

2015

STYCZEŃ

LUTY

MARZEC

KWIECIEŃ

MAJ

CZERWIEC

LIPIEC

SIERPIEŃ

WRZESIEŃ

PAŹDZIERNIK

LISTOPAD

GRUDZIEŃ

RAPORT

DOMENY, HOSTING, CHMURA



Partner brązowy



Partnerzy

money.pl

MEDIARUN

GAZETA.PL

WP 20 lat

interia

semahead

SMBbusiness.pl
SMALL & MEDIUM ENTERPRISE

Wydawca

interaktywnie.com

06

Jak strzec skarbów zdeponowanych w sieci

Barbara Chabior

14

Aplikacje w chmurze obliczeniowej, czyli wszystko czego potrzebujesz dla swojego biznesu

ARTYKUŁ PROMOCYJNY - Snipcloud

19

Gwiezdne wojny w chmurach. Apple, Google i Microsoft kuszą dyskami. Który jest najlepszy?

Mateusz Ratajczak

25

Recepta na sukces? Trafna domena i krajowe rozszerzenie

Bartosz Wawryszuk

31

Hosting przyszłości to e-biuro

Maciej Rynkiewicz

38

.pl wciąż się ceni, ale prawdziwa rewolucja rozgrywa się w chmurach

Kaja Grzybowska



Dane znikają z domów i z biur. Nowa era już nadeszła. Ale czy tego oczekiwaliśmy?

Chmura to genialne, bardzo praktyczne rozwiązanie. Można śmiało powiedzieć, że to kolejna informatyczna rewolucja. Przechowywanie plików jeszcze nigdy nie było tak wygodne i tak bezpieczne. Czy jednak na pewno bezpieczne? Nie brakuje przecież przykładów wycieków danych. Czy wysyłając pliki poza nasz twardy dysk tracimy nad nimi kontrolę?

Nad tym eksperci Interaktywnie.com zastanawiają się w pierwszym rozdziale. Nie mają wątpliwości, że cloud computing to przyszłość, ale też przypominają, że najlepsze zabezpieczenia są bezradne wobec lekkomyślności użytkowników.

Jeśli przełamaliśmy nieufność i sami czujemy się na tyle odpowiedzialni, aby powierzyć chmurze dane, to warto się zapoznać z tym, kto za ile i co proponuje. Kto kusi firmy a kto ma lepszą ofertę dla masowego usera? Zapraszamy do rozdziału drugiego.

Zapraszamy również do zapoznania się z opiniami ekspertów, którzy pomagają odnaleźć się w meandrach wyboru domeny. To bardzo trudne zadanie, ponieważ niewiele adekwatnie do działalności brzmiących domen jest wolnych lub ich cena jest w zasięgu zainteresowanych. Choć adres strony WWW nie jest już szczególnie istotny przy pozycjonowaniu – przypominają eksperci w rozdziale trzecim – to jednak ma duże znaczenie wizerunkowe i marketingowe. Dlatego warto dobrze się zastanowić, może nawet zainwestować i jeśli to możliwe jednak wybrać domenę z rozszerzeniem .pl.

Jeśli już uporaliśmy się z tymi dylematami, to warto roztrząsnąć kolejne – z czyjej oferty hostingu skorzystać? Firmy bowiem konkurują nie tylko ceną, ale również wieloma innymi usługami – można przeczytać w rozdziale czwartym. Poczta, kreator stron WWW czy fakturowanie już nikomu nie imponuje. Już niebawem usługa hostingowa będzie polegała na oferowaniu wirtualnego biura, miejsca do kontaktu z klientami i przestrzeni, w której umieszczane są najważniejsze dokumenty.

Na koniec eksperci zaproszeni przez Interaktywnie.com podsumowują sytuację na rynku oraz mówią o jego przyszłości. Dzieli się również swoimi doświadczeniami.

Zapraszam do lektury!



Snipcloud

Adres

ZETO SA w Poznaniu

ul. Fredry 8a
60-967 Poznań

Dane kontaktowe

info@snipcloud.com

Opis działalności

Oferta produktowa chmury obliczeniowej Snipcloud obejmuje przede wszystkim środowiska serwerowe w chmurze (sniplety), bezpieczny oraz szybki system przechowywania i przetwarzania danych, a także środowiska bazodanowe i aplikacyjne. Wśród przewag konkurencyjnych zaprojektowany został autorski system pozycjonowania i zarządzania chmurą wyposażony w oryginalny mechanizm skalowania mocy i obciążenia. Rozwiązanie pozwala na automatyczne dostosowanie wielkości infrastruktury do bieżącego obciążenia aplikacji.

Snipcloud jest marką firmy ZETO S.A. w Poznaniu, która działa nieprzerwanie na rynku od ponad 50 lat.



Semahead

Adres

os. Teatralne 9
31-946 Kraków

Dane kontaktowe

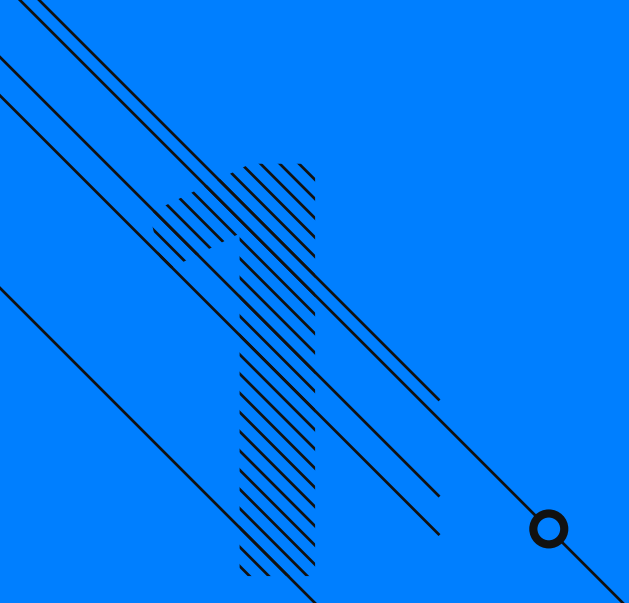
kontakt@semahead.pl
www.semahead.pl
+48 500 160 856

Opis działalności

Semahead to agencja marketingu w wyszukiwarkach Grupy INTERIA.PL, wchodzącej w skład Bauer Media Group. W Semahead wierzymy, że można tak odkrywać potencjał Internetu, aby każdy, kto z nami współpracuje wygrał. W ofercie Semahead są kompleksowe rozwiązania sprzedażowe dla e-commerce w modelach success-fee z zakresu pozycjonowania i optymalizacji SEO, prowadzenia kampanii reklamowych Double Click, czy analityki internetowej. Agencja oferuje prowadzenie działań z zakresu Content Marketingu, Social Media oraz konsultacji i szkoleń.

Klienci

Rajapack, Szlachetna Paczka, eButik, Rzeczpospolita, 5.10.15., Nokaut.
pl, RMF, TUI, Presto, Kopalnia Soli Wieliczka, Grupa Znak.



JAK STRZEC SKARBÓW ZDEPONOWANYCH W SIECI



Barbara Chabior

redaktor Interaktywnie.com

redakcja@interaktywnie.com



1

Edward Snowden zapalił czerwone światła: ujawnienie przez niego faktów niewygodnych dla wielkich tego świata stało się jednocześnie przyczynkiem do ogromnej debaty, która dotyczy nie tylko ludzi polityki, ale i wszystkich użytkowników internetu. Bezpieczeństwo danych to przecież problem i prywatnych, i firmowych użytkowników sieci.

Deprymująca - delikatnie to ujmując - jest informacja, że NSA (Agencja Bezpieczeństwa Narodowego Stanów Zjednoczonych) bez ograniczeń korzysta z zasobów zgromadzonych na serwerach Microsoftu, Google, Apple, a nawet Facebooka i Skype'a. Na dodatek nikt z nas nie wie, jakie (i czy kiedykolwiek) nasze prywatne zasoby były inwigilowane przez służby, bowiem obowiązuje w tym przypadku zasada ochrony takich informacji. Nie ulega wątpliwości, że agenci wywiadów z całego świata interesują się zawartością prywatnych kont jedynie wówczas, gdy mogą one być nośnikiem wiedzy o zagrożeniach, ale naiwnością jest uznawanie, że grzebać w sieci potrafią tylko szlachetni obrońcy ludzkości.

Chmury są dobrodziejstwem w sieciowym świecie. Umożliwiają prosty i szybki dostęp do danych za pomocą przeglądarki oraz przechowywanie ich na profesjonalnych serwerach, gwarantujących trwałość bytu plików i informacji. Takich okoliczności nie zagwarantują twarde dyski, które zawsze przecież, w najmniej oczekiwanym i spodziewanym momencie, mogą ulec awarii, laptop może przepaść bez wieści lub zakończyć żywot w wypadku. Ale czy skarby zdeponowane w zamkniętym hasłem elektronicznym sejfie nie mogą stać się celem cyberzłodziei? Czy przechowywanie elektronicznych dokumentów w „skrytkach” ulokowanych w wirtualnej przestrzeni jest bezpieczne, skoro jednak zdarzają się wycieki danych?



Chmura dla Twojego biznesu

Architektura oparta na VMware vSphere
Infrastruktura na serwerach kasetowych IBM

www.snipcloud.com

Błyskawiczna instalacja aplikacji:



- Ci, którzy uważają, że chmury są niebezpieczne, powinni wyrzucić kluczyki od swoich samochodów. Tylko dziś w na polskich drogach było więcej wypadków samochodowych, niż wszystkich wycieków danych z chmur obliczeniowych w historii tej technologii. By być precyzyjnym, to taki wyciek był jeden i dotyczył zdjęć celebrytów w chmurze iCloud. Wykorzystano do niego techniki ataku wymierzone nie w chmurę, ale w procedury autoryzacji kontrolowane przez użytkowników – przekonuje Dariusz Nawojczyk, CMO w Oktawave. - Prawda o chmurze jest jedna: to technologia nieporównanie bardziej bezpieczna niż tradycyjne sposoby przetwarzania i przechowywania danych. Dlatego firmy i użytkownicy prywatni na całym świecie przechowują dane w chmurach obliczeniowych. Daje im to nieprzeciętną ochronę przed awariami sprzętu, kradzieżami i innymi wypadkami losowymi.

Maciej Olekszy-Bachowski, kierownik działu IT w ZETO SA w Poznaniu, wyjaśnia: Poziom bezpieczeństwa danych przechowywanych „w chmurze” niekoniecznie musi odbiegać od sytuacji, gdy dane przechowywane są na „fizycznych nośnikach”. Dane w chmurze także podlegają zasadom kontroli dostępu, które ktoś musi naruszyć – zupełnie tak samo jak w przypadku „fizycznych dysków”. Skąd te cudzysłowy? W środowiskach firmowych wiele zasobów dyskowych jest oparte na macierzach, systemach typu SAN czy NAS – a więc poza naszym komputerem. Dodatkowo systemy backupu w firmach powodują, że kopie danych przechowywane są w różnych miejscach – dając potencjalnie dostęp poza naszą kontrolą. Jak widać, nawet jeżeli nie używamy chmury nasze dane często wychodzą poza zasięg bezpośredniej kontroli. Należy zauważyć, że dane na dyskach lokalnych także mogą zostać ukradzione choćby przez złośliwe

oprogramowanie. Obawa przed wyciekiem danych to tak naprawdę obawa przed użyciem informacji zawartej w danych. Można temu zapobiegać w każdym środowisku, szyfrując pliki. Bezpieczeństwo danych to także zabezpieczenie przed ich utratą – środowiska wirtualne oferują nie gorsze, a często szersze możliwości wykonywania kopii. Co więcej, kopie są zazwyczaj wykonywane automatycznie i poprawność ich wykonania jest weryfikowana. Chmura - ze swej natury rozproszona - daje większe szanse odporności na awarie sprzętu.

- Przechowywanie danych w postaci cyfrowej w tzw. repozytoriach chmurowych zawsze będzie narażone na niebezpieczeństwo. Pomimo coraz bardziej nowatorskiego podejścia do kwestii ochrony i tworzenia coraz to wymyślniejszych systemów zabezpieczeń, procedur weryfikacji dostępu i wieloskładnikowego uwierzytelniania, wciąż zdarzają się i będą zdarzać wycieki danych, ponieważ najsłabszym ogniwem w tej całej układance pozostaje człowiek - konkretyzuje Tomasz Mila, menedżer produktu w firmie nazwa.pl. - Można jednakże spróbować zminimalizować ryzyko wycieku krytycznych danych i podnieść bezpieczeństwo przechowywania elektronicznych dokumentów w „skrytkach”, ulokowanych w wirtualnej przestrzeni, wdrażając kilka dobrych praktyk korzystania z sieci.

Te zasady Tomasz Mila systematyzuje w praktycznych punktach:

- Najbardziej krytyczne dane powinny być trzymane z dala od internetu, ponieważ wszystko, co raz trafi do sieci, na zawsze pozostanie w sieci. Nie warto ryzykować utraty wizerunku w imię przechowywania w chmurze szczegółów swojego intymnego życia.

- Należy używać silnych, skomplikowanych i różnorodnych haseł. Dobre praktyki odnośnie konstrukcji hasła to stosowanie minimum ośmiu znaków, małych i dużych liter, cyfr i znaków specjalnych oraz unikanie wyrażen słownikowych. Należy również zwrócić baczność uwagę na to, aby do każdego serwisu internetowego używać innego hasła. W takim przypadku utrata hasła do jednej usługi nie spowoduje natychmiastowego ryzyka dla danych przechowywanych w innych miejscach. Szczególnie mocno powinna być zabezpieczona skrzynka pocztowa – to najczęściej ona służy do resetowania haseł do innych serwisów internetowych.

- Mechanizm logowania do ważnych serwisów internetowych powinien być maksymalnie zabezpieczony. Jeżeli dana usługa oferuje dwuskładnikowe uwierzytelnianie, zdecydowanie warto wykorzystać to zabezpieczenie do podniesienia bezpieczeństwa dostępu do zasobu sieciowego. Najczęściej weryfikacja dwuetapowa wykorzystuje numer telefonu podawany przy ustawianiu zabezpieczeń logowania lub elektroniczny token w postaci aplikacji pobieranej na urządzenie mobilne sparowane z danym serwisem chmurowym. Nigdy nie należy udostępniać nikomu narzędzi wykorzystywanych w wieloetapowej weryfikacji.

- Synchronizacja materiałów, z których nie korzystamy, powinna być wyłączona. Jeśli już korzystamy z usług w chmurze za pomocą smartfona lub tabletu (szczególnie z systemem Android lub iOS), to warto przejrzeć konfigurację urządzenia i zastanowić się, co tak naprawdę chcemy przechowywać w chmurze. Czy każdy materiał z telefonu powinien

od razu trafić do „skrytki” w chmurze? Warto odpowiedzieć sobie na pytanie, do czego potrzebne mi są te gigabajty danych w katalogu online i co zrobię, gdy ewentualnie trafią w niepowołane ręce?

Wskazówki Tomasza Mili, reprezentującego firmę funkcjonującą na rynku usług internetowych od 1997 roku, należy uznać za syntetyczny przewodnik po sieci. Ostatnia zasada w tym zestawie dotyczy rzeczy istotnej, czyli wyborów dostawców usług chmurowych - ci powinni być sprawdzeni i doświadczeni.

- Często zdarza się, że wielu użytkowników daje się skusić niższą ceną, czy atrakcyjniej wyglądającą usługą w internecie. Najważniejsza jest jednak historia firmy na rynku, jej doświadczenie, renoma i wiarygodność. To wszystko można zweryfikować – wystarczy tylko poświęcić chwilę czasu. Tak samo, jak w świecie realnym, tak i w świecie wirtualnym obowiązuje zasada, że tanio i dobrze to często bardzo odległe pojęcia - tłumaczy.

Do tej zasady nawiązuje wskazówka Dariusza Nawojczyka z Oktawave - renomowana firma zarządzająca chmurą nie oszczędza na systemach zapewniających bezpieczeństwo.

- Chmury inwestują nieporównywalnie większe pieniądze w zabezpieczenie infrastruktury na wielu poziomach. Przeciętnego Kowalskiego czy mniejszą firmę stać na domowego NAS-a, ale nie stać już na redundancję sprzętową, sieciową i energetyczną, o fizycznym nadzorze czy systemach przeciwpożarowych nie wspominając. Owszem, dostęp do chmury może czasem być

utrudniony (w sensie sieciowym), ale chmury mają tę niewątpliwą zaletę, że nie gubią danych; jeden niechlubny wyjątek tylko potwierdza tę regułę - zauważa Dariusz Nawojczyk.

Jak zatem wybrać firmę, która opiekować się będzie naszym e-skarbem, żeby nie żałować? Specjaliści są zgodni:

- W przypadku wyboru dostawcy usługi dostępu do środowiska wirtualnego kierujemy się podobnymi zasadami jak w przypadku innych usług. Sprawdzamy treść umowy: czy zawiera warunki SLA, czy przewiduje jakieś kary lub odszkodowania w przypadku naruszenia warunków umowy. W niektórych przypadkach, ze względu na obowiązujące przepisy, należy sprawdzić czy dane będą przechowywane na terenie kraju. Jeżeli czujemy się na siłach, to możemy próbować dowiedzieć się, na jakiej klasy sprzęcie oferowane są usługi, czy usługodawca posiada wykwalifikowany personel. Dla przyszłego komfortu korzystania z usługi istotne są także kwestie zasilania – czy posiada więcej niż jedno źródło zasilania, systemy UPS, generatory prądu - radzi Maciej Olekszy-Bachowski, kierownik działu IT w ZETO SA w Poznaniu. - Bardzo istotne mogą być dla nas kwestie wykonywania kopii: jak często, ile generacji danych jest przechowywanych. Dobrze jest sprawdzić jakość usług w okresie testowym – taka możliwość świadczy o tym, że usługodawca nie boi się weryfikacji. Oczywiście należy spróbować znaleźć opinie na temat potencjalnego usługodawcy. Weryfikujemy, czy cena usługi jest adekwatna do oferowanych możliwości i propozycji konkurentów. No i najważniejsze: czy oferta spełnia nasze potrzeby?

- Podstawową sprawą, na którą należy zwrócić uwagę, jest renoma firmy, która zbiera nasze dane. W rzeczywistym świecie, zanim powierzymy komuś jakąś cenną informację, zazwyczaj robimy bardzo dokładny wywiad na temat powiernika naszego sekretu lub bazujemy na wyrobionej dobrej reputacji naszego rozmówcy. Liczy się wiarygodność, dyskrecja i powściągliwość - dzięki temu mamy większe szanse na to, że nasza poufna informacja pozostanie bezpieczna. Tak samo powinno być w wirtualnej rzeczywistości - rozwiewa wątpliwości Tomasz Mila. - Zanim wybierzemy dostawcę usług chmurowych, popytajmy dokładnie wśród użytkowników, jakie mają opinie na temat danej firmy. Poszukajmy na forach internetowych i postarajmy się prześledzić historię interesującego nas dostawcy pod kątem incydentów związanych z wyciekiem danych. Jeśli znajdziemy już godną uwagi firmę, przyjrzyjmy się bliżej usługom oferowanym przez ten podmiot, a w szczególności zwróćmy uwagę, w jakiej lokalizacji podmiot przechowuje dane użytkowników. Nie krępujmy się zapytać o to przedstawicieli usługodawcy. Im wiarygodniejszy dostawca, w tym bardziej prestiżowej lokalizacji trzymane są dane klientów. W tej chwili absolutnym standardem staje się wykorzystywanie repozytoriów chmurowych do składowania kopii zapasowych – przy takich działaniach dane użytkowników powinny być magazynowane w co najmniej dwóch niezależnych lokalizacjach sieciowych. Dobry usługodawca zadba o niezbędne zabezpieczenia swojej infrastruktury, ale będzie również oferował warstwę zabezpieczeń już na poziomie urządzenia użytkownika – mowa tutaj o szyfrowaniu danych. Przed wyborem usługodawcy sprawdźmy, czy oferuje on szyfrowanie danych przesyłanych od użytkownika, a do samego procesu szyfrowania używa odpowiednio silnego algorytmu

kryptograficznego (np. AES-256 bit). Oczywiście na poziomie formalnym, o ile jest to możliwe, powinniśmy domagać się zawarcia umowy pisemnej z usługodawcą, która w sposób ostateczny reguluje kwestie bezpieczeństwa, dostępności usługi oraz jasno określa model rozliczeń.

Dariusz Nawojczyk z Oktawave radzi, by wyboru dokonywać z wyteżonym zmysłem. - Przede wszystkim należy sprawdzić, czy mamy do czynienia w ogóle z dostawcą chmury. W tym względzie standardy wyznaczyła amerykańska instytucja NIST, która wskazała na pięć elementów, które czynią z dostawcy usługodawcę cloud computingu.

Te elementy to:

- › Dostępność na żądanie i możliwość samodzielnego uruchomienia (i zarządzania).
- › Możliwość dostępu przez internet.
- › Dynamiczna alokacja zasobów infrastrukturalnych.
- › Elastyczność na żądanie.
- › Pełna mierzalność parametrów.

- W dalszej kolejności powinniśmy sprawdzić, gdzie usługodawca przechowuje dane, zarówno w zakresie kraju, jak i jakości centrum danych. Finalnie przyjrzyjmy się zakresowi umowy o świadczenie

usługi, sprawdźmy zgodność oferty z wymogami GIODO oraz gwarantowane SLA - podpowiada Dariusz Nawojczyk.

Jednak nie można wykluczyć sytuacji, że coś pójdzie nie tak. Jak wówczas należy walczyć o siebie, o integralność i nietykalność swoich zasobów sieciowych?

Maciej Olekszy-Bachowski z ZETO SA w Poznaniu: Jak najbardziej można się zabezpieczyć przed skutkami niespodziewanych sytuacji. Najlepiej poprzez odpowiednie zapisy w umowie. Przede wszystkim umowa powinna zawierać warunki SLA. Liczba i treść tych zapisów jest kwestią negocjacji, ale powinny się tam co najmniej znaleźć zapisy o czasie dostępu usługi, o terminach planowej niedostępności, czas reakcji oraz czas usunięcia ewentualnych awarii to także istotne zapisy. Oprócz SLA w umowie powinny się znaleźć zapisy o karach za przekroczenie SLA oraz ewentualnych odszkodowaniach w przypadku np. wycieku danych czy też ich utraty. Należy jednak zwrócić uwagę, że o ile przekroczenie warunków SLA jest zazwyczaj łatwe do zmierzenia, to kwestia udowodnienia wycieku może być problematyczna. Jeżeli problem niepowołanego dostępu do informacji jest dla nas kluczowy, można pomyśleć o szyfrowaniu danych.

Istnieje także możliwość skorzystania z oferty firm ubezpieczeniowych zarówno w kwestii utraty jak i wycieku danych.

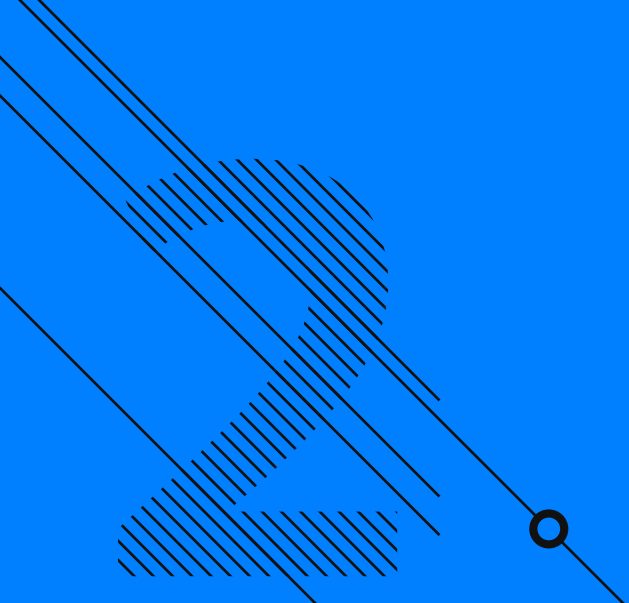
Tomasz Miła, menedżer produktu w firmie nazwa.pl, przypomina, że to, co zostało wrzucone do sieci, na zawsze pozostanie w sieci.

- Musimy mieć na uwadze, że każde nieuważne lub umyślne „wpuszczenie” do internetu materiałów nas kompromitujących jest działaniem na swoją szkodę. Dociekanie, kto zawinił i dlaczego nasze krytyczne informacje znalazły się w internecie, staje się sprawą drugorzędną w obliczu konsekwencji, jakie niesie za sobą utrata wizerunku i dobrego imienia. Co gorsza, jak dotychczas nie istnieją żadne ścisłe regulacje prawne chroniące użytkownika końcowego przed konsekwencjami utraty jego danych przez zewnętrznego usługodawcę. Działa to podobnie do tego, jak gdyby użytkownik sam utracił swoje dane. Oczywiście, jeżeli uda mu się udowodnić komuś bezprawne wykorzystywanie jego poufnych informacji zdobytych na drodze kradzieży, wówczas może on dochodzić swoich praw na drodze cywilnego postępowania sądowego. Przeprowadzenie takiego dowodu jest jednak niezmiernie trudne. Poza tym w zasadzie każda firma, która zajmuje się przechowywaniem danych w chmurze, obliguje swoich klientów do zaakceptowania stosownych zapisów w regulaminach i umowach licencyjnych, a te na ogół posiadają zapis, z którego wynika, że użytkownik przechowuje dane w chmurze na własną odpowiedzialność. W związku z tym, to właśnie użytkownik powinien dołożyć wszelkich starań, aby jego dane pozostały bezpieczne. Niestety, nie może tego zrobić na poziomie infrastruktury, w której magazynowane są dane, a jedynie na poziomie własnego zdrowego rozsądku i świadomości korzystania z sieci - zauważa Tomasz Mila.

Wielu przedsiębiorców nie chce korzystać z Cloud Computingu z obawy o kwestie prawne, jednak według specjalistów, swoje niepokoje można uśpić dzięki podpisaniu precyzyjnej i jasno sformułowanej umowy. Dlatego ważne jest, by układ pomiędzy

sprzedawcą usługi i jej odbiorcą zawierał podstawy zapewniające formalną ochronę danych przetwarzanych w chmurze. Istotne, by umowa odpowiadała na pytania co dzieje się z danymi, kto ma do nich dostęp, jakie procedury obowiązują w obliczu awarii.

Decyzja o wyborze gospodarza chmury musi pociągać za sobą jeszcze jedno wskazanie: jeśli dane mają podlegać ochronie zgodnej z przepisami polskiego (a więc i unijnego) prawa, zdecydować się trzeba na dostawcę zapewniającego lokalizację urządzeń w Polsce lub Unii Europejskiej. Przeniesienie danych do centrów zlokalizowanych w USA wymaga bowiem sprawdzenia, czy usługodawca honoruje program Safe Harbour (wymuszony przez europejskie instytucje zajmujące się ochroną danych osobowych, czyli GIODO).



ARTYKUŁ PROMOCYJNY

APLIKACJE W CHMURZE OBLICZENIOWEJ, CZYLI WSZYSTKO CZEGO POTRZEBUJESZ DLA SWOJEGO BIZNESU



Snipcloud
www.snipcloud.com



2

Chmury obliczeniowe stają się w Polsce coraz cenniejszym narzędziem, z którego korzystają nie tylko osoby prywatne, ale również firmy i przedsiębiorstwa. Bez wątpienia najbardziej popularnym rozwiązaniem cloudowym są chmury prywatne dające możliwości przechowywania plików na tzw. „wirtualnych dyskach”. Korzystanie z cloud computingu daje również możliwość przetwarzania i przechowywania dowolnych zasobów takich jak dane biznesowe, strony www, systemy zarządzania i inne, dlatego też użytkowanie aplikacji w chmurze niesie ze sobą wiele zalet i stanowi dużą wygodę.

Możliwość szybkiego uruchomienia i nadzorowania dowolnych środowisk zwalnia użytkownika z konieczności administrowania infrastrukturą informatyczną. Chmura jest zatem idealnym produktem skierowanym do przedsiębiorstw potrzebujących dostępu zarówno do rozwiązań sprzętowo-programowych, jak i sporych mocy obliczeniowych. Prezentujemy trzy popularne i darmowe aplikacje biznesowe, które można błyskawicznie zaimplementować w środowisku chmurowym Snipcloud.

Chmura na własny użytek - ownCloud

Jedną z ciekawszych propozycji, z których można korzystać posiadając własną

chmurę jest ownCloud, czyli cieszące się dużą popularnością narzędzie do przechowywania, przeglądania i udostępniania plików. Za jego pomocą można wygodnie i przede wszystkim bezpiecznie gromadzić kluczowe dla przedsiębiorstwa pliki i dane. Rozwiązanie niweluje niedogodności wynikające z ograniczeń wirtualnych dysków posiadających zazwyczaj konkretną pojemność. Czym jest ownCloud i jakie posiada zalety?

Otóż jest to rodzaj aplikacji webowej napisanej w języku PHP pozwalającej na stworzenie chmury na własny użytek, generującej równocześnie dostęp do danych, dowolnych plików, czy kontaktów. Istotne jest to, że wszystko może być dostępne dla użytkownika z każdego miejsca na ziemi,

wystarczy jedynie dostęp do Internetu. Sama instalacja systemu jest banalnie prosta i można ją wykonać w środowisku chmurowym nawet jednym kliknięciem. Uzyskanie dostępu do plików możliwe jest za pomocą protokołów WebDAV a także zwykłej przeglądarki internetowej. ownCloud oprócz tradycyjnego dostępu do plików, pozwala także na zarządzanie kalendarzem, kontaktami, aplikacjami i multimediami.

Do głównych wyróżników rozwiązania zalicza się przede wszystkim fakt, że jedynym ograniczeniem w korzystaniu z ownCloud jest pojemność dysku naszego komputera lub serwera. Mamy więc praktycznie nieograniczone możliwości korzystania z jego zasobów. Ponadto, wszystkie dane są przechowywane na jednym serwerze, dzięki czemu pozostałe urządzenia mogą z nich korzystać tylko w momencie, gdy są z nim połączone. Warto wspomnieć, że ownCloud posiada również wbudowany edytor tekstowy dla developerów obsługujący ponad 35 języków programowania, co czyni go bardzo uniwersalnym rozwiązaniem. Ponadto dzięki klientowi, który jest dostępny dla systemów Windows, Mac OS X, Linux, a także platform Android oraz iOS, można łatwo synchronizować katalogi między chmurą a komputerem.

Proste i intuicyjne zarządzanie projektami - Redmine

W dobie internetu odległość nie stanowi już żadnej bariery we współpracy różnych podmiotów a organizacja pracy, dzięki systemom zarządzania, pozwala łączyć wiele firm odpowiedzialnych za poszczególne segmenty projektu. Na czym polega istota działania

narzędzi do zarządzania projektami, do czego tak naprawdę służą i do kogo są kierowane? Najogólniej mówiąc są to systemy służące do sprawowania kontroli nad projektem, zarządzania budżetem i jakością, prowadzenia dokumentacji i statystyk dotyczących danego projektu a także komunikacji z innymi wykonawcami.

Jednym z najbardziej popularnych rozwiązań wspierających przedsiębiorstwa w organizacji pracy projektowej jest niezwykle intuicyjny Redmine napisany w środowisku Ruby bazującym na wielu różnych językach programowania (Lisp, Perl, Python, CLU, Eiffel, a nawet Smalltalk). Banalnie prosta instalacja Redmine daje nam dostęp do profesjonalnego narzędzia zarządzania zadaniami w ramach wielu projektów oraz przypisywania ich do konkretnych użytkowników. Odbiorcy zadań mogą wykazywać konkretny czas pracy, który został poświęcony na wykonanie danego zadania, a także raportować postępy projektowe. Dzięki temu każdy manager i administrator projektu ma możliwość sprawowania pełnej kontroli nad swoimi zasobami.

Kolejną korzyścią jaką zapewnia Redmine jest organizacja praktycznie nieograniczonej liczby niezależnych projektów. Do każdego z nich można zdefiniować typy i moduły zagadnień takie jak: śledzenie czasu, komunikaty, dokumenty, pliki, wiki, fora, repozytorium, diagram Gantta, kalendarz i wiele innych. Ponadto Redmine udostępnia także opcję rozliczania czasu pracy poprzez monitorowanie pracowników, freelancerów lub wspólników, a także modelowanie przepływów pracy między nimi. Dodatkowo zapewnia możliwość kontrolowania budżetów oraz wgląd w zaangażowanie zespołu w pracę nad konkretnym projektem.

Reasumując, Redmine umożliwia zarządzanie nieograniczoną liczbą projektów (nie tylko internetowych) i pozwala na współpracę wielu przedsiębiorstw, także na odległość. Jednym słowem system ten oferuje wszystkie cechy, których wymaga się od dobrego oprogramowania do zarządzania projektami. Dzięki temu Redmine jest jednym z bardziej cenionych i popularnych narzędzi, a jego proste i intuicyjne wykonanie sprawia, że użytkownik momentalnie się do niego przekonuje.

Sprawne zarządzanie relacjami z klientem – sugarCRM

CRM, czyli *Customer Relationship Managment* to pojęcie, które pojawiło się w połowie lat dziewięćdziesiątych i określa systemy wspomagające zarządzanie relacjami z klientem. Wdrożenie rozwiązania CRM w przedsiębiorstwie może w znacznym stopniu wesprzeć wypracowanie bardzo dobrych i jakościowych relacji z odbiorcami świadczonych usług. Profesjonalne CRM-y pozwalają na bezpieczne zarządzanie kontaktami z klientem, ich stały monitoring, umożliwiają także wygodną analizę i interpretację danych gromadzonych na ich temat.

Nowoczesny interfejs, duża swoboda w dostosowaniu wyglądu i użyteczności to niewątpliwe zalety sugarCRM, jednego z najpopularniejszych narzędzi typu CRM. System został zaprojektowany i zoptymalizowany pod kątem wygody i potrzeb swoich użytkowników. Twórcy zadbali o to, aby aplikacja posiadała szereg modułów dających możliwość kompleksowego zarządzania relacjami z klientem. SugarCRM pozwala na przykład

budować bazę istotnych informacji o kontrahentach z dostępem dla wszystkich działów, czy generować struktury hierarchiczne pomiędzy osobami odpowiedzialnymi za kontakt, a klientami.

Kolejnym atutem sugarCRM jest zapewnienie ewidencji danych kontaktowych wraz z zaawansowanym zarządzaniem tymi danymi w postaci np. śledzenia statusów. Bardzo przydatną funkcjonalnością jest także możliwość automatyzacji pozyskiwania nowych danych z formularza www, czy e-maila bez konieczności ręcznego ich wprowadzania. Narzędzie pozwala również na prezentację i analizę wszystkie podjętych działań, takich jak ilość sprzedanych produktów, czy określenie szans sprzedażowych. Wszystkie te zalety sprawiają, że sugarCRM jest skutecznie wykorzystywany przez wielu przedsiębiorców i warto wdrożyć go w każdej firmie dbającej o dobre relacje ze swoimi klientami.

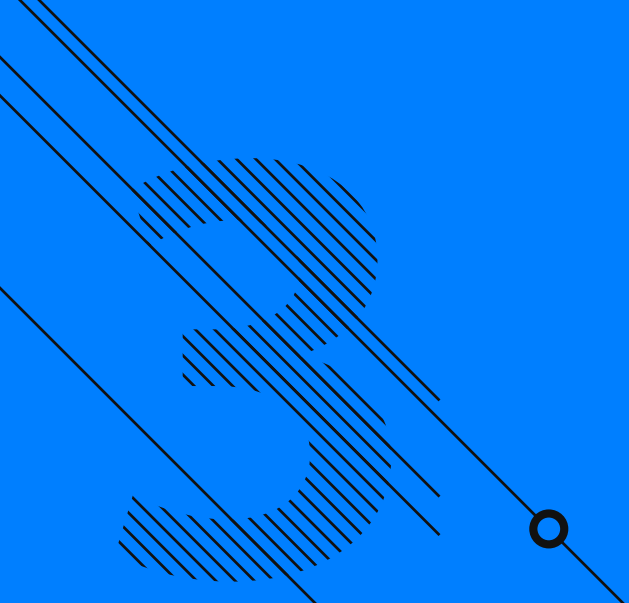
Dedykowana infrastruktura w chmurze

Coraz bardziej popularne usługi *cloud computing* pozwalają przedsiębiorstwom w pełni wykorzystywać możliwości infrastruktury informatycznej. Dzięki chmurze uruchomienie niezbędnego oprogramowania oraz aplikacji biznesowych odbywa się bez konieczności inwestycji w sprzęt, czy zakup licencji. Przeniesienie infrastruktury do wyspecjalizowanego Centrum Danych pozwala na zmaksymalizowanie wydajności i dostępności usług przy dużym obniżeniu kosztów, a także na dostarczanie przestrzeni dyskowej lub mocy obliczeniowej wedle zapotrzebowania.

Dodatkowo, dzięki aplikacjom, z których można korzystać w chmurach obliczeniowych jesteśmy w stanie udoskonalić system zarządzania firmą i wprowadzić nowoczesne rozwiązania ułatwiające pracę. To właśnie z myślą o klientach biznesowych, twórcy chmury obliczeniowej Snipcloud, przygotowali wszystkie opisane w artykule aplikacje do błyskawicznej i darmowej instalacji.



Snipcloud to chmura obliczeniowa o bardzo dużych możliwościach. Oferta produktowa obejmuje przede wszystkim środowiska serwerowe w chmurze (sniplety), bezpieczny oraz szybki system przechowywania i przetwarzania danych, a także środowiska bazodanowe i aplikacyjne. Od typowego serwera różni się tym, że klient otrzymuje dokładnie taką ilość zasobów, jakiej w danym momencie potrzebuje minimalizując koszty inwestycji. Snipcloud jest platformą do uruchamiania aplikacji, które są dostępne bez konieczności ich instalowania i wstępnej konfiguracji. Dzięki temu umożliwia bardzo szybkie uruchomienie dowolnych środowisk oraz zwalnia użytkownika z konieczności administrowania infrastrukturą. Snipcloud to marka firmy ZETO S.A. w Poznaniu, która działa nieprzerwanie na rynku od ponad 50 lat.



GWIEZDNE WOJNY W CHMURACH. APPLE, GOOGLE I MICROSOFT KUSZĄ DYSKAMI. KTÓRY JEST NAJLEPSZY?



Mateusz Ratajczak

redaktor Interaktywnie.com

redakcja@interaktywnie.com



3

Interaktywnie.com podpowiada, na co zwrócić uwagę przy wybieraniu swojego idealnego dysku w chmurach. Choć może się to wydawać banalne, to metoda „idę tam, gdzie dostanę najwięcej miejsca za jak najmniejsze pieniądze”, wcale się w tym wypadku nie sprawdza.

Przyglądamy się aż siedmiu dyskom: iDrive od Apple, Dropbox, OneDrive od Microsoftu, Google Drive, Amazon Cloud Drive, Box z którego korzysta część amerykańskich korporacji i uniwersytetów oraz Mega, za który odpowiada... znany w USA przestępca i jednocześnie idol wielu internautów.

Ograniczenie wielkości plików

Większość popularnych dostawców zdecydowała się ograniczyć maksymalny rozmiar przesyłanego na dysk pliku. Pod tym względem rozpiętość dostępnych ofert jest naprawdę spora. Amerykański Box, który oferuje przede wszystkim chmurę dla biznesu, postawił na zaledwie 250 mb w ofercie dla zwykłych użytkowników.

Jego konkurent - Google zdecydował z kolei przebić wszystkich i zaoferować 5 terabajtów, czyli aż 20 tysięcy razy więcej.

Dropbox i Amazon natomiast postanowili, że ograniczenia będą tylko podczas dodawania plików przez niektóre kanały. I w ten sposób na konto Dropbox przez aplikację na telefonie dodamy bez problemu plik o wadze 50 gigabajtów, ale nie zrobimy już tego przez stronę internetową dysku. Z kolei Amazon ustawił, że tylko przez desktopową aplikację nie ma limitu - każda inna metoda pozwoli na przesłanie maksymalnie 2 gigabajtowego pliku. Microsoft w swojej usłudze OneDrive nie różnicował oferty - plików większych niż 10 gigabajtów na dysk nie wrzucimy.

Potężne SEO? Tylko z Content Marketingiem.

Pora zmienić myślenie na temat SEO i Content Marketingu.
Skupianie się wyłącznie na jednym to strata czasu.

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ



Jesteśmy częścią

Choć mogłoby to wydawać się błahą sprawą, to wybieranie dysku należy rozpocząć właśnie od sprawdzenia tego parametru. W końcu zupełnie inne dane trafią na dysk, gdy musimy tam wrzucić filmy w jakości 4K, a inne gdy operujemy tylko prezentacjami i dokumentami.

	OneDrive	iCloud	Google Drive	Box	Amazon Cloud Drive	Mega	Dropbox
Maksymalny rozmiar pliku	10 GB	15 GB	5 TB	250 mb	2GB i bez limitu w aplikacji	Bez limitu	10 GB przez stronę i bez limitu w aplikacji

Darmowa przestrzeń

Pod względem oferowanej darmowej przestrzeni liderem jest serwis Mega - stworzony przez Kima Dotcoma, jako legalna alternatywa wobec zamkniętego przez amerykańskie służby serwisu Megaupload. Mega oferuje swoim użytkownikom 50 gigabajtów darmowej przestrzeni. Chociaż w naszym zestawieniu Mega jest liderem, to warto wspomnieć, że w sieci są dostępne również dyski bez jakichkolwiek limitów. Taką usługę oferuje na przykład Pogoplug. A z kolei Fileserve przygotował dla swoich użytkowników aż 500 gigabajtów wolnego miejsca.

Na tym tle najwięksi - czyli trójka od Google, Apple i Microsoftu - wyglądają zdecydowanie gorzej, chociaż wciąż przygotowały naprawdę sporo darmowego miejsca. Największe technologiczne firmy oferują swoim użytkownikom od 5 do 15 gigabajtów darmowej przestrzeni. Co z tym można zrobić? 15 gigabajtów to równowartość mniej więcej 23 płyty CD i około 3 płyt DVD. A to z kolei wystarczająco dużo miejsca, by przechować ponad 10 tysięcy

dobrej jakości zdjęć oraz trzech godzin nagrania w jakości HD.

Interesującą ofertę przygotował natomiast Amazon. Obecnie dzięki promocji każdy może cieszyć się 5 gigabajtami przestrzeni przez trzy miesiące za darmo - wystarczy do konta podpiąć kartę kredytową. Podstawą dysku od Amazona jest nielimitowana przestrzeń, która dostępna jest dopiero po wykupieniu odpowiedniego rocznego abonamentu.

Co ciekawe - najgorzej w zestawieniu wypada jeden z najczęściej używanych dysków w chmurze, czyli Dropbox. Za darmo otrzymujemy zaledwie 2 gigabajty przestrzeni. Warto jednak dodać, że za pomocą na przykład systemu poleceń możemy powiększyć dysk do nawet 18 gigabajtów. Za każdego znajomego, który zdecyduje się na założenie konta otrzymamy 500 megabajtów przestrzeni.

	OneDrive	iCloud	Google Drive	Box	Amazon Cloud Drive	Mega	Dropbox
Darmowa przestrzeń	15 GB	5 GB	15 GB	10 GB	5GB w trakcie trwania promocji	50 GB	2 GB

Płatna przestrzeń

Co, jeżeli darmowa przestrzeń nam nie wystarcza? Oczywiście nic straconego, bo dostawcy dysków w chmurze są na to doskonale przygotowani i oferują płatne i większe przestrzenie. Za dwa dolary miesięcznie, czyli w przeliczeniu równowartość około 8 złotych możemy dostać od Microsoftu 100 GB wolnej przestrzeni w usłudze OneDrive.

Google w usłudze Google Drive oferuje dokładnie to samo - za 2 dolary miesięcznie mamy 100 gigabajtów. Za jeden gigabajt danych musimy zatem zapłacić zaledwie 8 groszy. Z kolei Apple za 99 centów (czyli ponad 4 złote 20 groszy) oferuje 50 gigabajtów. Tutaj współczynnik ceny na 1 gigabajt jest podobny jak u konkurentów - 8 groszy.

Amazon stawia na zupełnie inną ofertę - 5 gigabajtów miejsca wyłącznie na zdjęcia udostępnia za 11,99 dolarów (w przeliczeniu 46 złotych), ale w abonamencie rocznym. Miesięcznie wychodzi zatem 3 złote i 83 grosze za pakiet, czyli 1 gigabajt kosztuje 77 groszy miesięcznie. Podstawowym polecanym pakietem w Amazon Cloud Drive jest nielimitowana przestrzeń za 59,99 dolara rocznie. Za 231 złotych rocznie (miesięcznie niewiele ponad 19 złotych) możemy zatem wrzucać pliki bez żadnych ograniczeń.

Z kolegi serwis Mega ma aż cztery pakiety od 200 gigabajtów do nawet 4 terabajtów. Za najmniejszy musimy zapłacić 4,99 euro, czyli w przeliczeniu około 22 złotych. To oznacza, że za każdy gigabajt danych płacimy 11 groszy.

Dropbox Pro kosztuje aż 9,99 euro za rok, czyli w przeliczeniu 42 złote. Za tę cenę mamy 1 terabajt powierzchni do wykorzystania. Pod względem współczynnika ceny na każdy 1 gigabajt przestrzeni jest to najkorzystniejsza oferta z siedmiu opisywanych przez Interaktywnie.com.

Box - celujący zarówno w usługi dla biznesu jak i indywidualnych użytkowników - ma w ofercie aż 4 dodatkowe pakiety. Biznes może wybierać spośród: 100 gigabajtów za 4 euro miesięcznie na

1 użytkownika, 500 gigabajtów za 12 euro miesięcznie, a nielimitowane miejsce uzyskamy, gdy wynegocjujemy indywidualny kontrakt. Co ciekawe oferta Box dla zwykłych użytkowników wygląda na pierwszy rzut oka na gorszą. Za 8 euro możemy mieć 100 gigabajtów. Trzeba jedna wyjaśnić, że w planach biznesowych usługodawca zakłada, że z dysku korzysta kilku użytkowników i za każdego trzeba płacić.

Dodatkowe funkcje

Praktycznie wszystkie największe dyski internetowe oferują bardzo podobne funkcje dodatkowe - synchronizację plików ze smartfona z aplikacji (Dropbox, Google Drive, OneDrive i iDrive od Apple)

REKLAMA



Capital in

Program, który ułatwi Ci
sporządzenie dokumentacji
niezbędnej do pozyskania kapitału.

WWW.CAPITALIN.PL WWW.CAPITALIN.UK



DOTACJE NA INNOWACJE. Inwestujemy w waszą przyszłość.
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

	OneDrive	iCloud	Google Drive	Box	Amazon Cloud Drive	Mega	Dropbox
Płatna oferta	100 GB za 2 dolary, 200 GB za 4 dolary oraz 1TB za 7 dolarów miesięcznie	50 GB za 0,99 dolara, 200 GB za 2,99 euro oraz 1TB za 9,99 euro miesięcznie	100GB za 1,99 dolara, 1TB za 9,99 dolarów miesięcznie, a 30 TB za 299 dolarów	100 GB za 8 dolarów dla użytkowników indywidualnych	5GB za 11,99 dolara rocznie lub bez limitów za 59,99 dolara rocznie	200 GB za 4,99 euro miesięcznie, 500 GB za 9,99 euro, 2 TB za 19,99 euro, 4 TB za 29,99 euro	1 TB za 9,99 dolara miesięcznie
Cena w złotych za podstawowy pakiet premium	7,70 zł	4,20 zł	7,69 zł	30 zł	46,30 zł	21,20 zł	38,60 zł
Średnia cena 1 GB w podstawowym planie	7 groszy	8 groszy	7 groszy	30 groszy	77 groszy	10 groszy	3 grosze

i automatyczne robienie kopii zapasowych. Co jeszcze? Google Drive podobnie jak OneDrive oferuje obsługę plików pakietu MS Office wprost na internetowym dysku. W ten sposób możemy łatwo, a przede wszystkim z każdego miejsca, gdzie mamy dostęp do sieci, nanosić poprawki w przechowywanych dokumentach. Box z kolei nie posiada takich funkcji, jednak wyraźnie stawia na podnoszenie bezpieczeństwa dysku - możemy dowolnie edytować tak zwane poziomy bezpieczeństwa dla poszczególnych użytkowników i kanałów dostępu. Bardzo podobną taktykę przyjął serwis Mega - otwarcie chwali się, że nawet administratorzy serwisu nie mają dostępu do plików użytkowników.

W tym miejscu warto również wspomnieć o dyskach, które są dostępne na rynku, a nie znalazły się w naszym zestawieniu. LiveDrive oferuje na przykład całodobowe wsparcie techniczne, a Zip Cloud został przygotowany specjalnie dla użytkowników komputerów Mac z systemem iOS. Z kolei serwis Carbonite szyfruje pliki jednym z najbezpieczniejszych rozwiązań na rynku.

Przeznaczenie

Chociaż trudno w to uwierzyć, to w dyskach internetowych pojawiła się już całkiem mocna specjalizacja. Nie ma wątpliwości, że z chmury od Apple skorzystają głównie użytkownicy urządzeń tego producenta. Z kolei po Google Drive najczęściej sięgają osoby, które współpracują przy jednym pliku i potrzebują dostępu do niego dla wielu osób. Podobnie będzie w przypadku OneDrive od Microsoftu. Dropbox to z kolei oferta wieloplatformowa, gdyż aplikacja współpracuje ze wszystkimi systemami operacyjnymi i umożliwia przysyłanie plików na przykład na portale społecznościowe. Na rynku są również serwisy, które stawiają wyłącznie na tworzenie kopii zapasowych posiadanych plików i ich bardzo dokładną ochronę - to za pewne oferta dla osób, które zniechęciła na przykład niedawna afera z wyciekiem zdjęć wielu gwiazd z dysków Apple.

RECEPTA NA SUKCES?
TRAFNA DOMENA I KRAJOWE
ROZSZERZENIE



Bartosz Wawryszuk
redaktor Interaktywnie.com

bw@interaktywnie.com



4

Czy wybierając nazwę domeny, za którą będą się kryły witryna internetowa firmy i jej sieciowe zasoby, warto jeszcze brać pod uwagę jej pozycję w wynikach wyszukiwania? Wielu ekspertów działających na rynku domenowym uważa, że obecnie nie ma to już znaczenia, ale nie brakuje takich, którzy nie zgadzają się z takim podejściem. Branża SEO jest podzielona w tej kwestii.

Panuje pogląd, że po prawie 20 latach rozwoju wyszukiwarek nazwa domeny ma niewielki wpływ na wyniki wyszukiwania, co jednak nie oznacza, że nie jest ona ważna w ogóle.

- Jak wie każdy dobry marketer, „nie samym SEO żyje człowiek” - pozycjonowanie w wyszukiwarkach stanowi tylko jedną z bardzo wielu metod pozyskiwania klientów. Dlatego wartość nazwy domeny należy rozpatrywać przede wszystkim z marketingowego punktu widzenia. Domeny krótkie, znaczące, odnoszące się jednoznacznie do określonej dziedziny, lepiej zapadają w pamięć i pomagają „wypozycjonować” serwis w sensie rynkowym - mówi Michał Pleban, twórca serwisu AfterMarket.pl.

Dobrze brzmiący adres ma szansę skuteczniej zaistnieć w świadomości odbiorców, stać się bardziej popularnym, a w konsekwencji, będzie częściej linkowany i odwiedzany. - To z kolei przełoży się również na lepszą pozycję domeny w wynikach wyszukiwania. Oczywiście należy pamiętać, że użytkownik końcowy przede wszystkim poszukuje dobrej i interesującej treści, a więc dobra domena musi iść w parze z dobrą zawartością strony internetowej - przekonuje Michał Pleban.

Aleksandra Strzelecka-Jaroszek, menedżer produktu w nazwa.pl, przekonuje, że wiele zależy od tego, jak podejmiemy do tematu. - Teoretycznie większość specjalistów od pozycjonowania stron sugeruje, że popularne

niegdyś uwzględnianie słów kluczowych - nierzadko wielu - w nazwie domeny jest zbędne i w zasadzie nie ma wpływu na pozycjonowanie. Jednocześnie praktyka pokazuje, że dobrze dobrana domena może przełożyć się także na pozycję strony w wynikach wyszukiwania - warunkiem jest jednak uwzględnienie kilku podstawowych zasad podczas jej wyboru - twierdzi Aleksandra Strzelecka-Jaroszek.

Istotne jest, żeby nazwa domeny była znaczeniowo powiązana z zawartością strony, na którą wskazuje oraz była łatwa do zapamiętania i zapisania. - Domena, która odpowiednio, jednoznacznie kojarzy się z prowadzonym biznesem sprawia, że klienci lub użytkownicy strony bez problemu na nią trafiają i do niej wracają, a to wpływa na lepszą pozycję strony w wyszukiwarce - argumentuje przedstawicielka nazwa.pl.

Zarówno nazwa, jak i rozszerzenie domeny powinny być wybierane pod kątem użytkowników strony. Jedyny aspekt, na jaki warto zwrócić uwagę w kontekście SEO, to ewentualne zaspamowanie domeny linkami niskiej jakości. Może się zdarzyć, że będziemy kupować domenę, na której już wcześniej stał jakiś serwis, który był pozycjonowany niezgodnie ze sztuką. Zbudowanie nowego serwisu i jego późniejsze pozycjonowanie może nastręczać trudności ze względu na złą historię domeny. W związku z tym konieczne będą dodatkowe czynności ze strony pozycjonera, co będzie wiązać się z wyższymi kosztami.



Łukasz Iwanek
właściciel, Internetica

Lider rejestracji domen w Polsce



Co trzecia polska domena rejestrowana jest w nazwa.pl*



Ponad 500 000
klientów



100% polskiego
kapitału



Wsparcie
24/7

Czy nazwa domeny ma zatem wpływ na wyższe pozycje w wynikach wyszukiwania? Branża SEO jest podzielona w tej kwestii.

- Wielu specjalistów w dalszym ciągu uważa, że domeny generyczne mają duży wpływ na wyższe pozycje w wynikach wyszukiwania, a sam ich proces pozycjonowania jest dużo łatwiejszy niż domen brandowych. Samo Google przyznaje, że nazwa domeny nie ma wpływu na pozycje w wyszukiwarce i z tym stwierdzeniem zgadza się duża część branży - zaznacza Dawid Duda, specjalista SEO w Adseo.pl z Grupy Adweb.

Także Łukasz Gawior, dyrektor zarządzający Zenbox.pl przypisuje poważną rolę wyborowi odpowiedniej domeny.

Jeśli chcemy zbudować silną markę, warto postawić serwis na domenie związanej z nazwą firmy. Domeny zawierające słowa kluczowe nie są identyfikowane z firmą i trudno za ich pośrednictwem zbudować silny brand. Google w ostatnim czasie kładzie coraz większy nacisk na zapytania brandowe, które są jednym z czynników branych pod uwagę podczas ustalania pozycji w wynikach wyszukiwania. Można się zatem domyślić, że epoka domen, które zawierają w sobie słowa kluczowe i znajdują się wysoko w wynikach wyszukiwania, prędzej czy później minie i będzie się liczyć przede wszystkim silna marka.



Dawid Duda

specjalista SEO, Adseo.pl / Grupa Adweb

- Wciąż ma to duże znaczenie, dlatego tak istotnym jest rejestracja domen także dotycząca branży, w której funkcjonujemy, a nie tylko ochrona samej marki - przekonuje.

Dawid Duda z Adseo.pl zwraca z kolei uwagę na jeszcze inny ważny aspekt. - Realizacja strategii SEO dla domen, które zawierają w sobie konkurencyjne frazy, jest faktycznie łatwiejsza i mniej kosztowna. W mojej opinii Google nie potrafi odróżnić linkowania na frazę, jeśli jest ona brandem. Ponadto daje nam to spore możliwości do zdominowania SERP-ów (stron internetowych wyświetlających listę adresów znalezionych przy pomocy wyszukiwarki - przyp. red.) na zapytania związane z naszą domeną, która zawiera słowa kluczowe - wskazuje Dawid Duda.

W przypadku konkurenta Google - wyszukiwarki Bing - słowa kluczowe uwzględnione w domenie są dalej bardzo ważnym czynnikiem podczas ustalania pozycji w wynikach wyszukiwania. - Jeśli budujemy serwis internetowy i niekoniecznie zależy nam na identyfikowaniu go z nazwą marki, możemy śmiało skorzystać z domen zawierających słowa kluczowe - uważa specjalista z Adseo.pl.

Warto jednak wspomnieć, że trudno będzie zarejestrować domenę z popularnymi frazami na rynku pierwotnym. - Wiele domen generycznych jest już zajętych, często można zakupić je na rynku wtórnym np. na giełdzie domenowej. Takie domeny potrafią osiągać zawrotne ceny - zaznacza Duda.

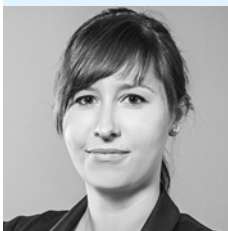
Rozszerzenie ma znaczenie?

Specjaliści przekonują, że rozszerzenia domen nie mają wpływu na SEO. Nie ma znaczenia, czy serwis postawiony jest na domenie z rozszerzeniem .com, .pl, .com.pl, .net czy .eu. Wszystkie globalne rozszerzenia są traktowane w ten sam sposób.

- Należy jedynie zapamiętać, aby ukierunkować dane rozszerzenia na dany język lub kraj. Wpływ rozszerzenia domeny może mieć jedynie wizerunkowe oddziaływanie na siłę danej marki w oczach klienta - mówi Dawid Duda z Adseo.pl.

W ostatnich latach zdecydowanie przeważa opinia, że samo rozszerzenie jest w zasadzie obojętne lub że znaczenie to jest marginalne dla wypożyczonowania strony. Z punktu widzenia SEO istotna jest treść witryny, jej jakość, oparcie na mocnej marce.

Wybierając rozszerzenie dla swojej domeny, należy skupić się przede wszystkim na swojej grupie docelowej oraz na funkcji, jaką domena ma pełnić. Najprościej rzecz ujmując - domeny polskie niezmiennie dobre są dla firm, które prowadzą działalność w naszym kraju, a domeny .eu - dla firm, które mają zasięg europejski. Jest jednak kilka powodów, dla których polskie firmy decydują się na wybór domeny europejskiej - wizerunkowy, aspiracyjny lub jako zabezpieczenie na wypadek przyszłej ekspansji.



Aleksandra Strzelecka-Jaroszek
menedżer produktu w firmie nazwa.pl

Dlatego wybierając rozszerzenie domeny dla swojej firmy warto wybrać to najpopularniejsze. W Polsce niewątpliwie jest to domena .pl, co potwierdzają statystyki.

- Ponad 70 proc. domen zarejestrowanych w NASK to polskie domeny najwyższego poziomu. Daleko w tyle pozostają domeny funkcjonalne - com.pl i regionalne - waw.pl. Duża popularność domeny .pl w naszym kraju powoduje, że dla wielu internautów jest rozszerzeniem domyślnym. Słyszac nazwę firmy wpiszą oni w pasek wyszukiwarki adres z tą końcówką. Dlatego powinna to być podstawowa domena dla serwisu skierowanego do polskich internautów - radzi Duda.

Istnieją badania, prowadzone szczególnie w kontekście programu nowych domen, które pokazują, że końcówka TLD (najwyższego poziomu - od ang. Top Level Domain - przyp. red.) do pewnego stopnia może mieć wpływ na pozycję adresu w SERP. Chodzi o sytuację, w których dana TLD odnosi się do dziedziny lub obszaru geograficznego związanego z zapytaniem do wyszukiwarki. Jednak wyniki tych badań nie są jednoznaczne, a sam Google zaprzecza, by stosował w swoich rankingach preferencje w odniesieniu do typów nazw domen (np. EMD) czy końcówek TLD.



Michał Pleban
AfterMarket.pl

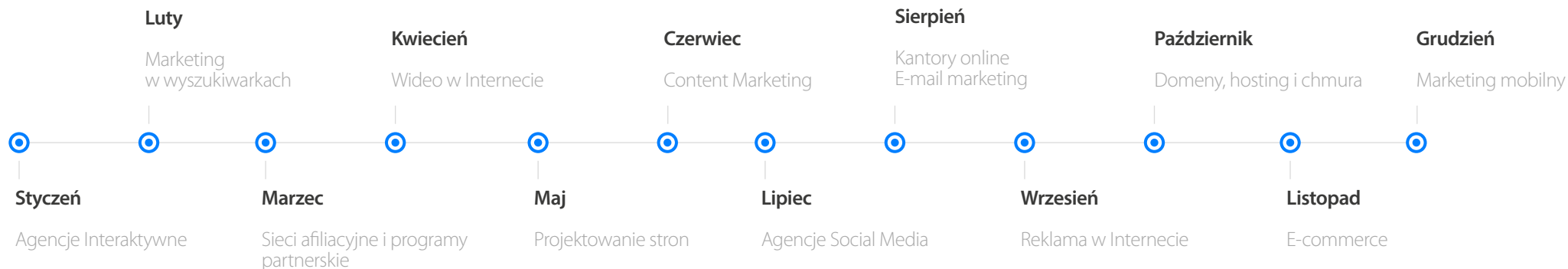
Podobny pogląd wyraża Michał Pleban z AfterMarket.pl. - Jeśli chodzi o rozszerzenia krajowe, ich wybór dyktuje podstawowa logika marketingu. Działając na obszarze Polski, korzystam z domeny .pl, ponieważ z tą końcówką identyfikują się moi potencjalni klienci i tę końcówkę najlepiej znają. Praktyka pokazuje, że napotkawszy nieznaną końcówkę, użytkownicy próbują dopisywać do niej jeszcze rozszerzenie .pl - twierdzi Michał Pleban.

Pozostaje jeszcze pytanie, co z innymi rozszerzeniami np. tematycznymi, które np. w połączeniu z odpowiednio dobraną domeną mogą utworzyć pełną nazwę firmy lub marki, co stworzy dodatkowy efekt wizerunkowy.

- Polacy największym zaufaniem darzą domeny polskie i europejskie. Jeśli więc chodzi o wspomniane domeny tematyczne, to jeszcze przez dłuższy czas będą one miały spore trudności z przebicciem się do świadomości polskich internautów i zdobyciem ich zaufania - przestrzega Aleksandra Strzelecka-Jaroszek i dodaje, że nowe rozszerzenia nie mają dobrej opinii.
- Charakteryzują się bowiem bardzo dużym procentem podejrzanych stron - według badań firmy Blue Coat Systems Inc. w przypadku niektórych nowych końcówek aż 95 proc. stron jest podejrzanych.

2015

RAPORTY INTERAKTYWNIE.COM

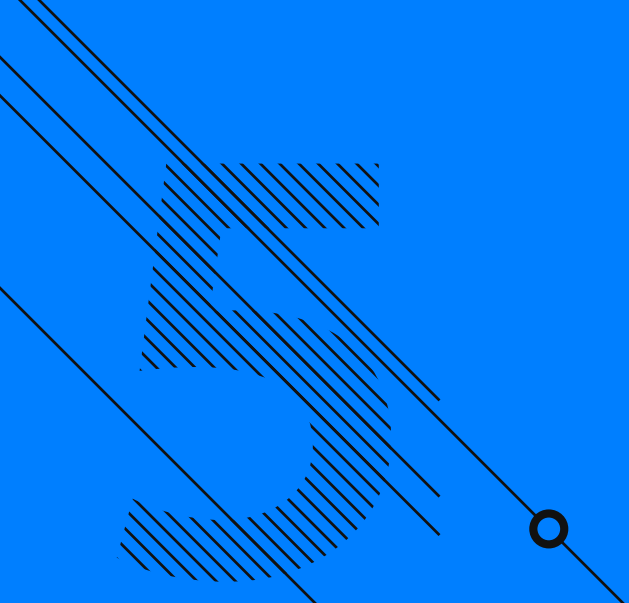


Rezerwacja powierzchni reklamowej

reklama@interaktywnie.com

+48 661 878 882, +48 697 395 858

interaktywnie.**com**



HOSTING PRZYSZŁOŚCI TO E-BIURO



Maciej Rynkiewicz
redaktor Interaktywnie.com

mr@interaktywnie.com



5

Krajowe firmy na rynku hostingowym konkurują o klienta na trzy zupełnie różne sposoby: ceną, marką lub dodatkowymi usługami. Jak przekonuje część ekspertów, wciąż najpopularniejszy jest ten pierwszy trend, jednak jest on bardzo krótkowzroczny. Prędzej czy później na rynku pojawi się oferta tańsza i klient z pewnością ją wybierze. Przepisem na sukces wydają się obecnie być dwa pierwsze sposoby.

- Krajowa konkurencja walczy o klienta przede wszystkim coraz niższymi cenami wejścia oraz coraz większą liczbą domen za 0 złotych – komentuje Łukasz Gawior, dyrektor zarządzający zenbox.pl. Jak jednak dodaje, jest to wyścig na krótki dystans: Oczywiście ten sposób zachowa swoją moc przy pozyskiwaniu klienta, jednak nie zatrzyma go przy przedłużeniu usługi.

Dlatego zdaniem Łukasza Gawiora, w miarę upływu czasu firmy będą odchodzić od ofert bazujących na limitach parametrów w stronę „nolimit”, oraz będą bardziej przykładać uwagę do budowania relacji z klientem i bycia dla niego swoistym hubem wiedzy z zakresu e-commerce.

Podobnego zdania jest Łukasz Tyłski, manager do spraw rozwoju cloud computingu w ZETO SA z Poznania. - Rynek hostingowy w Polsce powoli przestaje być walką o najniższą cenę. Dzisiaj walczy się marką, jakością, referencjami i osiągnięciami.

Zdaniem eksperta, hosting powinien być wyłącznie pretekstem do oferowania usług IT, od prostej administracji do projektowania skomplikowanych rozwiązań dedykowanych dla konkretnego klienta. Tylko z takim podejściem udaje się utrzymać klienta, bo w czasach niemal całkowitej wirtualizacji, dzisiaj system może być u jednego dostawcy, a jutro u drugiego.



SERCE INTERNETU



SG+ROS O2 WEB

WZROST PV

+57,02%

WZROST UU

+22,20%

WZROST CZASU W H

+76,22%



SG+ROS O2 MOBILE

WZROST PV

+43,33%

WZROST UU

+58,98%

WZROST CZASU W H

+168,37%

Źródło: statystyki wewnętrzne GWP, porównywane okresy: 3-20 września oraz 1-18 października 2015

#dlamillennialsów



Innowacyjna aplikacja desktopowa z interaktywnymi rogami (radio OpenFM, TV, Poczta O2, quiz). Produkt dla TG 15-34 i wszystkich młodych duchem, którzy są umobilnieni, zdecydowanie social, lubią visualweb i wideo. W ofercie reklamowej stawiamy na natywność, mobile i audio-wideo.

SPRAWDŹ OFERTĘ DLA NOWEGO O2

REKLAMA.WP.PL

Czy faktycznie duża liczba praktycznych dodatków, takich jak aplikacje wspomagających tworzenie stron www lub nawet prowadzenie księgowości jest receptą na rynkowy sukces? - Trudno tutaj mówić o receptie, ale usługi dodatkowe, zarówno do czystego hostingu jak i usług chmurowych, stają się elementem koniecznym i pożądanym – dodaje Łukasz Tyłski.

Wiele firm początkowo korzystających tylko z dzierżawy zasobów, decyduje się na powierzenie usługodawcom także usług administracji i usług rozwojowych. To dość naturalny i pożądanym na rynku proces. Zdaniem eksperta, takie podejście powoduje, że przedsiębiorca może skupić się na bieżącej działalności, ujmując tylko całkowity koszt obsługi zewnętrznej.

- Dodatkowo firmy poszukują rozwiązań, które umożliwią im przetestowanie systemów przed podjęciem decyzji o ich wdrożeniu. Muszą wiedzieć, czy Redmine, ProcessMaker i inne tego typu narzędzia pasują do ich biznesu i wymagań, bez ponoszenia kosztów związanych z uruchomieniem rozwiązań u siebie – mówi Łukasz Tyłski.

Co ważne, nowe rozwiązania firm hostingowych nie tylko pozwalają stosunkowo łatwo wejść w globalny świat WWW, ale są też dostępne cenowo. - Rozwój nowoczesnych technologii pozwala na zastosowanie coraz bardziej zaawansowanych rozwiązań, także na serwerach wirtualnych – komentuje Radosław Dudek z nazwa.pl.

Przykładem takiej usługi-hybrydy jest dostępny w ramach nazwa.pl Cloud Hosting, który łączy zalety tradycyjnego hostingu

z możliwościami chmury obliczeniowej. - W przeciwieństwie do tradycyjnego hostingu współdzielonego, Cloud Hosting zapewnia niezależność od innych użytkowników i gwarantuje płynność działania usług, także w przypadku pojawienia się zwiększonego ruchu u innych klientów – komentuje Radosław Dudek.

- Kluczowe są tak zwane autoinstalatory aplikacji, które umożliwiają instalację na przykład sklepu internetowego w kilku kliknięciach - to między innymi dzięki nim branża rozwija się tak szybko, gdyż nawet laik jest w stanie sobie z tym poradzić. Oczywiście, klienci mogą także korzystać z kreatorów WWW, jednak sam proces tworzenia w nich strony nie należy do łatwych ani przyjemnych (mimo zapewnień usługodawców) – dodaje Łukasz Gawior.

Twórcy ofert przekonują, że usługa hostingowa prędkiej czy później stanie się jeszcze szersza, a celem jest oferowanie wirtualnego biura, czyli miejsca do kontaktu z klientami i przestrzeni, w której umieszczane są najważniejsze dokumenty. - Dlatego dobry hosting powinien odpowiadać na potrzeby użytkowników, oferując, obok stabilnego i wydajnego serwera, pakiet przydatnych narzędzi i aplikacji, które sprawiają, że hosting jest jeszcze bardziej funkcjonalny – przekonuje Radosław Dudek.

Do funkcjonalności można dodać też narzędzia reklamowe, które wspierają przedsiębiorców, pozwalając im skutecznie rozwijać biznes w sieci. - Z myślą o ułatwieniu klientom szybkiego wypromowania działalności, a tym samym skutecznego zaistnienia w sieci, w nazwa.pl razem z hostingiem dostarczamy takie dodatki, jak kupon na

pierwszą kampanię w Google AdWords czy darmowe kredyty na zdjęcia z serwisu Fotolia – komentuje Radosław Dudek.

Ważne jest też bezpieczeństwo. - Duże firmy hostingowe korzystają z zaawansowanych systemów ochrony serwerów przed takimi zagrożeniami, jak włamania ze strony hakerów, wirusy czy fałszywe maile. Istotne jest także automatyczne tworzenie backupów, czyli kopii bezpieczeństwa danych w wielu lokalizacjach – dodaje Radosław Dudek.

A co na temat ofert firm hostingowych sądzą sami klienci? Z [badania](#) przeprowadzonego przez nazwa.pl wynika, że dla 70 proc. posiadanie strony WWW to standard funkcjonowania na rynku. Kolejne 65 proc. uważa, że strona pozwala na łatwiejszy kontakt, a według 63 proc. zwiększa wiarygodność firmy. Innymi słowy, własna WWW to podstawa. Podobnie jak firmowa poczta. Zdaniem większości przedsiębiorców adres skrzynki pocztowej we własnej domenie zwiększa wiarygodność firmy (blisko 70 proc.) i usprawnia komunikację (65 proc.).

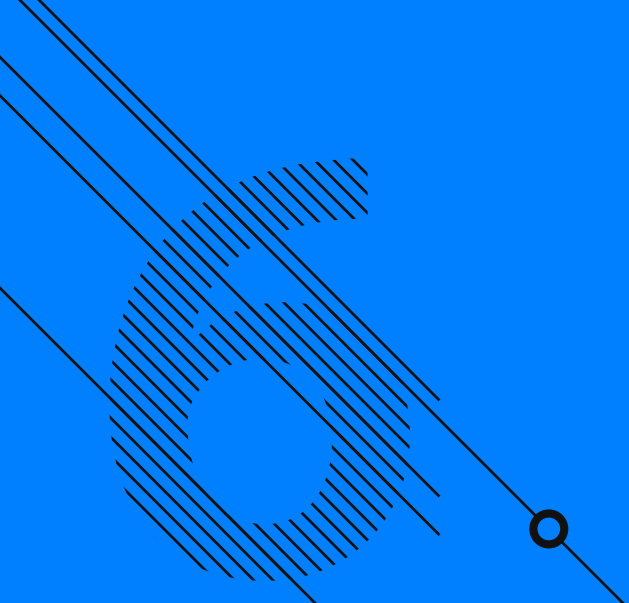
Tymczasem największą barierą wskazywaną przez ankietowanych w założeniu własnej strony WWW jest brak czasu (50 proc.) i zbyt wysoki koszt przygotowania strony WWW (37 proc.). Dodatkowo, blisko co czwarty przedsiębiorca nie posiada poczty we własnej domenie. Wydaje się więc, że jak najszybszy wachlarz usług upraszczających zakładanie strony oraz prowadzenie firmy w sieci to właściwy kierunek dla firm hostingowych.

Tym bardziej, że od lat przedstawicielom tej branży po piętach depczą giganci tacy jak Google lub Microsoft. Przykładem jest bardzo szeroka

oferta w zakresie skrzynek mailingowych. Czy usługi Google'a lub Outlooka polegające na oferowaniu usługi firmowej poczty w dowolnej wykupionej domenie są zagrożeniem dla polskich firm hostingowych?

- W stosunku do firm oferujących skrzynki pocztowe dla odbiorcy masowego, na pewno jest to zagrożenie. Trudno konkurować z firmami, które do perfekcji opanowały najważniejsze aspekty związane z synchronizacją poczty, kalendarzy i kontaktów pomiędzy wszystkimi urządzeniami mobilnymi na rynku – mówi Łukasz Tyłski. Dodaje jednak, że w stosunku do firm oferujących pełen zakres usług IT, w tym usługi zarządzania bezpieczeństwem, zagrożenie jest niewielkie.

- Odpowiedzialny polski przedsiębiorca, w zależności od jego wielkości, wybierze albo postawienie własnej platformy w chmurze, opartej na rozwiązaniach opensource lub komercyjnych jak na przykład Microsoft Exchange. Poczta firmowa i kontakty stanowią tak ważny element biznesu, że trudno sobie wyobrazić przekazanie tych danych w zagraniczne ręce tym bardziej, że współczesna historia zna już przypadki ingerowania w takie dane, co zostało ujawnione podczas np. afery z programem PRISM – twierdzi Łukasz Tyłski.

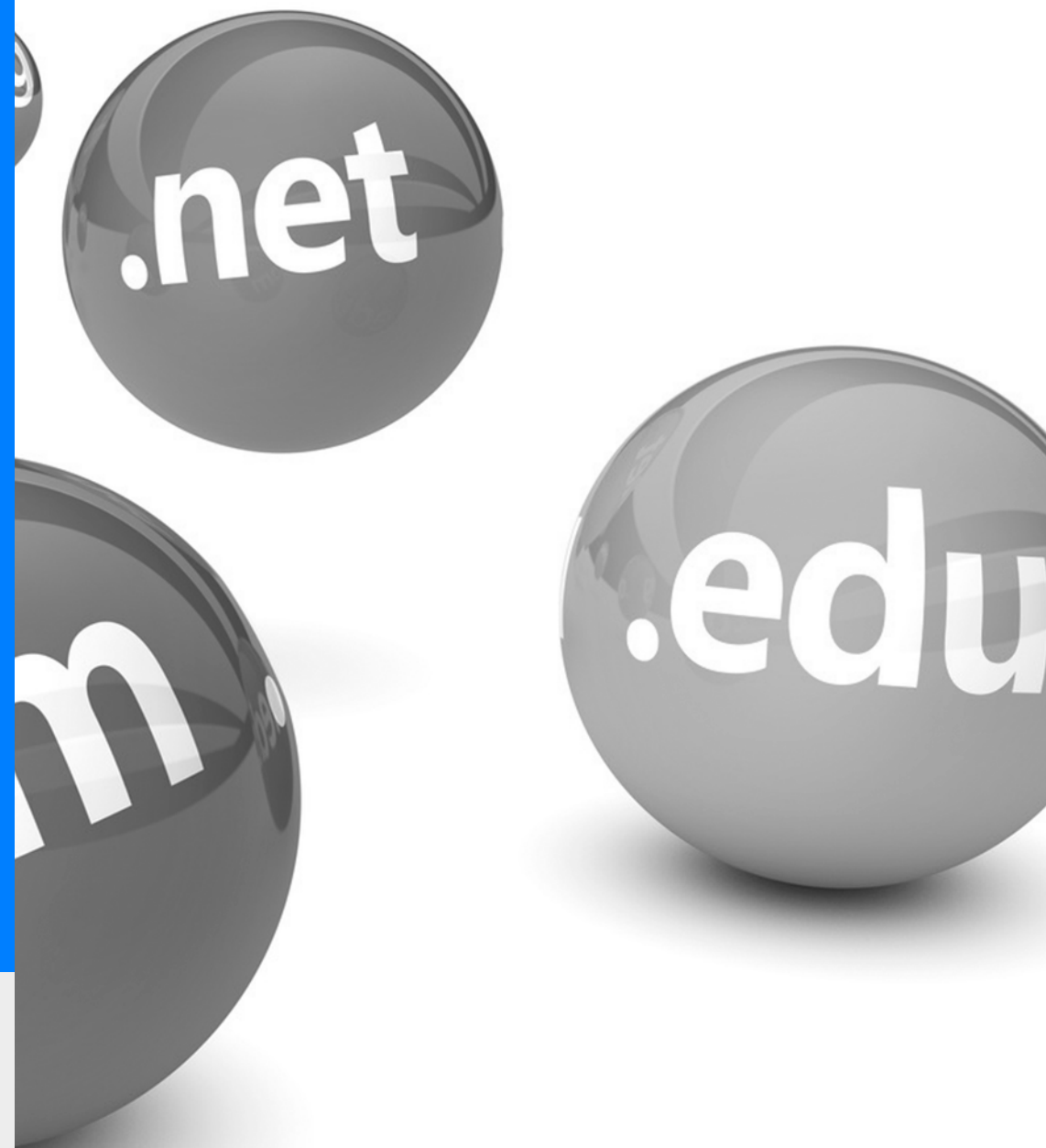


.PL WCIĄŻ SIĘ CENI, ALE
PRAWDZIWA REWOLUCJA
ROZGRYWA SIĘ W CHMURACH



Kaja Grzybowska
redaktor Interaktywnie.com

kg@interaktywnie.com



6

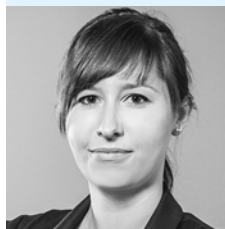
Dzisiaj, gdy można wybierać spośród rozszerzeń takich jak .app, .mail, .blog czy nawet .xyz, stara, pocziwa .pl paradoksalnie tylko zyskuje na znaczeniu - wiadomo, czego można się po niej spodziewać. Domeny to jednak kosmetyka. Firmy stoją bowiem przed znacznie poważniejszym wyzwaniem, bo – jak przekonują eksperci – prędzej czy później będą przenosić swoje zasoby do chmury. Na razie wiele z nich się boi...

.pl, .com, .xyz? Jak ten wybór ma jeszcze znaczenie?

Z perspektywy polskiego użytkownika, wybór ten ciągle ma spore znaczenie. Co prawda internet pozostaje globalną wioską, jednak nawet w tej wiosce internauci mają pewne przyzwyczajenia. Polska domena niezmiennie pozostaje naturalnym rozszerzeniem dla działalności w polskim biznesie - to pod nią w pierwszej kolejności, odruchowo polski klient będzie szukał danej firmy. Pod domeną .eu ten sam użytkownik będzie spodziewał się firmy, która funkcjonuje na szerszym, europejskim rynku i z pewnością będzie on bardzo zaskoczony, jeśli pod domeną z rozszerzeniem .com zobaczy stronę swojego osiedlowego warzywniaka czy też zaprzyjaźnionego mechanika.

W przypadku nowych domen, np. wspomnianego .xyz, problem jest jeszcze większy, ponieważ użytkownik po prostu nie wie, czego się spodziewać. Trudno więc, żeby od razu zaufał, że strona dostępna pod taką domeną naprawdę należy do firmy, pod nazwą której występuje.

Program nowych domen obarczony jest kilkoma problemami, wśród których wymienić można na przykład bardzo dużą liczbę nowych rozszerzeń startujących w tym samym czasie, co raczej powoduje zagubienie internauty niż buduje jego świadomość. Istotny jest także problem spamu i olbrzymiego odsetka stron podszywających się, działających właśnie w nowych domenach. Osobiście jestem zwolennikiem korzystania z tradycyjnych, starych rozszerzeń, do których klienci mają zaufanie.



Aleksandra Strzelecka-Jaroszek

menedżer produktu w firmie nazwa.pl

Na czym polegają ostatnio zmiany w regulaminie domen .pl?

NASK przeprowadził ostatnio serię zmian w świadczonych usługach rejestracji domen internetowych. Część z nich stanowi kolejny etap „deregulacji rynku nazw domen w Polsce, zapoczątkowanej w grudniu 2002 roku” – wedle słów samej instytucji. W tym przypadku chodzi o wycofanie się NASK z bezpośredniej rejestracji nazw w domenie .pl oraz .eu. Nie jest to zmiana znacząca z punktu widzenia abonentów domen, ponieważ i tak większość tego typu rejestracji od dawna była realizowana za pośrednictwem partnerów NASK, czyli firm rejestrujących. Stanowi jednak pozytywny sygnał, świadczący o tym, że NASK nie zamierza konkurować ze swoimi partnerami przy rejestrowaniu domen.

NASK wycofał się także ze świadczenia usługi testowania domen, czyli DNT (domain name testing). Miała ona znaczenie głównie dla osób poszukujących adresów z ruchem, czyli w pierwszym rzędzie inwestorów domenowych.

Natomiast o wiele istotniejszą zmianą w regulaminie jest wydłużenie okresu wygasania domen z 15 do 30 dni. Obecnie abonenci, którzy nie przedłużyli adresu na kolejny okres rozliczeniowy, mają dwukrotnie więcej czasu na podjęcie decyzji, czy chcą odzyskać wygasającą domenę. Do pewnego stopnia zmniejsza to ryzyko utraty nazwy z powodów losowych, takich jak przeoczenie terminu opłacenia faktury za odnowienie domeny.



Michał Pleban

AfterMarket.pl

Według wyliczeń koncernu IBM, wartość globalnego rynku usług w chmurze wzrośnie do 200 miliardów dolarów w 2020 roku. Jak rozwija się polski rynek na tym tle?

Polski rynek od kilku lat zmierza w kierunku outsourcingu usług, m.in. usług księgowych i informatycznych. Dzisiaj firmy zaczynają rozumieć, że taki kierunek pozwala im na redukcję kosztów, zwiększenie bezpieczeństwa oraz możliwość skupiania się wyłącznie na własnej działalności. Według raportu IDC, dynamika wzrostu wydatków na usługi chmurowe w 2015 roku utrzyma się na poziomie 25%, a w kolejnych latach ma osiągnąć wartość 162 mln USD (w 2019), stanowiąc 11% całego rynku usług IT. Nowe firmy, szukając minimalizacji kosztów początkowych, praktycznie od razu zaczynają korzystać z usług chmurowych. Istniejące firmy muszą natomiast całkowicie zmienić swoje podejście do IT i zrozumieć, że przeniesienie własnych zasobów informatycznych do firm specjalizujących się w ich utrzymaniu i zabezpieczaniu, zwiększy ich bezpieczeństwo i zmniejszy koszty utrzymania.

W prawdziwych chmurach klienci ponoszą wyłącznie koszty związane z faktycznym zużyciem zasobów, mają możliwość uruchamiania dodatkowych systemów na żądanie oraz dzierżawy licencji firmy Microsoft. Taki sposób korzystania z zasobów ma wiele zalet: nie wymaga konieczności zakupu środków trwałych i ich późniejszej amortyzacji, daje możliwość dynamicznego rozwoju poprzez zwiększanie i zmniejszanie potrzebnych zasobów, pozwala na szybkie uruchamianie nowych systemów, a co najważniejsze – zwiększa bezpieczeństwo danych. Firmom oferującym takie usługi bardziej zależy na bezpieczeństwie danych klientów. Utrata danych klienta to dla nich utrata wizerunku i wiarygodności. A jak wybrać najlepszą firmę oferującą takie usługi w Polsce? Trzeba zwrócić uwagę na kilka podstawowych rzeczy: od kiedy firma istnieje, czy posiada odpowiedni kapitał, jakie oferuje usługi, systemy jakich znanych firm (VMware, Veeam, Microsoft, IBM, HP) stanowią podstawę technologiczną rozwiązań, czy posiada stosowne certyfikaty bezpieczeństwa, czy posiada własne serwery i czy są one wystarczająco bezpiecznie zabezpieczone, czy znajdują się na terenie Polski czy poza nią oraz czy posiada kompetencje do rozwiązywania problemów nie tylko z platformą sprzętową, ale także w zakresie systemów operacyjnych oraz aplikacji i systemów klasy ERP.



Łukasz Tyłski

manager ds. rozwoju Cloud Computingu, ZETO SA w Poznaniu

THINK BIG



Girl with a giant bouquet of flowers © George Mayer
#34172420 / XL Standard / od 0,54 PLN w abonamencie

Odkryj Fotolię - Bank zdjęć numer 1 w Europie.

Ponad 45 milionów zdjęć, wektorów i plików wideo. Już od 0,54 PLN w abonamencie.

Tel. +48 800 707 173 | www.fotolia.pl

 **fotolia**

Czego dotyczą największe obawy polskich przedsiębiorców rozważających zastosowanie rozwiązań chmurowych?

W odniesieniu do chmury polscy przedsiębiorcy najczęściej boją się tego, że stracą dane. To jest na pierwszy rzut oka całkowicie zrozumiałe, ale kiedy poznamy chmurę od podszewki, zrozumiemy, że ten strach ma wymiar raczej psychologiczny. Chmura gwarantuje bowiem firmom bezpieczeństwo danych, którego one same nie są w stanie sobie zapewnić. Co więcej, to bezpieczeństwo odnosi się zarówno do aspektu fizycznego, jak i logicznego. Dla przykładu, w Oktawave postawiliśmy na najnowocześniejsze centrum danych z redundantnymi łączami energetycznymi, internetowymi, systemami antypożarowymi oraz ciągłą ochroną.

W ramach samej infrastruktury zastosowaliśmy węzły danych oraz subregiony, które pozwalają na budowę rozwiązań wysokiej dostępności HA. Na poziomie biznesowym gwarantujemy naszym klientom dostępność na poziomie 99,96% oraz zabezpieczenia umowne, w tym podpisujemy umowy o powierzeniu danych osobowych. W tej chwili cały proces przetwarzania danych jest dostosowywany do wymogów standardów ISO 27001. Ile firm buduje swoją infrastrukturę zgodnie z takimi standardami?



Dariusz Nawojczyk
CMO, Oktawave

Dla reprezentantów jakich branż, chmura może okazać się najbardziej opłacalna?

Korzyści chmury obliczeniowej, czy to w modelu public czy private, są wielorakie, każda branża znajdzie w ich wachlarzu ten element, który jest najważniejszy z jej perspektywy.

Developerom odpowiada dostępność na żądanie pozwalające na błyskawiczne stworzenie testowych środowisk i rozwój aplikacji oraz rozliczenie pay-as-you-go, dzięki któremu koszty są wprost powiązane z projektem, a po jego zakończeniu nie ma zobowiązań wynikających z długotrwałej umowy jak to ma miejsce przy np. serwerach dedykowanych.

E-commerce ceni w chmurze obliczeniowej elastyczność i autoskalowanie, dzięki któremu jest przygotowany na wahania ruchu związane np. z promocją sprzedaży. Ta funkcja wspomaga również wykorzystanie chmury w działaniach marketingowych. Dzięki cloud agencje reklamowe skracają czas realizacji swoich projektów a jednocześnie zwiększają bezpieczeństwo dostępności dla użytkowników i nie muszą się obawiać tzw. „TVN efekt”, czyli kłęski urodzaju.

Można też spojrzeć na chmury z perspektywy wielkich koncernów i MSP. Dla tych pierwszych jest to okazja optymalizacji całkowitego kosztu utrzymania infrastruktury IT dzięki outsourcingowi i rozliczeniu tylko za wykorzystaną moc obliczeniową. Dla drugich chmura daje wsparcie w konkutowaniu z mocniejszym przeciwnikiem rynkowym, umożliwiając dostęp do zasobów, które dotychczas wydawały się poza budżetem. Jak? Rozliczają się tylko za faktyczne zużycie, nie muszą inwestować w drogi sprzęt.

Last but not least chmura ma również wymiar społeczny i ekologiczny. Dzięki optymalizacji wykorzystania sprzętu IT - w kontrze do tradycyjnych rozwiązań - zmniejsza się zużycie energii i produkcja dwutlenku węgla, co przy galopującym postępie nowych technologii i rosnącemu wykorzystaniu infrastruktury IT w globalnym wymiarze nie jest bez znaczenia dla nas wszystkich.



Rafał Roszak
dyrektor marketingu, Beyond.pl

Czy wybór dostawcy usług hostingowych i domeny wpływa na wyniki pozycjonowania?

Wybór odpowiedniego hostingu jest jednym z kluczowych aspektów wpływających na pozycjonowanie. Czas odpowiedzi i niezawodność serwera, szybkość ładowania się strony mogą istotnie wpłynąć na ocenę strony przez Google. Jednak ważne jest również to, by strona nie znajdowała się na serwerze skojarzonym ze spamem internetowym.

Wybór domeny ma znaczenie o tyle, że domena krajowa (na przykład .pl) ogranicza pozycjonowanie do rynku lokalnego, stąd serwisy zainteresowane wyjściem na rynki zagraniczne nie powinny ich stosować.

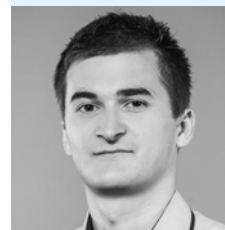


Bartosz Góralewicz
Goralewicz.co

Dostawcy zwykle oferują więcej niż potrzebujemy. Jak zoptymalizować koszty hostingu i płacić rzeczywiście za to, z czego korzystamy?

Klienci powinni wybierać takie usługi, które pozwolą im na swobodne funkcjonowanie niezależnie od generowanego ruchu. Problemem powszechnych na rynku usług jest to, że klient przy pewnym etapie rozwoju musi przejść na usługę VPS, której koszt wspólnie z administratorem będzie przynajmniej kilka razy większy niż shared hostingu. W Zenboxie uważamy, że to nie klient nie powinien przejmować się kwestią parametrów. On musi zadbać jedynie o generowanie odwiedzin na swoich stronach WWW.

Warto także nadmienić, że przy wyborze swojego usługodawcy należy zwrócić uwagę na cenę przedłużenia, gdyż ta potrafi w przypadku niektórych firm być wielokrotnie większa od kwoty na promocji.



Łukasz Gawior
dyrektor zarządzający zenbox.pl

OPRZĘDZENIE

Redakcja

**Tomasz Bonek**

prezes zarządu i redaktor naczelny
+48 71 302 75 35
tb@interaktywnie.com

**Bartosz Chochółowski**

redaktor działu wydań specjalnych
bch@interaktywnie.com

**Mateusz Ratajczak**

redaktor działu wydań specjalnych
redakcja@interaktywnie.com

**Kaja Grzybowska**

+48 71 302 75 35
kg@interaktywnie.com

**Maciej Rynkiewicz**

dziennikarz
mr@interaktywnie.com

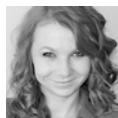
**Barbara Chabior**

redaktor Interaktywnie.com
redakcja@interaktywnie.com

**Bartosz Wawryszuk**

redaktor Interaktywnie.com
bw@interaktywnie.com

Reklama

**Anna Piekart**

+48 697 395 858
ap@interaktywnie.com

**Iwona Bodziony**

+48 661 878 882
ib@interaktywnie.com

Adres i siedziba redakcji

interaktywnie..com

Interaktywnie.com Sp. z o.o.
ul. Oławska 17 lok. 6 - III piętro
50-123 Wrocław
tel.: 71-302-75-35
redakcja@interaktywnie.com

NIP: 898-215-19-79
REGON: 020896541

Spółka zarejestrowana we Wrocławiu, kod pocztowy
50-302, przy ul. Jedności Narodowej 152/177, przez
Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we
Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego
Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000322917

Kapitał zakładowy 6 000,00 zł

Interaktywnie.com to specjalistyczny magazyn dla wszystkich pracujących w branży internetowej oraz tych, którzy się nią pasjonują. Serwis zintegrował także społeczność, klika tysięcy osób, które wymieniają się tu doświadczeniami, doradzają sobie, piszą blogi, rozmawiają o najnowszych rozwiązaniach.

Interaktywnie.com istnieje od 2006 roku, na początku był branżowym blogiem. W ciągu trzech pierwszych lat znacząco poszerzył się zarówno zakres tematyczny jaki i liczba autorów, którzy w nim publikują. Zostało to docenione przez jury WebstarFestival i uhonorowane statuetką Webstara Akademii Internetu. Oprócz tego wortal jest laureatem Grand Webstara 2008 dla strony roku.

Dziś Interaktywnie.com to nowoczesne internetowe medium tematyczne z codziennie nowymi newsami z rynku polskiego i międzynarodowego, artykułami, wywiadami oraz omówieniami najciekawszych stron internetowych.

Jego redakcja przygotowuje też cykliczne, obszerne raporty branżowe, dystrybuowane do najlepszej grupy odbiorców. Wśród nich są specjaliści zarejestrowani w Interaktywnie.com. Są to szczegółowe opracowania dotyczące poszczególnych segmentów rynku internetowego i zmian, które na nim zachodzą.

Raporty promowane są także każdorazowo tuż po publikacji w największym polskim portalu finansowym – Money.pl. Stałymi partnerami medialnymi raportów Interaktywnie.com są największe serwisy internetowe w Polsce: Gazeta.pl, Wp.pl, Mediarun.pl, Interia.pl.
Więcej raportów: www.interaktywnie.com/biznes/raporty

Wykorzystane do raportu zdjęcia pochodzą z banku zdjęć Fotolia.com.

