



الزامات خاص در طراحی سایت های دوزبانه

در بسیاری از کشورها در سراسر جهان، پتانسیل بالا و نیاز زیادی برای ساخت و طراحی سایت های دو زبانه وجود دارد. هر صاحب وب سایتی می تواند در هر کجای دنیا تلاش کند تا مخاطبان خود را بدین وسیله گسترش دهد و در غیر این صورت طراحی سایت های دو زبانه بیشتر در کشورهایی مورد استفاده است که بیش از یک زبان رسمی در آن وجود دارد.



ممکن است لازم بدانید که وب سایتی انگلیسی/فرانسوی ایجاد نمایید و یا شاید طراحی سایت انگلیسی/اسپانیایی، پرتغالی/اسپانیایی و یا هر ترکیب دیگری از زبان های مختلف نیاز کار شما باشد. همچنین لزوماً نباید زبان انگلیسی، زبان اولیه برای وب سایت شما باشد. به عنوان مثال می توانید در طراحی سایت خود چیدمان و ترتیب فرانسه/انگلیسی داشته باشید.

در حال حاضر سوال از اینجا ناشی می شود که ساختار سایت در وب سایت های چند زبانه به منظور کشف توسط موتورهای جستجو باید چگونه باشد تا شناخت مناسبی از وب سایت برای رتبه بندی مناسب در موتور جستجو ارائه شود؛ به طوری که در فهرست و لیست نتایج مرتبط در موتور جستجو قرار گیرد! در اینجا چند مورد مقررات عمومی در مورد ساخت و طراحی وب سایت های چند زبانه وجود دارد:

سعی نکنید که زبان ها را در کنار هم ترکیب نمایید و در قسمت بالا و پایین هم جای داده و ترجمه کنید.





صفحات خاص زبان های ارائه شده را مشخص نمایید.

لزوم استفاده از متا تگ ها برای زبان ها – تا به موتور جستجو اعلام نمایید که در وب سایت تان چه زبان هایی ارائه شده است.

ارائه لینک از یک زبان به زبان دیگر که به سادگی قابل پیگیری و دنبال کردن باشد.

در نظر گرفتن صفحه ورودی به عنوان صفحه index برای سایت هایی که دارای زبان های مختلف هستند تا لیستی از تمامی زبان های موجود ارائه شود. به طوری که بازدیدکننده بتواند تصمیم بگیرد که از کدامیک از صفحات با زبان مورد نظر دیدن نماید.

الزامات خاص در طراحی سایت های دوزبانه هنگام ساخت سایت های چند زبانه باید Linking از یک زبان به زبان دیگر را گسترش دهید. باید حتماً چند گزینه در دسترس افراد باشد. شما می توانید لینکی ارائه کنید که بازدیدکننده را از صفحاتی که در آن حضور دارد به صفحه دیگر با زبان جایگزین انتقال دهد. و یا اینکه کافی است آنها را به صفحه فهرست هدایت کرده تا افراد بتوانند در صفحه معادل با زبان های جایگزین حرکت نمایند.

بدیهی است که این راه ها بسیار ساده و دارای برخی مزایا می باشد که بازدیدکننده را به صفحه اصلی Landing page کشانده به صورتی که قبل از حرکت به سمت جزئیات، پیغام سایت را دریافت نماید. اما ممکن است که این موارد همیشه مناسب و مورد توجه بازدیدکننده نباشد و به عنوان کلیک های غیر ضروری برایشان تلقی شود. ممکن است واقعاً شما و وب سایت تان را مورد قضاوت قرار دهند و احتمالاً این تصمیمی است که باید توسط مشتری گرفته شود.





هر دو رویکرد برای وب سایت های چند زبانه به خوبی کار می کند، اگر چه حرکت و ناوبری را کمی پیچیده می نماید. در این مورد دو روش مهم برای چگونگی نزدیک تر شدن صفحات زبان های مختلف در وب سایت با یکدیگر وجود دارد:

ایجاد پوشه هایی برای زبان های جایگزین

زیر دامنه های معادل

این دو روش می تواند روش مناسبی برای وجود زبان های دیگر در وب سایت می باشد. مانند fr.mydomain.com این رویکرد کلی برای طراحی سایت های دو زبانه و یا چند زبانه به این معنی است که طراحان وب سایت نیاز به موشکافی در به روزرسانی و حصول اطمینان از به روزرسانی تمامی صفحات به زبان های مختلف می باشد.

با احترام به گوگل باید بگوییم که مفروضاتی هستند که بر روی مکان جغرافیایی وب سایت ها که بر اساس نام دامنه استفاده شده آنها (مکان سرور وب سایت) توجه کرده و زبان های مورد استفاده آنها را تا حدودی تشخیص می دهد.

برای اطمینان از اینکه وب سایت محل جغرافیایی درستی را مورد هدف قرار داده، می توانید از ابزار گوگل وب مستر برای تعریف لوکیشن آن استفاده نمایید. اما این ویژگی باید با احتیاط مورد استفاده قرار گیرد و همین جستجوی فایل های کمکی برای کسب اطلاعات بیشتر را پر اهمیت می سازد. تا بدانید چه زمانی و چگونه از آن باید استفاده کنید.

بنابراین اگر در حال برنامه ریزی برای طراحی سایت در کشورهایی مانند فرانسه و یا هر کشور چند زبانه دیگر هستید، باید مطمئن شوید که طراحی سایت دوزبانه شما به روش صحیحی در حال انجام است.

