
(Intervju) Več kot 80 odstotkov slovenskih podjetij ima neustrezno ali pomanjkljivo spletno stran

Čas branja: 4 min

15.10.2020 08:18

Podjetja, ki ne bodo vlagala v splet, se bodo težko kosala s konkurenti, opozarja Brane Tomažič, ustanovitelj agencije noviSplet, ki že 16 let izdeluje spletne strani in spletne trgovine

V času, ko pomena ustreznega spletnega nastopa ni več moč izpodbijati, smo se z Branetom Tomažičem iz podjetja noviSplet pogovarjali o tem, zakaj se izplača najeti zunanje strokovnjake, kaj pomeni biti na vrhu iskanj Googla in zakaj so danes vsi strokovnjaki za SEO.



Kolikšen je po vašem mnenju delež slovenskih podjetij, ki imajo ustrezno spletno stran?

Za več kot 80 odstotkov slovenskih podjetij menim, da imajo neustrezno ali vsaj pomanjkljivo spletno stran, ki bodisi ni prilagojena mobilnim telefonom, nima varne povezave, ni dobro optimizirana za iskalnike bodisi je vsebinsko nedovršena. Nekatera podjetja se tega zavedajo, vendar nimajo ustreznega partnerja, ki bi jim pri tem pomagal, večina pa tega sploh ne ve. Njihov sklep je, da splet ne deluje in ne prinaša rezultatov, kar je zmotno mišljenje, v resnici ne deluje za njih.

So podjetja sposobna sama poskrbeti za dobro uporabniško izkušnjo ali bi morala za to najemati zunanje strokovnjake?

Večina podjetij vsekakor nima dovolj znanja oziroma usposobljenega kadra, ki bi znal poskrbeti za dobro uporabniško izkušnjo na spletu. Strokovnjak, ki se dnevno ukvarja s spletno uporabniško izkušnjo, zna bistveno bolje načrtovati in pripraviti vsebine kot nekdo, ki se s tem srečuje samo občasno. Poleg tega zunanji strokovnjak vidi naročnikove potrebe v drugačni luči, zunaj okvirov in ima širši spekter znanj in izkušenj.

Ko govorimo o zunanjih strokovnjakih, je treba dobro razmisliti, s kom sodelovati. Verjetno pogodbeno razmerje z »one man bandom« ni najboljša rešitev. Lahko takšni ponudniki zagotavljajo dolgoročno vzdrževanje in nadgradnje spletne strani? Kako je z odzivnostjo v takšnih poslih?

Večina podjetnikov si predstavlja, da je na slovenskem trgu izdelave spletnih strani veliko ponudnikov. Dejstvo je, da za resna podjetja obstaja peščica podjetij, ki smo zmožna pravilno svetovati in voditi spletni nastop za želene rezultate. Spletna predstavitev je ena najbolj vidnih podob ter največji promotor. V primerjavi z drugo reklamo,

napisom na stavbi, nalepko na tovornjaku, je splet, sploh v današnjih časih, bistveno bolj opazen in pomemben. Vse več naročnikov pride k nam po nasvet in pomoč, ker so postavljeno spletno predstavitev zaupali posamezniku, vendar ni rezultatov. Pogosto se zgodi, da dosedanji skrbnik ni več dosegljiv ali pa ne zmore oziroma ne zna v primernem času nadgraditi spletne strani. V agenciji noviSplet menimo, da vrhunski programer ne more biti hkrati vrhunski oblikovalec, enako kreativni dizajner ne more biti specialist za spletno prodajo, učinkovit SEO-svetovalec pa ne spreten koordinator projekta. Za učinkovito spletno stran ali spletno trgovino je potrebna sinergija in sodelovanje vrhunskih spletnih strokovnjakov.

Kakšna je razlika med učinkovito in neučinkovito spletno predstavitevijo?

Uspešna in učinkovita spletna stran je tista, s katero podjetje bolje od svojih konkurentov pridobiva nove stranke in podjetju povečuje ugled.

Vzemimo za primer dve podjetji iz iste panoge. Prvo podjetje se odloči, da si spletno stran postavijo sami. Slišali so, da je dobro, da so na spletu. Znanec jim je pomagal pri postavitvi, registriral domeno in dal nekaj nasvetov. Drugo podjetje je za spletno predstavitev izbralo profesionalno agencijo, ki jim je izdelala učinkovitejšo predstavitev, ki je bolj uvrščena, bolj prepričljiva, generira več povpraševanj in z njo nimajo težav. Dejstvo je, da bo glavnino povpraševanj pobralo pojejte z boljšo spletno stranjo. Konec leta, »pod črto«, se to pozna tudi pri prihodkih, kar pomeni, da se je naložba večkrat poplačala. Enako je pri spletnih trgovinah, nekatere so slabo uvrščene v iskalnikih, imajo slabo prodajo in jih uredniki težko urejajo. Druge so zelo učinkovite, dobro uvrščene in v veliki meri avtomatizirane ter povezane s spletnim računovodstvom oziroma ERP, kar omogoča veliko poenostavitev poslovanja. Tukaj ne gre samo za povračilo naložbe, saj gre za izdelavo sistema, ki na dolgi rok podjetju prinaša konkurenčno prednost.

Bi lahko rekli, da je učinkovitost tudi visoko mesto v iskalniku Google? Ko smo raziskovali ponudnike izdelave spletnih strani, smo opazili, da ste uvrščeni na najvišjih mestih.

Vsekakor je eden izmed kazalnikov učinkovite spletne strani tudi visoka uvrstitev v iskalniku Google. Da smo kot agencija noviSplet uvrščeni zelo visoko, nam daje potrditev in krepi zaupanje. Gre za najbolj realno oceno, da znamo delati dobro. Visoko mesto pripisujemo kontinuiranemu procesu učenja, raziskovanja, poglobljanja in dolgoletnim izkušnjam s SEO-optimizacijo, ki jo uspešno vključujemo tudi v spletne predstavitve naših naročnikov.

Vsepovsod je najti ogromno nasvetov, kako izboljšati SEO-optimizacijo. Obstaja cela poplava spletnih seminarjev in e-gradiv, kako priti na prvo mesto v Googlu.

Res je, kar naenkrat so vsi postali strokovnjaki za SEO. Kamorkoli se obrneš, najdeš predavanje, webinar, priporočnik ali pet nasvetov, kako izboljšati SEO. V praksi pa je običajno čisto nekaj drugega. V agenciji noviSplet se zadeve lotevamo predvsem na podlagi lastnih dobrih praks, ki so v preteklosti že pokazale dejanske rezultate.

Omenili ste napredno spletno trgovino, ki je povezna z ERP-sistemom. Zakaj je pomembna tovrstna povezljivost spletne trgovine z računovodskim programom?

V [agenciji noviSplet](#) smo se specializirali za [zahtevne spletne trgovine](#) z več tisoč izdelki, ki jih je ročno težko upravljati. V takšnih primerih največkrat povežemo spletno trgovino z ERP-sistemom. Gre za sinhronizacijo naročil, kupcev, prodajnega programa, cen, zaloga. Takšna integracija hitro poplača strošek zaposlenega, ki bi bil potreben za upravljanje in vnašanje izdelkov in naročil. S tem poslovanje poenostavimo in naredimo še bolj učinkovito.

Je epidemija zares pripomogla k digitalizaciji poslovanja? Kako vidite razplet situacije?

Koronakriza je bil pravi »wake-up call« za številna podjetja, ki so se v preteklem desetletju še vedno na vso moč upirala spletu in digitalizaciji. Predvsem trgovine, ki so bile nekaj časa zaprte, so ugotovile, da blago ostaja na policah in v skladiščih, kupca v klasično trgovino več ni. Zavedanje, da bo treba vzpostaviti nov prodajni kanal, je marsikoga spodbudilo k takojšnji akciji. V naši agenciji imamo občutno rast naročil trgovin pri podjetjih, ki so se tega do zdaj izogibala. Splet postaja pomembnejši kot kadarkoli prej. Podjetja, ki ne bodo vlagala v splet, se bodo težko kosala s konkurenti.

Na kaj ste najbolj ponosni?

V prvi vrsti sem ponosen na našo izvrstno in homogeno ekipo, ki že 16 let ustvarja učinkovite projekte. V čast in zadovoljstvo so nam tudi vse spodbudne zgodbe podjetnikov, ki smo jim že pomagali, da so s pomočjo naših spletnih rešitev zrasli v danes zelo uspešna podjetja. Trenutno imamo na spletu več kot 700 aktivnih spletnih mest.