****

**3 съвета за нов сайт на организацията ни**

С тази статия и съвети от сдружение “Образование без раници” искаме да улесним други малки граждански или бизнес организации, които не разполагат с особени ресурси, време и специализирани умения за създаването на нов уебсайт. Надяваме се да могат да стъпят на опита, който натрупахме с подкрепата по проект “Анти-чупливост чрез облачни решения”, финансиран от програма „Кризата като възможност“ на Столична община, администрирана от Асоциация за развитие на София. “Образование без раници” е организация с нестопанска цел в обществена полза с мисията да превежда и адаптира най-добрите в света безплатни (дигитални) образователни ресурси и да подкрепя образователната екосистема в постигането на високи образователни успехи, особено чрез потенциала на новите технологии (повече за нас най-долу). През 2020 г. започнахме да обновяваме сайта си с подкрепата на Фонд “Активни граждани”, а през 2021 г. с подкрепата на Столична община мигрирахме към нов, който по-добре отговаря на нуждите ни и представя работата ни. Какво научихме от процеса на работа и разговорите с различни консултанти и фирми:

**Инструмент за създаване на персонализиран сайт**

Често, за да си направим бързо и лесно сайт, избираме платформи като WordPress, които правят процеса по-опростен, но все още изискват много усилия, за да придобие този сайт собствен облик и да стане нашата “визитка”. Повечето безплатни теми в WordPress не позволяват да разместваме и строим визуално сайта, така както искаме да изглежда. Именно тук идват на помощ билдърите за страници на WordPress.

Билдърите са инструменти, които ни позволяват да създаваме сайтове за рекордно кратко време, като ни предоставят предварително изградени елементи, които можем визуално да подредим по какъвто и да е начин и да виждаме промените на момента.

Такъв например е Divi Builder, който избрахме и в “Образование без раници”, за да построим новия си сайт, защото:

Divi Builder е един от най-изтънчените билдъри в момента. Той поддържа както визуално редактиране, така и back-end редактиране. Интуитивен и лесен за ползване (включва достъпни менюта, в които са на разположение елементи за плъзгане и пускане) и има разнообразна селекция от силно адаптивни полу-готови дизайни.

Освен това се предлага срещу еднократна такса за доживотна покупка, чрез която се подсигурява и безплатна употреба на важни plug-in-и (софтуерни приставки за допълнителни функционалности) от семейството на ElegantThemes - като Bloom, който позволява автоматизацията на записване на нови получатели на месечен бюлетин чрез имейл софтуери като SendInBlue, MailChimp и много други.

**Двете лица на онлайн репутацията**

***Онлайн репутацията на организацията сред (преки) поддръжници и последователи***

Покрай създаването на новия ни сайт разбрахме, че модернизирането му и изграждането на удобни за потребителя страници не е достатъчно, за да бъде изградена една положителна онлайн репутация на нашата организация.

В неправителствения сектор онлайн репутацията е особено важна, защото тя отразява социалната оценка или универсалното мнение на група от хора относно нашата организация, изразени в онлайн пространството. Съответно, онлайн репутацията може да бъде както положителна и да носи ползи за организацията ни, така и негатива и да ѝ вреди.

Трите най-важни съвета от нас са:

1. Онлайн репутацията не е само за големи бизнеси, но и за малките и неправителствените организации, както и за институциите;
2. Трябва активно да работим за нея дългосрочно, дори и да е успокояващо позитивна в настоящия момент;
3. Полезно е да научим как да я контролираме - основният начин е да обърнем повече внимание на нашето представяне в социалните мрежи, комуникацията с нашите последователи там и адекватното ни отношение към недоволните, за да се докажем в най-добрата светлина.

***Онлайн репутацията в Google сред по-широките аудитории***

Другото лице на онлайн репутацията е онлайн репутацията на нашия домейн. Тази репутация е важна за SEO оптимизацията на нашия сайт или с други думи класирането на страниците от сайта ни в първите три страници на най-голямата и популярна онлайн търсачка - тази на Google.

За да проверим как се класира нашият домейн сред други сайтове, съществуват инструменти за SEO оптимизация. Измежду тях има безплатни и платени. Благодарение на получената подкрепа от [Animes 3000](https://animes3000.net/) ние научихме, че SEMrush е един от добрите безплатни инструменти за SEO оптимизация, който показва как се представят домейните. С помощта на този инструмент беше направен одит на бек линковете, т.е. линковете от други уеб страници, препращащи към нашия сайт. Също така, инструментът позволява да следим:

* представянето на нашата страница спрямо конкурентни уебсайтове,
* представянето на ключовите ни думи, месечният им обем на търсене,
* бек линкове, рефериращи към конкурентните на нашия сайтове

Като заговорихме за SEO оптимизация, добре е да се направи SEO одит на домейна, особено ако се гради нова структура на сайт (ново меню). Този одит ще ни помогне да видим резултата на нашия сайт в Google, преди да го обновим и да мигрираме старите линкове към новите, за да пуснем новия ни сайт в добро състояние спрямо класирането му в Google. Google имат [официален наръчник за SEO оптимизация](https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide), в който са описани добрите практики. Следването на официалните препоръки е достатъчно за повечето бизнеси, а опитите за подобряване на резултата чрез различни трикове дават твърде ограничен резултат.

Един такъв одит съдържа още информация и за ***скоростта на зареждане на сайта***.

Тя е един от най-важните аспекти на онлайн репутацията. Нека бъдем честни, никой от нас няма търпение да чака повече от три секунди, за да се зареди страницата, върху която е кликнал. Нашите колеги от [Web Motion](https://webmotion.bg/) - фирма за разработка на софтуер и уеб сайтове, с които работим по оптимизацията на скоростта на зареждане на сайта, ни показаха какви са изискванията и препоръките по тази тема от Google, а именно, че времето за зареждане на сайта “First Contentful Paint” трябва да е до 2 секунди; „Speed Index” е желателно да бъде под 4.3 секунди и “Largest Contentful Paint” трябва да бъде под 2.5 секунди, за да бъде страницата ни в „зелената“ графа като добри резултати за скорост.

За да проверим скоростта на сайта си, трябва да отидем в официалния инструмент на Google - [Google PageSpeed Insights](https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/). Хубаво е и да проверим скоростта на сайта за мобилни устройства, тъй като в последно време потребители залагат все повече на тях и са най-важни за Google. След проверката на скоростта на сайта, самият инструмент ще ни даде подробно описание какво препоръчва да бъде поправено в сайта.

Ако резултатите ви в PageSpeed са лоши, можете да ги повишите. Повишаването на скоростта се изразява както чрез софтуерно оптимизиране, така и чрез хардуерно (обикновено преминаване на по-скъп хостинг план с повече ресурси). В нашия случай нашите любезни партньори от [Superhosting.bg](https://www.superhosting.bg/) ни предоставят безплатно плана [СуперПро](https://www.superhosting.bg/web-hosting-compare-hosting-plans.php) под формата на годишно дарение, в подкрепа на каузите, за които работим.

За софтуерното оптимизиране има много какво да се напише. Това, което ние можем да ви посъветваме, благодарение на консултациите ни с Webmotion, е:

* Да се анализират причините за забавяне на зареждането на страницата с Google PageSpeed Insights. В нашия случай, основен проблем се оказа, че сървърът генерира бавно първоначалният HTML код - метриката "time to first byte".
* Да се оптимизира бързината на зареждане на HTML кода чрез анализ на SQL заявките с WordPress приставката "Query Monitor". С помощта на този инструмент определихме кои plug-in-и забавят зареждането на уеб сайта и ги заменихме. Също така, премахнахме заявки към външни ресурси.
* Да се направи кеширане, което, опростено казано, прави копие на страниците от сайта, но в чист опростен код, без излишни заявки към базата данни, което ускорява значително сайта. За сайтове, изградени с Wordpress и Divi Builder, се препоръчва безплатния plug-in [W3 Total Cache](https://bg.wordpress.org/plugins/w3-total-cache/).
* Да се преформатират всички снимки на сайта в правилната резолюция - както ще се визуализират на екрана, и с подходящ формат (webp, jpg, png) и компресия.

Това, разбира се, не е изчерпателен списък и сме наясно, че има още много по темата за онлайн репутацията, но е добър старт за малки организации от бизнеса или неправителствения сектор, които често имат ограничени средства за такъв тип дейност или зависят от дарения на последователите си, насочени пряко и най-вече към каузите им.

Накрая искаме да ви дадем един бонус съвет: ако сте изправени пред въпроса дали да съставяте ***URL адреса на сайта или страниците му на кирилица, на латиница или на английски език***, нашето мнение е:

Поради способността на Google да транслитерира експертите твърдят, че URL адресите на латиница и на кирилица се разпознават еднакво от Google. URL адреси, изписани на кирилица, обаче могат да създадат множество проблеми:

* невъзможност за разчитане от потребителите понякога, тъй като символите на кирилица се налага да се кодират,
* трудности при споделянето им в различни приложения и социални медии,
* въпреки, че URL адреси на кирилица се поддържат от Google, са възможни трудности при индексирането на тези адреси от някои търсачки,
* технически проблеми с някои видове софтуер при достигане на максималната дължина на URL адресите, което се случва лесно, поради кодирането на символите на кирилица.

Ето и някои ресурси за информация, препоръчани от Web Motion:

* [Видео на Мът Кътс](https://www.youtube.com/watch?v=suTDT6-Q8NE), главен инженер в Google
* [Статия](https://stackoverflow.com/questions/417142/what-is-the-maximum-length-of-a-url-in-different-browsers) за поддържаната дължина на URL адресите

За да имаме транслитерирани адреси, без да се чудим всеки път как да ги напишем ръчно, можем да използваме plug-in-а [Cyr-Cho](https://wordpress.org/plugins/wp-cyr-cho/).

При англоезичната версия на страницата ви, добавянето на "/en/" във всеки URL от сайта ви има значение, защото търсачките (и някои потребители) разглеждат "/en/" като директория (раздел) в уеб сайта и е важно "/en/" да присъства. Чрез тази директория URL адресите предават послание за структурата: "английската версия представлява отделен раздел в нашия сайт".

*Тази публикация е подкрепена по проект “Анти-чупливост чрез облачни решения” на сдружение “Образование без раници”, финансиран от програма „Кризата като възможност“ на Столична община, администрирана от Асоциация за развитие на София.*

*За “Образование без раници”: “Образование без раници“, сдружение в обществена полза, превежда и адаптира най-добрите в света безплатни образователни ресурси и подкрепя учащите, учителите, семейството, институциите и всички, ангажирани с образованието, в постигането на високи образователни успехи. Консултира институциите, обучава учители и директори за подобряване на процесите на преподаване и учене, с акцент дигитализация и използването на безплатни образователни инструменти и ресурси. Също така е организацията зад българската версия на „Кан Академия“* ([bg.khanacademy.org](https://bg.khanacademy.org/)) - *най-мащабната безплатна платформа за общо образование в света. Съдържа над 14 000 видео урока и над 100 000 интерактивни упражнения (към май 2021 г.), най-вече по учебните предмети от 1-ви до 12-и клас, подготвителни модули от университетското образование и множество уроци от общокултурен характер. Те са вградени в учебна социална мрежа, в която всеки учи със собствено темпо и с подкрепа на самата платформа, а учителите могат да управляват виртуални класове, да следят напредъка и да подкрепят учащите според нуждите им. С различни инструменти Кан Академия насърчава "ученето до майсторство" и усвояването на ключови компетентности на 100%. Платформата дава равен шанс за отлични знания и умения на абсолютно всички деца в България - наравно с над 102 млн. потребители по целия свят (към май 2021 г.).*