



Kwestią wyboru domeny dla firmowego serwisu rządzi wiele zasad i reguł. Skupiając się jednak na długości wybranej frazy, jej budowie, czy też opracowując strategię reklamową wybranego adresu, nie należy zapominać o bardzo ważnej kwestii – mianowicie, domena musi być dopasowana do profilu odbiorcy!

Jeżeli głównymi odbiorcami usług/produktów, oferowanych przez firmę są inne przedsiębiorstwa, należy pamiętać, że domena nie może być zbyt swobodna. Użycie w niej sformułowań dwuznacznych, czy też pochodzących z języka młodych mogłoby zostać źle odebrane, odbiorca poczuć się urażony, a podejście firmy do klienta uznane za niepoważne. Dlatego kierując ofertę do jednostek biznesowych, powściągliwość w wyborze domeny jest jak najbardziej wskazana.

Kierując ofertę do osób fizycznych należy mieć na uwadze np. wiek. W przypadku osób w średnim wieku i starszych najbezpieczniejszym posunięciem będzie zastosowanie reguły analogicznej, jak w odniesieniu do firm. Jeżeli natomiast główną grupę klientów przedsiębiorstwa stanowią osoby młode, można pozwolić sobie na nieco luźniejsze podejście do kwestii wyboru adresu WWW. W języku internetowym powszechne staje się zastępowanie liter cyframi o zbliżonym kształcie, co można wykorzystać rejestrując domenę skierowaną do osób młodych. W ten sposób „4” funkcjonuje często jako „A”, „1” jest nowym „I”, „5” – „S”, a „8” używane jest zamiast spółgłoski „B”. Domena bowiem powinna być interesująca dla odbiorcy, zaciekać go na tyle, by zechciał wejść na stronę i zapoznać się z widniejącą tam ofertą.

Firma świadcząca usługi bezpośrednio „skojarzone” z danym miastem czy regionem (np. kosmetyczka, fryzjer, hydraulik), powinna zdecydować się na domenę regionalną, wskazującą lokalizację czy też zasięg działań (np. .bialystok.pl, .nysa.pl).

Domena, która idealnie wpasowuje się w profil odbiorcy, a jednocześnie jest prosta do zapamiętania to gwarancja, że odbiorcy trafią na stronę WWW firmy.

*Autor: **Natalia Niebielska** - Kierownik Sekcji Public Relations w NetArt (www.nazwa.pl). Z firmą związana od 2007 roku. Zajmuje się organizacją i koordynacją prac PRowych oraz promocją i budowaniem wizerunku NetArt w mediach. NetArt jest liderem rynku rejestracji domen i hostingu, zapewniając od 1997 roku kompleksową obsługę klientów w zakresie rejestracji oraz pośrednictwa sprzedaży domen internetowych, hostingu, a także tworzenia Stron WWW. NetArt posiada 30 % udziału w polskim rynku usług IT, obsługuje ponad 300 tys. Klientów oraz 500 tys. domen. Firma została także wyróżniona Godłem „Firma Przyjazna Klientowi”.*

[WIECEJ INFORMACJI z NetArt](#) (PRESS BOX)