

ردیف	عنوان سایت:	آدرس URL:	نام متولی:	امتیاز	وزن
۱	عمومی:				(۹۰)
۱-۱	پرچم کامل و رسمی جمهوری اسلامی ایران				۵
۱-۲	وجود نقشه سایت ^۱ یا فهرست موضوعی ^۲				۵
۱-۳	جستجوی ساده				۵
۱-۴	جستجوی پیشرفته (در این امکان فیلترگذاری برای کل محتوای وبسایت انجام می‌شود، این امکان در برخی وبسایت‌ها می‌تواند با فیلد بعد ترکیب شود)				۵
۱-۵	فیلترگذاری اختصاصی (دریخ‌هایی که تعدد اسناد و اطلاعات وجود دارد - مانند قوانین و مقررات - براساس دسته‌بندی مناسبی که در بخش "اخبار و اطلاعات" - ردیف ۳ معیارها - آمده است، در جهت سهولت دسترسی به اطلاعات امکان فیلترگذاری قرار داده شود. تفاوت فیلتر با جستجوی پیشرفته در این است که فیلتر فقط اطلاعات همان بخش را نمایش می‌دهد)				۵
۱-۶	امکان نسخه قابل چاپ کلیه صفحات				۱۰
۱-۷	وجود نسخه انگلیسی (حداقل محتوا در نسخه انگلیسی، باید شامل بخش "معرفی و ارتباط" - ردیف ۲ معیارها - باشد)				۱۰
۱-۸	شمارشگر مراجعان برای هر صفحه				۵
۱-۹	مکان فضای میزبانی سایت در داخل کشور				۵
۱-۱۰	اختصاص آدرس با پسوند .IR				۵
۱-۱۱	تناسب نام دامنه با حوزه فعالیت و نیز کوتاه بودن آدرس				۵
۱-۱۲	سازگاری با مرورگرهای مختلف به صورتیکه وبسایت در همه مرورگرها به یک شکل واحد مشاهده شود (حداقل چهار مرورگر (Google Chrome), (Fire Fox), (Opera), (Internet Explorer))				۵
۱-۱۳	در دسترس بودن وبسایت و خدمات آن به صورت ۲۴ ساعت شبانه‌روز، ۷ روز هفته و ۳۶۵ روز سال				۱۰
۱-۱۴	عدم وجود تبلیغات نامرتب، پنجره‌های بازشونده خودکار ^۳ و تبلیغات ناخواسته				۵
۱-۱۵	فعال بودن کلیک راست (این قابلیت امکان کپی کردن متن را به بیننده خواهد داد)				۵
۲	معرفی و ارتباط:				(۵۰)
۲-۱	معرفی کامل شامل: آرم، شرح وظایف کلی، تشکیلات و ساختار سازمانی (ساختار به صورت ابرمتنی ^۴ یا فرایپونده ^۵ درج شده باشد و حتی‌المقدور از تصویر چارت استفاده نگردد)، هدف، سیاست، خط مشی، مأموریت، چشم انداز، نوع فعالیت، خدمات مرتبط با موضوع وبسایت و معرفی واحدهای وابسته				۱۰
۲-۲	اطلاعات تماس موارد زیر (با رعایت شرح موجود در بندهای A، B و C): I. شرکت ارزیابی شونده (۵) II. مدیران صاحب مسئولیت و پاسخگوی شرکت و چگونگی تعیین وقت ملاقات (۵) III. مسئول بارگذاری محتوای وبسایت (۵) IV. سازمان‌های بالادستی، زیرمجموعه و همکار (۵) A. اطلاعات تماس فردی شامل: نام و نام خانوادگی، سمت، موضوع پاسخگویی (بازدید کننده باید بداند در چه موضوعی می‌تواند با فرد مورد نظر تماس بگیرد) آدرس پستی (آدرس پستی باید کامل و شامل کدپستی، نام ساختمان، پلاک، طبقه، شماره یا عنوان				۲۰

^۱ Site map
^۲ Site index
^۳ Popup
^۴ Hypertext (لینک به مطالب مرتبط)
^۵ Hyperlink (لینک به آدرس‌های مرتبط)

	<p>اتاق باشد)، شماره تلفن مستقیم و داخلی (اعلام کد یا پیش‌شماره شهرستان) ، پست الکترونیک سازمانی، نامبر B. اطلاعات تماس شرکت شامل: شماره تلفن‌خانه، گویا، نامبر، آدرس پستی، پست الکترونیک (e-Mail)، ساعات کار و ایام تعطیلات دستگاه، تصویر نقشه دسترسی به آدرس، تصویر ساختمان و سردرورودی، نحوه دسترسی به حمل و نقل عمومی و یا پارکینگ‌ها، آدرس الکترونیکی وبسایت (اعلام آدرس وبسایت در این بخش جهت تکمیل اطلاعات ارائه شده به بازدید کننده بوده و ارتباطی به بخش پیوندها ندارد)</p> <p>C. در جهت جلوگیری از هجوم ایمیل‌های تبلیغاتی و اسپم، اعلام پست الکترونیک باید با فرمت غیر قابل شناسایی توسط ربات‌های الکترونیک باشد - مثال: name(at)site.ir</p>	
۲-۳	وجود فرم الکترونیک جهت ارتباط با مدیران شرکت و نیز مسئول وبسایت، با حفظ محرمانگی (محرمانگی در اینجا به معنای اجباری نبودن تکمیل فیلدهای مشخصات شخصی است)	۱۰
۲-۴	وجود دو عنوان "تماس با ما" و "درباره ما" با محتوای موارد فوق	۵
۲-۵	مشاهده دو عنوان "تماس با ما" و "درباره ما" در بخش مشخصی از وبسایت (بعضاً مشاهده شده در برخی وبسایت‌ها این دو عنوان در دو بخش متفاوت - یکی در منوی بالا و دیگری در منوی سمت راست- درج شده‌اند و بیننده به راحتی قادر به مشاهده آنها نیست)	۵
۳	اطلاع‌رسانی و اخبار:	(۹۰)
۳-۱	مجزا بودن وبسایت خبری از وبسایت اصلی شرکت (در جهت استفاده بهتر بازدیدکننده از امکانات وبسایت اصلی، وبسایت خبری به صورت یک زیرسایت با فرمت http://news.site.ir ایجاد شود)	۱۰
۳-۲	اخبار، رویدادها و اطلاعیه‌ها با ذکر مرجع و تاریخ درج و وجود نسخه RSS (RSS فقط برای بخش خبر)	۵
۳-۳	فعالیت‌ها و تصمیم‌های مسئولان دستگاه، با ذکر تاریخ رخداد	۵
۳-۴	اطلاعات آماری مربوط به آن دستگاه در بخش مستقل با ذکر تاریخ استخراج	۱۰
۳-۵	مجموعه قوانین، مقررات، آئین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و ضوابط، با ذکر تاریخ تصویب سند (در صورت تعدد عناوین، اسناد این بخش در دو دسته‌بندی موضوعی و نوع سند ارائه گردند)	۱۵
۳-۶	وجود بخش‌هایی مانند نشریه، مقاله، گزارش و برنامه‌های جاری و آتی، با ذکر تاریخ تولید (در صورت تعدد عناوین، اسناد این بخش در دو دسته‌بندی موضوعی و نوع سند ارائه گردند)	۱۰
۳-۷	وجود بخش گالری تصاویر با ذکر تاریخ (دسته‌بندی مناسب، انتخاب عناوین کلی و نیز توضیح مختصر برای هر عکس در این بخش از اهمیت خاصی برخوردار است)	۵
۳-۸	درج شناسنامه خدمات الکترونیک، غیرالکترونیک و واگذار شده به دفاتر پیشخوان	۱۰
۳-۹	فهرست خدمات قابل ارائه در دفاتر پیشخوان دولت و لیست دفاتر ارائه دهنده آن خدمات	۱۰
۳-۱۰	درج راهنمای نحوه تکمیل فرم‌های الکترونیکی موجود در وبسایت	۱۰
۴	پیوندها:	(۳۰)
۴-۱	معرفی آدرس وبسایت‌های اینترنتی دستگاه‌های بالادستی، زیرمجموعه، وبسایت‌های همکار و مرتبط (سازمان‌های غیروابسته) با دسته‌بندی مناسب و مجزا	۵
۴-۲	لینک به فهرست وبسایت‌های صنعت آب و برق - موجود در پرتال وزارت نیرو به آدرس www.moe.gov.ir (به دلیل تغییرات مستمر آدرس شرکت‌های مرتبط با صنعت آب و برق لینک به پرتال وزارت نیرو به عنوان مرجع دارای امتیاز است)	۱۰
۴-۳	درج تیتیر مناسب از آدرس پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر معظم رهبری، ریاست جمهوری، پرتال ملی و استانی و سایر لینک‌های بخشنامه‌ای، در نقطه‌ای مناسب در صفحه اصلی سایت	۵
۴-۴	عدم وجود لینک‌های غیرفعال	۵
۴-۵	لینک‌های خارجی (بجز صفحات داخل خود وبسایت) در صفحه جدید باز شوند (این امکان باعث می‌شود تا بیننده از صفحه مورد بازدید خارج نشود)	۵
	نکته: کليه URL‌های درج شده در این بخش باید لینک به همان آدرس بوده تا بیننده نیاز به کپی کردن آدرس در مرورگر نداشته باشد.	

۵	پرسش و نظر:	(۲۰)
۵-۱	وجود بخش ارسال نظر به دو صورت متن ^۶ و رای ^۷	۵
۵-۲	بخش پرسش‌های متداول FAQ ^۸	۱۰
۵-۳	امکان طرح پرسش جدید (خارج از لیست FAQ) از طرف بازدید کننده، توسط فرم الکترونیک	۵
۶	جلوه‌های ویژه:	(۱۰)
۶-۱	عدم استفاده از نوشتارها و گرافیک‌های متحرک، موسیقی و Pop Up	۵
۶-۲	در صورت استفاده از تصاویر و جلوه‌های رسانه‌ای (Flash)، با ابعاد مناسب، کم حجم و نیز مرتبط با موضوع فعالیت وبسایت استفاده شده باشد	۵
۷	متن:	(۲۰)
۷-۱	استفاده از فونت‌های با استاندارد Unicode و خوانا (مانند Tahoma) با سایز مناسب (در سایز Small و یا Point 12 و یا 13px)	۵
۷-۲	رنگ متن باید متناسب با موضوع وبسایت بوده و از تعدد رنگ متن در یک صفحه پرهیز شود	۵
۷-۳	از Bold و Italic نمودن فقط برای عناوین کوتاه استفاده شود	۵
۷-۴	عدم استفاده از واژگان بیگانه برای کلماتی که معادل فارسی آن وجود دارد و عدم اشتباه تایپی	۵
۸	صفحه اصلی:	(۲۰)
۸-۱	سرعت مناسب بارگذاری (بالا آمدن) صفحه اصلی وبسایت (۱۵)	۱۵
۸-۲	طراحی صفحه اصلی به یکی از دو روش زیر: I. سنتی: بدون عرض و ارتفاع اضافی باشد (بدون اسکرول - بدون نیاز به لغزاندن صفحه) (این مورد برای مانیتورهای ۱۷ اینچ به بالا و رزولوشن حدود ۱۰۲۴*۱۲۸۰ بررسی می‌شود) (۵) II. جدید: براساس آخرین استاندارد سنو، صفحه اصلی می‌تواند اسکرول ارتفاعی داشته باشد مشروط بر استفاده از آیکن‌های و کادرهای بزرگ، عناوین و منوهای مناسب جهت استفاده ساده‌تر و کلیک در موبایل‌های لمسی، فبلت، تبلت و مانیتورهای لمسی (در این حالت عدم وجود اسکرول افقی همچنان مدنظر است) (۱۵)	۲۰
۸-۳	امکان دسترسی به صفحه اصلی سایت از همه صفحه‌ها، حداقل به یکی از شیوه‌های زیر: I. مشاهده عنوان "صفحه اصلی" در همه صفحات و در یک جای واحد II. لینک بودن آرم شرکت (موجود در بنر) به صفحه اصلی	۵
۸-۴	ناوبری مناسب در همه صفحات (مشخص بودن مکان بازدیدکننده در هر نقطه ^۹ و وجود پیوند به یک صفحه بالاتر)	۵
۸-۵	دسترسی مستقیم به صفحات و بخش‌های مهم وبسایت از صفحه اصلی، خصوصاً خدمات الکترونیکی (بیننده به راحتی بتواند به خدمت مورد نظر خود برسد این امر فرای از منوی اصلی بوده و می‌تواند توسط آیکن‌های مشخص و یا طراحی مناسب تحقق پذیرد)	۵
۸-۶	عدم استفاده از کدهای آماده وبسایت‌های دیگر، جهت حفظ امنیت و یکپارچگی کدهای وبسایت (مانند اوقات شرعی، آماربازدید، وضعیت آب و هوا و...)	۱۰
۸-۷	درج شعار سال در صفحه اصلی (شعار سال می‌تواند در MasterPage - مثلاً بنر سایت - قرار داده شود تا در کلیه صفحات قابل مشاهده باشد، همچنین درج شعار سال در زیرسایت‌های شرکت اجباری نیست)	۱۰
۹	حقوق معنوی:	(۲۰)

^۶ Poll
^۷ Vote
^۸ Frequently Asked Questions
^۹ SEO (Search Engine Optimization)
^{۱۰} Bread Crumbs

۵	قانون کپی رایت: اعلام مجاز (با ذکر شرایط) یا غیرمجاز بودن استفاده از مطالب وبسایت	۹-۱
۵	حریم خصوصی: اعلام به بازدیدکنندگان (مانند تکمیل کنندگان فرم‌های الکترونیکی) که اطلاعات خصوصی آنها در اختیار عموم قرار نمی‌گیرد	۹-۲
۵	رعایت حقوق معنوی پدیدآورندگان مطالب مندرج در وبسایت و ذکر نام، آدرس وبسایت و لینک به مرجع مطالب	۹-۳
۵	وجود اطلاعات مربوطه به نویسندگان و ویرایش کنندگان صفحات وبسایت	۹-۴
(۱۵۰)	محتوا:	۱۰
۱۰	پوشش و جامعیت اطلاعات و مطابق بودن محتوا با هدف و مأموریت وبسایت (این بند متون و محتوا را در حالت کلی ارزیابی می‌کند و به انشاء متون کاری ندارد)	۱۰-۱
۱۰	گویا و واضح بودن متون و محتوای مطالب (در این بند انشاء متون مورد ارزیابی قرار گرفته به صورتی که ابهامی برای بیننده باقی نماند و بدون نیاز به تماس تلفنی یا مراجعه حضوری به هدف خود برسد)	۱۰-۲
۱۰	استفاده از عناوین مرتبط، گویا و قابل فهم (گروه‌بندی و دسته‌بندی مناسب منوها، مطالب و موضوع‌های موجود در وبسایت جهت هدایت بهتر بیننده)	۱۰-۳
۱۰	تطابق عنوان با محتوای هر صفحه	۱۰-۴
۱۰	سلسله مراتبی بودن محتوا (زیرعنوان‌ها و زیرمنوها کاملاً مرتبط با عنوان اصلی بوده و بیننده به راحتی بتواند پیش‌بینی عناوین زیرین را بنماید)	۱۰-۵
۲۰	عدم وجود موارد زیر: I. صفحات بدون محتوا و مطالب تکراری (۵) II. لینک‌های داخلی غیر فعال (۵) III. صفحات و لینک‌های تکراری (۵) IV. مطالب (اخبار، مقاله، ارائه مطلب و...) سایر وبسایت‌های نامرتبط (کپی کردن مطالب نامرتبط با موضوع وبسایت و بدون ذکر منبع و بارگذاری فایل‌های تولید شده توسط سایر وبسایت‌ها در وبسایت شرکت، از مصادیق این بند است) (۵)	۱۰-۶
۵	به‌روزرسانی مستمر وبسایت با درج تاریخ به‌روزرسانی (بیننده با یک نظر، پویایی و به روز بودن وبسایت را متوجه شود)	۱۰-۷
۱۰	بیننده به راحتی، بدون فکر و تحلیل باید به مطلب مورد نظر دست یابد (این عبارت برگرفته از کتب معتبر بین‌المللی بوده و عبارت "بدون فکر و تحلیل" در وبسایت‌های معروف دنیا کاملاً موضوع جافاده‌ای است)	۱۰-۸
۱۰	تناسب عمق وبسایت (بازدیدکننده حداکثر با سه کلیک به صفحه مورد نظر دست یابد)	۱۰-۹
۱۰	عناوین اصلی منو حداکثر می‌توانند دارای دو زیرمنو باشند (این بند، مربوط به بررسی ظاهر منوها بوده و ارتباطی با بند "تناسب عمق وبسایت" ندارد)	۱۰-۱۰
۱۰	ارائه مطالب توسط متن (html) بوده و در صورت لزوم امکان دانلود فایل (با فرمت Doc, pdf) در کنار متن (برای مثال در صورت عدم نیاز به استناد، از تصویر متن استفاده نگردد)	۱۰-۱۱
۱۰	برای هر فایل قابل دانلود، فرمت، حجم و تاریخ فایل‌های قرارداده شده قید شده باشد و در جهت استفاده بهتر بیننده، تا آنجا که ممکن باشد حجم فایل‌ها کم باشد	۱۰-۱۲
۱۰	هر مطلبی که در وبسایت قرار می‌گیرد باید دارای تاریخ باشد (بیننده به راحتی باید از تاریخ درج مطالب وبسایت آگاهی یابد، حتی مطالبی که گذر زمان از اهمیت و اعتبار آنها کم نمی‌کند)	۱۰-۱۳
۱۰	عدم استفاده از عناوین "بایگانی" یا "آرشیو" (قدیم یا جدید بودن مطالب امری نسبی بوده و چه بسا مطالبی که از دید شرکت قدیمی شده و باید در آرشیو قرار گیرد، از دید بازدیدکننده سایت کاملاً جدید باشد. بنابراین استفاده از این دو عنوان فقط در شرایط خاص که جایگزینی ندارد توجیه خواهد داشت)	۱۰-۱۴
۵	ایجاد قسمت‌های جدید، ابتکار و خلاقیت (این بند می‌تواند در تمامی بندها، مانند طراحی نیز ارزیابی گردد)	۱۰-۱۵
(۵۰)	فرم‌های الکترونیکی:	۱۱

۵	مشخص بودن فیلدهای اجباری (مشخص بودن فیلدهای اجباری با ستاره یا ذکر کردن)	۱۱-۱
۵	توضیح متنی نحوه تکمیل هر فیلد و پیغام خطای مجزا برای هر فیلد، در صورت تکمیل اشتباه فیلد توسط بازدیدکننده (مثال: در صورت اشتباه وارد کردن شماره تلفن یا ایمیل نامعتبر، اعلام خطا نماید)	۱۱-۲
۵	امکان پر کردن فیلدها با لغات پیشنهادی خودکار برای یکپارچگی پایگاه داده‌ها (استفاده از لیست کشویی، رادیویی و یا چند گزینه‌ای)	۱۱-۳
۵	امکان اصلاح اطلاعات پر شده در فرم (این حالت عمومیت نداشته و برای موارد خاص از جمله پروفایل شخص قابل تعریف است)	۱۱-۴
۵	امکان مشاهده فرم تکمیل شده قبل از ارسال نهایی (جهت اطمینان بازدیدکننده از صحت اطلاعات)	۱۱-۵
۵	امکان اخذ خروجی فایل از فرم تکمیل شده	۱۱-۶
۵	وجود راهنما و نمونه فرم پر شده قبل از ورود به فرم اصلی	۱۱-۷
۱۵	احراز هویت افراد، مکان و آدرس از طریق ^{۱۱} GSB (اتصال به دیتابیس‌های ثبت احوال، پست و غیره)	۱۱-۸
(۶۰)	طراحی:	۱۲
۱۰	کاربرپسندی و جذابیت دیداری (ترکیب رنگ‌های متناسب با موضوع و عنوان سایت، جداول، اشکال، متون، تصاویر)	۱۲-۱
۱۰	طراحی واکنش‌گرا ^{۱۲} برای قالب ^{۱۳} ، در جهت نمایش صحیح سایت در نمایش‌گرهای با سایز مختلف (مانیتور، موبایل، تبلت و فبلت)	۱۲-۲
۱۰	طراحی یک قالب ثابت در کل وبسایت (در صورت استفاده از مدل Tabular در صفحه اصلی، حداقل سرصفحه (Banner) و پاصفحه در کلیه صفحات یکسان باشد)	۱۲-۳
۱۰	بنر وبسایت می‌تواند شامل نام کامل شرکت، آرم و URL باشد (این موضوع شامل کلیه زبان‌های وبسایت است و عبارت کامل لاتین حروف اختصار استفاده شده در URL یا نام انگلیسی شرکت نیز می‌تواند در بنر درج گردد)	۱۲-۴
۵	تغییر چیدمان اجزای اصلی وبسایت مانند بنر و منوها برای زبان دوم (برای مثال منوی اصلی برای زبان فارسی، سمت راست و برای انگلیسی، سمت چپ قرار گیرد)	۱۲-۵
۵	استفاده از طرح و شمای مشابه در وبسایت‌های چند زبانه	۱۲-۶
۵	استفاده مناسب از آیکن‌های زیبا و با کیفیت جهت راهنمایی بهتر بازدیدکنندگان	۱۲-۷
۵	فرمت تصاویر استفاده شده باید png, Jpg, gif بوده و با حجم بسیار پایین درج شوند	۱۲-۸
(۲۰)	مدیریت مصرف:	۱۳
۲۰	وجود بخش مدیریت مصرف با محتوای زیر: I. محاسبه هزینه مصرف، هم به صورت اطلاع رسانی و هم محاسبه الکترونیکی (این مورد ممکن است برای برخی از شرکت‌ها -مانند آب- عدم مصداق باشد) (۱۰) II. متون راهنمایی کننده راجع به نحوه مدیریت مصرف از جمله طراحی منزل یا محل کار و نیز راهنمای انتخاب کالاهای مرتبط با آب و برق (۱۰)	۱۳-۱
(۵۰)	زیرسایت: (گسترده‌گی مطالب و نیاز به وبسایت تخصصی، سازمان را به سمت ایجاد زیرسایت سوق می‌دهد که در این صورت باید موارد زیر لحاظ گردد)	۱۴
۱۰	آدرس زیرسایت باید با فرمت http://subdomain.site.ir باشد (فرمت مذکور به دلیل سهولت اعلام عمومی و استفاده آسانتر کاربران، بر فرمت http://www.site.ir/subdomain اولویت دارد)	۱۴-۱
۱۰	انتخاب آدرس زیرسایت (URL) متناسب با موضوع، کوتاه و ساده	۱۴-۲
۱۰	لینک به پرتال اصلی شرکت از هر زیرسایت به صورت آیکن واضح و مجزا (درج شعار سال، لینک‌های اجباری و امتیازدار مندرج در بند ۴، برای زیرسایت‌ها نیاز نیست)	۱۴-۳

۱۴-۴	وجود بخش پیوندها جهت معرفی سایت‌های مرتبط با موضوع تخصصی همان زیرسایت	۵
۱۴-۵	کلید زیرسایت‌ها باید از یک قالب با چارچوب واحد استفاده نمایند (رنگ زیرسایت‌ها می‌تواند با یکدیگر متفاوت باشد)	۱۰
۱۴-۶	کلید مطالب و محتوای هر زیرسایت باید کاملاً تخصصی و صرفاً پیرامون موضوع وبسایت باشد (از پرکردن بی‌مورد محتوای زیرسایت و کپی مطالب از پرتال سازمان یا سایر سایت‌ها جداً پرهیز شود) توضیح: در شرکت‌های دارای زیرسایت، سایت اصلی شرکت می‌تواند به مثابه ویتترین عمل کرده و در طراحی قالب، تفاوت‌های عمده‌ای با زیرسایت‌ها داشته باشد.	۵
۱۵	امنیت: (دو مورد زیر در صورت صلاحدید ارزیاب با هماهنگی مسئول سایت انجام می‌شود)	(۷۰)
۱۵-۱	اعمال استانداردهای امنیتی بر روی سرور (اعم از فایروال، آنتی ویروس، بستن پورت‌های غیرمجاز و...)	۲۵
۱۵-۲	CMS مورد استفاده باید دارای حداقل استانداردهای امنیتی باشد	۲۵
۱۵-۳	اخذ گواهینامه SSL ^{۱۴} و آدرس دارای پروتکل HTTPS ^{۱۵}	۱۰
۱۵-۴	استفاده از فیلد کد کپچا ^{۱۶} در کلید فرم‌های الکترونیکی	۱۰
۱۶	خدمات الکترونیکی:	(۵۰۰)
۱۶-۱	امکان ثبت و پیگیری شکایت (این امکان در این مقطع فقط برای شرکت‌های مادر تخصصی الزامی و برای سایر شرکت‌ها الزامی نیست با این حال راه‌اندازی آن برای شرکت‌هایی که در شهرهای بزرگ فعالیت می‌کنند می‌تواند در کاهش مراجعه حضوری مردم مفید باشد): (این امکان با هدف جلوگیری از مراجعه حضوری مردم به شرکت‌ها جهت مطرح نمودن شکایت ایجاد شده و با ارائه کدرگیری امکان پیگیری اینترنتی مراحل انجام کار را به مشترک خواهد داد)	۵۰
۱۶-۲	معرفی، اطلاع‌رسانی و ارتباط: I. معرفی خدمات (وجود یک لینک واضح و مشخص با عنوان خدمات الکترونیکی در صفحه اصلی وبسایت با محتوای فهرست کلید خدمات ارائه شده، براساس عناوین مصوب هر شرکت، در وبسایت و لینک بودن هر عنوان به صفحه اختصاصی ارائه خدمت) (۱۰) II. مشخص بودن مراحل انجام کار و معرفی فرایند ارائه هر خدمت در راهنما یا صفحه ارائه هر خدمت (راهنما می‌تواند شامل متن، نمودار، فلوجارت، فیلم آموزشی و الگوریتم اجرای فرایند باشد) (۱۰) III. فهرست شناسنامه خدمات به تعداد خدمات قابل ارائه توسط شرکت (مشخصات، نحوه ارائه و شرح هر خدمت و امکان ذخیره و چاپ اطلاعات) (۵) IV. اعلام زمان (۱- در صورتی که خدمت به صورت ۲۴ ساعته ارائه نمی‌شود، زمان ارائه خدمت اعلام شود. ۲- در صورت لزوم مراجعه حضوری کاربر، ساعات و مکان ارائه خدمت در صفحه ارائه خدمت مشخص باشد. ۳- اعلام حداکثر مدت زمان مورد نیاز برای تحویل خدمت) (۵) V. اعلام نحوه و مکان تحویل خدمت (وب، حضوری، تلفنی، پست، ایمیل، موبایل یا پیشخوان) (۵) VI. پاسخگو بودن سازمان (اعلام شیوه دسترسی به کارکنان پاسخگوی هر خدمت، امکان تعامل و تماس بازدیدکننده با مسئول ارائه خدمت {تلفن، ایمیل، چت آنلاین} یا وجود تلفن گویا) (۱۰) VII. اعلام آخرین وضعیت انجام خدمت در هر مرحله و در نهایت، نتیجه درخواست خدمت به درخواست کنندگان از طریق وب، پیام کوتاه و ایمیل (به این معنی که درخواست دهنده، بعد از ارسال فرم‌ها و مدارک از طریق وبسایت، از وضعیت درخواست خود مطلع شود) (۱۰) VIII. اعلام مشخصات واجدین شرایط و ضوابط دریافت هر خدمت (۵) IX. اعلام هزینه و شیوه واریز (رایگان بودن و یا میزان هزینه خدمت و همچنین نحوه پرداخت {الکترونیکی یا حضوری} به همراه اطلاعات حساب) (۵) X. اعلام فهرست مدارک مورد نیاز جهت اخذ هر خدمت (۵)	۳۸۰

		XI وجود بخش "مشاهده قبض" صرفاً برای شرکت‌های توزیع برق و آبفای شهری و روستایی (۳۰) XII خدماتی که فقط اطلاع رسانی شده (به ازای هر خدمت ۱ امتیاز) (۶۰) XIII خدماتی که بصورت تعاملی (قابل پیگیری توسط کد رهگیری) ارائه شده (به ازای هر خدمت ۳ امتیاز) (۱۰۰) XIV خدماتی که بصورت تراکنشی ارائه شده (به ازای هر خدمت ۶ امتیاز) (ملاک، صحت ارائه خدمات است) (۱۲۰)	
۲۰	۱۶-۳	قابلیت پیگیری درخواست خدمت (وجود حداقل یکی از روش‌های معرفی شده: ۱- ارائه کارتابل جهت پیگیری و اطلاع از روند کلیه درخواست‌ها و عدم نیاز به ثبت‌نام مجدد و مجزا برای استفاده از سایر خدمات. ۲- امکان ارائه کد پیگیری الکترونیکی از طریق وبسایت، پیام‌کوتاه یا ایمیل ۳- امکان ارزیابی رمز عبور و کد پیگیری به صورت کاملاً الکترونیکی بدون نیاز به تماس با اپراتور. ۴- از طریق رایانامه و پیام کوتاه) ۴- ارائه رسید قابل چاپ به بازدیدکننده بعد از انجام فرایند تراکنش	
۱۰	۱۶-۴	قرار داشتن کلیه خدمات در یک وبسایت (برای دریافت خدمت، از صفحه خدمت خارج نشود و تمام سامانه‌ها در یک آدرس قرار داشته باشند. بهتر است کلیه خدمات به صورت SSO ^{۱۷} باشد)	
۴۰	۱۶-۵	کامل بودن فرایند انجام الکترونیکی خدمت از شروع تا اتمام (برای مثال نیاز به مراجعه حضوری برای انجام بخشی از فرایند مانند تحویل مدارک، نباشد)	
۱۳۰۰	جمع کل:		

تبصره: منظور از کلمه "شرکت"، کلیه شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نیرو است و این شامل مراکز پژوهشی و آموزشی نیز است.

منابع:

- بخشنامه‌های ارزیابی وبسایت‌ها از طرف ریاست جمهوری
- بخشنامه‌های ارزیابی وبسایت‌ها از طرف وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
- مصوبات کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات صنعت آب و برق
- دستورالعمل ضوابط وبسایت‌ها و پرتال‌های دستگاه‌های حاکمیتی جمهوری اسلامی ایران
- ضوابط و استانداردهای بین‌المللی وبسایت‌ها از جمله سئو^{۱۸} SEO
- معیارهای ارزیابی شرکت‌های مادر تخصصی وزارت نیرو

تعریف خدمت:

- ۱- اطلاع رسانی: اطلاعات راجع به فرآیند و روند کار و قابل دسترس بودن فایل قابل چاپ فرم‌های مورد نیاز برای انجام خدمت
- ۲- تعاملی: وجود فرم‌های الکترونیکی مرتبط با خدمت و امکان تکمیل و ارسال آن (ارتباط یکسویه)
- ۳- تراکنشی: ارائه خدمت به صورت کاملاً الکترونیکی از ابتدا تا انتها (ارتباط دوسویه - رفت و برگشت)