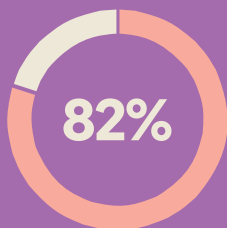


Како доћи до добре понуде за веб-сајт

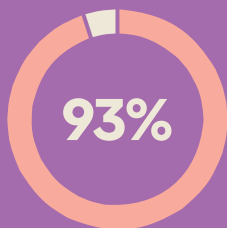
Водич за микро, мала и средња предузећа

Веб-сајт је веома важан маркетиншки алат за сва микро, мала и средња предузећа, без обзира на то којим се послом баве. Зато смо креирали овај дигитални водич који ће вам помоћи да што ефикасније дођете до веб-сајта који ће користити вашем пословању.

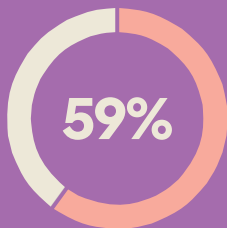
Наиме, у данашњем убрзаном свету саставни део вашег продајног и маркетиншког приступа мора бити савремен, добро осмишљен веб-сајт, а то потврђују и следећи подаци:



домаћих предузећа
користи веб-сајт у свом
пословању.*



купаца је спремније
да изврши куповину
од продавца који има
сопствени веб-сајт.**



интернет корисника има
проблем да потврди
идентитет предузећа
које нема свој званични
веб-сајт.**

Поседовање веб-сајта пружа бројне користи које фирми могу помоћи да расте и успешно послује, а неке од њих су:

Повећана видљивост:

Сајт омогућава фирми да досегне до шире публике и постане видљивија у онлајн свету. То је посебно значајно за бизнисе који углавном послују унутар неке ограничене области, а желели би да прошире своје тржиште.

Кређибилитет:

Сајт који изгледа професионално позитивно утиче на репутацију фирме и помаже јој да се етаблира као поуздан извор информација* и место коме треба поклонити поверење приликом куповине производа или услуга.

Боље корисничко искуство:

Сајт купцима може пружити лак приступ информацијама о производима и услугама које се налазе у понуди, као и о самој фирми и вредностима за које се залаже. То може унапредити искуство купаца и помоћи им да фирми укажу поверење.

Повећање продаје:

Олакшавањем купцима да сазнају и купе производе или услуге онлајн, сајт може помоћи свакој фирми да повећа своју продају, оствари боље приходе и економичније пословање.

Према РНИДС-овом истраживању из октобра 2021. године, **80%** купаца се информише, а **77%** купаца купује преко званичног веб-сајта фирме.



* Истраживање „Употреба дигиталних технологија у пословању“

** Истраживање „Утицај веб-сајта и брендирање е-поште на пословање компанија на интернету“


```
5 the element inside the scroll container
a = w.scrollLeft();
b = w.scrollTop();
o = t.offset();
x = o.left;
y = o.top;
```

```
ax = settings.accx;
ay = settings.accy;
th = t.height();
wh = w.height();
tw = t.width();
ww = w.width();
```

```
(y + th + ay >= b &&
y <= b + wh + ay &&
x + tw + ax >= a &&
x <= a + ww + ax) {
```

```
    //trigger the custom event
    if (!t.appeared) t.trigger('appear');

} else {

    //it scrolled out of view
    t.appeared = false;
}
```

```
create a modified fn with some additional logic
r.modifiedFn = function() {
```

```
    //mark the element as visible
    t.appeared = true;
```

Међутим, иако већина власника микро, малих и средњих предузећа зна за бенефите које доноси компанијски веб-сајт, имају проблем са тиме како доћи до квалитетног и поузданог сајта који ће им помоћи у постизању циљева.

Два најчешћа проблема са којима се суочавају огледају се у томе да им је тешко разлучити на шта је потребно обратити пажњу приликом израде веб-сајта и како комуницирати са веб-дизелоперима.

Зато смо направили листу ствари о којима је потребно водити рачуна приликом израде сајта и шаблон за састављање понуде за његову израду, као корисну алатку која ће вам помоћи да добијете понуде које се лако могу упоредити.

У овом дигиталном водичу спровешћемо вас кроз многа питања која би требало да поставите како бисте за своју фирму добили најбољи могући веб-сајт.

На крају шаблона наводе се рокови и буџет које дивелопер такође треба да дефинише, што ће вам омогућити да упоредите информације које добијете од различитих понуђача и одлучите која вам највише одговара.

Три питања која је потребно поставити пре израде сајта

Приликом прављења веб-сајта постоји прегршт важних ставки о којима се мора водити рачуна. Међутим, следећа три питања потребно је да поставите у самом старту:



01

Која је сврха прављења веб-сајта?

Да ли желите да служи као:

- онлајн презентација ваше фирме
- продавница производа и услуга које нудите
- алат за прикупљање потенцијалних купаца
- платформа преко које комуницирате са купцима.

Сврха вашег веб-сајта може бити било шта од наведеног, било која комбинација, или све заједно, а дефинисање његове сврхе је неопходно за постизање вашег циља.

02

Ко је ваша циљна група?

У маркетингу све почиње од тога коме се обраћамо. Циљна група нам је важна како бисмо одредили адекватан тон комуникације, одабрали визуелни идентитет, одлучили које информације ћемо истаћи...

Стога, дефинишите ко ће бити особе које желите да посете ваш сајт.

03

Ко ће правити садржај за сајт?

Запитајте се да ли поседујете довољно ресурса и знања да самостално или у сарадњи са запосленима у вашој фирми пишете текстове за сајт и креирате визуале (фотографије, видео-материјале, инфографике...).

Имајте у виду да квалитетан садржај значи више купаца и да је боље ангажовати професионалце са којима ћете сарађивати уколико нисте у могућности да све направите у сопственој режији. Притом, важно је да садржај буде аутентичан, заиста ваш, јер данас купци знају да препознају ако је нешто „позајмљено“ од других.

Како прикупити понуде за прављење веб-сајта

Знамо колико компликовано може бити писање позива за понуде које ћете послати стручњацима за прављење веб-сајтова. Зато смо направили пример формулара који ће вам помоћи да веб-дизелеру предочите шта треба да зна о вашој фирми да би израдио веб-сајт прилагођен вашим потребама.

Пример документа за прикупљање понуда за израду веб-сајта:

НАЗИВ ВАШЕ ФИРМЕ:

ДАТУМ:

01

Увод – ко смо ми

Опишите своју фирму како би веб-дизелер имао слику о производу или услузи коју ваша фирма нуди: који је то проблем који ви решавате својим муштеријама?

Наведите:

- колико дуго послује ваша фирма
- колико запослених имате
- који је проценат вашег промета локалног, националног, односно међународног карактера? (На пример: 65%/25%/10%)
- шта вас издваја од конкурената
- који проблем решавате својим клијентима.

Ово су важне теме о којима би требало да ви и ваши запослени имате јасну слику. То ће побољшати ваше маркетиншке напоре, укључујући и активности на веб-сајту.

02

Тренутни веб-сајт

Ако већ имате свој сајт, наведите адресу.

www.

03

Наша мисија

Наведите које су вредности за које се залаже ваша фирма и који су то циљеви које желите да остварите а који ће користити вашим клијентима.

04 Наше муштерије

Напишите све важне информације о постојећим клијентима и наведите кога још сматрате својим потенцијалним муштеријама којима би веб-сајт требало да се обраћа. За почетак, дефинишите да ли се првенствено обраћате фирмама или појединцима.

Све информације су важне. Кад одредите улогу коју ваш производ или услуга игра у животима купаца, то ће вам помоћи да одлучите шта ће они желети од вашег сајта. А информација о томе где се налазе ваши купци утицаће на то како ћете организовати испоруку робе или опцију „кликни и преузми” (click and collect), за онлајн наручивање и преузимање робе у вашим продавницама.

Да ли сте знали да 20% купаца остварује 80% прихода? Морате знати који купци, у вашем случају, чине тих 20%.

05 Шта желимо од сајта

Наведите шта очекујете од новог/прерађеног веб-сајта.

На пример:

- повећање броја посетилаца за 50%
- повећање промета за 10% захваљујући функцији е-трговине
- лакше проналажење својих производа од стране посетилаца
- брже долажење до корпе за куповину и завршавање трансакције од стране купаца
- промоција опције „кликни и преузми” (click and collect).

06 Шта желимо на сајту

Направите прецизну листу онога што желите да имате на свом сајту. Ако већ имате сајт, наведите шта све већ добро функционише, а шта је потребно мењати.

На пример:

- Потребан је развој mobile first функционалности, с обзиром на проценат наших клијената који користе мобилне телефоне за онлајн претраге.
- Треба користити дизајн који се уклапа у наш постојећи брендинг и шеме боја.
- Предност дајемо сајту на платформи Вордпрес (WordPress), осим ако постоји јак аргумент за другу платформу.
- Потребно је омогућити лако уређивање садржаја – наши запослени су тренутно обучени за Вордпрес. Садржај ћемо обезбедити ми.
- Потребне странице: Насловна, О нама, Блог, Продавница, Најчешћа питања и одговори, Политика приватности, Услови коришћења, Контакт.
- Поставити календар са могућношћу заказивања термина.
- Дати могућност онлајн плаћања путем Пејпала (PayPal).
- Поставити галерију слика са производима.
- Садржај треба да буде написан по SEO правилима.
- Неопходан је SSL сертификат.
- Потребна је повезаност са Гугл аналитиком.
- Неопходна је интеграција веб-сајта са друштвеним мрежама...

Листа захтева је неопходна за креирање дизајна архитектуре информација којим се одређује где се шта на веб-сајту налази, како би корисницима било што лакше да се на њему снађу.

07

Одржавање, обука, подршка, хостинг

Саопштите да ли имате потребе које се тичу обуке вас и ваших запослених за сајт и његово функционисање (унос садржаја, део за е-трговину, SEO...), да ли желите одржавање сајта, имате ли већ обезбеђен хостинг или немате...

Ако желите да промените хостинг провајдера, затражите детаље о томе ко ће хостовати ваш сајт, где се налазе сервери и колики су трошкови у вези са хостовањем.

Одржавање веб-сајта је важно – можда мислите да је посао завршен када веб-сајт постане активан, али... није баш тако. Ваш сајт садржи многе софтверске елементе које треба редовно проверавати и ажурирати да бисте били сигурни да све ради како треба и да је сајт заштићен од хакера. Редовно одржавање сајта је далеко јефтиније од решавања проблема који би га у неком тренутку могли угрозити.

08

Референце

Затражите да вам наведу примере сајтова које су већ правили, а рађени су за фирме које се баве послом сличним вашем, како бисте видели да ли вам се допадају.

09

Буџет

Реците колико сте оквирно спремни да уложите у свој нови веб-сајт.

10

Рокови

Наведите рокове за израду сајта.

11

Контакт особа

ИМЕ:

БР. ТЕЛ.:

ИМЕЈЛ:

12

Административна питања

Наведите до када је рок за подношење понуде и друге напомене, уколико их имате.

Уз наведене информације приложите и следећу табелу са пратећим текстом: „Молимо да доставите детаљне одговоре користећи доњу табелу – дајте кратак опис посла који треба да се заврши у оквиру сваке од наведених активности (прва колона).”

ОПИС	НАПОМЕНЕ	ВРЕМЕ (У ДАНИМА)	ЦЕНА €
Почетак пројекта			
Дизајн архитектуре информација			
Оквирни дизајн			
Први нацрт шаблона за распоред страница/садржаја			
Избор софтверског система за управљање садржајем (CMS)			
Пребацивање целокупног садржаја са тренутног сајта*			
SEO			
Тестирање новог сајта и пуштање у рад			
Обука тима/примопредаја			
Годишње одржавање			
Хостинг на годишњем нивоу			
Укупно			
Укупно са ПДВ-ом			

*уколико је ово ваш први веб-сајт, онда немате садржај који је потребно пребацити на нови.

Уз помоћ овог формулара посао упоређивања различитих понуда за израду вашег новог веб-сајта биће вам знатно олакшан, а током самог процеса креирања сајта у сваком тренутку знаћете на ком кораку се налазите и да ли све тече онако како је планирано и договорено.

Српски интернет домен за онлајн идентитет од поверења



Јединствен и домаћи

Сајтови на .rs и .srb доменима препознају се као домаћи, намењени **првенствено српском тржишту**. Међутим, српски национални домен је сјајан избор и за све оне производе чије је **локално порекло врло релевантно**, као што су нпр. ужичка пршута, ртањски чај, хомољски мед, пиротски ћилим или футошки купус. Притом се све накнаде **плаћају у динарима**, са корисничком подршком комуницира се на српском језику, а у случају било каквог спора у вези са националним доменима, **арбитража се врши у Србији**, а не негде у свету.

Убраја се међу најбезбедније

РНИДС је једини национални регистар у свету који омогућава чак **три врсте заштите назива домена**, при чему свака од њих захтева додатну проверу и одобрење приступа подацима о домену. Осим тога, приликом самог процеса регистрације смањена је могућност злоупотребе, јер наше националне интернет домene, за разлику од неких генеричких домена, не могу да региструју неидентификоване фирме или појединци.

Улива поверење

Ако је реч о пословном сајту и називу домена који је **регистрован на фирму**, како би требало, на адреси ruids.rs/whois **могу се добити информације о тој фирми**. Њени подаци, ако је реч о домаћој фирми, могу да се **провере на сајту Агенције за привредне регистре (apr.gov.rs)**, што кориснику пружа изврстан ниво сигурности. То са најчешће коришћеним генеричким доменима није могуће, јер ниједан WHOIS сервис не приказује податке о фирмама на које су регистровани називи таквих домена. Према истраживању из 2021. године, 62% интернет корисника у Србији највише поверења има у сајтове на .rs домену.

Лакше вас је наћи на интернету

Интернет претраге добрим делом засноване су на геолоцирању, тако да веб-сајтови на локалном домену и локалном језику и писму имају **веће шансе за боље позиционирање** у резултатима локалних интернет претрага. Сходно томе, интернет претраживачи дају предност сајтовима на .rs и .srb доменима на упите из Србије. Наравно, сви домени су подједнако видљиви глобално, али само национални домени имају предност у локалним претрагама.

Шири „асортиман“

У оквиру националних доменских простора имате већи избор слободних и потенцијално занимљивих појмова **за називе интернет домена**. Они могу да се региструју на два писма скоро свих језика који се говоре на територији Србије.

Додатна предност регистрације .srb домена

Захваљујући особености српске ћирилице да једном гласу одговара једно слово, .srb домен је једини интернет домен на свету који омогућава да се адресе сајтова изговарају управо онако како су и написане, што је од великог значаја за претраге на интернету које се све чешће обављају гласом.

Укратко о Фондацији РНИДС

Фондација „Регистар националног интернет домена Србије” (РНИДС) управља регистром назива националних .rs и .срб домена и интернет инфраструктуром која обезбеђује њихово беспрекорно функционисање и несметану доступност из било које тачке интернета.

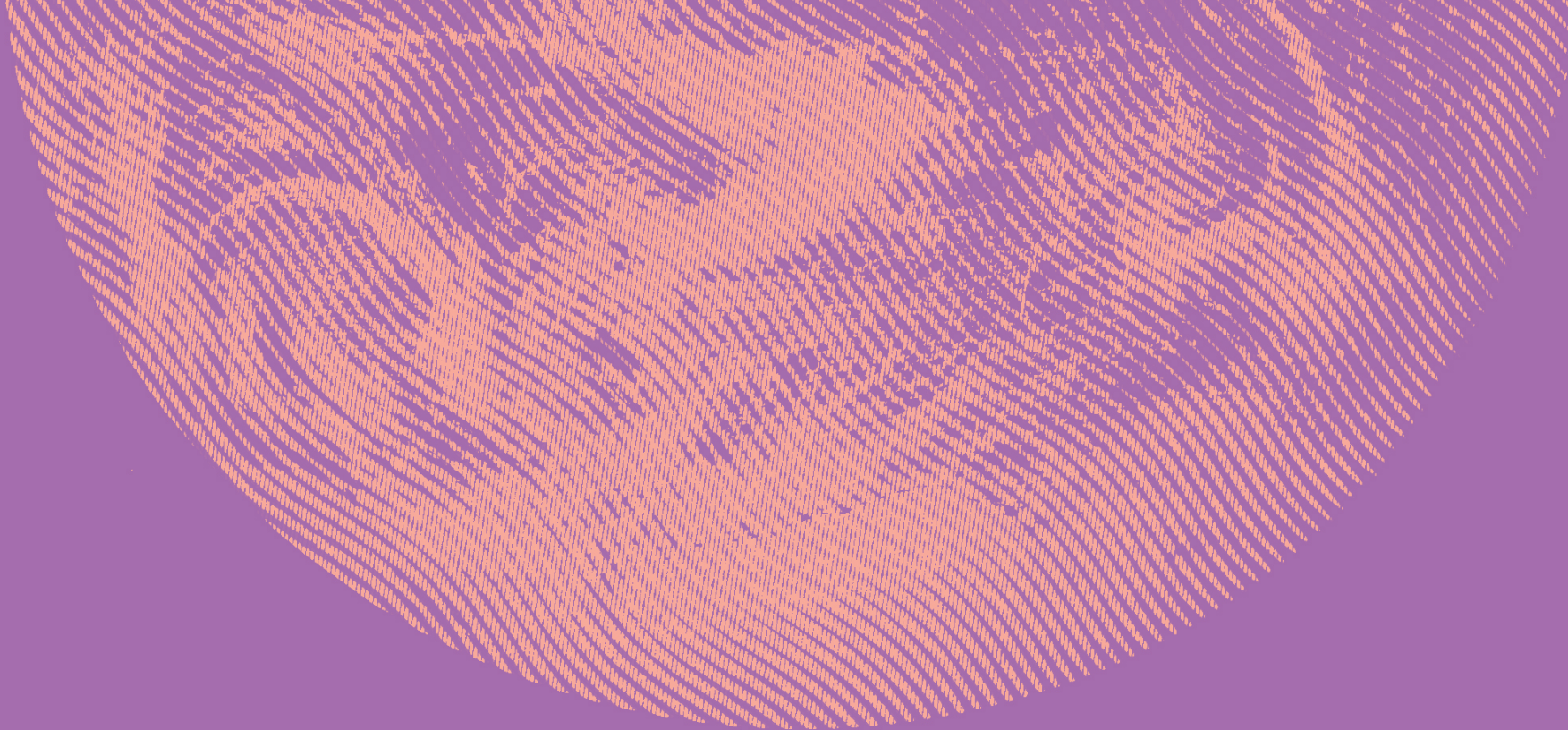
РНИДС-у је управљање .rs и .срб доменима, уз подршку надлежног министарства Републике Србије, делегирао ICANN – организација одговорна за управљање глобалном адресном структуром интернета.

Своје пословање базирамо на најбољој пракси и искуствима водећих светских регистара интернет домена највишег нивоа, уз употребу савремених технолошких решења. На наше интернет сервисе ослања се преко 50.000 предузећа. Ако би неки назив домена био недоступан, веб-страница на њему не би била видљива, онлајн сервис на њему не би радио, а његови корисници не би могли да размењују

електронску пошту. Кључни сервиси РНИДС-а раде на вишеструким локацијама и омогућавају непрекидно пружање услуга и у ситуацијама када дође до кvara на опреми, или прекида у комуникацијама. Системи који подржавају .rs и .срб домene раде без прекида откако су наши национални домени постали видљиви на интернету.

Осим техничке, РНИДС има и административну улогу, јер дефинише правила која регулишу регистрацију назива националних домена, као и спорове у вези са њима.

Такође, РНИДС активно ради на едукацији и промовисању одговарајућег присуства на интернету. Знање које смо стекли током година делимо широм Србије кроз конференције и стручне скупове које организујемо, или на којима учествујемо, у сарадњи са представницима локалне интернет заједнице.

**Е-пошта:**

kancelarija@rnids.rs

**Регистар националног
интернет домена Србије**

rnids.rs | рнидс.срб

Едукативни сајт РНИДС-а

domen.rs | домен.срб

**Конференција ДИДС
(Дан интернет домена Србије)**

dids.rs | дидс.срб

Друштвене мреже:

linkedin.com/company/rnids

facebook.com/rnids.rs

instagram.com/rnids

youtube.com/rnidsonline

Овлашћени регистри

rnids.rs/registri

WHOIS упит

rnids.rs/whois

ДОМЕН
РНИДС