

MIKRO I MAŁE FIRMY W INTERNECIE 2015

**Raport na temat wykorzystania internetu i jego korzyści
w prowadzeniu biznesu przez polskich przedsiębiorców**



Badanie zrealizowane przez nazwa.pl w czerwcu 2015 r.
Ankietę wypełniło 617 przedsiębiorców.

Badanie przeprowadzone przez nazwa.pl, w którym wzięło udział ponad 600 przedsiębiorców, pokazuje, że co czwarty przedsiębiorca nie posiada poczty we własnej domenie, a co piąty przedsiębiorca nie posiada firmowej strony WWW. W nazwa.pl zadaliśmy sobie pytanie, dlaczego firmy nie korzystają z możliwości, jakie daje internet?

Aby poznać odpowiedź, przeprowadziliśmy badanie, z którego wynika, że podstawową barierą dla przedsiębiorców przy wdrażaniu strony WWW są czas i pieniądze. Założenie strony bowiem wciąż kojarzy się z wysokim kosztem i ogromną ilością czasu, którą należy na to poświęcić. Blisko połowa ankietowanych przyznaje, że założyliby stronę, gdyby było to mniej kosztowne, a dla blisko 40 proc. wystarczającą zachętą do założenia strony byłaby możliwość skorzystania z gotowych rozwiązań.

W nazwa.pl wspieramy przedsiębiorców, dostarczając narzędzia i usługi, dzięki którym mogą oni rozwijać swój biznes. Nieustannie rozwijamy naszą ofertę, tak aby każdy z naszych klientów mógł zaistnieć w sieci w szybki i łatwy sposób. Nasz profesjonalny zespół konsultantów jest dostępny 24 godziny na dobę, przez siedem dni w tygodniu. Pomagamy początkującym klientom zakładać konta pocztowe, uruchamiać Wizytówki Internetowe oraz doradzamy, jak najlepiej zareklamować się w internecie. Wiemy, że sukces naszych klientów, jest naszym sukcesem.



Tomasz Żyła

Prezes zarządu nazwa.pl

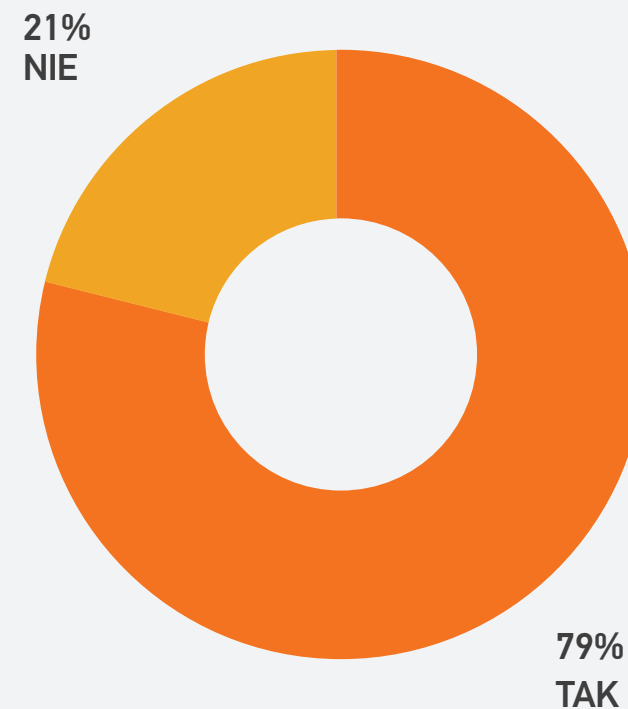
STRONA WWW

POSIADANIE FIRMOWEJ STRONY WWW PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW

Ponad 20 proc. ankietowanych nie posiada strony WWW.

Blisko połowę ankietowanych (47 proc.) stanowili przedsiębiorcy prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą. W tej grupie aż co czwarty przedsiębiorca nie posiada strony WWW (24 proc.).

Czy posiadasz stronę internetową?

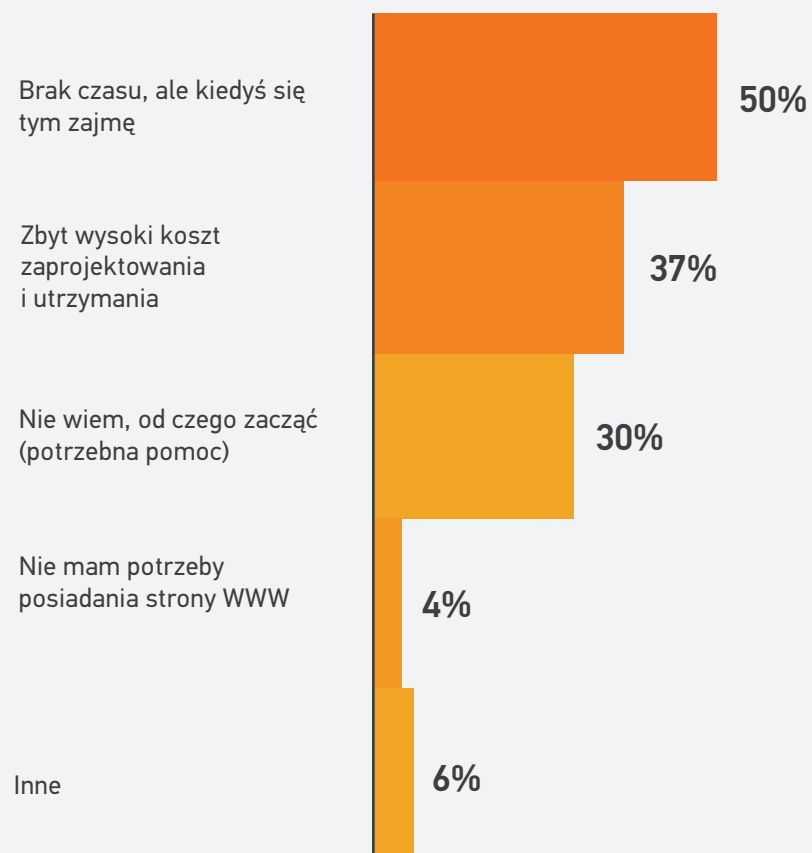


PRZYCZYNY BRAKU FIRMOWEJ STRONY WWW

Najczęściej podawane powody braku strony WWW to brak czasu (50 proc.) i zbyt wysoki koszt przygotowania strony WWW (37 proc.).

Blisko co trzeci przedsiębiorca przyznaje, że nie posiada firmowej strony WWW z powodu braku wystarczającej wiedzy na temat jej wykonania.

Dlaczego nie posiadasz strony internetowej?



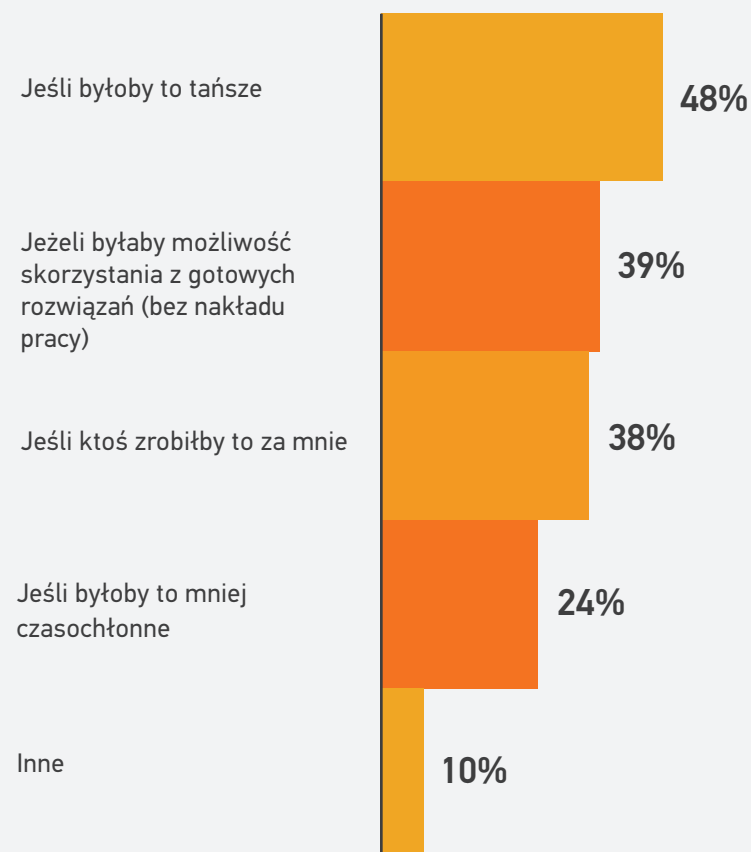
Ankietowani mogli wskazać więcej niż 1 odpowiedź.

CZYNNIKI ZACHĘCAJĄCE DO ZAŁOŻENIA FIRMOWEJ STRONY WWW

Największą zachętą dla firm do założenia własnej strony WWW okazuje się być niska cena oraz możliwość skorzystania z gotowych rozwiązań.

38 proc. ankietowanych założyłoby stronę WWW, gdyby ktoś zrobił to za nich, a co czwarty przedsiębiorca zainwestowałby w serwis internetowy, gdyby zajmowało to mniej czasu.

Co skłoniłoby cię do założenia strony WWW?



KOMENTARZ EKSPERTA

Badania przeprowadzone przez nazwa.pl pokazują, że ponad 20 proc. przedsiębiorców nie posiada strony internetowej. Twierdzą, że jej stworzenie jest pracochłonne, zbyt kosztowne i wymaga specjalistycznej wiedzy.

W nazwa.pl postawiliśmy sobie pytanie: dlaczego aż tylu zarządzających firmami nie dostrzega korzyści, które płyną z obecności w sieci i tym samym blokuje sobie dotarcie nowych klientów do swoich produktów i usług? W odpowiedzi wychodzimy naprzeciw potrzebom i wymaganiom polskich przedsiębiorców. Stworzyliśmy proste i przyjazne narzędzie - Wizytówkę Internetową, dzięki której strona WWW każdej firmy może powstać w mniej niż minutę. Tym samym aktywnie wspieramy sektor MŚP w Polsce i pomagamy właścicielom firm budować wspólnie polski kapitał.

Internet to miejsce dla biznesu, gdzie może się on rozwijać, promować, zdobywać nowych klientów i tym samym pomnażać zyski właścicieli. Twórzmy go wspólnie!



Łukasz Żur

Menedżer produktu w nazwa.pl

KORZYŚCI Z POSIADANIA FIRMOWEJ STRONY WWW

Firmowa strona WWW to zdaniem ankietowanych standard funkcjonowania na rynku. Zwiększa ona wiarygodność firmy oraz ułatwia kontakt.

Strona WWW zapewnia także więcej klientów, a co za tym idzie - pozwala osiągać większe zyski.

Jakie widzisz korzyści posiadania strony WWW?

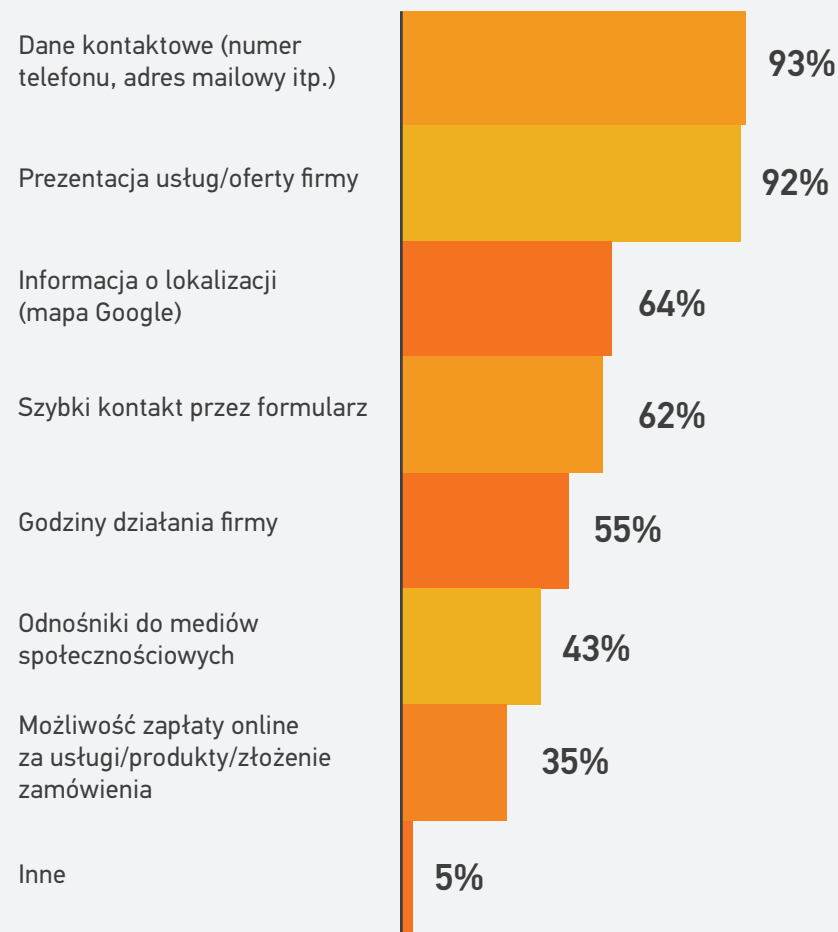


INFORMACJE NA STRONACH WWW

Aby strona WWW dobrze spełniała swoją rolę, należy pamiętać o podstawowych zasadach jej tworzenia. Niestety, przedsiębiorcy często popełniają podstawowe błędy, które nie pozwalają na wykorzystanie potencjału firmowej strony WWW.

Tymczasem według badania podstawowymi informacjami, które powinny znaleźć się na stronie, dla ponad 90 proc. ankietowanych przedsiębiorców są dane kontaktowe (takie jak numer telefonu, adres mailowy) oraz prezentacja usług/oferty firmy. Dodatkowo, strona powinna zawierać także: informację o lokalizacji (mapa Google) – 64 proc. wskazań, szybki kontakt przez formularz (62 proc.) oraz godziny działania firmy – 55 proc. wskazań.

Jakie informacje powinna zawierać firmowa strona WWW?



KOMENTARZ EKSPERTA

Najczęstsze błędy występujące na firmowych stronach WWW to niemodny wygląd czy przeładowanie zbędną treścią. Niekiedy dochodzi do tego muzyka grająca w tle oraz animacje, które rozpraszają uwagę użytkowników strony. Skutkuje to trudnościami w znalezieniu najbardziej istotnych informacji.

Bardzo często przedsiębiorcy bywają przekonani, że na stronie WWW mogą umieścić wszystkie informacje, a potencjalny klient sam wyszuka te najbardziej przydatne - niestety, tak to nie działa.

Strona WWW, czyli najbardziej podstawowe źródło informacji o firmie, powinna być spójna, przejrzysta i intuicyjna. Często wystarczy tylko adres, krótki opis firmy, oferta, mapa dojazdu oraz formularz kontaktowy.

Te informacje powinny być pokazane w jak najbardziej przejrzysty sposób, najlepiej w zgodzie ze współczesnymi trendami projektowania stron WWW.



Maciej Pabian

Koordynator zespołu marketingu w nazwa.pl

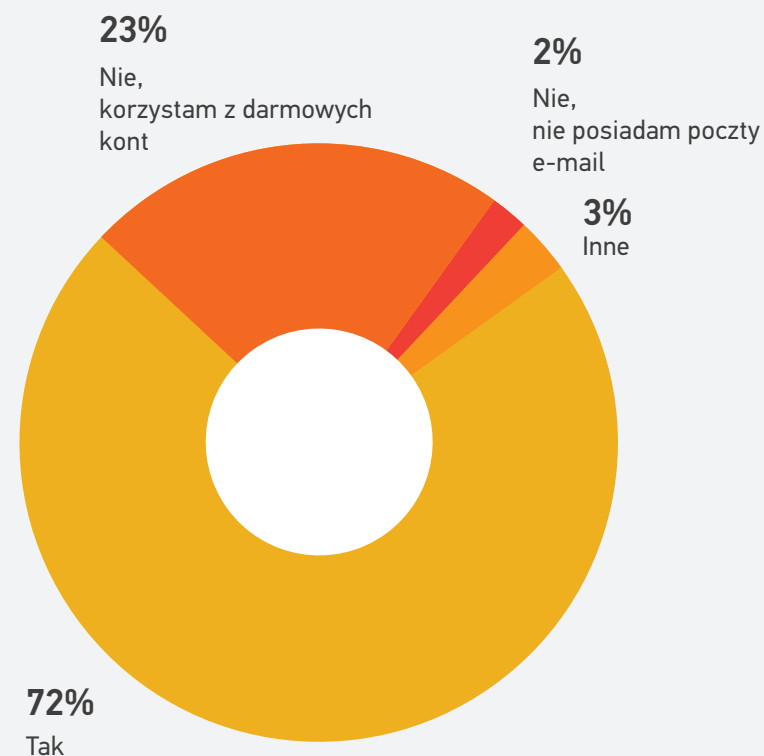
POCZTA

POSIADANIE POCZTY FIRMOWEJ PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW

Ponad 70 proc. przedsiębiorców posiada firmową pocztę e-mail we własnej domenie.

Badanie pokazuje także, że procent firm korzystających z poczty firmowej rośnie wraz ze wzrostem wielkości firmy. W przypadku jednoosobowych działalności aż co 4. przedsiębiorca nie posiada poczty firmowej, ale już w przypadku firm zatrudniających do 10 osób z firmowej poczty korzysta 80 proc. firm.

Czy posiadasz firmową pocztę e-mail we własnej domenie?



KOMENTARZ EKSPERTA

Z badań nazwa.pl na temat polskich przedsiębiorców w sieci wynika, że nadal 23 proc. badanych firm nie posiada firmowej poczty e-mail we własnej domenie. Korzystają oni z darmowych kont oferowanych przez duże portale, które nie weryfikują autentyczności danych użytkowników. To z kolei nie zwiększa wiarygodności firm, które z takich rozwiązań korzystają.

W nazwa.pl chcemy uświadamiać przedsiębiorców, że w dzisiejszym świecie własna, unikatowa domena to konieczność, tak jak numer telefonu czy NIP.

Warto pamiętać, że domena internetowa to wiarygodny adres naszego biznesu w sieci, kierunkowskaz dla obecnych lub potencjalnych klientów i powinniśmy wybierać ją jeszcze przed założeniem działalności gospodarczej. Nazwa domeny powinna być łatwa do zapamiętania czy zapisania przez telefon.

Poczta firmowa w takiej domenie jest standardem profesjonalnego funkcjonowania na rynku, wpływa na zaufanie klientów i większe zyski.



Aleksandra Strzelecka-Jaroszek

Menedżer produktu w nazwa.pl

KORZYŚCI Z POSIADANIA FIRMOWEJ POCZTY E-MAIL

Zdaniem przedsiębiorców firmowa poczta e-mail we własnej domenie jest standardem na rynku, zwiększa wiarygodność firmy, usprawnia komunikację i pozwala realizować kampanie marketingowe i PR.

Jakie widzisz korzyści z posiadania firmowej poczty e-mail?



KOMENTARZ EKSPERTA

Raport przygotowany przez nazwa.pl pokazuje, jak wielu polskich mikro i małych przedsiębiorców zapomina o podstawowych narzędziach internetowych, takich jak firmowa strona WWW czy poczta e-mail.

Misją Izby Gospodarki Elektronicznej, podobnie jak nazwa.pl, jest wspieranie przedsiębiorców, poprzez dostarczanie im wiedzy w zakresie korzystania z innowacji technologicznych. Internet jest obecnie najważniejszym medium, dzięki któremu można zdobywać klientów i budować wizerunek swojego biznesu.



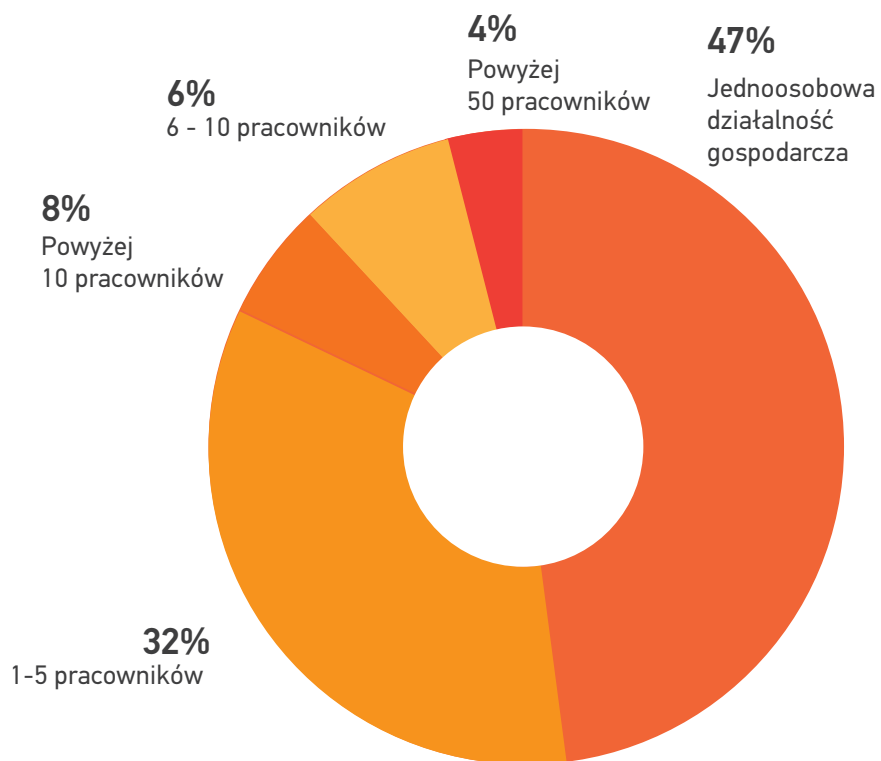
e-COMMERCE POLSKA
IZBA GOSPODARKI ELEKTRONICZNEJ

Patrycja Sass–Staniszewska

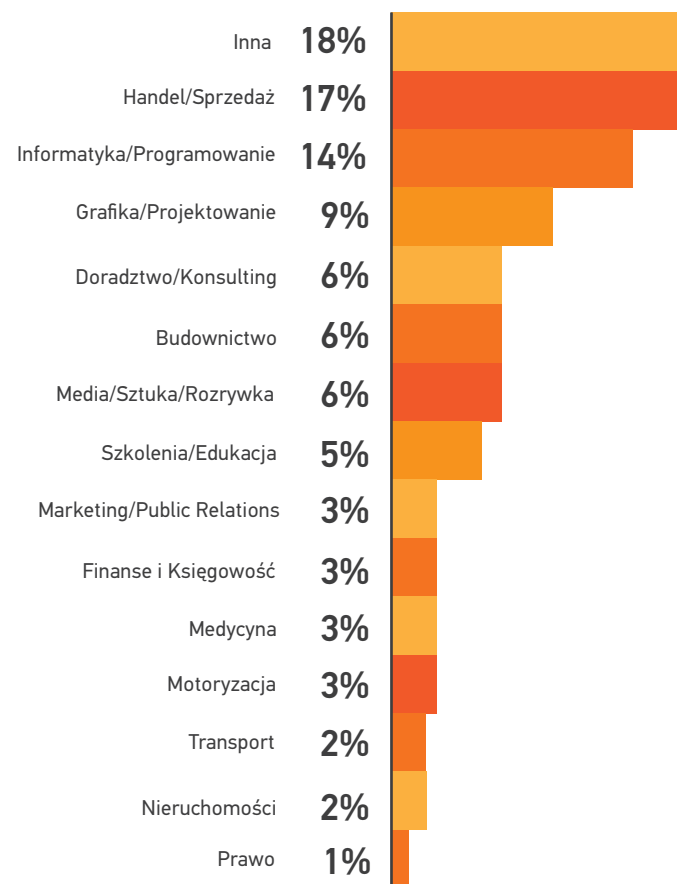
Członek zarządu w Izbie Gospodarki Elektronicznej

METRYCZKA

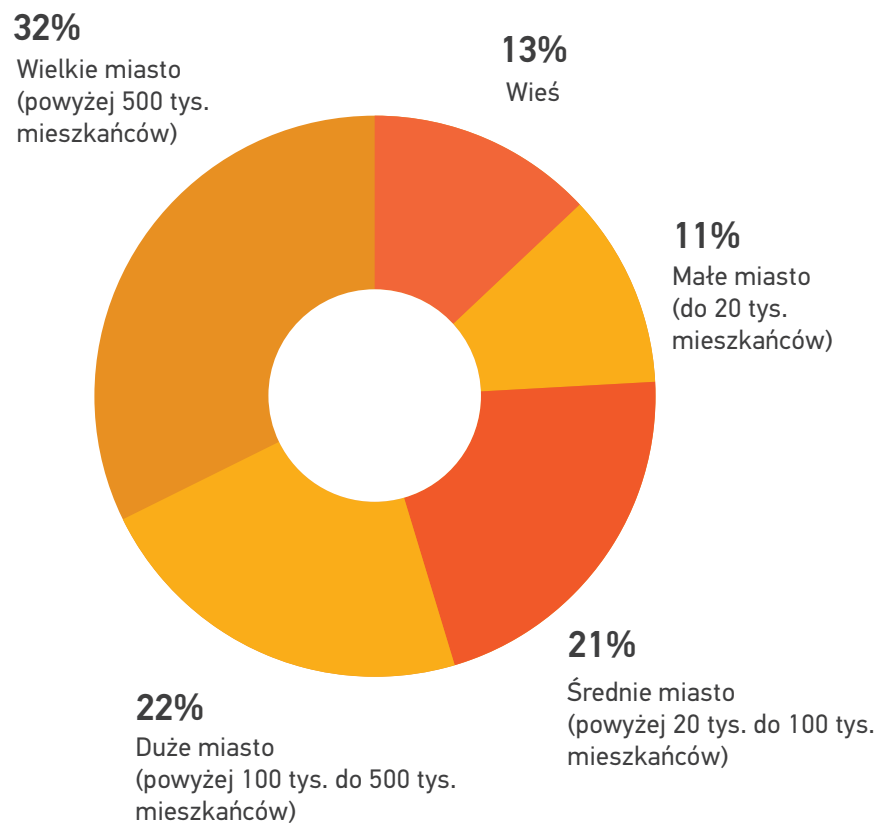
WIELKOŚĆ ZATRUDNIENIA



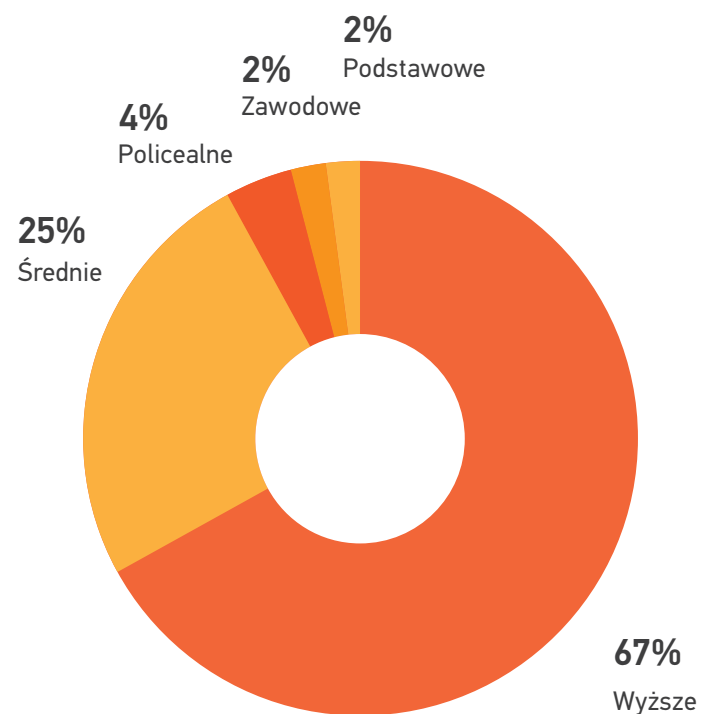
BRANŻA



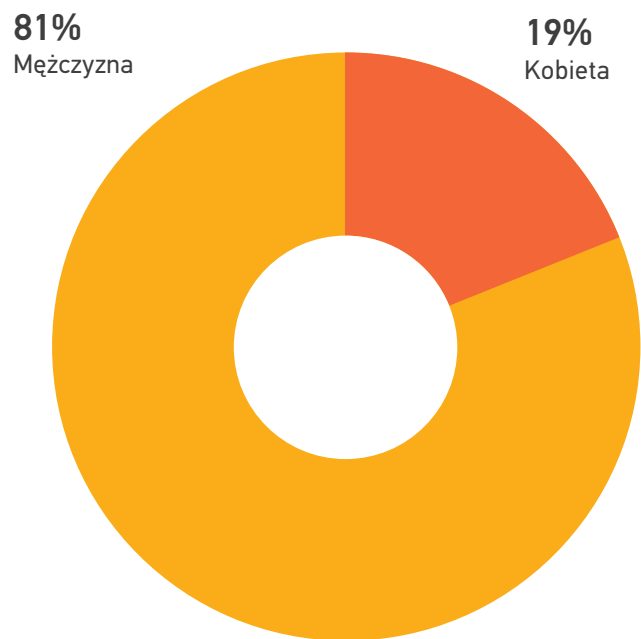
MIEJSCE ZAMIESZKANIA



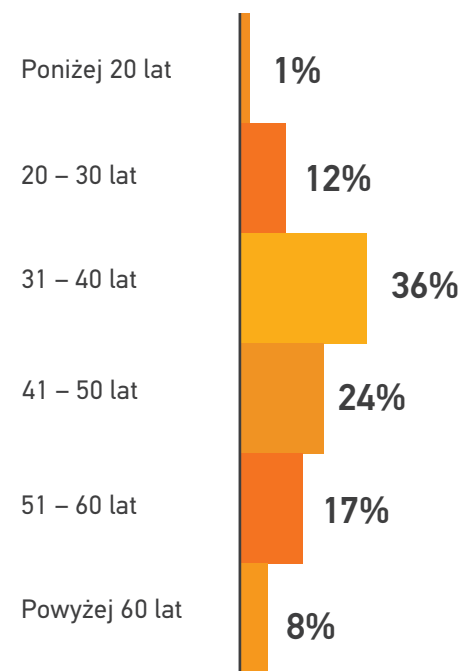
WYKSZTAŁCENIE



PŁEĆ



WIEK





nazwa.pl jest największym krajowym rejestratorem domen i dostawcą usług internetowych dla firm. nazwa.pl istnieje od 1997 roku, jest firmą ze 100% polskim kapitałem, obsługującą obecnie ponad pół miliona klientów. Oferowane przez firmę domeny internetowe, hosting stron WWW, poczta elektroniczna czy sklepy online przyczyniają się do stałego rozwoju polskiego sektora MSP.

nazwa.pl oferuje swoim Klientom wsparcie techniczne 24/7 oraz pomoc konsultantów w aktywacji i konfiguracji usług.

www.nazwa.pl

Cytowanie badania Mikro i małe firmy w internecie 2015 lub jego części jest możliwe pod warunkiem podania źródła: **Raport Mikro i małe firmy w internecie 2015** przygotowany przez **nazwa.pl**

Kontakt prasowy:

Katarzyna Tomczak

Menedżer ds. Public Relations

tel. 12 42 44 005

e-mail: katarzyna.tomczak@nazwa.pl