

Z raportu NASK dotyczącego rejestracji nazw domen dowiadujemy się, że polska domena .pl jest już bliska przekroczenia granicy dwóch milionów nazw utrzymywanych w rejestrze DNS. Wynik ten pozwolił jej zająć 4. miejsce wśród najpopularniejszych domen w Unii Europejskiej, tuż za Włochami. Ta wysoka pozycja przestaje jednak cieszyć, gdy uświadomimy sobie, że zaledwie 12% spośród 4 milionów zarejestrowanych w Polsce podmiotów gospodarczych ma swoją domenę internetową.

Powód pierwszy: „nie wiem, czy jest skuteczne”

Mali przedsiębiorcy, szczególnie firmy jednoosobowe, nie zdają sobie sprawy z możliwości zdobywania klientów przez Internet. Rozwieszają ogłoszenia na słupach, rozdają ulotki, drukują ogłoszenia w gazetach i z nadzieją czekają na nowe zlecenia, które nie nadchodzą. Często nie rozumieją, że ponad 50% Polaków codziennie korzysta z sieci i właśnie tam szuka niezbędnych informacji. Strona internetowa pozwala na zaprezentowanie się klientom, którzy zainteresowani są proponowanymi właśnie przez nas usługami. Na stronę hydraulika wejdą ludzie, którym zabrakło wody w kranie, a na stronę murarza ci, którzy chcą wybudować dom. Ulotki i ogłoszenia na słupach nigdy nie dotrą do tak wyselekcjonowanej grupy. Trzeba także zrozumieć, że klienci mają o wiele większe zaufanie do firm, które posiadają własny serwis www. Szukają na nim mapki dojazdu, numeru telefonu, opisu asortymentu, usługodawca nie udostępniający tych informacji w sieci przegrywa już na starcie.

Powód drugi: „wydaje mi, że strona zbyt dużo kosztuje”

„Mali przedsiębiorcy pytają w różnego rodzaju firmach reklamowych o strony internetowe i gdy słyszą cenę rzędu dziesięciu tysięcy złotych, zniechęcają się natychmiast i stwierdzają, że jednak im się to nie opłaca – mówi Dariusz Korona, brand manager uti.pl – To nie musi wcale tak wyglądać, opłata roczna za Kreatora stron internetowych w uti.pl to 164 zł netto, a na taki wydatek raz na dwanaście miesięcy każdy przedsiębiorca może już sobie pozwolić – dodaje”

Programy do samodzielnego budowania stron internetowych są najlepszym rozwiązaniem dla małych przedsiębiorców, którzy nie potrzebują skomplikowanych rozwiązań. Razem z Kreatorem dostają oni miejsce na serwerze, domenę, adres e-poczty, czyli wszystko, czego potrzebuje firma do funkcjonowania w sieci. Strony budują sami, wybierając jeden z kilkuset szablonów. Oprogramowanie tego typu przygotowane zostały specjalnie dla osób, które nie posiadają specjalistycznej wiedzy. Oprócz tego do najlepszych kreatorów dołączane są materiały szkoleniowe, a nawet filmy instruktażowe pokazujące, jak krok po kroku zbudować swój serwis. W ostatecznym rozrachunku tak zbudowana strona kosztuje mniej niż ulotki, a jest o wiele skuteczniejsza.

Powód trzeci: „nie wiem, jak się do tego zabrać”

„Rozumiem, że strona w internecie mogłaby rozruszać mój interes, ale nie wiem, jak się zabrać do jej budowy, nie znam się na tym i nie mam czasu, żeby się zorientować w tym temacie – przyznaje Magda, właścicielka salonu sukien ślubnych z Kielc.”

Powyższa opinia jest powszechna wśród właścicieli małych firm, ale tego typu obawy są często bezpodstawne. Tak naprawdę zapoznanie się z funkcjami Kreatora i stworzenie w nim swojej strony to kwestia około dwóch godzin. Oprogramowanie to można kupić i używać za pośrednictwem internetu, bez potrzeby instalowania na dyskach komputerów. Jego obsługa jest intuicyjna, a dodatkowe materiały szkoleniowe pozwalają skutecznie wykorzystać wszystkie jego opcje. Dla sceptyków, którzy nie wierzą jeszcze w skuteczność takiego rozwiązania, firma uti.pl udostępnia Kreator przez 14 dni za darmo, bez żadnych zobowiązań. Jeśli zbudowana w tym czasie strona przypadnie do gustu jej twórcom, mogą wykupić roczny abonament i korzystać z dobrodziejstw e-promocji swojej firmy. Trzeba pamiętać, że w społeczeństwie internetowym, to czego nie ma w sieci, po prostu nie istnieje.