

Bạn có thể định nghĩa theo ISO "là sự thoả mãn yêu cầu của người dùng", không sai nhưng quá chung chung và do đó không giúp ích gì được chúng ta.

Website có chất lượng là website thoả mãn được ba điều kiện sau đây:

- Nội dung hấp dẫn, đầy đủ, hợp với chủ ý của việc xây dựng **website**
- Được sắp xếp, bố cục một cách hợp lý, tạo điều kiện cho người đọc/khai thác dễ định hướng trong **website**.
- Hình thức đẹp, phù hợp với chủ đề nội dung.

Để làm được như vậy có khó không? Không khó nếu bạn đã xác định được rõ mục tiêu và làm việc với đối tác là một công ty chuyên nghiệp trong thiết kế và phát triển các công cụ thương mại điện tử.

Chúng ta sẽ phân tích chi tiết từng điểm:

1. Về nội dung

Trước tiên bạn cần định rõ đối tượng của **website**. Có thể là các khách hàng tiềm năng, có thể là các đối tác hiện có của công ty, các nhà đầu tư nước ngoài. Họ hiểu ngôn ngữ gì, những thông tin gì làm họ quan tâm hơn cả. "Biết mình biết ta trăm trận không thua".

Một điểm rất quan trọng nữa là nội dung phải được cập nhật thường xuyên. Một lỗi rất thông thường của các website tại Việt Nam là người ta làm ra nó để đưa lên mạng, sau đó thì website bị đi vào quên lãng. Một **website** như vậy không mang lại gì cho doanh nghiệp, thậm chí phản tác dụng.

Nguyên nhân ở đâu? Thứ nhất do chúng ta chưa có ý thức cần phải cập nhật thông tin thường xuyên, thứ hai do các website được thiết kế theo công nghệ đã lạc hậu, đòi hỏi một trình độ hiểu biết nhất định về vấn đề kỹ thuật khi muốn thay đổi nội dung.

Lối thoát: hãy yêu cầu nhà thiết kế **website** cung cấp cho bạn một công cụ thuận tiện để có thể tự mình thay đổi nội dung thông tin, thậm chí cả bố cục và hình thức của website. Nếu họ không làm được điều này, hoặc đòi hỏi quá nhiều, bạn có thể liên lạc với chúng tôi, chúng tôi sẵn sàng giúp bạn.

2. Về hình thức

Có lẽ đây là điểm quan trọng nhất và khó nhất đối với doanh nghiệp, quan điểm về cái đẹp của chúng ta thường không giống nhau. Nhiều khi bạn cho là đẹp thì người khác lại coi là màu mè, bạn thấy đơn giản thì người khác cho là tầm thường.

Lối thoát: hãy tin tưởng giao việc này cho các nhà thiết kế, các nhà tạo mẫu chuyên nghiệp. Nếu bạn mạnh dạn bỏ cái tôi của mình sang một bên và cung cấp đủ thông tin cần thiết về công ty, về sản phẩm và dịch vụ của mình cho các nhà thiết kế, bạn sẽ có một website đẹp và chuyên nghiệp. Đây cũng là điểm khác biệt cơ bản giữa website của một công ty lớn và một công ty nhỏ. Một nhà thiết kế web chuyên nghiệp cũng biết cách làm sao để website của bạn vừa đẹp, đồng thời vừa có kích thước nhỏ gọn, không để người dùng phải đợi lâu khi tải thông tin .

3. Về bố cục

Các chuyên gia về thương mại điện tử của Tổ chức Thương mại quốc tế ITC đã cho chúng ta một lời khuyên rất quý báu: "Hãy làm sao để người xem chỉ cần nhấn chuột không quá 3 lần để thấy thông tin cần tìm". Nếu bạn đã từng mua hàng ở các siêu thị thì rất dễ nhận thấy vấn đề này. Trong một siêu thị tốt có hệ thống chỉ đường rõ ràng , bạn biết ngay thứ bạn cần nằm ở đâu, ngoài ra bạn còn có thể "tìm kiếm nhanh" bằng cách hỏi nhân viên phục vụ. Một siêu thị kém thì khác, đi lòng vòng cả buổi nhiều khi tìm không ra. Với website cũng vậy.

Nếu đạt được ba mục tiêu trên, có thể nói bạn đã xây dựng được một **website** có chất lượng. Tất

nhiên mọi sự không chỉ dừng lại ở đó, chúng tôi sẽ đề cập đến các khía cạnh kỹ thuật cần quan tâm trong bài viết khác.

Vậy làm thế nào để có một website thực sự có chất lượng và mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp? Câu hỏi không đơn giản và để trả lời cho câu hỏi này, chúng ta hãy làm một phép so sánh: website "nhà riêng", website "cửa hàng", website "nhà máy", **website** "siêu thị" v.v... Và đồng nhất giữa các loại website đó là có những bước cơ bản bắt buộc cần lưu tâm để có một website chất lượng, bao gồm:

Bước 1: Hãy xác định rõ chúng ta cần gì. Đó là bước đầu tiên, và rất quan trọng.

Bước 2: Tiếp theo là phải tìm cho được những "kiến trúc sư" và cả những "thợ xây" có đủ khả năng để hiện thực hoá yêu cầu của bạn, cũng như phải dự trù được cần đầu tư bao nhiêu cho "công trình xây dựng" tương lai. Bạn đã tìm được những người có khả năng thực hiện được ý tưởng của bạn và ký được hợp đồng, đó là bước thứ hai.

Bước 3: Khi làm việc cùng nhà thiết kế, nhà phát triển **website**, hãy cung cấp đầy đủ thông tin theo yêu cầu của "kiến trúc sư", thông tin càng nhiều, hình ảnh càng nhiều càng có nhiều cơ hội để tìm được những ý tưởng sáng tạo độc đáo. Bạn có thể khá vất vả trong giai đoạn này, nhưng không có cách nào khác. Bạn là người hiểu doanh nghiệp của mình rõ nhất.

Bước 4: Công trình của bạn đã hoàn thành, bạn cần đưa nó lên mạng, hay còn gọi là hosting và tiến hành quảng cáo, giới thiệu. Cũng giống như sau khi khai trương một cửa hàng vậy, không có quảng cáo, giới thiệu sẽ không có khách đến giao dịch, mua bán. Ít nhất thì bạn cũng phải đăng ký tên, địa chỉ của "cửa hàng" trong các "sổ tra cứu", các "catalog" về sản phẩm, dịch vụ. Trong thế giới Internet người ta gọi là các công cụ tìm kiếm như Yahoo, Google, Altavista v.v... Đây là một giai đoạn hết sức quan trọng và không thể bỏ qua. Nếu bạn không làm tốt điều này, toàn bộ công sức cho ba giai đoạn trước có thể nói là phí phạm.

Bước 5: Những công việc trên đã xong, đến đây, có thể nói vai trò của những người "thợ xây" đã kết thúc. **Website** của bạn có phát triển được hay không, có giữ được khách hay không là do bạn. Nếu bạn luôn cập nhật, đổi mới thông tin, đưa ra những chiến dịch khuyến mãi, có những phương pháp tiếp thị độc đáo, website của bạn sẽ mang lại hiệu quả. Đây là giai đoạn ổn định và thú vị nhất.

Bước 6: Hãy chuẩn bị cho những thay đổi trong tương lai, công nghệ thông tin phát triển rất nhanh, những gì tưởng như không thể khi bạn đang thiết kế website, một vài tháng hoặc vài năm sau đã trở thành hiện thực. Vậy nên đừng quá hài lòng với những gì đã có.

Trích:kienthuckinhte.com