

„Mikro i małe firmy w internecie 2015” – raport rynkowy nazwa.pl

Strona WWW to podstawowe narzędzie biznesowe. Jej posiadanie zwiększa wiarygodność firmy, ułatwia kontakt z klientami, a w konsekwencji – zapewnia zyski. Tymczasem badanie przeprowadzone przez nazwa.pl pokazuje, że w grupie mikro i małych firm, co piąty przedsiębiorca nadal nie posiada firmowej strony WWW, a co czwarty funkcjonuje bez konta e-mail we własnej domenie.

Z raportu „Mikro i małe firmy w internecie 2015” przygotowanego przez nazwa.pl – największego polskiego dostawcy usług internetowych – wynika, że podstawowe bariery dla przedsiębiorców przy wdrażaniu strony WWW to czas i pieniądze. Ponad 20 proc. spośród wszystkich ankietowanych nie posiada strony WWW, tłumacząc to brakiem czasu (50 proc.) oraz zbyt wysokim kosztem przygotowania strony WWW (37 proc.). Blisko co trzeci przedsiębiorca przyznaje również, że istotnym problemem jest brak wiedzy, która byłaby niezbędna do uruchomienia własnej witryny.

Świadomość korzyści z posiadania firmowej strony internetowej zmienia się wraz z wiekiem przedsiębiorcy i jest większa w grupie wiekowej do 40 lat (w tej grupie 90 proc. przedsiębiorców ma stronę WWW). W grupie wiekowej 41-60 lat, aż co czwarty przedsiębiorca nie ma firmowego serwisu internetowego.

Korzyści z posiadanie firmowej strony WWW i czynniki zachęcające do jej założenia

Mimo faktu, że wciąż wielu przedsiębiorców nie posiada strony WWW, większość ma świadomość podstawowych korzyści płynących z jej posiadania. Firmowa strona WWW postrzegana jest jako standard funkcjonowania firmy na rynku (70 proc.) i narzędzie ułatwiające kontakt (65 proc.). Zdaniem 63 proc. ankietowanych strona WWW zwiększa wiarygodność firmy. Jest ona także narzędziem zapewniającym więcej klientów (54 proc.) oraz pozwalającym osiągać większe zyski (36 proc.).

Jak wskazywali ankietowani, największą zachętą dla firm do założenia własnej strony WWW jest niska cena (48 proc.) oraz możliwość skorzystania z gotowych rozwiązań (39 proc.). 38 proc. ankietowanych przedsiębiorców przyznaje, że założyliby stronę WWW, gdyby ktoś zrobił to za nich.

Polskie firmy coraz efektywniej wykorzystują potencjał internetu. Nazwa.pl od lat wspiera potrzeby przedsiębiorców i dostarcza narzędzia do ich zaspokojenia. Naszą uwagę skierowaliśmy również ku firmom, które dotychczas nie były wystarczająco aktywne w sieci. Szczegółowo „prześwietliliśmy” występujące bariery i znaleźliśmy rozwiązanie. Tak powstała Wizytówka Internetowa – usługa, dzięki której profesjonalna firmowa strona WWW staje się dostępna w sieci w czasie krótszym niż minuta. Wystarczy podać dane firmowe i... gotowe. To prawdziwa rewolucja” – komentuje Łukasz Żur, menedżer produktu w nazwa.pl.

Posiadanie poczty firmowej przez przedsiębiorców

Poczta firmowa to podstawowe narzędzie do komunikacji z klientami i partnerami biznesowymi. Zdaniem ankietowanych zwiększa ona wiarygodność firmy (69 proc.), usprawnia komunikację (65 proc.) i jest standardem funkcjonowania firmy na rynku (65 proc.).

Większość ankietowanych przyznaje, że posiada firmową pocztę e-mail we własnej domenie (72 proc.). Co istotne, procent firm korzystających z firmowej poczty rośnie wraz ze wzrostem wielkości firmy – w przypadku jednoosobowych działalności wciąż co czwarty przedsiębiorca nie posiada poczty firmowej, ale już w przypadku firm zatrudniających do 10 osób z poczty we własnej domenie korzystają cztery na pięć firm.

„Nazwa.pl niezmiennie buduje świadomość wśród przedsiębiorców odnośnie konieczności posiadania własnej domeny. Dla nowoczesnej firmy to równie istotne, jak posiadanie numeru telefonu czy numeru NIP. Warto pamiętać, że domena internetowa to indywidualny adres biznesu w sieci, który efektywnie zwiększa wiarygodność prowadzonego przedsięwzięcia oraz wpływa na zaufanie klientów. To rodzaj internetowego kierunkowskazu dla obecnych lub potencjalnych kontrahentów. Warto zatem pomyśleć o domenie jeszcze przed założeniem działalności gospodarczej. Równie istotna jest firmowa poczta e-mail w takiej domenie, która staje się standardem profesjonalnego funkcjonowania na rynku, buduje zaufanie klientów i zwiększa zyski” – mówi Aleksandra Strzelecka-Jaroszek, menedżer produktu w nazwa.pl.

Więcej informacji: *Raport Mikro i małe firmy w internecie 2015* przygotowany przez 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**

Informacje o firmie:

nazwa.pl jest liderem na rynku usług internetowych dla przedsiębiorców, którzy chcą rozwinąć swoją działalność. Od 1997 roku tworzy i dostarcza kompleksowe usługi, dzięki którym już ponad **dwa miliony użytkowników** zaistniało w sieci. Oferowane przez firmę domeny internetowe, hosting stron www, poczta elektroniczna czy sklepy online przyczyniają się do stałego rozwoju polskiego sektora MSP. **nazwa.pl** utrzymuje dla swoich klientów już ponad 600 000 domen. <http://www.nazwa.pl/>

Spółka **nazwa.pl** należy do grupy kapitałowej **Nowak Holding**, w skład której wchodzi spółki działające w sektorach gospodarki o wysokich stopach zwrotu. **Nowak Holding** dysponuje całkowicie polskim kapitałem, a jej właścicielem jest Piotr Nowak. Najbardziej rozpoznawalną marką w grupie jest **nazwa.pl**, która obecnie zajmuje pozycję największej polskiego operatora rejestrującego domeny i świadczącego usługi hostingowe. <http://nowakholding.com>

Więcej informacji udzieli:

Katarzyna Tomczak
Menedżer ds. Public Relations
tel. 12 42 44 005, +48 660 745 377
e-mail: katarzyna.tomczak@nazwa.pl