

Kako izbrati pravega ponudnika spletnih storitev?

Dajte nas na internet!

..ANDREJ JE ZA MNOGE OBRAZ SPLETNE AGENCIJE KLARO, DANES USPEŠNEGA PONUDNIKA SPLETNIH STORITEV, NEKOČ PA SKUPINE PETIH ZANESENJAKOV, KI SO V SPLETU VIDELI PRILOŽNOST ZASE IN ZA SVOJE STRANKE..

Intervju z Andrejem Šolincem

Prav stranke imajo največ stikov z Andrejem, ki se ukvarja s prodajo in svetovanjem. Zaradi izkušenj, pridobljenih v letih dela s potencialnimi strankami, je pravi naslov za nasvete o izbiri izdelovalcev spletnih strani.

Leta 2010 še vedno najdemo ljudi, ki se na internetu ne znajdejo najbolje. Med njimi so tudi poslovneži, ki so prej ali slej soočeni z dejstvom, da potrebujejo novo ali prenovljeno spletno stran. Kaj bi jim svetovali?

Res je, danes so spletne strani ali spletna mesta nujnost za večino organizacij. Pri tem je seveda treba upoštevati, da imajo različne organizacije tudi različne potrebe glede spletne prisotnosti. Obrtnik ne potrebuje obsežnega spletnega portala, medijska organizacija pa si ne more pomagati s preprosto spletno vizitko. Zato se mi zdi predvsem pomembno, da naročnik prepozna svoje potrebe in jih zna jasno podati agenciji oziroma izdelovalcu strani. Ta pa mu mora pri tem znati svetovati.

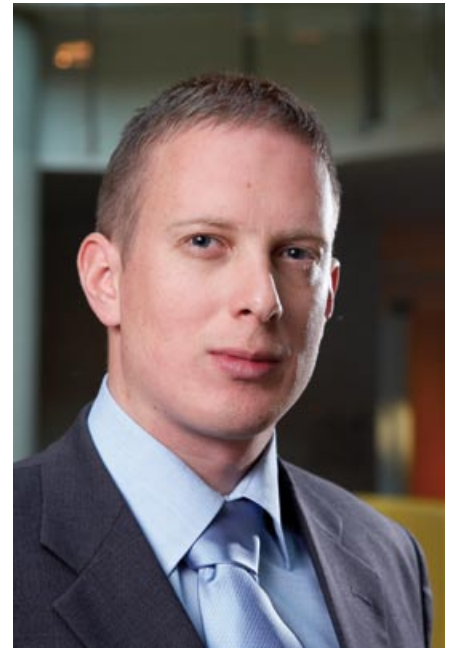
Začnimo na začetku. Kako naj se sploh lotimo iskanja ponudnika spletnih storitev in na kaj moramo biti pri tem pozorni?

Prva stvar, ki jo lahko storimo, je iskanje na spletu. Če v iskalnik Google.si vpišemo »spletne

strani«, dobimo več kot šest milijonov zadetkov. Seveda ne moremo pregledati vseh, lahko so pa dobro izhodišče. Ogledamo si spletne strani ponudnikov, pri čemer smo pozorni predvsem na reference. Ko najdemo nekaj takih, katerih reference so nam všeč in so blizu našim potrebam, jim pošljemo povpraševanja. Druga možnost, ki se ponavadi izkaže za še bolj uspešno, je povprašati svoje poslovne partnerje, kdo skrbi za njihovo spletno prisotnost. Včasih kakšen ponudnik na papirju oziroma zaslonu deluje odlično, pri sodelovanju pa naletimo na ovire. Osebnih izkušenj ljudi, ki jih poznamo, so tu izredno koristna informacija.

Ko potencialna stranka pošlje povpraševanje, običajno prejme ponudbo. Kako ocenimo kakovost ponudbe in izberemo pravo?

Kakovost ponudbe je predvsem odvisna od kakovosti povpraševanja. Dobro je, da ponudnikom podamo čim več informacij o nas in naših potrebah na spletu. Zastavimo jasne in merljive cilje kot je na primer povečanje prodaje ali števila povpraševanj prek spleta. Če nismo prepričani, kaj potrebujemo, se dogovorimo za svetovalni sestanek. Povpraševanja pošljemo najmanj trem ponudnikom, da lahko nato primerjamo ponudbe. Pri



Andrej Šolinc, solastnik Spletne agencije Klaro

tem se ne osredotočamo samo na ceno. Pomembno je tudi, kakšni so dolgoročni stroški, kako bomo s ponujeno rešitvijo prihranili ali celo zaslužili, in koliko vzdrževanja bo potrebovala. Stran naj nam ne jemlje preveč časa. Če jo bomo sami osveževali, mora imeti preprost in prijazen sistem za upravljanje z vsebinami (CMS), ponudnik pa naj poskrbi tudi za ustrezno podporo uporabnikom. Nujno je, da od ponudnikov zahtevamo pojasnila za vse nejasnosti glede vsebine ponudbe ali načinov zaračunavanja. Na ta način naredimo ožji izbor. Če se še takrat ne moremo odločiti, lahko razširimo iskanje, saj je izbira res pestra. (P.R.)



KLARO.si
spletna agencija

Klaro d.o.o.

Peruzzijeva ulica 84b, 1000 Ljubljana

Telefon: 01 / 280 77 70

E-pošta: info@klaro.si

Spletni naslov: www.klaro.si

