

09 · البرمجة والمنصات

دفتر متطلبات موقع قبل بنائه بالذكاء الاصطناعي

دفتر تعبئة يحدّد الجمهور والأهداف وخريطة الموقع والرحلات والمحتوى والوظائف والبيانات والتكاملات وإتاحة الوصول ومعايير القبول، مع نسخة فارغة ومثال مكتمل.

لمن: لأصحاب المشاريع والمؤسسات الذين يريدون بناء موقع بأدوات البرمجة بالوصف أو تسليمه لمطور، ويحتاجون أن يعرفوا ما يطلبون قبل البدء.

المستوى: مبتدئ الإصدار 1.0 · 21-09-2026

أدوات بناء المواقع بالوصف تستطيع اليوم إنتاج صفحة تعمل في دقائق. لكن سرعة البناء تكشف مشكلة قديمة بوضوح أكبر: إن لم تعرف ماذا تريد، ستحصل بسرعة على شيء لا تريده. أنت في البرمجة بالوصف لا تكتب الكود، لكنك تحدّد المطلوب وتختبره؛ وهذا الدفتر هو الأداة التي تحدّد بها المطلوب. عبّئه قبل أول أمر للأداة، أو قبل أول اجتماع مع مطور، وستوفّر جولات تعديل كثيرة.

قاعدة النسخة الأولى: صفحة واحدة تعمل أفضل من ست صفحات لا تعمل. ابدأ بأصغر موقع يحقق الهدف الأول، ثم أضف.

كيف تستخدم الدفتر

1. عبّئ الأقسام العشرة بالترتيب. كل قسم يعتمد على ما قبله: لا تكتب محتوى الصفحات قبل أن تعرف الجمهور والهدف.
2. اكتب بلغة بسيطة. لا تحتاج مصطلحات تقنية؛ «أريد أن يصلني بريد حين عبّئ أحد النموذج» متطلب ممتاز.
3. ميّز بين «ضروري الآن» و«لاحقًا». كل بند يأخذ علامة: الآن أو لاحقًا.
4. راجع الدفتر مع شخص آخر من فريقك أو من جمهورك، واسأله: ما الذي ينقص؟
5. حوّل الدفتر إلى أمر بناء بال قالب في آخر هذا المورد، وابن على مراحل.
6. اختبر مقابل معايير القبول (القسم 10) قبل أن تقول «انتهى».

تنبيه أمان: لا تضع كلمات مرور أو مفاتيح ربط أو بيانات عملاء حقيقية في الدفتر ولا في الأوامر التي ترسلها للأداة. الأدوات بلا كود تناسب الصفحات والنماذج، لا الأنظمة التي تحمل بيانات حساسة؛ هذه تحتاج مطورًا ومراجعة أمنية.

الدفتر الفارغ

1. الجمهور

من سيزور الموقع؟ صف فئتين أو ثلاثًا على الأكثر، ولكل فئة: ما الذي تبحث عنه، ومن أي جهاز، وما الذي يقلقها قبل أن تتواصل معك.

الفئة الأولى: من هي، ماذا تبحث، ما الذي يقلقها؟

الفئة الثانية (إن وُجدت):

اللغات المطلوبة واتجاه الكتابة (عربي من اليمين، إنجليزي، فرنسي...):

2. الأهداف

هدف رئيسي واحد (ماذا يجب أن يفعل الزائر؟) وهدفان ثانويان على الأكثر، وكيف ستعرف أن الهدف تحقق.

الهدف الرئيسي (فعل واحد):

الأهداف الثانوية:

كيف سنقيس النجاح (عدد الطلبات، الرسائل، التسجيلات...)?

ما الذي ليس هدفاً لهذا الموقع (خارج النطاق)?

3. خريطة الموقع

قائمة الصفحات وعلاقتها ببعض. اكتب بجانب كل صفحة: الآن أو لاحقاً.

الصفحات (الاسم، والغرض في جملة، الآن أو لاحقًا):

عناصر القائمة الرئيسية والتذييل:

4. رحلات المستخدم

رحلة المستخدم هي الطريق من لحظة الوصول إلى تحقيق الهدف. اكتب رحلتين أساسيتين خطوة بخطوة، وحدد أين قد يتوقف الزائر.

الرحلة 1: من أين يأتي الزائر ← ماذا يرى أولاً ← ماذا يضغط ← ماذا يحدث بعد ذلك:

الرحلة 2:

نقاط التردد المحتملة وكيف نعالجها:

5. محتوى الصفحات

لكل صفحة: العنوان، الأقسام بالترتيب، النصوص المتوقعة، الصور المتوقعة، والدعوة إلى الفعل. ضع علامة على ما هو غير جاهز ومن سيجهزه.

الصفحة الرئيسية: العنوان والوعد، الأقسام بالترتيب، الدعوة إلى الفعل:

صفحة أخرى: الأقسام والمحتوى:

المحتوى الناقص، ومن يجهّزه، ومتى:

6. الوظائف

ماذا يجب أن «يفعل» الموقع، لا كيف يبدو. اكتب كل وظيفة بصيغة: «حين ... يحدث...».

الوظائف الضرورية الآن (نموذج تواصل، زر واتساب، حجز، بحث...):

وظائف لاحقة:

7. البيانات

ما البيانات التي يجمعها الموقع أو يعرضها؟ اجمع الحد الأدنى فقط. لكل حقل: لماذا نحتاجه، أين يُخزّن، من يراه، ومتى يُحذف.

الحقول التي نجمعها ولماذا:

أين تُخزَّن، ومن يصل إليها، ومدة الاحتفاظ:

هل نجمع بيانات حساسة (صحية، مالية، عن قاصرين)؟ إن نعم، ما البديل أو الحماية؟

8. التكاملات

الخدمات الخارجية التي يتصل بها الموقع: بريد، جدول بيانات، واتساب، خرائط، تحليلات، أداة حجز، دفع.

الخدمة، ماذا تفعل، ومن يملك الحساب:

النطاق (الدومين) والاستضافة: ما المتوفّر ومن يملكه؟

9. إتاحة الوصول والأداء

- ☐ النص مقروء على الهاتف دون تكبير، والتباين بين النص والخلفية كافٍ.
- ☐ كل صورة لها نص بديل يصف محتواها.
- ☐ الأزرار والروابط كبيرة بما يكفي للمس، ولها أسماء واضحة («احجز موعدًا» لا «اضغط هنا»).
- ☐ يمكن استخدام النماذج بلوحة المفاتيح، ولكل حقل عنوان ظاهر.
- ☐ الاتجاه من اليمين إلى اليسار صحيح في الصفحات العربية، بما في ذلك النماذج والقوائم والأيقونات الاتجاهية.
- ☐ الصفحة تفتح بسرعة على اتصال هاتف متوسط، والصور مضغوطة.

10. معايير القبول

معيار القبول جملة يمكن اختبارها بنعم أو لا. «الموقع جميل» ليس معيارًا؛ «حين يُرسل النموذج يصل بريد إلى صندوق العيادة خلال دقائق» معيار.

المعايير (جملة قابلة للاختبار لكل وظيفة أساسية):

من يختبر، وعلى أي أجهزة، ومتى:

من الدفتر إلى أمر البناء

بعد التعبئة، حوّل الأقسام إلى أمر واحد واضح للنسخة الأولى فقط، ثم عدّل بأوامر قصيرة متتالية بدل إعادة كتابة كل شيء.

أمر بناء النسخة الأولى

ابن موقعًا [بالعربية، اتجاه من اليمين إلى اليسار] لـ [الجهة] في [المدينة].
الجمهور: [الفئات من القسم 1].
الهدف الرئيسي: [من القسم 2]. كل صفحة تقود إليه.
الصفحات في هذه النسخة فقط: [من القسم 3، الآن فقط].
محتوى الصفحة الرئيسية بالترتيب: [من القسم 5].
الوظائف: [من القسم 6، الآن فقط، بصيغة: حين... يحدث...].
حقول النموذج: [من القسم 7، الحد الأدنى فقط].
الهوية: الألوان [...], الخط [خط عربي واضح], الشعار [مرفق].
إتاحة الوصول: نص بديل للصور، تباين كافٍ، أزرار كبيرة، عناوين ظاهرة للحقول.
لا تضيف صفحات أو وظائف غير مذكورة. لا نصوص تسويقية مختلقة: استخدم [النص المرفق]
وحيث ينقص نص ضع [نص مؤقت] واضحًا.

ثم اختبر كل معيار قبول، وسجّل ما فشل، وأرسل أوامر تعديل قصيرة، واحدة لكل مشكلة.

مثال توضيحي

«عيادة نبض للعلاج الفيزيائي» عيادة وهمية في طرابلس تريد موقعًا بسيطًا بدل الاعتماد على صفحة تواصل اجتماعي فقط.

1. الجمهور: (أ) أشخاص بين 30 و65 سنة يعانون من ألم ظهر أو ركلة أو يتعافون من إصابة، يبحثون من الهاتف، ويقلقهم: هل العلاج مناسب لحالي؟ كم جلسة؟ أين العيادة وهل فيها موقف؟ (ب) أطباء يحولون مرضى ويريدون معرفة الاختصاصات وطريقة التحويل. اللغات: العربية أساسًا، وصفحة مختصرة بالإنجليزية لاحقًا.

2. الأهداف: الرئيسي: طلب موعد عبر النموذج أو واتساب. الثانوي: أن يفهم الزائر الحالات التي تعالجها العيادة. القياس: عدد طلبات المواعيد شهريًا من الموقع مقارنة بالرسائل المباشرة. خارج النطاق: حجز الإلكتروني الآلي بمواعيد متاحة، والدفع عبر الموقع، وملفات المرضى.

3. خريطة الموقع:

الصفحة	الغرض	المرحلة
الرئيسية	الوعد، الحالات، كيف نعمل، طلب موعد	الآن
الحالات التي نعالجها	شرح بسيط لخمس حالات شائعة	الآن
الفريق	المعالجون واختصاصاتهم (بموافقتهم على الصور)	الآن
الموقع والتواصل	خريطة، ساعات العمل، الموقف، نموذج	الآن
للأطباء المحوّلين	طريقة التحويل وما نحتاجه من معلومات	لاحقًا
نصائح وتمارين	مقالات قصيرة	لاحقًا

4. رحلات المستخدم: الرحلة 1: يصل من بحث «علاج فيزيائي طرابلس» على الهاتف ← يرى عنوان «نساعدك تتحرك بلا ألم» وزر «اطلب موعدًا» ← يضغط «الحالات التي نعالجها» ويجد «ألم أسفل الظهر» ← يعود إلى زر الموعد ← يعبئ النموذج ← يرى رسالة تأكيد تقول إن العيادة ستتصل خلال يوم عمل. الرحلة 2: يصل من رابط في صفحة التواصل الاجتماعي ← يضغط زر واتساب مباشرة ← تُفتح محادثة برسالة جاهزة «مرحبًا، أودّ حجز موعد». نقطة التردد: «هل حالي مناسبة؟» ونعالجها بجملة ظاهرة: «غير متأكد؟ اكتب لنا حالتك باختصار وسنجيبك».

5. محتوى الصفحة الرئيسية: العنوان «نساعدك تتحرك بلا ألم»؛ ثلاث فوائد (تقييم فردي في الجلسة الأولى، خطة تمارين منزلية، متابعة مكتوبة)؛ «كيف نعمل» في ثلاث خطوات (تواصل، تقييم، خطة)؛ الحالات الخمس ببطاقات؛ الموقع والساعات؛ نموذج الموعد. المحتوى الناقص: صور الفريق (مسؤولة المستقبل، خلال أسبوعين، مع موافقات مكتوبة)، ونصوص الحالات (المعالج الرئيسي يراجع ما يكتبه النموذج قبل النشر لأنها معلومات صحية).

6. الوظائف: حين يُرسل النموذج يُضاف صف في جدول العيادة ويصل بريد إشعار للاستقبال؛ حين يضغط الزائر زر واتساب تُفتح محادثة برسالة جاهزة؛ حين يضغط «الاتجاهات» تُفتح الخريطة. لاحقًا: رسالة تذكير آلية قبل الموعد.

7. البيانات: الاسم، رقم الهاتف، الوقت المفضّل للاتصال، وحقل اختياري «وصف مختصر للحالة» مع تنبيه ظاهر: «لا ترسل تقارير أو صورًا طبية هنا». تُخزن في جدول يصل إليه الاستقبال والمدير فقط، وتُحذف الطلبات التي لم تتحوّل إلى مواعيد بعد ستة أشهر. لا تفاصيل طبية مفصلة عبر الموقع.

8. التكاملات: جدول بيانات للطلبات، بريد العيادة للإشعار، رابط واتساب، خريطة. الحسابات كلها باسم العيادة لا باسم شخص. النطاق مسجل باسم مالكة العيادة، والاستضافة لم تُختَر بعد.

9. إتاحة الوصول: كثير من المرضى كبار في السن: خط أساسي كبير، أزرار عريضة، رقم الهاتف قابل للضغط للاتصال، ولا نصوص داخل الصور.

10. معايير القبول:

- حين يُرسل النموذج من هاتف، يظهر صف جديد في الجدول ويصل بريد إلى صندوق الاستقبال.
 - لا يُرسل النموذج دون اسم ورقم هاتف، وتظهر رسالة خطأ واضحة بالعربية بجانب الحقل.
 - زر واتساب يفتح محادثة مع رقم العيادة الصحيح والرسالة الجاهزة.
 - كل الصفحات تُقرأ على هاتف بعرض صغير دون تمرير أفقي.
 - كل صورة لها نص بديل، والاتجاه من اليمين إلى اليسار صحيح في النموذج.
 - لا يظهر أي نص مؤقت في النسخة المنشورة.
- يختبر المعايير شخصان: مسؤولية الاستقبال على هاتفها، وقريب لأحد الموظفين لم يز الموقع من قبل.

أخطاء شائعة

- **الخطأ:** طلب موقع كامل من ست صفحات في الأمر الأول. **الحل:** ابدأ بالصفحات المعلّمة «الآن» فقط، ثم أضف صفحة صفحة.
- **الخطأ:** وصف الشكل دون الوظيفة («أريده عصرًا»). **الحل:** اكتب ما يجب أن يحدث: «حين يعي الزائر النموذج يصلني بريد».
- **الخطأ:** جمع بيانات أكثر من الحاجة «للاحتياط». **الحل:** كل حقل يحتاج سببًا مكتوبًا، وإلا يُحذف.
- **الخطأ:** ترك الأداة تكتب نصوصًا ووعدًا عن الخدمة. **الحل:** زوّدها بنصك، واجعلها تضع [نصًا مؤقتًا] ظاهرًا حيث ينقص.
- **الخطأ:** حسابات الخدمات باسم موظف أو مطور. **الحل:** كل حساب ونطاق باسم الجهة المالكة، مع وصول الموظفين كمستخدمين.
- **الخطأ:** «انتهى» دون اختبار على هاتف حقيقي. **الحل:** معايير القبول تُختبر على جهاز حقيقي بيد شخص لم يبن الموقع.

قائمة الإنجاز

- ☐ الجمهور موصوف بفئتين أو ثلاث، مع ما يقلق كل فئة.
- ☐ هدف رئيسي واحد وطريقة قياسه، وما هو خارج النطاق مكتوب.
- ☐ خريطة الموقع معلّمة: الآن أو لاحقًا.
- ☐ رحلتان أساسيتان مكتوبتان خطوة بخطوة.
- ☐ محتوى كل صفحة «الآن» معروف، والناقص له مسؤول وموعد.
- ☐ الوظائف مكتوبة بصيغة «حين... يحدث...».
- ☐ البيانات بالحد الأدنى، مع مكان التخزين ومن يصل إليها ومدة الاحتفاظ.
- ☐ كل حساب ونطاق باسم الجهة المالكة.
- ☐ بنود إتاحة الوصول مراجعة.
- ☐ معايير قبول قابلة للاختبار، ومن يختبرها ومتى.

□ لا كلمات مرور ولا بيانات حقيقية في الدفتر أو في الأوامر.

عن المُعِدِّ – محمد شرف الدين، رائد أعمال من طرابلس، لبنان. مؤسس وكالة باشن للتسويق الرقمي، ورئيس جمعية تكافل الشبابية، ومؤسس منصات رقمية. يدرب الأفراد والفرق على الذكاء الاصطناعي التطبيقي والتسويق.

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجاناً مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.
[/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/website-requirements-workbook](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/website-requirements-workbook)