقاف تشغيل المحتوى المُرحّل من موقع مزود الخدمة لتفادي تكرار نتائج محركات البحث.

### ١٣. إزالة المحتوى

يتعين على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية عرض المعلومات الجديدة والمحدثة التي تلبي احتياجات المستخدمين فقط. إذا لم يكن هناك حاجة فعلية من المستخدمين أو متطلبات قانونية للنشر، فلا ينبغي أن يتواجد المحتوى على البوابة.

### ١٣,١. إلغاء نشر المحتوى

إذا لم يتم نشر المحتوى، فسيتم إزالته من البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية، مما يمنع المستخدمين من الوصول إليه. عادةً ما يُفضل عدم إلغاء نشر المحتوى من موقع البوابة، لأن ذلك قد يسبب ارتباكاً للمستخدمين.

على سبيل المثال، إذا قام أحد المستخدمين بإضافة صفحة البوابة إلى إشارات مرجعية، وعندما ينقر على الإشارة المرجعية، يجد أن الصفحة قد اختفت.

ومع ذلك، يمكن إلغاء نشر الصفحة من موقع البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية في الحالات التالية:

- إذا تم تضمين المحتوى في صفحة أخرى (مع ضرورة إعادة توجيه إليها).
- إذا كان من الأفضل تلبية احتياجات المستخدم في مكان آخر على البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية (مع إعادة توجيه إليه).
- إذا تم نشر المحتوى عن طريق الخطأ أو قبل الوقت المحدد.
- إذا كان المحتوى يحتوي على تفاصيل شخصية لشخص ما.

- إذا كان المحتوى خارج نطاق البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية.

## ١٣,٢. إزالة المحتوى المكرر

يجب أن نتجنب تكرار المحتوى عبر المواقع الحكومية قدر الإمكان. فهذا يساهم في تجنب مشكلات تكرار نتائج محركات البحث، ويعزز ثقة المستخدم في المصادر المختلفة، كما يقلل من الحاجة إلى تحديث المحتوى في عدة أماكن.

من الضروري أرشفة أي محتوى يُضاف إلى البوابة الوطنية الموحدة للخدمات الإلكترونية إذا كان موجودًا في مواقع أخرى، أو توجيه المستخدمين إلى المحتوى المتاح بالفعل على البوابة. كما هو موضح في القسم 1.1.5. وإذا كان هناك شك حول ما إذا كان المحتوى مكرراً، يُستحسن التواصل مع هيئة الوثائق والمحفوظات الوطنية للتحقق من الأمر وإنشاء سجل رقمي له.