

سیستم مدیریت محتوا (CMS) چیست و یک CMS خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟



نویسنده: مهران منصوری فر

CMS یا سیستم مدیریت محتوا چه ویژگی‌هایی دارد؟ این سیستم دقیقاً چه کاربردی داشته و چرا بعضی از وب‌مسترها از آن‌ها استفاده کرده و بعضی دیگر خیلی تمایلی به استفاده از آن‌ها ندارند؟ بهترین CMS ها کدامند؟ این‌ها برخی از سؤالاتی هستند که قصد داریم در این مقاله از مدیروب به آن‌ها پاسخ دهیم.

سیستم یا سامانه مدیریت محتوا (به انگلیسی Content Management System که آن را به اختصار CMS می‌خوانند) در تعریف ساده یک نرم‌افزار تحت وب به منظور ساخت، مدیریت، اصلاح، ویرایش و در نهایت انتشار محتوای دیجیتال اعم از متن، عکس، فایل صوتی یا ویدئویی و دیگر فرمت‌های فایل‌ها در وبسایت‌ها است.

این مقوله با عناوین دیگری مثل Web Content Management یا به اختصار WCM و همچنین Digital Experience Platform یا به اختصار DXP نیز شناخته می‌شود. در این مطلب تصمیم داریم تا این مبحث را از نگاهی جامع مورد بررسی قرار داده و جوانب مختلف آن را مطرح کنیم. با مطالعه این مقاله می‌توانید درک صحیحی از بحث سامانه‌های مدیریت محتوا داشته باشید.

سی‌ام‌اس‌ها از اوایل قرن بیستم و با همه‌گیر شدن دنیای اینترنت جایگاه اصلی خود را پیدا کردند و طی چند سال بعد از ظهور خود پیشرفت قابل توجهی پیدا کردند. می‌توان گفت هرکسی که حتی در مبتدی‌ترین سطح در بحث طراحی یا کار در سایت‌ها فعالیت داشته است به نوعی با این مبحث روبرو شده است. در دهه اخیر گسترش چشم‌گیر سامانه‌های مدیریت محتوا آنقدر زیاد بوده که باید بگوئیم هرکسی از هر قشری که در سطح اینترنت (وبسایت) فعالیت می‌کند با این ابزارها سر و کار دارد.

حتی اگر یک وبلاگ‌نویس ساده هستید نیز شما باز هم در حال کار با یک CMS هستید. این حجم از محبوبیت و گسترش سی‌ام‌اس‌ها یک دلیل اصلی دارد و آن هم این است که در این سیستم‌ها همه چیز به صورت پیش‌فرض آماده استفاده هستند و به خاطر همین مسئله یعنی حتی بدون داشتن کمترین دانش در بحث وب و به خصوص کدهای HTML می‌توانید یک وبسایت را با کمک این ابزارها مدیریت کنید.

البته بحث وبلاگ و وبلاگ‌نویسی به خاطر سادگی و عدم نیاز به مباحث فنی و گسترده به طور کلی در زیرمجموعه سی‌ام‌اس‌ها جای می‌گیرند. به همین خاطر می‌توان با کمک یک CMS ساده تنها در چند دقیقه یک بلاگ

راه‌اندازی کرد. اگر هم تمایلی به خرج هزینه یا راه‌اندازی سیستم انحصاری خود ندارید و می‌خواهید زمان این روند را حتی کوتاه‌تر هم کنید، می‌توانید توسط پلتفرم‌های بلاگینگ مثل Wordpress یا Blogspot به صورت رایگان و سریع یک بلاگ بسازید و محتوای وبلاگی ایجاد کنید.

در ایران هم سرویس‌دهندگان متعددی اقدام به ارائه سرویس برای راه‌اندازی بلاگ به صورت رایگان کرده‌اند که از محبوب‌ترین و معروف‌ترین آن‌ها می‌توان به Blogfa یا Blog.ir اشاره کرد. در واقع سی‌ام‌اس‌ها و پلتفرم‌های وبلاگ‌دهی که نوع ساده‌تر سیستم‌های مدیریت محتوا هستند، تمام ابزارهای لازم برای یک کاربر با سطح دانش تقریباً صفر در زمینه وب‌مستری را فراهم کرده‌اند. این ابزارها از ساختار خود وبلاگ و قالب‌های آماده گرفته تا بخش‌های مورد نظر برای مدیریت آسان و راحت وبلاگ و از همه آن‌ها مهم‌تر بخشی ساده برای تولید و انتشار محتوا را شامل می‌شود.

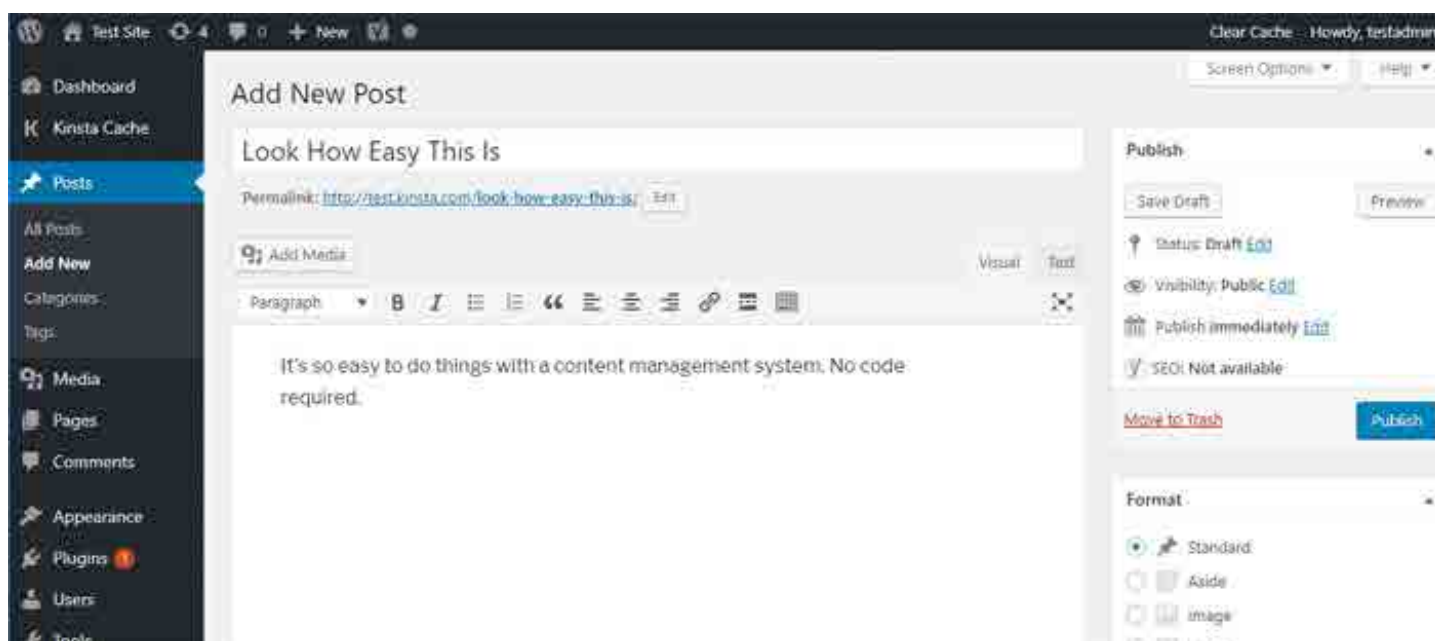
این اولین فرق اساسی یک CMS آماده با CMS های شخصی است. سامانه مدیریت محتوا همه چیز را به صورت خودکار آماده‌سازی می‌کند و بدون اینکه بلاگرها زحمت کار خاصی را به خود بدهند، درست مثل یک نرم‌افزار کامل می‌توانند شروع به استفاده از آن‌ها کنند. اما چنین چیزی در نبود

سیستم مدیریت محتوا (CMS) چیست و یک CMS خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟

CMS ها بی‌معنی خواهد بود. در آن صورت باید به صورت تخصصی یک سیستم مدیریتی انحصاری مورد استفاده قرار گیرد.

مقاله پیشنهادی: [راهنمای ساخت سایت؛ همه آنچه که درباره طراحی](#)

وبسایت باید بدانید



هدف کلی استفاده از یک CMS

تا اینجای کار با معنی و مفهوم اولیه یک سیستم مدیریت محتوا آشنا شدیم و فهمیدیم که یک CMS یک نرم‌افزار تحت وب برای به نمایش درآوردن محتوا از طریق یک کانال دیجیتالی مثل وبسایت است. اگرچه به صورت جزئی اهداف یک CMS گسترده و متفاوت هستند، اما هدف اصلی انتشار محتوا از طریق آن است. مهم نیست محتوای شما یک متن ساده، عکس،

ویدئو و یا حتی نوع پیچیده‌تر محتوا مثل فرم‌ها، ویدجت‌ها یا حتی دیتابیس‌های قابل جستجو باشد؛ با کمک یک سامانه مدیریت محتوا می‌توانید این محتوا را به صورت دسته‌بندی شده و سازمان‌دهی شده به انتشار برسانید. همین کار را می‌توانید با جزئیات بیشتری انجام دهید و حتی زمان انتشار، مشخص کردن مخاطبین خاص و یا زمان انقضا و حذف آن محتوا را نیز در صورت نیاز تعیین کنید.

با این تعاریف می‌توان گفت که با کمک یک سیستم مدیریتی مثل CMS ها می‌توان خیلی راحت آن چیزی که می‌خواهیم را در آن زمانی که می‌خواهیم برای مخاطبینی که تعیین کرده‌ایم به انتشار برسانیم. در نهایت شاید بتوان ساده‌ترین هدف برای استفاده از CMS ها را اینطور بیان کرد :

هدف اصلی استفاده از یک سیستم مدیریت محتوا ، رساندن اطلاعات کاربردی به شکلی مؤثر به مخاطبین است. هدف ثانویه دریافت بازخوردها از این محتوا و اطلاعات ارسال شده است که می‌توان با کمک همین سیستم‌ها آن‌ها را از سوی کاربران در قالب فرم‌های نظرسنجی، فرم‌های نظرات، فرم‌های انتقاد و پیشنهادات دریافت کرد.

چنین رویکردی که بتوان همچین سیستم خوب و جامعی برای توزیع و به اشتراک‌گذاری محتوا ایجاد کرد، می‌تواند منجر به بحث بهبود غیرقابل توصیف تجربه کاربری برای مخاطبین و کاربران وبسایت شما باشد. اما همه ما می‌دانیم که محتوا اگرچه مهم‌ترین بخش یک وبسایت است، اما به هر حال فقط یک بخش از آن را تشکیل می‌دهد و به عبارتی بدون توجه به بخش‌های دیگر نمی‌توان از آن به خوبی بهره برد. موارد دیگری که در کنار محتوا به تکامل یک سایت کمک می‌کنند سرویس‌ها، طراحی صفحات (قالب)، ابزارها و مواردی از این قبیل هستند.

در حقیقت یک وبسایت پکیجی از چند آیتم نام برده است که به کمک یک CMS مدیریت می‌شود. محتوا یا طراحی‌های ظاهری و مسائلی از این دست فقط ظاهر و به اصطلاح نمای کار هستند. اما پشت صحنه مسائل فنی زیادی وجود دارند که برای نمایش صحیح محتوا در سایت در حال فعالیت هستند. خوشبختانه CMS ها از این لحاظ نیز کاربرد کاملی دارند. به خصوص نسل جدید این سیستم‌های مدیریت محتوا که بسیار تکامل یافته هستند و می‌توان با کمک ابزارهای آنان کارهای خیلی زیادی در یک وبسایت کرد.

پلتفرم تجربه دیجیتالی یا Digital Experience Platform چیست و چه تفاوتی با CMS دارد؟

در ادامه بحث قبلی، هدف اصلی شما از استفاده از یک سیستم مدیریت محتوا باید ایجاد یک تجربه کاربری مناسب برای مخاطبین باشد. در بحث دنیای وب چیزی با عنوان تجربه و رابط کاربری وجود دارند که در مقوله CMS آن را با عنوان تخصصی تجربه دیجیتالی می‌شناسند. در ابتدای این مقاله نیز گفتیم که یکی از مفاهیم این بحث چیزی به نام DXP یا Digital Experience Platform است. DXP یک پلتفرم مجازی برای فراهم‌سازی یک تجربه یکپارچه در چند کانال دیجیتالی است.

از جایی که در DXP بازخورد و تجربه کاربری بهبودیافته برای مخاطبین ملاک است، به همین خاطر اولویت اصلی این پلتفرم آنالیز و درک دغدغه‌های کاربران و تلاش برای مرتفع‌سازی مشکلات و بهبود این تجربه کاربری است. چنین پلتفرمی بیشتر توسط ارگان‌های بزرگ که چندین کانال و شبکه دیجیتالی در اختیار دارند به کار برده می‌شود. DXP می‌تواند به این سازمان‌ها کمک کند تا استراتژی‌ها، پردازش‌ها، امور تیمی یا انفرادی و هرگونه تلاش دیگر برای دسترسی به مخاطبین بیشتر را ترازبندی کرده و تطابق‌سازی کند.

به همین خاطر و به دلیل اینکه بحث DXP این روزها گستردگی بیشتری پیدا کرده، آن را به نوعی یک مقوله نسبتاً مجزا می‌دانند. اما به هر حال باید گفت که DXP صرفاً یک رویکرد متفاوت از CMS می‌باشد و هسته مرکزی آن یک سیستم مدیریت محتوای رایج است.



با این تعاریف می‌توان اذعان داشت که تفاوت اصلی موجود بین یک CMS و یک DXP در محدوده سرویس‌دهی‌ها و نگرش مربوط به استفاده از ابزارها در آنان است. یک سیستم معمول مدیریت محتوا می‌تواند یک وبسایت به همراه چندین ابزار و افزونه به منظور بازاریابی‌های مختلف برای SEO، آنالیز یا مسائلی از این قبیل برای وبمسترها فراهم کند. با

همین ابزارها شما می‌توانید با توجه به نیازهای خود یک سایت با تمرکز روی محتوا مثل سایت‌های خبری، آموزشی و ... راه‌اندازی کنید و یا حتی یک فروشگاه اینترنتی ایجاد کنید.

اما در طرف دیگر، DXP درست مثل یک شبکه ایفای نقش کرده و چندین وبسایت مختلف را به صورت ادغام شده یکپارچه‌سازی می‌کند. با یک تعریف ساده‌تر شاید بتوان گفت که DXP یک ابزار جامع برای مدیریت و ایجاد ارتباطات صحیح بین چند وبسایت است که هسته مرکزی آن یک نرم‌افزار تحت وب مثل سیستم‌های مدیریت محتوای رایج است.

بهترین مثال برای DXP وبسایت‌های مربوط به نمایندگی‌های برندها در سراسر جهان است. حتماً شده به یک سایت از یک کمپانی مراجعه کنید و متوجه شوید که آن سایت برای زبان‌های مختلف و کشورهای متفاوت وبسایت‌های مخصوص دارد. همه این وبسایت‌ها توسط پلتفرم DXP به صورت یکپارچه در می‌آیند. البته همانطور که گفتیم، بحث DXP پیچیده و مختص سازمان‌های بزرگ است.

مقاله مرتبط: [HEO چیست؛ ۱۰ نکته‌ای که درباره بهینه‌سازی سایت برای کاربر](#)

[باید بدانید](#)

انواع سیستم‌های مدیریت محتوا

به چند صورت کلی می‌توان از یک CMS برای راه‌اندازی یک کانال دیجیتالی (غالباً یک وبسایت) استفاده کرد. در این بخش به شما این چند مورد را معرفی کرده و ویژگی‌های هرکدام را بازگو می‌کنیم.

- سیستم مدیریت محتوای مدیریت شده (عمومی)

سیستم مدیریت محتوای مدیریت شده یا Managed CMS در حقیقت یک سرویس اینترنتی است که به صورت پیش‌فرض و در قالب یک نرم‌افزار از پیش آماده شده عرضه می‌شود. در این نوع سرویس‌ها همه موارد فنی توسط سرویس‌دهنده‌ای که آن را ارائه می‌کند مدیریت شده و آماده شده است. از برترین مثال‌ها در این مورد می‌توان به Weebly ، WordPress ، Joomla ، Wix و ... اشاره کرد.

این سیستم‌ها درست مثل نرم‌افزارهای معمولی هستند که تنها تفاوتشان این است که باید آن‌ها روی هاست وبسایت خود نصب کنید. بعد از آن شما یک ابزار جامع برای مدیریت محتوای سایت خود در اختیار دارید.

مزیت اصلی استفاده از CMS های آماده پشتیبانی فعال سازنده، توسعه مستمر، بروزرسانی‌های متعدد، ابزارها و افزونه‌های جانبی و احتمالاً از همه

آن‌ها مهم‌تر، سادگی راه‌اندازی و استفاده از آن‌هاست. به همین خاطر است که از هر ۱۰ وبسایت ساخته شده جدید تقریباً ۷ الی ۸ عدد از آن‌ها توسط یکی از همین CMS ها ساخته می‌شوند.

اکثر این سامانه‌های مدیریت محتوا رایگان و متن باز (Open Source) هستند و از افراد آماتور گرفته تا افراد حرفه‌ای می‌توانند تغییرات زیادی در آن‌ها اعمال کنند و یا طراحی‌های منحصر به فردی در آن‌ها پیاده‌سازی کنند. یکی از نکات بسیار مهم و حائز اهمیت این سامانه‌ها این است که آن‌ها (حداقل CMS های شناخته شده و معروف) با تغییرات و قوانین جدید گوگل هم‌راستا بوده و از این لحاظ مشکلی با بحث سئو و امنیت سایت ندارند.

با این حال این سیستم‌ها و ابزارها بنا به دلایلی که از نظر متخصصین حرفه‌ای جزو کمبودها به حساب می‌آیند توسط وب‌مسترها و طراحان وب کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. بعضی از این معایب شامل نداشتن دسترسی به برخی از آیتم‌ها و محدود بودن این CMS ها به برخی زبان‌های کدنویسی می‌باشد. این محدودیت برای خیلی از افراد حرفه‌ای دردسرساز می‌شود و آن‌ها نمی‌توانند تغییرات دلخواه خود را با کدنویسی در قالب اعمال کنند.

- سیستم مدیریت محتوای میزبانی شده (اختصاصی)

نوع دوم از سیستم‌های پلتفرم‌های اختصاصی یک برند یا سازمان حرفه‌ای برای راه‌اندازی یک وبسایت است. به این نوع سیستم‌ها، سامانه‌های نرم‌افزاری مستقل گفته می‌شود. اگرچه این نوع CMS ها به نسبت CMS های آماده کاربرد کمتری دارند، اما صرفاً توسط افراد حرفه‌ای مورد استفاده قرار گرفته و در آن‌ها خبری از آن اندک محدودیت‌های ذکر شده نیست.

با اینکه در سیستم‌های عمومی هم دست شما تا حد خیلی زیادی برای انجام کارهای متفاوت و اعمال تغییرات گوناگون باز است، اما در سیستم‌های مدیریت محتوای اختصاصی به طور کل این بحث وجود ندارد و شما می‌توانید تمام بخش‌های مختلف آن را تغییر دهید. در کنار مزایای ذکر شده برای سیستم‌های اختصاصی، معایبی نیز وجود دارند. امنیت، بروزرسانی و ارتقاء این سامانه‌ها کاملاً به عهده شماست و با آمدن نسل جدید فناوری‌های وب، کار شما برای اعمال آن روی پلتفرم خود سخت‌تر می‌شود. اما در CMS های عمومی این بروزرسانی‌ها به صورت خودکار توسط شرکت سازنده اعمال می‌شوند.

- سیستم مدیریت محتوای سنتی

سیستم مدیریت محتوای سنتی یا Traditional CMS که نام دیگر آن ابزار مدیریت محتوای تحت وب (Web Content Management) نیز می‌باشد، نوع اولیه سامانه‌های مدیریت محتوا است که در آن، ارتباط تنگاتنگی بین بحث ویرایش (برای ویراستاران) و بحث توسعه (برای توسعه‌دهندگان) وجود دارد. در این سیستم‌ها ویراستاران معمولاً دسترسی کاملی به آیتم‌های ویرایش و مدیریت یک مطلب از جمله تغییر عنوان، URL، دسته‌بندی‌ها، درج فایل‌های چندرسانه‌ای و مسائل مشابه دارند. اما در این سیستم‌ها ویراستاران به بخش مدیریتی مرکزی و تنظیمات سایت به ویژه کدهای قالب دسترسی ندارند.

در طرف مقابل، توسعه‌دهندگان (کدنویس‌ها و طراحان) به جز بخش محتوا به بخش‌های مدیریتی و فنی نیز دسترسی دارند. این CMS ها به خاطر اینکه دو لایه مجزا دارند با اصطلاح coupled CMS نیز شناخته می‌شوند. اما نکته اینجاست که کل ماهیت یک سایت در این نوع سیستم‌ها به همین دو بخش خلاصه می‌شود! این یعنی تمام بخش‌های ظاهری سایت به صورت یکپارچه و متصل به هم نمایش داده می‌شوند. این سیستم‌ها اولین نسل از CMS ها بودند و خیلی ساده‌تر از حالت امروزی‌شان بودند.

جالب است که هنوز چندین شرکت نرم‌افزاری از این نوع سیستم‌ها ارائه می‌کنند تا کسانی که فقط به دنبال انتشار محتوای ساده هستند و نمی‌خواهند وارد پیچیدگی‌های زیاد شده یا هزینه خاصی برای خود بتراشند از آن‌ها استفاده کنند.

اما این سادگی‌ها معایبی نیز با خود به همراه دارند. از جایی که CMS های سنتی با آخرین تغییرات وب همراه نیستند، استفاده از آن‌ها برای وبسایت‌های چندمنظوره یا به اصطلاح Cross-platform گزینه مناسبی نیستند. سیستم‌های سنتی صرفاً برای نمایش در مرورگرهای سنتی دسکتاپی قابل استفاده هستند و این یعنی در صورتی که سایت خود را با آن‌ها راه‌اندازی کنید، وبسایت شما قابلیت نمایش صحیح به صورت واکنش‌گرا در مرورگرهای دیگر از جمله موبایل‌های هوشمند، تبلت‌ها یا اشیاء اینترنتی را نخواهد داشت.

معمولاً سرویس‌دهندگان وبلاگ که از روز آغاز فعالیت سیستم خود را با CMS های سنتی بنا کرده‌اند همچنان به این صورت هستند و هنوز در حال فعالیت به شکل سنتی و قدیمی می‌باشند. این قضیه باعث می‌شود تا حتی کاربران اگر هم بخواهند نتوانند تغییرات لازم را در هسته مرکزی این

سامانه‌ها اعمال کنند. با این حال هنوز هم که هنوز تعداد بسیار زیادی از سازمان‌ها و کسب‌وکارهای معمولی و تجارت‌های کوچک‌تر، صرفاً یک وبسایت ساده و بدون آرایش نیاز دارند.

اگر شما هم از همین قبیل کسب‌وکارها هستید و قرار نیست با سایت خود به بازاریابی اینترنتی بپردازید، شاید انتخاب سیستم‌های مدیریت محتوای سنتی آنقدرها هم انتخاب بدی نباشد. اما اگر قصد راه‌اندازی یک سایت حرفه‌ای با کمک CMS ها را دارید، باید سراغ نسل جدید این سیستم‌ها که با عنوان Headless CMS شناخته شده‌اند بروید و یا سیستم میکس و تکامل یافته آن‌ها را که Hybrid CMS نامیده می‌شود به کار بگیرید.

در ادامه این مباحث را توضیح داده و به شما می‌گوئیم که این سیستم‌ها چه ویژگی‌ها و کاربردهایی دارند.



- سیستم مدیریت محتوای هدلس (Headless CMS)

در مبحث طراحی وب اصطلاحاتی با نام بک‌اند (Back-end) و فرانت‌اند (Front-end) وجود دارد. این دو اصطلاح در حقیقت دو لایه تفکیک شده از یک وبسایت هستند. با تعریف خیلی ساده باید گفت بک‌اند سرور و آیتم‌های فنی پشت صحنه را شامل شده و فرانت‌اند مواردی است که کلاینت (کاربر، مرورگر و ...) آن را مشاهده می‌کند.

به عبارت ساده‌تر، لایه Back-end قسمت پردازش فرآیندها و بخش پنهان است و در طرف مقابل لایه Front-end بخش یا الگوی نمایش داده شده برای کاربران را شامل می‌شود. از روی کلمات نیز می‌توان متوجه منظور این اصطلاحات شد. بک‌اند (مواردی که در پشت (Back) در حال پردازش و فعالیت هستند) و فرانت‌اند (مواردی که در جلو (Front) در حال نمایش و پردازش می‌باشند).

از نگاه تخصصی‌تر باید گفت که Back-end روی زبان‌های برنامه‌نویسی کامپایل شده و زبان‌های اصلی برنامه‌نویسی مثل Java ، C# و یا PHP طراحی می‌شود اما Front-end صرفاً روی زبان‌های تحت وب مثل HTML ، CSS یا جاوا اسکریپت و کتابخانه‌های معروف آن مثل JQuery و یا استانداردهای دیگری همچون AJAX متمرکز است.

اگر بخواهیم این دو مورد را در یک مثال ساده توضیح دهیم می‌توانیم یک دستگاه خودپرداز (ATM) را نام ببریم. این دستگاه از دو بخش کلی ساخته شده است. بخش مخزن پول و فرآیندهای پردازشی در واقع همان Back-end می‌باشد و رابط کاربری دستگاه برای مخاطبین (شامل دکمه‌ها، صفحه نمایش و مکانیزم دریافت پول) بخش Front-end است.

در CMS های سنتی، بک‌اند و فرانت‌اند در قالب یک مجموعه یکپارچه توسعه داده می‌شوند و در حالت عادی نمی‌توان فقط یکی از آن‌ها را دستخوش تغییرات بنیادی کرد. اما در Headless CMS این دو لایه مجزا هستند و توسعه‌دهندگان می‌توانند به صورت جداگانه روی هر بخش فعالیت کنند.

این قابلیت به توسعه‌دهندگان این امکان را می‌دهد تا تغییرات خیلی بیشتری در بخش‌های مختلف یک وبسایت اعمال کنند بدون اینکه نگران تأثیرپذیری این تغییرات در بخش‌های دیگر باشند. مهم‌ترین این تغییرات و قابلیت‌ها امکان مدیریت و ویرایش نوع نمایش ظاهری سایت برای دستگاه‌های مختلف به صورت ریسپانسیو است.

تمرکز سیستم‌های Headless روی همین مسئله است و به همین خاطر این عنوان برای آن‌ها برگزیده شده‌اند؛ چرا که می‌توان در این سیستم‌ها هر بخش را به صورت جداگانه ویرایش کرد. در واقع ایده اصلی استفاده از یک Headless CMS جدا کردن محتوا و ارائه کردن آن در لایه‌های جداگانه است. در این نوع CMS لایه نمایش داده شده به کلاینت (طرح قالب و چارچوب) به عنوان سر (Head) و محتوا به عنوان بدنه (Body) علامت‌گذاری می‌شوند.

در یک CMS نوع Headless محتوا تحت هر شرایطی یکسان باقی می‌ماند. در حالی که هر کلاینت یا کاربر با هر دستگاه (اعم از مرورگرهای کامپیوتری یا اپلیکیشن‌های موبایلی) می‌تواند به این محتوا دسترسی داشته باشد، تغییری در ساختار محتوا به وجود نمی‌آید و اگر هم تغییر خاصی صورت بگیرد صرفاً در بخش نمایش دادن و کادربندی‌های صحیح است.

این قابلیت‌ها باعث شده‌اند تا سیستم‌های هدلس کاملاً داینامیک باشند. به همین دلیل توسعه‌دهندگان کدها و تغییرات خود را از طریق رابط کاربری برنامه‌نویسی (Application Programming Interface) که به آن API می‌گویند روی CMS اعمال می‌کنند.

یک API درحقیقت یک ابزار واسطه برای به اشتراک‌گذاری و ایجاد ارتباط صحیح بین دو نرم‌افزار می‌باشد. API به گونه‌ای یک رابط کاربری و ابزاری برای اعمال تغییرات مورد نیاز است و پل ارتباطی بین توسعه‌دهنده با کدهای برنامه‌نویسی محسوب می‌شود.

از هدلس سی‌ام‌اس‌ها بیشتر در ساخت و توسعه اپلیکیشن‌های موبایلی یا نرم‌افزارهای تحت وب برای اینترنت اشیا (IoT) استفاده می‌شود. این یعنی نمی‌توان گفت یک سیستم مدیریت محتوای Headless بهترین سی‌ام‌اس برای راه‌اندازی یک سایت است بلکه این سیستم بهترین رویکرد برای ساخت و توسعه اپ‌های موبایلی می‌باشد.

[بیشتر بدانید: پست مهمان و پست معکوس چیست و چه تاثیری بر](#)

[سئو دارد؟](#)

- سیستم مدیریت محتوای ترکیبی (Hybrid CMS)

با پیشرفت روزافزون هدلس سی‌ام‌اس‌ها در سال‌های اخیر، تقریباً اکثر قریب به یقین تجارت‌های دیگر به این سیستم‌های مدیریت محتوا کوچ کردند و همین مسئله باعث شد تا شرکت‌های ارائه‌دهنده سی‌ام‌اس‌های سنتی برای رقابت چاره‌ای بی‌اندیشند. نتیجه تلاش این شرکت‌ها اضافه شدن

محتوای تحت‌وب با کمک API ها بود. به دنبال این اقدام CMS جدیدی به نام decoupled CMS یا Hybrid CMS (سی‌ام‌اس ترکیبی) خلق شد.

یک Hybrid CMS این قابلیت را دارد که لایه هد (Head) را به صورت یک گزینه آپشنال در اختیار توسعه‌دهندگان قرار دهد تا آن‌ها بتوانند یک وبسایت استاندارد ساخته و در عین حال خروجی دلخواه خود را در پلتفرم‌های گوناگون با تغییرات دلخواهشان بسازند.

البته با توجه به نوع شرکت ارائه‌دهنده این سی‌ام‌اس‌ها ممکن است API آن‌ها نیز کمی متفاوت باشد. اما به زبان ساده می‌توان گفت این نسل جدید از سامانه‌های مدیریت محتوا به گونه‌ای یک سیستم تلفیقی و ترکیبی از سی‌ام‌اس‌های سنتی و هدلس هستند.

هیبرید سی‌ام‌اس‌ها به خاطر داینامیک بودن زیاد و کیفیت خاصی که دارند مورد توجه وبسایت‌هایی قرار می‌گیرند که اولویت آن‌ها ساختار محتوایی غنی با پشتیبانی از انواع فرمت‌های رسانه‌ای است. مزیت فوق‌العاده‌ی این سیستم‌ها پشتیبانی از طیف وسیعی از زبان‌های برنامه‌نویسی است.

- مقایسه سریع Traditional CMS , Headless CMS , Hybrid CMS

شاید مباحث ذکر شده کمی پیچیده باشند و انتخاب را برای افرادی که کمتر با این مسائل آشنا هستند سخت کنند. به همین خاطر در ادامه به صورت سریع ویژگی‌های این سیستم‌ها را ذکر می‌کنیم:

- اگر صرفاً فقط یک وبسایت ساده و معمولی می‌خواهید از Traditional CMS استفاده کنید.

- اگر پروژه شما بیشتر شبیه به یک اپلیکیشن موبایلی یا اینترنت اشیا (IoT) است از Headless CMS استفاده کنید.

- اگر می‌خواهید وبسایتی غنی، کامل و داینامیک داشته باشید و از ترکیب عناصر مختلف استفاده کنید و همچنین خواهان بهره‌مند شدن از قابلیت‌های کراس پلتفرم هستید، نوع Hybrid CMS را انتخاب کنید.

با توجه به توضیحات و مقایسه بالا، مسلماً می‌توان گفت که بهترین نوع یک سیستم اس نوع Hybrid CMS است که به نوعی دو حالت دیگر را نیز شامل می‌شود. اما با این حال باید قبل از انتخاب آن ببینید که دقیقاً چه چیزی نیاز دارید.

امکاناتی که تولید محتوا با CMS به شما می‌دهد

حالا که با ماهیت سیستم‌های محتوا آشنا شدید وقت آن است که به فاز دوم برویم و استفاده از آن‌ها را یاد بگیریم. همانطور که از نام این سیستم‌ها پیداست اصلی‌ترین کاربرد و مهم‌ترین ویژگی یک CMS قابلیت تولید، انتشار و مدیریت محتوا است.

در حالت عادی یک محتوا شامل متن، تعدادی عکس و شاید ویدئو و فایل‌ها و اسناد دیگر باشد. محتوای شما هرچیزی که هست، خیالتان راحت! با کمک سیستم‌های محتوا می‌توانید آن‌ها را به بهترین شکل ممکن شکل دهید و به انتشار برسانید.

اما با این حال برای تولید محتوای حرفه‌ای به منظور بازاریابی با محتوا شما باید اصول خاصی را در بخش نگارش و تکنیک‌های فنی رعایت کنید. در کنار این مسئله همچنین استراتژی‌های متعددی برای کسب موفقیت در این حوزه وجود دارد که در مقاله‌ای دیگر به صورت کامل و تخصصی به آن پرداخته‌ایم.

مقاله پیشنهادی: [بازاریابی محتوا چیست؛ راهنمای کامل استفاده از آن در](#)

[کسب‌وکارها](#)

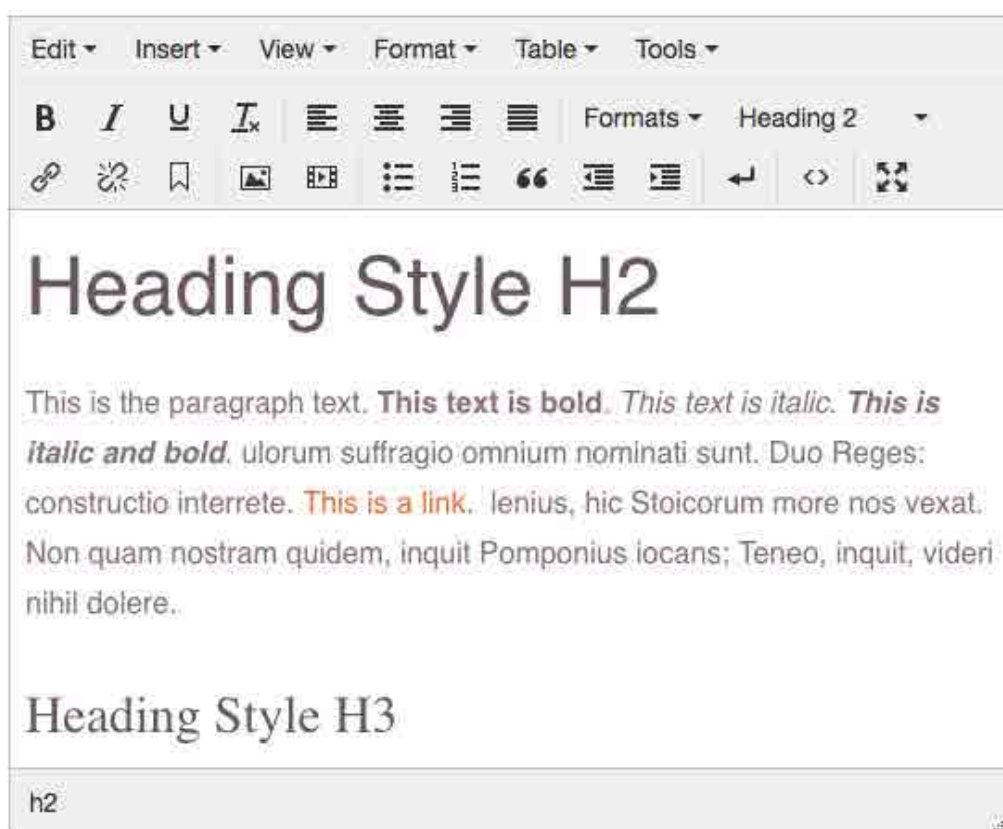
استفاده از ویرایشگر متنی یا Text Editor Tool

در قلب هر CMS یک ویرایشگر متنی وجود دارد که تمام بار تولید محتوا روی دوش آن است. این ویرایشگرها طی چندین مرحله در سال‌های اخیر پیشرفت کرده و با آخرین متدهای نگارشی دیجیتالی بروزرسانی شده‌اند. معمولاً این ابزارهای کارآمد در بلاگ‌های معمولی وجود ندارند. با این حال شما حتی می‌توانید ابزارهای قابل شخصی‌سازی را نیز جایگزین این ویرایشگرها کنید.

دلیل اهمیت این ویرایشگرها این است که با بروزرسانی الگوریتم‌های گوگل و گسترش هرچه بیشتر مباحث مربوط به سئو به خصوص در بحث تولید محتوا، این ویرایشگرها نیز به خوبی نیازهای یک تولید محتوا کننده را تأمین می‌کنند. شایان ذکر است که ادیتورهای متنی CMS ها از نوع WYSIWYG یا What You See Is What You Get می‌باشند. این نوع ادیتورها درواقع نسل جدید ویرایشگرها هستند و با کمک آن‌ها شما دقیقاً همان چیزی که نگارش می‌کنید را در مرحله نهایی در وبسایت نیز خواهید دید. این مسئله یکی از کمبودها و معایب اصلی خیلی از سیستم‌های نسل قدیمی بود که در آن‌ها بخش ویرایشگر با خروجی تطابق کافی را نداشتند.

این ویرایشگرهای متنی به خوبی از تگ‌های هدینگ و کدهای نوشتاری HTML

پشتیبانی می‌کنند. شما همچنین می‌توانید به صورت مستقیم ویرایشگر متنی خود را در حالت کدهای اچ‌تی‌ام‌ال قرار دهید تا کدها را ویرایش کنید. از دیگر چیزهایی که در این ابزارهای نوشتاری پشتیبانی می‌شوند می‌توان به فرمت‌های تکست، امکان درج کدهای ایمبدشده، درج پاراگراف‌ها، نقل قول، اسکرپت‌ها، لینک‌دهی‌ها و بسیاری دیگر اشاره کرد.



هماهنگی CMS با SEO و Metadata

بدون هیچ شکی، تطابق کامل سی‌ام‌اس مورد نظر شما با فرآیندها و کمپین‌های سئو یکی از مهم‌ترین نکاتی است که قبل از انتخاب یک سیستم

مدیریت محتوا باید به آن دقت کرد. خوشبختانه سیستم‌های جدید به خوبی با الگوریتم‌ها و تغییرات سئو سازگاری دارند. اما با این حال نوع این سازگاری‌ها ممکن است کمی متفاوت باشد.

این سامانه‌های مدیریتی همچنین به جز پشتیبانی از آخرین تغییرات امنیتی، ابزارها، پلاگین‌ها و ویدجت‌های کاربردی زیادی برای سایت‌های میزبانی شده در نظر گرفته‌اند که استفاده از آن‌ها در کمپین‌های تبلیغاتی و کمپین‌های سئو به شدت تأثیرگذار است. شاید افزونه Yoast SEO برای سیستم مدیریت محتوای وردپرس معروف‌ترین آن‌ها باشد. با وجود چنین افزونه‌ای، نه تنها تمام فعالیت‌های سئو در بخش تولید محتوا تحت نظارت حرفه‌ای قرار می‌گیرد، بلکه راهکارها و تاکتیک‌های خاصی نیز به منظور هرچه بیشتر دیده شدن محتوای شما توسط این ابزارها صورت می‌گیرد. همچنین باید گفت که از لحاظ آنالیز و ابزارهای عرضه شده در این زمینه از جمله مهم‌ترین آن‌ها گوگل وب‌مستر تولز نیز این سامانه‌ها به خوبی همگام‌سازی می‌شوند.

چنین سیستم‌ها و ابزارهایی در یک CMS اختصاصی به این صورت وجود ندارد و اگر شما سراغ استفاده از یک سیستم اختصاصی رفته‌اید، باید این بخش را نیز به صورت تخصصی مورد توجه قرار دهید. همچنین باید گفت

که این سیستم‌های مدیریت محتوای غیراختصاصی به خوبی از تکنولوژی‌ها و تغییرات موتورهای جستجو پشتیبانی می‌کنند. برای مثال با استفاده از این CMS ها دیگر لازم نیست نگران بحث متاتگ‌ها یا متادیتاها باشید. سازگاری سی‌ام‌اس‌ها با موتورهای جستجو بسیار بالاست.

مقاله مرتبط: [متا تگ چیست و چگونه به سئوی سایت شما کمک می‌کند؟](#)

طراحی قالب و راه‌اندازی وبسایت در CMS

از نکات بارز و قابل توجه سی‌ام‌اس‌ها داشتن ده‌ها قالب پیش‌فرض به محض نصب و راه‌اندازی اولیه است. به جز این شما می‌توانید صدها یا هزاران قالب رایگان یا پولی دیگر را از منابع مختلف تهیه کرده و روی وبسایت خود نصب کنید. بعضی از این قالب‌ها آنقدر تکامل‌یافته هستند که همه نیازهای شما را برطرف کرده و حتی امکانات خیلی بیشتری از آنچه که نیاز دارید در اختیار شما قرار دهند.

همچنین باید گفت که به یمن تکنولوژی‌های طراحی وب نسل جدید، قالب‌های ساخته شده برای این سی‌ام‌اس‌ها به خوبی از مسائلی همچون ریسپانسیو بودن پشتیبانی می‌کنند. به جز این مسائل، امکان شخصی‌سازی و سفارشی کردن قالب‌ها در این سیستم‌ها به شکل خیلی خوبی گنجانده

شده است تا کاربران بتوانند با توجه به نیاز یا سلیقه خود کادربندی‌ها و چارچوب قالب وبسایت را تغییر دهند.

اگر نیاز به تغییرات ظاهری بیشتر و یا افزودن افکت‌های جذاب به قالب خود هستید، کدهای CSS می‌توانند برای استایل‌دهی به قسمت‌های گوناگون به کار برده شوند. اما اگر هم با قالب‌های پیش‌فرض کنار نیامدید، می‌توانید با سفارش طراحی سایت قالب اختصاصی خودتان را داشته باشید. در مجموع باید گفت از این لحاظ این سیستم‌ها به خوبی می‌توانند در سطح کاملاً حرفه‌ای یک سایت زیبا، کارآمد و تخصصی برای شما ایجاد کنند.

بیشتر بدانید: در انتخاب رنگ یک وبسایت چه نکاتی را باید در نظر بگیریم؟



وجود افزونه‌های حرفه‌ای و قابلیت شخصی‌سازی سیستم و ابزارهای داخلی

با در اختیار داشتن یک CMS کاربردی نه تنها می‌توانید ظاهر بیرونی سایت خود را دستکاری کرده و مطابق با سلیقه و نیازتان تزئین کنید، بلکه می‌توانید سیستم و ابزارهای خود سایت را نیز دستخوش تغییرات لازم کنید. برای مثال می‌توانید ابزارهای مدیریتی را آنطور که می‌خواهید در صفحه جایگذاری کنید و یا با کمک افزونه‌ها و پلاگین‌های حرفه‌ای یک میز کار تخصصی برای خودتان دست و پا کنید!

به جز این، وجود صدها افزونه حرفه‌ای دیگر مثل بهینه‌سازهای سایت و سرور، افزونه‌های بک‌آپ‌گیری، افزونه‌های افزایش سرعت سایت و صدها افزونه کاربردی و متفاوت دیگر نیز در این سیستم‌های مدیریت محتوا قرار داده شده‌اند. تمام این ابزارها و افزونه‌ها در بخشی به نام User Dashboard تعبیه شده‌اند و کاربر می‌تواند خیلی راحت و سریع به هر بخشی که می‌خواهد دسترسی داشته باشد.

قابلیت انتشار سریع یا زمان‌بندی شده مطالب

یکی از دست‌داشتنی‌ترین قابلیت‌های سیستم‌ها امکان زمان‌بندی انتشار مطالب است. زمانی که شما محتوای خود را که در قالب یک مطلب (Post) آماده انتشار است تکمیل کردید، می‌توانید آن را همان لحظه به انتشار برسانید و یا آن را برای انتشار در آینده زمان‌بندی کنید. برای این کار خیلی راحت می‌توانید روز و ساعت انتشار هر مطلب را تعیین کنید و به محض رسیدن زمان به آن تاریخ، مطلب مورد نظر شما منتشر شود. این قابلیت به هزاران کسب‌وکار مختلف کمک کرده تا بتوانند با نظم و ترتیب فعالیت‌های خود را سازمان‌دهی کنند.

قابلیت ساخت چندین ادمین و مشارکت‌کننده

از قابلیت‌های بسیار کاربردی و عالی یک CMS این است که به شما این امکان را می‌دهد تا بتوانید یک سیستم عضویت راه‌اندازی کنید و یا با ایجاد حساب‌های کاربری، تیم مدیریتی خود را تشکیل دهید. چندین و چند جایگاه مدیریتی برای تعیین وظایف وجود دارد. برای مثال می‌توانید اعضای تیم خود را در نقش‌های مختلف مثل نویسنده، ویرایشگر، مشارکت‌کننده قرار دهید و یا حتی یک ادمین کامل برای مدیریت همه بخش‌ها در نظر بگیرید.

شما به عنوان ادمین کل و مدیریت اصلی می‌توانید هر زمان که خواستید دیگر اعضا و کادر پرسنل را مدیریت کرده به آن‌ها ترفیع داده و یا حتی آن‌ها را برکنار کنید. این کارها در یک کنترل پنل مدیریتی قدرتمند و در عین حال ساده قابل انجام هستند. شما همچنین می‌توانید با فعالسازی سیستم پست مهمان از کاربران و مخاطبین سایت خود بخواهید تا در انتشار محتوای بیشتر به شما کمک کنند. این اقدام یکی از روش‌های کسب رتبه بهتر و بهبود سئو می‌باشد.



قابلیت مشاهده پیش‌نمایش و تست

وقتی با یک CMS سایت خود را راه‌اندازی کرده باشید می‌توانید از قابلیت‌های مخصوص و بسیار خوبی برای توسعه و گسترش سایت خود استفاده کنید. یکی از این ویژگی‌ها، امکان استفاده از قابلیت پیش‌نمایش تغییرات است. چه در حین اعمال تغییرات روی بخش کدنویسی و قالب و یا چه با ایجاد تغییر و ویرایش محتوای مطالب، می‌توانید قبل از نهایی‌سازی آن و اعمال این تغییرات به صورت همگانی، به راحتی قبل از هرکسی فقط خودتان این تغییرات به صورت پیش‌نمایش مشاهده کنید تا مشکلات و کم‌وکاستی‌ها را شناسایی کنید و قبل از انتشار نهایی آن‌ها را مرتفع سازید.

چنین کاری در نوع سیستم‌های سنتی بسیار سخت و تقریباً نشدنی بود. وب‌مسترها در گذشته برای این کار ابتدا کدهای فعلی را کپی کرده و در جایی دیگر نگهداری می‌کردند و سپس تغییرات دلخواه را روی کدها می‌دادند و در صورتی که اشتباهی در کار انجام میشد، باید مجدداً کدهای کپی شده قبلی را جایگزین می‌کردند. این روند خسته‌کننده باعث میشد تا فرآیند ویرایش بسیار سخت و دشوار دنبال شود.

بروزرسانی‌های پی‌درپی و امنیت بالا

درست مثل نرم‌افزارهای کامپیوتری، سیستم‌های مدیریت محتوا نیز در پکیج‌های نرم‌افزاری عرضه می‌شوند. این یعنی احتمال وجود باگ و مشکلات جزئی کم نیست. با این حال جای هیچ نگرانی نیست. ارائه‌دهنده CMS ها به صورت پشت هم و مستمر در حال بررسی مشکلات و رفع باگ‌ها و افزایش امنیت این سامانه‌ها هستند و این یعنی وبسایت شما هر لحظه در حال بهتر شدن از قبل است.

برای این کار لازم نیست شما کوچک‌ترین استرس یا دغدغه‌ای داشته باشید. تمام کاری که باید کنید این است که به محض انتشار آپدیت‌های جدید با یک کلیک سی‌ام‌اس خود را بروزرسانی کنید تا به آخرین ورژن موجود ارتقاء پیدا کرده و مشکلات و ایرادات جزئی از بین بروند. همانطور که گفته شد، این بروزرسانی‌ها همواره شامل آپدیت‌ها و پچ‌های امنیتی نیز می‌باشند. این سیستم‌ها به صورت پیش‌فرض از آخرین فناوری‌های روز برای افزایش امنیت بهره‌مند می‌باشند اما با این حال در صورت اضافه شدن متدهای امنیتی بیشتر، می‌توانید در سریع‌ترین زمان ممکن آن‌ها را در اختیار داشته باشید.



وجود پشتیبانی و انجمن‌های گفتگو پیرامون آن

از دیگر مسائلی که وب‌مسترها را به استفاده از سیستم‌های مدیریت محتوا سوق می‌دهد، امکان بهره‌مندی از پشتیبانی‌های قدرتمند سازنده است. اگرچه این سیستم‌ها اغلب رایگان هستند اما سازندگان آن‌ها برای این محصولات پشتیبانی نیز دارند و در صورتی که شما مشکل خاصی در استفاده از آن‌ها داشته باشید می‌توانید با ارجاع آن به سازندگان، از آن‌ها درخواست کمک کنید.

به جز این، معمولاً همه این سیستم‌ها دارای یک بخشی در سایت خودشان هستند که شبیه به یک انجمن گفتگو برای کاربران است. در این انجمن‌ها همیشه متخصصین زیادی از خود کاربران وجود دارند که می‌توان از آن‌ها مشاره گرفت و یا مشکلات پیش آمده را با آن‌ها در میان گذاشت. چنین قابلیتی در سیستم‌های اختصاصی وجود ندارد.

جمع‌بندی

سیستم‌های مدیریت محتوا همان چیزی هستند که هر وبسایت و وبمستری به آن‌ها نیاز دارد. این سیستم‌ها کار ما را به شدت آسان کرده‌اند و به هرکسی این امکان را می‌دهند تا بتواند از صفر یک وبسایت ایجاد کند. با توجه به اینکه این سیستم‌ها رایگان و متن باز هستند، استفاده از آن‌ها نیز شامل هزینه‌های ثابت نیست و برخلاف هاست و دامنه که باید به صورت ماهیانه یا سالیانه آن‌ها را پرداخت کرد، از این لحاظ می‌توان با خیال راحت از این سیستم‌های مدیریت محتوا استفاده کرد.

البته قابلیت خرید نسخه‌های حرفه‌ای این سیستم‌ها برای سازمان‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ فراهم شده است اما نسخه پایه و رایج آن‌ها معمولاً رایگان است. از بهترین سیستم‌های حال حاضر که تجارت‌های ایرانی

سیستم مدیریت محتوا (CMS) چیست و یک CMS خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟

بسیاری نیز از آنها استفاده می‌کنند می‌توان به ، Joomla! ، WordPress ، Weebly ، SquarSpace ، Wix ، Drupal و HubSpot اشاره کرد.