Styczeń 2012
Luty 2012
Marzec 2012
Kwiecień 2012
Maj 2012
Czerwiec 2012
Lipiec 2012
Sierpień 2012
Wrzesień 2012
Październik 2012
Listopad 2012
Grudzień 2012

RAPORT DOMENY I HOSTING

Partnerzy

Money.pl

iab polska

Wydawca

interaktywnie.com

WSTĘP

Podziel się raportem:

Domeny i hosting. Biznes skuteczny, zyskowny i ryzykowny

Liczba aktywnych domen z końcówką .pl zbliża się do 2,5 miliona. Większość ekspertów jest przekonana, że uda się ten poziom przekroczyć już w tym roku, a polski internet przeskoczy pod tym względem włoski. Staniemy się tym samym czwartą siłą w Unii Europejskiej. Nie brak co prawda głosów tonujących ten optymizm. W ostatnim roku dynamika domenowego rynku wyraźnie przyhamowała, a najwięksi gracze nieco stracili. Czy to chwilowe zachwianie trendu?
W niniejszym raporcie Interaktywnie.com, ustami ekspertów, odpowiadamy na to pytanie.

Garść przydatnych informacji znajdą też ci, którzy rozważają zarezerwowanie domeny z nietypową końcówką. Komu i kiedy to się opłaca? Jaki potencjał ma internetowy adres z końcówką .co albo .xxx? Odpowiedzi prezentujemy w artykule o nietypowych domenach, które stać mogą się już w przyszłym roku rewolucyjną zmianą w skali całej sieci. Warto o tym pamiętać, zwłaszcza, że - jak przekonują specjaliści - dobra domena to często połowa sukcesu w e-commerce.

W raporcie nie mogło zabraknąć też tematu domen z drugiej ręki. Zarówno jako sposobu na biznes - giełdy domen wytrawnym graczom potrafią przynieść niemałe zyski - ale i jako ciemnej strony sieci. Cybersquatting jest nadal poważnym problemem i warto wiedzieć, jakie są możliwości walki z sieciowymi naciągaczami.

Odpowiadamy też na pytanie, czym tak naprawdę jest bezpieczny hosting - jakie parametry powinien spełniać i na jakie warunki trzeba zwrócić uwagę, wybierając tego typu usługę. Pokazujemy również, jak beztroska i błędy twórców stron mogą zagrozić nawet najlepiej zabezpieczonym serwerom. Jak uniknąć tego niebezpieczeństwa? Zapraszam do lektury!

Bartłomiej Dwornik, redaktor Interaktywnie.com

SPIS TREŚCI

Piąta domenowa siła Europy łapie zadyszkę? 05
Bartłomiej Dwornik

Internet się kończy. Ostatni dzwonek przed katastrofą? 15
Maciej Rynkiewicz

Domeny internetowe — nieruchomości XXI wieku 19
Michał Pleban - artykuł sponsorowany

Rewolucja w domenach. Ten rok był przełomowy 22
Beata Ratuszniak

Dobra domena - połowa sukcesu w e-commerce? 27
Marta Smaga

Handel na tej giełdzie to nie zabawa. Do zgarnięcia nawet milion złotych 34
Maciej Rynkiewicz

Bezpieczny hosting, czyli serwer pod ochroną 40
Bartłomiej Dwornik

Ups... ktoś zajął naszą domenę 47
Bartosz Wawryszuk

WIZYTÓWKI FIRM

Aftermarket

Adres
Michau Enterprises, Limited
Chytron 26, Office 21
1075 Nicosia
Cyprus

Dane kontaktowe
www.aftermarket.pl

Opis działalności
Serwis AfterMarket.pl

- jeden z największych polskich rejestratorów, zapewnia rejestracje domen w ponad 200 rodzajach TLD.
- lider polskiego rynku wtórnego, udostępnia giełdę oraz aukcje domen.
- gwarant bezpiecznych transakcji dzięki mechanizmom escrow.

premium.pl

premium.pl

Adres
ul. Domaniewska 37
02-672 Warszawa

Dane kontaktowe
www.premium.pl
801 066 444

Opis działalności
premium.pl - giełda najlepszych domen

- największa polska giełda domen
- najniższe w Polsce ceny utrzymania domen
- lider wzrostu na rynku domen w 2011 wg raportu NASK
- wygodny, bezpieczny panel dla każdego

Bartłomiej Dwornik
redaktor Interaktywnie.com

PIĄTA DOMENOWA SIŁA EUROPY ŁAPIE ZADYSZKĘ?

Ostatnie dwanaście miesięcy to kolejne rekordy na rynku domen. Mamy już przeszło 2,3 miliona aktywnych adresów z polską końcówką, a każdego dnia przybywa prawie 3 tysiące nowych. Depczemy po piętach Włochom i być może w tym roku uda się ich przegonić. W tym paśmie sukcesów jest jednak niepokojący element. Dynamika rynku jest najsłabsza od 11 lat.

W ubiegłym roku codziennie rejestrowanych było dokładnie 2980 domen z końcówką .pl - ogłosił NASK w opublikowanym na początku lutego raporcie domenowym za rok 2011. To wyraźny postęp i wyśrubowanie rekordu. Rok wcześniej wskaźnik ten wynosił 2861 nowych domen dziennie. Absolutny rekord padł w październiku. Wówczas każdego dnia w polskiej sieci pojawiały się 3123 nowe adresy www. Dzięki temu, na początku kwietnia - nieco ponad rok od pokonania bariery dwóch milionów - Polska pochwalić się może liczbą przeszło 2,3 miliona aktywnych domen z narodową końcówką.

Liczba aktywnych domen .pl	
2004	276 687
2005	443 249
2006	557 091
2007	762 656
2008	1 323 454
2009	1 629 929
2010	1 994 120
2011	2 278 722
2012	2 344 632

Źródło: NASK, stan za rok 2012 na dzień 8 kwietnia

Oprócz liczb i statystyki, nie mniej ważnych wydarzeń na domenowym rynku w ubiegłym roku również nie brakowało.

Kamienie milowe według branży

- Jeśli mówimy o globalnym rynku, to szerokim echem odbiła się decyzja ICANN - organizacji zarządzającej domenami internetowymi najwyższego rzędu, o dopuszczeniu możliwości powstawania nowych końcówek na szeroką skalę. O konieczności rozbudowy listy domen globalnych dyskutowano już od dłuższego czasu, ale po decyzji dokonanej na konferencji w czerwcu ubiegłego roku pojawiło się wiele głosów mówiących, że będziemy mieli do czynienia z rewolucją w utartych zwyczajach adresacji stron internetowych - podkreśla Marcin Zmaczyński, kierownik produktu domeny Home.pl. - Obecnie lista potencjalnych rejestrów jest już zamknięta i osiągnęła imponującą sumę 839 podmiotów. Każdy podmiot może składać do 50 aplikacji dla nowych rozszerzeń, tak więc daje to pewne wyobrażenie o rzeczywistym stopniu zainteresowania nowymi końcówkami.

- Zgoda ICANN rozpoczęła proces przyjmowania i oceny wniosków o nowe domeny TLD, a kwiecień 2012 zamyka czteromiesięczne "okno" na zgłaszanie aplikacji o nowe domeny. Teraz będziemy czekali na ocenę tych wniosków i podpisanie przez ICANN umów z aplikantami o uruchomienie rejestracji w nowych domenach w roku 2013 - przyznaje Anna Kur, dyrektor AZ.pl. - To wydarzenie jest o tyle istotne, że dotychczas w historii ICANN nie pozwolił na uruchomienie tak dużej ilości nowych domen. Od roku 2000 pojawiały się pojedyncze nowe domeny. Według chairmana ICANN, Steva Crockera, tegoroczne otwarcie na nowe aplikacje może powtórzyć się najwcześniej za kilka lat.

- ICANN przewiduje, że pierwsza partia nowych gTLD będzie działała już na początku 2013 roku, a korzystać z nich będą firmy, produkty, ale także miasta, restauracje czy drużyny sportowe - potwierdza Richard Stevenson, ekspert 1&1 Internet. - Nowy system będzie kosztowny, ale umożliwi polskim firmom, przynajmniej tym dużym, na lepszą ochronę swoich marek.

- Na rynku polskim uwagę skupiła sprzedaż domeny co.pl o wartości przekraczającej milion złotych - uważa Marcin Kowalczyk, dyrektor ds. systemów informatycznych w firmie Supermedia. - Z kolei zniesienie przez ICANN ograniczeń dla domen gTLD w ciągu najbliższych 2 lat umożliwi rejestrację dużej ilość nowych nazw najwyższego poziomu. Zdecydowanie na uwagę zasługuje decyzja, która zezwoliła na rejestrację internetowych adresów z końcówką .xxx, zawierających kontent tylko dla osób dorosłych. Decyzja ta w dalszym ciągu wzbudza wiele kontrowersji zwłaszcza w środowisku konserwatywnym.

- Wprowadzenie możliwości rejestracji domen z rozszerzeniem .xxx jest jednym z najciekawszych wydarzeń, wyłącznie jednak z uwagi na działania firm hostingowych, zachęcających klientów do zbędnych, defensywnych rejestracji - twierdzi Michał Jerzyk, prezes zarządu SuperHost.pl. - W rzeczywistości tylko nieliczni mogą obawiać się zagrożenia, związanego z potencjalnym wykorzystaniem domen na ich szkodę, większość firm nie potrzebuje takiego adresu. Paradoksalnie zatem, największą jak na razie korzyścią z nowych domen .xxx jest informacja, którzy usługodawcy narażają klientów na niepotrzebne i niemałe koszty.

Michał Jerzyk
prezes zarządu
SuperHost.pl

Jednym z najciekawszych wydarzeń ostatnich 12 miesięcy było wprowadzenie możliwości rejestracji domen z rozszerzeniem .xxx - wyłącznie jednak z uwagi na działania firm hostingowych, zachęcających klientów do zbędnych, defensywnych rejestracji. W rzeczywistości tylko nieliczni mogą obawiać się zagrożenia związanego z potencjalnym wykorzystaniem domen na ich szkodę, większość firm nie potrzebuje takiego adresu.

Marcin Zmaczyński
kierownik produktu domeny
Home.pl

Patrząc na rejestr naszego zachodniego sąsiada, gdzie zarejestrowanych jest prawie 15 milionów domen .de i fakt, że prawie połowa polskich firm wciąż nie posiada własnej strony internetowej, można się pokusić o szacunek, że w ciągu bieżącego roku polski rejestr może osiągnąć imponującą liczbę 2,5 miliona domen. Nasycenie rynku polskiego zostanie osiągnięte na poziomie 5-6 milionów domen w ciągu kilku lat.

- Moim zdaniem najważniejsza była jednak dzierżawa domen Polska.pl i Poland.pl spółce Agora - Maciej Kurek, specjalista ds. PR marki 2BE.PL z Grupy Adweb wskazuje na całkiem inny kierunek. - Kontrowersje, jakie pojawiły się wokół dzierżawy oraz propozycja objęcia adresów ochroną prawną na podobnej zasadzie jak hymn czy flagę wskazują na ciekawe zjawisko. Sieć staje się coraz ważniejszym wymiarem naszego życia, również w warstwie symbolicznej. Opinia publiczna zaczyna postrzegać domeny internetowe nie jako kilka literek, które czasem można drogo sprzedać, ale jako ważny element identyfikacji państwa.

Daniel Lisowski, zastępca dyrektora ds. marketingu produktowego w Nazwa.pl wskazuje na jeszcze jedno wydarzenie, które nie powinno ujść uwadze. - To zakończenie, trwającej od 2006 roku "historii" domeny gmail.pl. Domena przeszła w ręce Google, chociaż oczywiście szczegóły transakcji owiane są tajemnicą - podkreśla Lisowski.

- Warto wspomnieć również o sprzedaży domeny Saturn.pl, która trafiła do sieci sklepów z elektroniką użytkową. Wcześniejszym posiadaczem nazwy była Kompania Węglowa S.A., która sprzedała ją na drodze przetargu za sumę 600 tysięcy złotych. Na świecie dość wysoką cenę osiągnęła natomiast domena dudu.com, którą kupił portal społecznościowy z Dubaju od inwestora z Chin. Oficjalna kwota transakcji to 1 milion dolarów - dodaje Michał Trziszka, CEO Cal.pl. - W Polsce warto też zwrócić uwagę na wyhamowanie dynamiki rejestracji nowych domen. W 2011 roku przyrost liczby nazw z końcówką .pl był najniższy od 11 lat i wyniósł 14,27 procent. Podobnie sprawy się

Gdyby abonenci odnawiali większość adresów, jakie rejestrują, kolejne kamienie milowe osiągalibyśmy niemal co rok. W samym 2011 roku zarejestrowano ponad milion nowych domen. Różnica pomiędzy ceną rejestracji a odnowienia powoduje, że wiele adresów nie jest przedłużanych. W efekcie polski rejestr rośnie w tempie około 300 tysięcy domen w skali roku.

Maciej Kurek
specjalista ds. PR marki 2BE.PL
Grupy Adweb

Można zauważyć wzrost zainteresowania domenami zagranicznymi wśród polskich firm, co jest związane z ich ekspansja na rynki zagraniczne. Tendencja, która utrzyma się w dalszym ciągu, to rozwój rynku wtórnego domen w Polsce. W roku 2012 i w przyszłych latach znaczna część firm zdecyduje się na ich zakup z "drugiej ręki".

Marcin Kowalczyk
dyrektor ds. systemów informatycznych
Supermedia

mają z dynamiką nowych rejestracji – w 2011 roku zarejestrowano tylko 4 procent więcej nowych domen niż w 2010.

Piąty rynek Europy

Polski internet - a w zasadzie polscy internauci - są coraz bardziej atrakcyjnym klientem dla zagranicznych firm i instytucji, działających w sieci. NASK podaje, że tylko w czwartym kwartale minionego roku prawie co dwudziesty adres z końcówką .pl rejestrowany był przez użytkowników - osoby prywatne i firmy - z siedzibą poza Polską. Nasze domeny najchętniej rejestrują Niemcy, tuż po nich plasują się Brytyjczycy i Amerykanie. W 2011 roku polskim rynkiem domenowym aktywnie zainteresowali się abonenci z ponad 80 krajów na całym świecie.

Abonenci zagraniczni, rejestrujący domeny .pl	
Niemcy	37 proc.
Wielka Brytania	13 proc.
Stany Zjednoczone	12 proc.
Cypr	6 proc.
Francja	5 proc.
Holandia	4 proc.
Czechy	3 proc.
Szwecja	2 proc.
Norwegia	1 proc.
Dania	1 proc.

Źródło: NASK, dane za IV kwartał 2011

Rekordowy rok dla polskich domen pozwolił nam zbliżyć się do czwartego miejsca w Unii Europejskiej. Już rok temu można było spodziewać się, że lada chwila polskich domen narodowych będzie więcej, niż włoskich. Do końca 2011 roku ta sztuka jeszcze się nie udała, jednak dystans stopniał z ponad 53 do 35 tysięcy. Michał Chrzanowski, dyrektor NASK

Liczba domen narodowych krajów UE			
		2011	2010
1	.de	14 740 329	14 042 292
2	.uk	9 841 776	8 966 685
3	.nl	4 799 349	4 193 230
4	.it	2 314 358	2 047 437
5	.pl	2 278 722	1 994 120
6	.fr	2 190 214	1 898 367
7	.es	1 458 371	1 247 978
8	.se	1 224 391	1 058 548
9	.be	1 219 941	1 101 569
10	.dk	1 156 327	1 095 384

Źródło: NASK, EURid

w komentarzu do danych za czwarty kwartał ubiegłego roku jest przekonany, że dystans będzie nadal topniał.

Do pierwszej trójki europejskich liderów wciąż nam jednak daleko, a co więcej - w przypadku Niemiec, Wielkiej Brytanii i Holandii, dystans w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy straciliśmy. W każdym z tych trzech krajów liczba aktywnych, narodowych domen rosła wyraźnie szybciej, niż w Polsce.

- Patrząc na rejestr krajowy naszego zachodniego sąsiada, gdzie zarejestrowanych jest prawie 15 milionów domen .de i fakt, że prawie połowa polskich firm wciąż nie posiada własnej strony internetowej, można się pokusić o szacunek, że w ciągu bieżącego roku polski rejestr może osiągnąć imponującą liczbę 2,5 miliona domen - uważa Marcin Zmaczyński z Home.pl.
- Nasycenie rynku polskiego dla domen zostanie osiągnięte na poziomie 5-6 milionów domen w ciągu kilku lat.

- Wynik 14,7 miliona domen .de oznacza, że co piąty internauta z Niemiec miał własny adres. W Polsce jedna domena .pl przypada na 10,4 osób korzystających z sieci. Wynik podobny do Niemców osiągniemy przy liczbie około 5,3 miliona domen .pl - wylicza Maciej Kurek z 2BE.PL. - Gdyby abonenci odnawiali większość adresów, jakie rejestrują, kolejne kamienie milowe

osiągalibyśmy niemal co rok. W samym 2011 roku zarejestrowano ponad milion nowych domen. Różnica pomiędzy ceną rejestracji a odnowienia powoduje, że wiele adresów nie jest przedłużanych. W efekcie polski rejestr rośnie w tempie około 300 tysięcy domen w skali roku.

- Szacowanie górnej granicy rozwoju rynku przypomina trochę wróżenie z fusów - przestrzega jednak Marcin Kowalczyk z Supermedia. - Istnieje nieoficjalna teoria, iż rynek domen powinien się nasycić przy około 6 milionów, ale wpływ takich czynników jak dostęp do internetu, regulacje prawne czy wzrost świadomości użytkowników niewątpliwie utrudnia chociażby przybliżone wartości określające taki stan rzeczy.

Giganci nieco tracą, dynamika słabnie

Jeśli chodzi o podział domenowego tortu, w ciągu roku liderzy się nie zmienili. Choć wypada odnotować fakt, że udziały dwóch największych graczy nieco stopniały. Home.pl i NetArt - właściciel Nazwa.pl - które razem rok temu obsługiwały przeszło 45 procent polskich domen narodowych, pod koniec minionego roku miału łączny udział na poziomie 41 procent. W ciągu roku z piątej na czwartą pozycję awansowała firma Michau Enterprises - operator giełdy domen AfterMarket.pl - wyprzedzając firmę Consulting Service, do której należy serwis Rejestracjadomen.pl.

Ponieważ rynek domen .pl rozwija się gwałtownie, możliwe, że pod koniec 2013 roku lub na początku 2014 zarejestrowanych będzie 3 miliony domen .pl, a poziom 7 milionów zostanie osiągnięty w ciągu kilku lat. Patrząc na rozwój krajowych domen najwyższego poziomu, takich jak .de i co.uk w innych gospodarkach, myślę że dalszy rozwój polskiego rynku jest możliwy.

Richard Stevenson
ekspert
1&1 Internet

Pierwszy milion domen polskich został osiągnięty po około 17 latach od rozpoczęcia rejestracji - w maju 2008. Próg kolejnego miliona rejestr przekroczył po niespełna trzech latach, w styczniu 2011. Obecna dynamika jest jednak najniższa od kilku lat. W 2011 roku przyrost liczby domen wyniósł niecałe 15 procent, a wskaźnik odnowień 60 procent. Nie jest zatem wcale oczywiste czy w tym roku zobaczymy liczbę 2 500 000 domen.

Daniel Lisowski
zastępca dyrektora ds. marketingu produktowego
Nazwa.pl

NASK nie podaje, jak w przekroju polskiego rynku radzi sobie niemieckie 1&1 - zachodnioeuropejski potentat trafił w raporcie za ubiegły rok do grona firm, które obsługują łącznie prawie 16,2 procent rynku domen .pl, ale nie zgodziły się podać szczegółów na swój temat.

Najwięksi gracze pod względem liczby obsługiwanych domen .pl		
	2011	2010
Home.pl	20,8 proc.	22,9 proc.
NetArt	20,4 proc.	22,3 proc.
AZ.pl	12,9 proc.	11,2 proc.
Michau Enterprises	9,1 proc.	7,8 proc.
Consulting Service	8,8 proc.	8,3 proc.

Źródło: NASK, dane na koniec IV kwartału 2011

Potencjał wciąż jest jednak duży, a fakt ten tylko potwierdza walka o klienta, jaką toczą ze sobą rejestratorzy domen i dostawcy hostingu. Wyścig ten przeniósł się z internetu nawet na ekrany telewizorów.

- Pierwszy milion domen polskich został osiągnięty po około 17 latach od rozpoczęcia rejestracji - w maju 2008. Próg kolejnego miliona rejestr przekroczył po niespełna trzech latach, w styczniu 2011. Obecnie NASK obsługuje 2 348 399 domen. Jest to niezwykły wzrost na tle wszystkich rejestrów krajowych - przyznaje Daniel Lisowski z Nazwa.pl. Przestrzega jednak, że nadmierny optymizm może być niebezpieczny. - Obecna dynamika wzrostu rejestru domen .pl jest najniższa od kilku lat. W 2011 roku przyrost liczby domen w stosunku do 2010 wyniósł niecałe 15 procent, a wskaźnik odnowień istniejących na poziomie 60 procent. Nie jest zatem wcale oczywiste czy w tym roku zobaczymy liczbę 2 500 000 domen.

- W 2011 roku przyrost liczby nazw z końcówką .pl był najniższy od 11 lat. Podobnie sprawy mają się z dynamiką nowych rejestracji. To oczywiście nie oznacza jakiegoś wielkiego kryzysu, ale podpowiada, że mityczne 6 mln nazw - od wielu lat przedstawiciele rynku niczym mantrę powtarzają tę liczbę - odłoży się w czasie. I to na wiele lat - potwierdza Michał Trziszka z Cal.pl. - Następnym kamieniem milowym będzie oczywiście osiągnięcie poziomu 3 milionów domen, ale i na to - w obecnych warunkach - przyjdzie nam zaczekać na pewno dłużej niż rok.

Cel - małe firmy?

Nic dziwnego, skoro - jak wynika z opublikowanych w marcu danych Głównego Urzędu Statystycznego - stronę internetową ma 64,7 procent polskich przedsiębiorstw. To mniej niż dwie trzecie, a jak pokazują opublikowane pod koniec stycznia badania firmy Tax Care - wśród mikro-firm sytuacja jest jeszcze gorsza. Wciąż 58 procent z nich nie ma choćby najprostszej strony www.

Polskie mikro-firmy posiadające stronę internetową	
jednoosobowe	36 proc.
do 5 pracowników	40 proc.
5-10 pracowników	64 proc.
ponad 10 pracowników	63 proc.

Źródło: Tax Care

- Analizując bardzo wysoki odsetek nieposiadających własnej strony wśród firm, które nie zatrudniają pracowników należy przede wszystkim zwrócić uwagę, że grupę tę tworzą trzy rodzaje przedsiębiorców: osoby na tak zwanym samozatrudnieniu, osoby świadczące drobne usługi, jak krawcowa, taksówkarz, kosmetyczka, itp., a także osoby wykonujące tak zwane zawody zaufania publicznego: lekarz, stomatolog, radca prawny, adwokat, itp. - komentuje wyniki badań Katarzyna Siwek z Tax Care.

Badanie Tax Care pokazało też, że małe firmy rzadko aktualizują treści na swoich witrynach, a do ich obsługi korzystają z możliwie najtańszych rozwiązań. Ponad połowa badanych zadeklarowała, że na obsługę strony internetowej wydaje mniej niż 100 złotych miesięcznie.

- Według badań SuperHost.pl aż 94 procent użytkowników uważa, że posiadanie przez polską

firmę domeny z rozszerzeniem .pl wpływa pozytywnie na jej wizerunek. Przy takiej świadomości polski rynek domen ma przed sobą dalsze okresy wzrostu, szczególnie że w przybliżeniu dwukrotnie większe pod względem liczby mieszkańców Niemcy mają siedmiokrotnie więcej domen .de, a półtora raza większa Wielka Brytania ma ponad cztery razy więcej adresów .uk - wylicza Michał Jerzyk, prezes SuperHost.pl. - Polska należy do najbardziej dynamicznie rozwijających się internetowo obszarów, zaś nasz mały biznes coraz chętniej i odważniej korzysta z rozwiązań w sieci. Są zatem podstawy do bycia optymistą.

Potencjał pozwala myśleć o kolejnych rekordach?

Możliwości dalszego rozwoju wciąż więc są. I to niemałe. Wiele - pomimo słabnącej dynamiki - wskazuje na to, że rok 2012 rejestr domeny .pl zamknie na poziomie przekraczającym 2,5 miliona aktywnych domen. Prognozy przedstawicieli branży sięgają już jednak znacznie dalej.

- Biorąc pod uwagę wszystkie domeny utrzymywane przez NASK, przyjmując aktualny wzrost w wysokości 273328 domen, w przeciągu trzech lat osiągnięta zostanie granica 3 milionów domen - wylicza Anna Kur, dyrektor AZ.pl.

W 2011 roku przyrost liczby nazw z końcówką .pl był najniższy od 11 lat. Podobnie sprawy mają się z dynamiką nowych rejestracji. To oczywiście nie oznacza jakiegoś wielkiego kryzysu, ale podpowiada, że mityczne 6 milionów nazw odłoży się w czasie. I to na wiele lat. Następnym kamieniem milowym będzie oczywiście osiągnięcie poziomu 3 milionów domen, ale i na to - w obecnych warunkach - przyjdzie nam zaczekać na pewno dłużej niż rok.

Michał Trziszka
CEO
Cal.pl

Obok samych statystyk, ważne, a raczej ważniejsze jest to, czy domeny są faktycznie wykorzystywane przez osoby indywidualne oraz biznes a firmy MSP, które są podstawą gospodarki - faktycznie czerpią korzyści z obecności w internecie pod własną domeną. To jest zadanie dla dostawców rozwiązań domen, hostingu czy kreatorów stron, a także ustawodawcy, który powinien wspierać rozwój e-rynku.

Anna Kur
dyrektor
AZ.pl

- Gdyby rozpatrywać jedynie domeny drugiego poziomu, a więc bezpośrednio w domenie .pl, to z obecnej wartości 1,545,824 domen, i wzroście w wysokości 141936 domen, granica 2 milionów zostanie osiągnięta w przeciągu 4 lat, a 3 milionów w przeciągu 11 lat.

Sama ilość zarejestrowanych domen niewiele mówi o rynku. Ważniejszy wskaźnik to chociażby ilość domen drugiego poziomu na 100 mieszkańców, który w Polsce kształtuje się na poziomie 4,02. - Dla porównania, nasi sąsiedzi na południu mają odpowiednio 8,6 i 4,9 domen, Rosjanie jedynie 2,34 domen a Niemcy aż 18,20 domen na 100 mieszkańców - podaje dyrektor AZ.pl.

	Ilość domen 2. Poziomu (wyłącznie*)	Populacja	Ilość domen na 100 mieszkańców
PL	1,545,824	38,501,000	4,02
CZ	910,728	10,562,214	8,62
SK	268,314	5,445,324	4,93
DE	14,886,660	81,799,600	18,20
RU	3,347,934	143,030,106	2,34

**) z wyłączeniem wszystkich domen 3-go poziomu, a więc subdomen miast i gmin, subdomen portali takich jak chociażby onet.pl, Interia, WP, Gazeta, domen rządowych .gov.pl czy domen funkcjonalnych.*

Źródło: hosterstats.com, wikipedia.org, dns.pl

- Ze względu na wyjątkowe nasycenie rynku domeną .de, możemy przyjąć ją jako model przy szacowaniu ewentualnej pojemności naszego rynku - twierdzi Anna Kur . - Biorąc pod uwagę ilość domen na 100 mieszkańców w Niemczech, odnosząc to do Polski, widzimy, że powinniśmy bez problemu osiągnąć nawet 7 milionów domen .pl drugiego poziomu.

- Ponieważ rynek domen .pl rozwija się gwałtownie, możliwe, że pod koniec 2013 roku lub na początku 2014 zarejestrowanych będzie 3 miliony domen .pl, a poziom 7 milionów zostanie osiągnięty w ciągu kilku lat - ocenia Richard Stevenson, ekspert 1&1 Internet.
- Patrząc na rozwój krajowych domen najwyższego poziomu takich jak .de i co.uk w innych gospodarkach, myślę że dalszy rozwój polskiego rynku jest możliwy.

Zdaniem Stevensona, rozwój domen najwyższego poziomu pozostanie na stałym poziomie, dojdzie także to kilku konsolidacji w przestrzeni rejestracyjnej. Najciekawsze - zdaniem eksperta 1&1 Internet - będzie przedstawienie nowych gTLD, ale nie ma jeszcze możliwości przewidzenia, jaki to będzie miało wpływ na rynek. - Wzrost popularności w Polsce łatwych w użyciu pakietów do tworzenia stron internetowych dla małych i średnich przedsiębiorstw przyczyni się do ułatwienia korzystania z Internetu ogólnie , więc także do wzrostu popularności domen .pl oraz tych mniej popularnych jak .com, .net, .info czy .eu - twierdzi Stevenson.

- Generalnie rynek domen rozwija sie w tempie około 15 procent rocznie w krajach, gdzie dotąd było niskie zapotrzebowanie na ccTLDs. Ogólnie można zauważyć wzrost zainteresowania domenami zagranicznymi wśród polskich firm, co jest związane z ich ekspansja na rynki zagraniczne - twierdzi Marcin Kowalczyk, dyrektor ds. systemów informatycznych w firmie Supermedia. - Tendencja, która utrzyma się w dalszym ciągu to rozwój rynku wtórnego domen w Polsce. W roku 2012 i w przyszłych latach znaczna część firm zdecyduje się na ich zakup z "drugiej ręki".

- W ciągu najbliższego roku rynek domen internetowych będzie się w dalszym ciągu stabilnie rozwijał. Polski rejestr zachowa tendencje wzrostową, a przyczyniać się będzie do tego również dynamiczny rynek wtórny - prognozuje Marcin Zmaczyński, kierownik produktu domeny Home.pl. - Polscy inwestorzy domenowi są coraz bardziej aktywni, a rejestratorzy nastawieni na potrzeby rynku wtórnego osiągają interesujące wyniki.

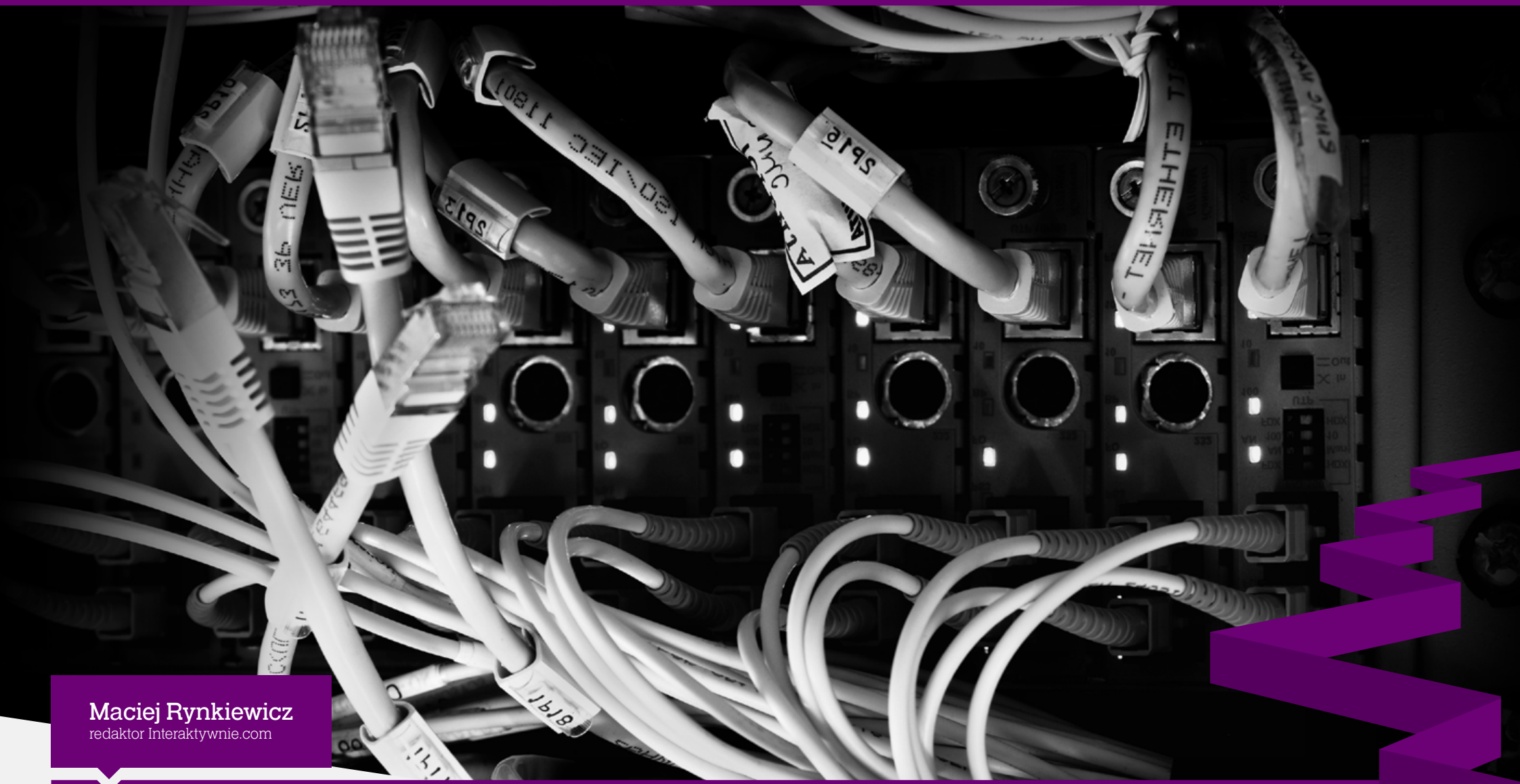
- W najbliższych miesiącach nastąpi to, co trochę na wyrost określane jest mianem rewolucji w internecie - przewiduje Michał Jerzyk, prezes SuperHost.pl. - Zarządzająca domenami organizacja ICANN zgodziła się ostatecznie na umożliwienie rejestracji adresów z dowolnymi rozszerzeniami. Oznacza to, że możliwe stanie się uzyskanie domeny takiej jak .sport, .ibm czy na przykład .superhost. W praktyce do spełnienia jest wiele wymogów formalnych, a także finansowych - blisko 600 tysięcy złotych za udostępnienie nowego rozszerzenia oraz ponad 75 tysięcy złotych rocznie za prawo do jego wykorzystania. Dla użytkowników zmieni się niewiele, gdyż nadal królować będą nazwy domen takie jak .pl, .com.pl czy .com.

- Czeka nas zachowanie status quo, czyli raczej spowolniony rozwój rejestru .pl i brak spektakularnych sprzedaży na rynku wtórnym - uważa Michał Trziszka, CEO Cal.pl.
- Rynek będzie się jeszcze bardziej normalizował i spłaszczał. Ceny staną się dostępne i podyktowane rzeczywistym popytem ze strony kupujących.

Zmian na rodzimym rynku nie spodziewa się również Anna Kur z AZ.pl. - Chociaż nie należy zapominać o zmianach globalnych zachodzących na rynku domenowym, a szczególnie o tym, że w połowie roku 2013 pojawią się setki nowych domen gTLD. Liczymy jednak na to, że popyt na domeny .pl nie przeniesie się do nowych TLD, a jedynie zostanie wykreowany dodatkowy popyt, który uzupełni już istniejący - podkreśla. - Nie spodziewamy się też szczególnej zmiany układu sił pośród firm rejestrujących domeny i dostarczających hosting, podobnie jak nie mamy żadnych przesłanek do rozważania możliwych zmian w cenach, zarówno hurtowych jak i tych dla klientów detalicznych.

- Domeny .xxx to dopiero początek. ICANN wciąż prowadzi procedurę rejestracji i weryfikacji podmiotów, które mogą tworzyć własne końcówki. Już dziś wiadomo, że będą to setki firm i organizacji. To oznacza, że w najbliższych latach liczba nowych rozszerzeń przekroczy tysiąc - ocenia Maciej Kurek, specjalista ds. PR marki 2BE.PL z Grupy Adweb. - W tym roku spodziewam się też zmiany w zestawieniu europejskich domen narodowych. Obecnie zajmujemy piąte miejsce pod względem liczby zarejestrowanych adresów, jednak gonią nas Francuzi. Rejestr domeny .fr rośnie w siłę dzięki złagodzeniu restrykcji, podczas gdy NASK wciąż broni się przed zrównaniem ceny rejestracji i odnowienia, co przyczyniłoby się do wzrostu odsetka odnowień adresów w domenie .pl.

- Wszyscy w branży twierdzą, że rynek .pl ma spory potencjał wzrostowy, z czym należy się zgodzić, patrząc choćby na inne europejskie rejestry, a już na pewno na rynek domen .de - podsumowuje Daniel Lisowski, zastępca dyrektora ds. marketingu produktowego w Nazwa.pl. - Ostatnie wyhamowanie dynamiki wzrostu należy więc traktować przejściowo, a co najwyżej jako stabilizacja wzrostu.



Maciej Rynkiewicz
redaktor Interaktywnie.com

INTERNET SIĘ KOŃCZY. OSTATNI DZWONEK PRZED KATASTROFĄ?

Ziemię zamieszkuje już ponad 7 miliardów ludzi. W latach 70., kiedy internet dopiero raczkował, mieliśmy znacznie mniej sąsiadów - około 4 miliardy. Twórcy formatu IPv4 prawdopodobnie nie wiedzieli, że za 40 lat każdy z nich będzie potrzebował własnej domeny.

Cztery miliardy, a dokładnie 4 294 967 296, obsługuje leciwy już format Internet Protocol version 4. Ta liczba wynika ze specyfiki adresów budowanych przez system, to szereg czterech liczb od 0 do 255 oddzielonych kropkami - czyli na przykład 255.15.15.24. Ipv4 pozwala więc na stworzenie zawrotnej kiedyś liczby 256 do potęgi 4 (lub 2 do potęgi 32) kombinacji.

W ten sposób zapisany jest każdy adres w internecie. Dlaczego jednak w okienku przeglądarki wpisujemy na przykład frazę Interaktywnie.com lub Google.pl, a nie dziwny szereg czterech liczb? To ludzki wymiar internetu i przede wszystkim zasługa protokołu Domain Name System. Usługa zapewnia zamianę adresów znanych internautom na adresy zrozumiałe dla urządzeń tworzących sieć komputerową. Dzięki temu, nazwa mnemoniczna, czyli właśnie na przykład Interkatywnie.com, może zostać zamieniona na adres IP.

Ten jest dostarczany każdemu internaucie za pośrednictwem dostawcy internetu, czyli internet service providera. ISP przydziela adresy IP statyczne lub dynamicznie. Różnica polega na tym, że w przypadku dynamicznego przydzielenia, internauta lub domena dostaje adres z większej puli, jednak jedynie na jakiś czas.

W "czwórce" robi się już ciasno

Popyt na adresy IP jest na tyle ogromny, że liczba nieprzydzielonych adresów drastycznie maleje.

Ich koniec na przełomie 2010 i 2011 roku ogłosiły media. Pojawiło się wtedy wiele obaw, w jaki sposób zareagują internauci, a przede wszystkim twórcy internetu. Firmy stojące za infrastrukturą globalnej sieci przygotowały rozwiązania przejściowe, ale zaleceniem była migracja do protokołu, który zaprojektowano już w latach dziewięćdziesiątych XX wieku widząc, w jak szybkim tempie wyczerpuje się pula adresów IPv4.

Na alarm wciąż biją też eksperci. IANA (Internet Assigned Numbers Authority), międzynarodowa organizacja przydzielająca adresy IP, rozdała ostatnie dostępne zasoby IPv4 w lutym 2011 roku, a całkowite wyczerpanie puli adresów IPv4 w Europie nastąpi nie później niż w maju 2012 roku. Pomimo tego, jedynie 0,4 procent stron www jest dostępnych w nowym protokole, a pakiety IPv6 stanowią jedynie 0,3 procent ruchu w internecie. Dlatego zapotrzebowanie na IPv6 jest ogromne. Możliwości nowego formatu biją bowiem na głowę "czwórkę".

Prawdziwe liczby dopiero się zaczynają

W "szóstce" adres IP jest zapisany w 128-bitowej liczbie. W przypadku starszego brata, ta liczba była 32-bitowa. W dodatku, adres może identyfikować kilka różnych interfejsów. Ich widoczność lub też zakres adresu jest ograniczony przez odpowiedni prefiks zapisany w nazwie. "Czwórka" tej opcji nie miała.

Adres w nowym formacie to najczęściej szereg ośmiu 16-bitowych liczb, oddzielonych

dwukropkami. Adresy IPv6 mieszczą się w zakresie od 0000:0000:0000:0000:0000:0000:0000:0000 do ffff:ffff:ffff:ffff:ffff:ffff:ffff:ffff. Co ważne, serwer zapisuje je w systemie szesnastkowym, a nie jak to jest w przypadku starszej "czwórki", w normalnym systemie dziesiętnym, stąd też dziwne znaki w szeregu. Dla wyjaśnienia, ffff po zamianie z systemu szesnastkowego na dziesiętny, da liczbę 65 535, czyli dokładnie 2 do potęgi 16.

To znacznie większa liczba, niż ta w przypadku bloku z IPv4. Jeśli więc przeliczyć możliwe kombinacje w "szóstce", otrzymamy w przybliżeniu zawrotną liczbę 340 282 366 920 938 000 000 000 000 000 000 000 000 (340 sekstylionów) adresów. Czyli dokładnie 79 228 162 514 264 337 593 543 950 336 razy więcej niż w IPv4.

Na jak długo starczy nowy format? Liczba ta wydaje się być nieprawdopodobnie wielka i ciężko sobie wyobrazić, by pula adresów kiedyś się skończyła. Jednak autorzy IPv4 30 lat temu mieli zapewne podobne zdanie o ich formacie. Póki co, każdy mieszkaniec globu może założyć sobie około 48 611 766 702 991 200 000 000 000 000 000 adresów. Muszą się jednak śpieszyć, bowiem ponoć 15 procent z nich jest już zarezerwowana.

Świat przechodzi, ale powoli

Do pełnego wykorzystania standardu IPv6 potrzebne jest połączenie, które będzie w stanie wykorzystać ten protokół. Natywne łącze nie jest w Polsce jeszcze rozpowszechnione na szeroką skalę, oferują je jedynie pionierzy na rynku. Posiadają je też niektóre sieci akademickie i zaawansowane "pajęczyny" firmowe. Jednak z czasem protokół IPv6 musi stać się standardem w internecie. W testach kompatybilności z "szóstką" regularnie biorą udział największe serwisy, takie jak Facebook, Google i Yahoo!

Protokół IPv6 przyczyni się więc do ułatwień konfiguracji sieci, z jakich będą mogli korzystać administratorzy, ale przede wszystkim użytkownicy. Każdemu urządzeniu łączącemu się z siecią zostanie też przypisany własny adres IP, co ułatwi zdalne łączenie się z danym komputerem. W efekcie przyczyni się to do zwiększenia liczby akcesoriów lub sprzętów domowych, które będą się łączyły z internetem w trakcie pracy, czyli na przykład lodówka lub samochód.

Te zapały studzą jednak eksperci.
- Wprowadzenie IPv6 dla właścicieli stron www to nie tylko udostępnienie nowego adresu IP przez usługodawcę hostingowego. Trzeba również dokonać oceny aplikacji, pod kątem poprawnej obsługi nowego protokołu, chociażby nowej formy adresów - tłumaczy w serwisie Interaktywnie.com Grzegorz Barcicki, dyrektor do spraw IT w Home.pl. - Mam tu na myśli wszelkiego rodzaju specyficzne ustawienia czy też zachowania serwisów bazujace na zródłowym, bądź docelowym adresie IP. W przypadku niekompatybilności, w najgorszym wypadku strona www może być wyświetlana nieprawidłowo.

Włączą się czerwcw

Przygotowania do przejścia na nowy format trwają, bowiem do wielkiego startu zostało już niewiele czasu. Internet Society i największe firmy bazujące na internecie ustaliły datę włączenia protokołu na całym świecie na 6 czerwca 2012 roku. Organizacja włączyła już na dzień nową sieć w zeszłym roku, a w testach wzięło ponad 400 różnych firm i organizacji. Tym razem Internet Society nie wyłączy protokołu.

W staraniach o wprowadzenie IPv6 bierze udział też Urząd Komunikacji Elektronicznej. W celu przyspieszenia procesu wdrażania protokołu IP w wersji 6, zdaniem Prezesa UKE:

› *środowisko dostawców usługi dostępu do internetu powinno podjąć działania zmierzające do zapewnienia wszystkim*

obecnym i przyszłym użytkownikom możliwości dostępu do sieci z wykorzystaniem protokołu IPv6 najpóźniej z początkiem czerwca 2012 roku. Zdaniem Prezesa UKE dostęp do sieci z wykorzystaniem protokołu IPv6 powinien być elementem standardowej usługi oferowanej każdemu nowemu i obecnemu klientowi;

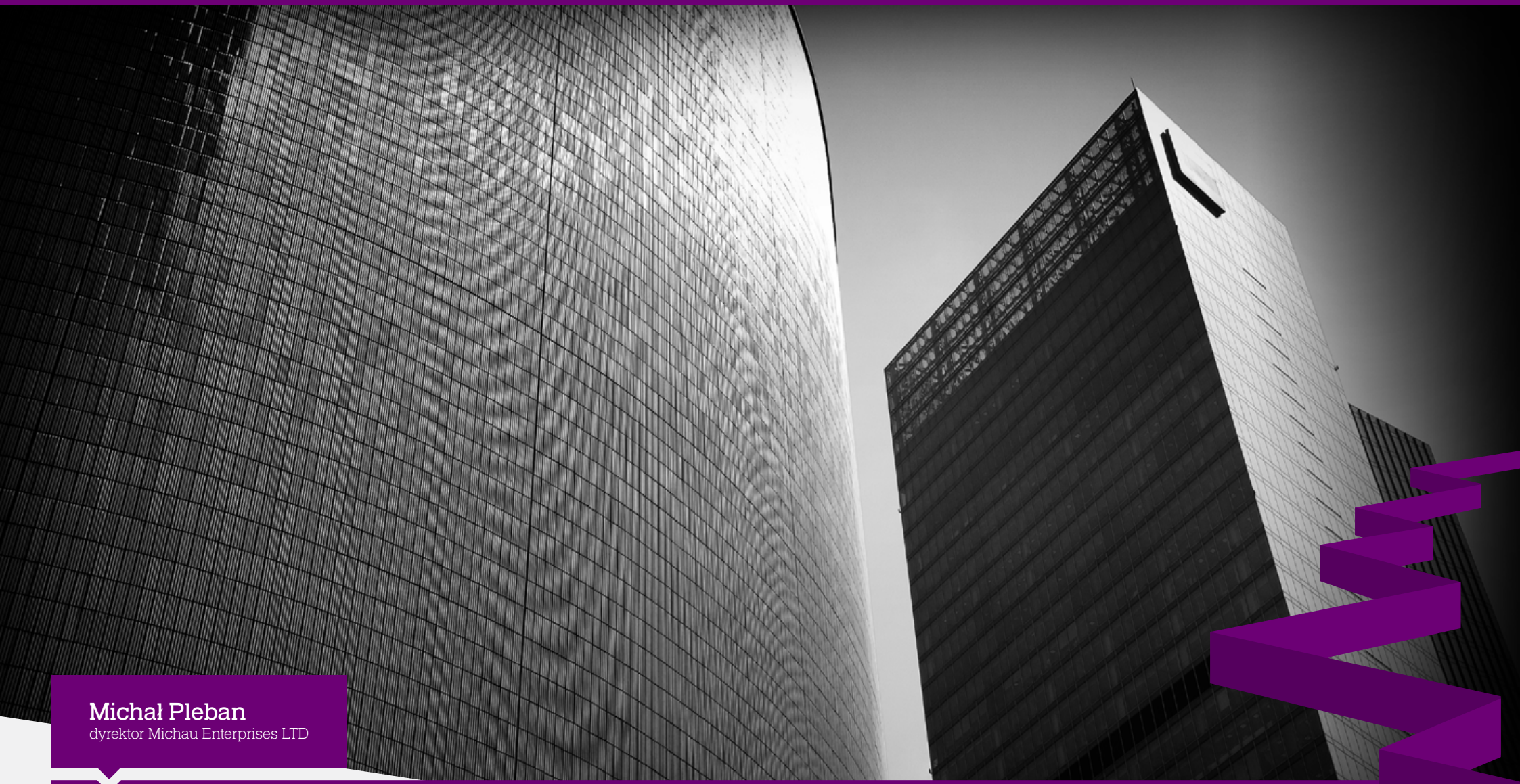
- *środowisko dostawców usług, serwisów oraz treści w internecie powinno podjąć niezwłoczne działania zmierzające do tego, aby oferowane usługi (w tym m.in. serwisy bankowe, aukcyjne, aplikacje SaaS, usługi hostingowe, DNS) i treści (w tym serwisy informacyjne oraz portale społecznościowe) były dostępne dla użytkowników internetu zarówno z wykorzystaniem protokołu IPv4 jak i protokołu IPv6 nie później niż z początkiem czerwca 2012 roku.*

Prezes UKE liczy, że koszty wdrożenia protokołu IPv6 przez dostawców internetu oraz dostawców treści i usług nie będą przerzucane na klientów końcowych w postaci wyższej opłaty za usługę. Urząd nie ma jednak skutecznych narzędzi, żeby kontrolować cały proces wprowadzania "szóstki". W oficjalnym oświadczeniu czytamy jednak, że prezes widzi możliwość podjęcia niezbędnych kroków regulacyjnych.

W ramach implementacji do polskiego prawodawstwa zapisów art. 22 ust. 3 Dyrektywy 2002/22/WE z dnia 7 marca 2002 r. w sprawie usługi powszechnej i związanych z sieciami i usługami łączności elektronicznej praw użytkowników o brzmieniu "Aby zapobiec pogorszeniu się jakości usług oraz utrudnień lub spowolnień ruchu w sieciach, państwa członkowskie zapewniają, aby krajowe organy regulacyjne mogły nałożyć na przedsiębiorstwo lub przedsiębiorstwa udostępniające publiczne sieci łączności minimalne wymogi w zakresie jakości usług" możliwe jest nałożenie na przedsiębiorców obowiązku zapewnienia użytkownikom korzystającym z dostępu do publicznego internetu:

- *publicznego adresu IP w wersji 6 z dniem 1 czerwca 2012 roku dla dostępu stacjonarnego oraz*
- *publicznego adresu IP w wersji 6 z dniem 1 stycznia 2013 roku dla dostępu mobilnego.*

Dostawcy internetu oraz usług internetowych są też proszeni o przekazywanie do urzędu wszelkich informacji o pełnym wdrożeniu protokołu IPv6. Prezes UKE zachęca ponadto przedstawicieli administracji do wzbogacania posiadanych już serwisów internetowych o protokół IPv6.



Michał Pleban
dyrektor Michau Enterprises LTD

DOMENY INTERNETOWE – NIERUCHOMOŚCI XXI WIEKU

Artykuł sponsorowany

Nasze życie coraz bardziej przenosi się do internetu. Tym tropem podąża również biznes. Jednak w sieci, podobnie jak w świecie realnym, nie wszyscy mają równe szanse. Jak więc zapewnić sobie dobry start w cyberprzestrzeni? Przede wszystkim należy zadbać o dobry adres swojej strony internetowej. Jest to bowiem nie tylko podstawa budowania wizerunku w internecie, ale również bardzo dochodowa inwestycja.

Czy w ogóle warto inwestować w obecność w Internecie? Najprostszej odpowiedzi na to pytanie dostarczają liczby. W listopadzie McKinsey Global Institute, ramię badawcze korporacji konsultingowej McKinsey & Company, wycenił wartość światowej e-gospodarki na 8 bilionów dolarów. Polski kawałek internetowego tortu w 2009 r. wart był 35,7 miliarda złotych, co stanowi już 2,7 proc. Produktu Krajowego Brutto. Zaś według danych zawartych w zeszłorocznym raporcie „Polska Internetowa" międzynarodowej firmy doradczej The Boston Consulting Group, w ciągu najbliższych czterech lat polska e-gospodarka będzie rosła w tempie dwukrotnie szybszym niż PKB, by do 2015 r. osiągnąć wartość 4,1 proc. PKB. Już teraz biznes online przynosi przedsiębiorcom większy dochód niż cała branża górnicza.

Stały wzrost odnotowuje również rynek reklamy internetowej. Według prognoz firmy badawczej Strategy Analytics, światowe wydatki na e-reklamę w 2012 r. mają wzrosnąć o 4,9 proc. w stosunku do roku ubiegłego – do 465,5 miliarda dolarów. Już w 2014 r. budżety na reklamę w sieci najprawdopodobniej przekroczą 500 miliardów dolarów. Optymistycznie wyglądają również trendy na polskim rynku. Jak wynika z raportu IAB AdEx Q3 2011, na reklamę w polskiej części internetu w trzecim kwartale ubiegłego roku przeznaczono 453 miliony złotych – o jedną czwartą więcej niż w analogicznym okresie 2010 r. Jak widać, rola cyberprzestrzeni we współczesnej gospodarce jest trudna do przecenienia. Nie trzeba chyba dodawać, że cała ta gigantyczna konstrukcja spoczywa w dużej mierze na domenach internetowych.

W kontekście tych danych trudno się dziwić, że ceny adresów internetowych rosną w zawrotnym tempie. W 2010 r. za domenę opony.pl zapłacono rekordową kwotę 960 tys. zł. Jednak już rok później wartość transakcji sprzedaży domeny co.pl przekroczyła psychologiczną barierę miliona złotych. Co ciekawe, żadna z tych transakcji nie była wcale rekordowa. Znacznie więcej bowiem za miejsce w cyberprzestrzeni zapłacił choćby operator telefonii komórkowej Play. Choć konkretna stawka nie została nigdy podana do publicznej wiadomości, to jednak informacja o tym, że domena play.pl kosztowała kilka milionów złotych jest tajemnicą poliszynela – w marcu br. o tej transakcji przypomniała stacja TV Biznes.

Tempo wzrostu wartości adresów internetowych sugestywnie ilustruje także przypadek domeny lekarze.pl. W 2008 r. została ona sprzedana za 52 tys. zł, a już rok później zapłacono za nią 135 tys. zł. – Obecnie domeny internetowe to jeden z najlepszych sposobów na lokatę kapitału. Zwykle w przypadku takiej inwestycji zalecana jest cierpliwość, jednak niekiedy zwroty – sięgające nawet kilkuset albo kilku tysięcy procent – następują zaskakująco szybko. Duży wpływ na sukces mają wiedza, doświadczenie i odpowiednia strategia inwestycyjna – mówi Dariusz Litawiński z giełdy domen AfterMarket.pl. Biorąc pod uwagę impet, z jakim internet

wkracza niemal we wszystkie dziedziny życia i gospodarki, trudno się spodziewać, by domeny mogły zacząć tracić na wartości. Z drobnym wszak zastrzeżeniem: zyskają przede wszystkim te, które wartość posiadają już dzisiaj.

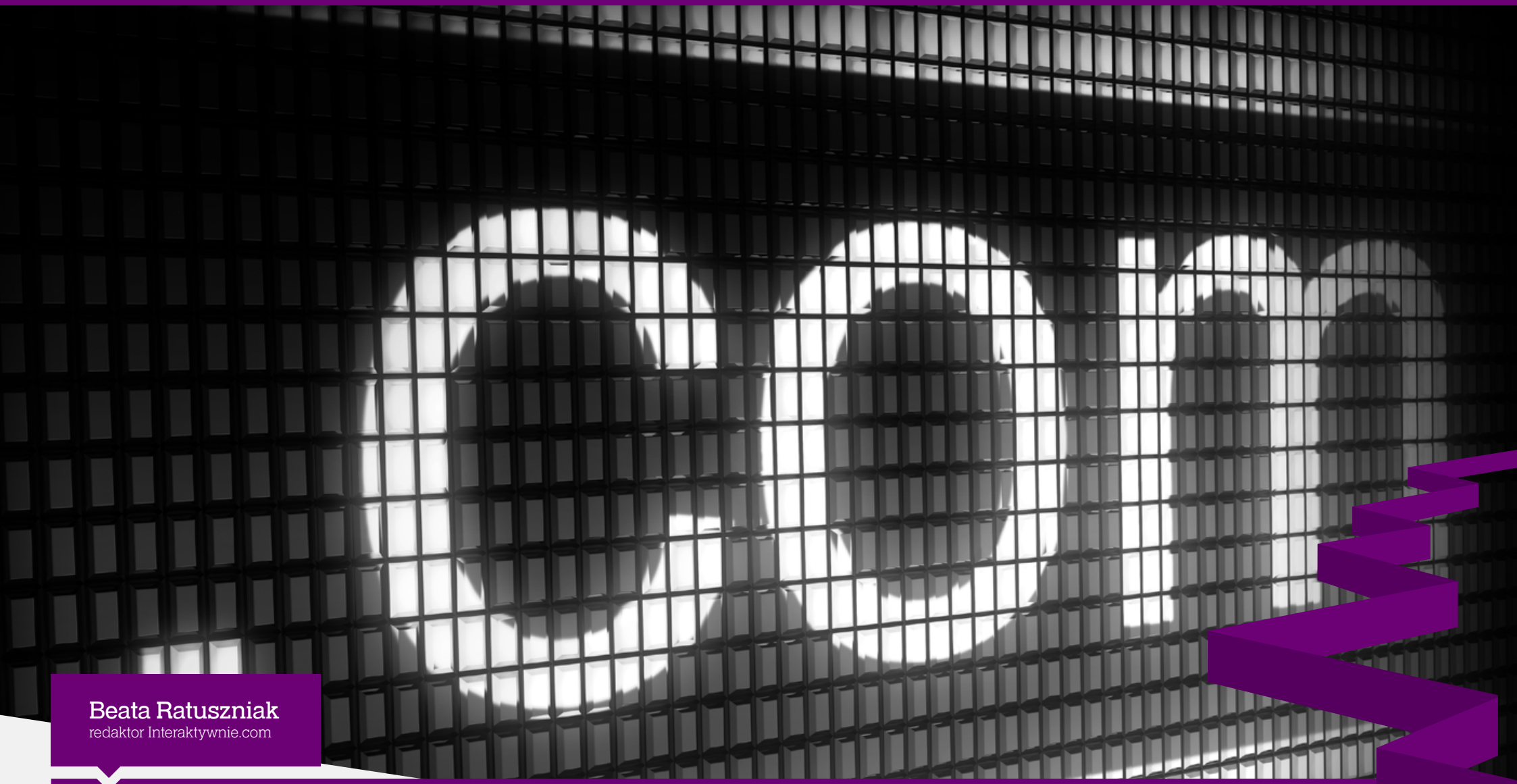
Mimo iż najlepsze nazwy osiągają zawrotne ceny, pozostała większość domen warta jest co najwyżej ceny swojej rejestracji. To naturalne w sytuacji, gdy zarejestrowanych jest już ponad 2,3 mln adresów z końcówką .pl (uwzględniając subdomeny w rodzaju .com.pl czy .net.pl), a zapotrzebowanie Polaków na własne miejsce w Sieci nieustannie się zwiększa. W zeszłym roku tempo przyrostu nazw w polskiej domenie krajowej wyniosło 14,27 proc., co sytuuje nas w europejskiej czołówce pod względem dynamiki rejestracji domen. Nic więc dziwnego, że wszystkie wartościowe nazwy są już od dawna zagospodarowane lub zajęte w celu odsprzedaży. Znalezienie naprawdę cennej domeny, która wciąż jest dostępna do rejestracji, to dzisiaj łut szczęścia porównywalny z wygraniem szóstki w „totka". Dlatego też domenowych okazji najlepiej jest szukać na rynku wtórnym adresów internetowych, czyli na giełdach domen.

Serwisy pośredniczące w sprzedaży adresów internetowych przeżywają dziś prawdziwy boom. Co ciekawe, ich oferta świetnie wpasowuje się zarówno w oczekiwania inwestorów, jak i możliwości finansowe klientów końcowych. Na giełdach domen można bowiem wciąż nabyć atrakcyjne nazwy w przystępnych cenach. Przeglądając pożądane kategorie tematyczne

i porównując poszczególne oferty, można trafić na wiele prawdziwych perełek – nie tylko okazji cenowych, ale również pomysłów na nazwę firmy, produktu, usługi lub innego typu przedsięwzięcia. Próby odkupienia pożądanych nazw podczas bezpośrednich negocjacji nie oferują takich „atrakcji"; często też opiewają na wyższe kwoty lub po prostu kończą się fiaskiem. Giełdy domen umożliwiają natomiast prosty, bezproblemowy zakup lub wylicytowanie domeny na aukcji.

W tym kontekście znamienne są dane na temat sprzedaży domen publikowane przez serwis cenydomen.pl. Dla transakcji z ostatnich 30 dni (dane za okres marzec–kwiecień 2012 r.), opiewających na kwoty będące w zasięgu portfela polskich przedsiębiorców, przytłaczająca większość adresów zmieniła abonenta właśnie za pośrednictwem giełdy domen AfterMarket.pl. W kilku pozostałych transakcjach pośredniczył również serwis Dropped.pl. Liczba i jakość adresów sprzedawanych każdego dnia na giełdach domen potwierdzają efektywność tego ogniwa w transakcjach na rynku wtórnym domen.

Domenowe zakupy warto zrobić już dziś. Wartościowe adresy tylko zyskują na wartości – już jutro będą droższe.



Beata Ratuszniak
redaktor Interaktywnie.com

REWOLUCJA W DOMENACH. TEN ROK BYŁ PRZEŁOMOWY

- 180 tysięcy dolarów za możliwość wykupienia domeny najwyższego poziomu z nazwą firmy. Kwota niemała, zdaje się jednak, że znajdą się zainteresowani. Miniony rok można uznać za rewolucję w domenach niestandardowych.

Rok temu organizacja ICANN zdecydowała, by serwisy z treściami erotycznymi dostępne były pod osobną domeną najwyższego poziomu. Końcówkę .xxx zyskały między innymi serwisy z wideo i internetowe sex-shopy. Domena .xxx od dawna budzi wiele kontrowersji. Najpierw kwestię "iksów" oprotestowały organizacje konserwatywne, w tym między innymi organizacja ochrony rodziny Family Research Council. W 2006 roku domena została odrzucona, ze względu na regulacje związane z pornografią w sieci. ICANN tę kwestię niemalże jednogłośnie przegłosował - wbrew sceptykom. A warto zauważyć, że przeciwko tej zmianie był również amerykański rząd.

- Organizacja ICANN już w 2000 roku przeprowadziła pierwsze testy dotyczące rejestracji nowych rozszerzeń domen najwyższego poziomu. Tworzenie nowych końcówek leży w interesie firm, które na co dzień promują swoje działania w internecie, między innymi firm hostingowych czy serwisów społecznościowych. Natomiast opłata rejestracyjna - ponad 100 tysięcy dolarów za każdy wniosek, stanowi tutaj zaporę - mówi Kamil Włodarczyk z OVH.pl - Każde nowe rozszerzenie zwiększa koszty prowadzenia działalności przez duże korporacje, które na co dzień dbają o ochronę swojego wizerunku lub zastrzeżonego znaku towarowego. W takiej sytuacji koszt rejestracji nazwy w nowej domenie jest zdecydowanie niższy, niż koszt jej odzyskania w sądzie polubownym. Z drugiej strony, jest to szansa dla tych użytkowników, którzy spóźnili się z rejestracją ciekawej nazwy dla domeny globalnej czy z końcówką .pl.

Otwarta rejestracja porno-domen trwa od 6 grudnia. Na razie brak statystyk dotyczących tego, ilu Polaków zarejestrowało seks-rozszerzenie. Globalnie, w czasie pre-rejestracji stworzono 80 tysięcy rezerwacji. Głównie była to rejestracja pasywna, czyli taka, która zabezpiecza firmy czy konkretne osoby przed zamieszczaniem na ich temat nieodpowiednich treści.

Dla seks-shopów, ale nie tylko

Końcówka .xxx ma służyć stronom z erotyką, jednak seks-domeny rezerwują też znani ludzie czy uczelnie - Angelina Jolie, Angela Merkel, Washington University. Co ciekawe, polska branża porno nie wydaje się być zainteresowana nowym rozszerzeniem.

- Można zadać pytanie czy small business skusi się na możliwość pozyskania całkiem atrakcyjnych nazw w nowych domenach? To zależy przede wszystkim od tego, czy rozszerzenie jest dopasowane do naszego profilu. Zakładanie e-spożywczaka w domenie .xxx nie ma sensu, ale już sklep w domenie .shop ma znacznie większy sens, nie mówiąc o rejestracji w domenach największych miast jak .london czy .paris - mówi Andrzej Bartosiewicz z AZ.pl.

- Niestety, istnieje duże ryzyko, że domeny .xxx mogą być wykorzystywane w celach zaszkodzenia, bądź finansowego wymuszenia w stosunku do firm. Najprostszym sposobem aby ustrzec się przed takim zagrożeniem jest prewencyjna rejestracja odpowiedniej nazwy domeny .xxx - mówił w rozmowie z Interaktywnie.com Marcin Zmaczyński, kierownik produktu domeny w Home.pl.

W sumie ponad 4 tysiące osób chroni swój wizerunek przed erotycznym cybersquattingiem, przy wsparciu ICANN, który dodatkowo nakazał ochronę nazwisk celebrytów.

- Domeny .xxx cieszą się umiarkowanym zainteresowaniem. Nie są tak popularne jak rozszerzenie .eu, które wprowadzaliśmy do oferty 5 lat temu. Wynika to z wysokiej ceny domen .xxx oraz restrykcji dotyczących stron, które mogą pod nimi działać - mówi Maciek Kurek, specjalista PR w 2be.pl. - Niemal 100 procent adresów zarejestrowanych dotychczas w naszej firmie to nazwy zarejestrowane w celu ochrony marki. Co ciekawe, nie zauważyliśmy zainteresowania tymi domenami wśród firm działającymi w branży erotycznej.

- Polski rejestr domen jest jednym z niewielu, który oferuje tak szeroki wybór końcówek, zarówno jeżeli chodzi o domeny funkcjonalne jak domeny regionalne. W sumie jest to ponad 150 końcówek, spośród których każdy może znaleźć ciągle wolną i ciekawą nazwę dla siebie. Jest to zdecydowania tania alternatywa dla ciągle egzotycznych rozszerzeń domen, które powstają od kilku lat - mówi Kamil Włodarczyk z OVH.pl.

Za duży koszt

Cena za zarejestrowanie domeny z końcówką .xxx nie należy do najniższych. Ceny zaczynają się od około 250 złotych. Są zatem znacznie wyższe, niż w przypadku standardowej "peelki" lub końcówki .com.

ICANN - The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (Internetowa Korporacja ds. Nadawania Nazw i Numerów)
Instytucja odpowiedzialna obecnie za przyznawanie nazw domen internetowych, ustalanie ich struktury oraz za ogólny nadzór nad działaniem serwerów DNS na całym świecie.

Do zadań ICANN należy m.in.:

- administrowanie pulami adresowymi IP,
- zarządzanie domenami i serwerami DNS najwyższego poziomu (root),
- przyznawanie parametrów protokołom internetowym.

Powołana do życia 18 września 1998.

Formalnie ciałem decyzyjnym ICANN jest 16 osobowa Rada Dyrektorów.

Rozwiązania wypracowywane są w wyniku consensusu osiąganego poprzez proces typu "bottom-up".

Oprac. Andrzej Bartosiewicz

- Ceny nietypowych domen, a więc przede wszystkim .xxx oraz .co kształtują się na poziomie 30 dolarów za .co i 80 dolarów za .xxx. Po wdrożeniu kilkuset nowych rozszerzeń domen globalnych w połowie 2013 ceny za domeny nietypowe powinny kształtować się na poziomie cen domen .com, czyli około 10 dolarów dla użytkowników końcowych - mówi Andrzej Bartosiewicz. - Przy tak dużej konkurencji między nowymi TLD, nie powinny przekraczać kwoty 80-100 dolarów, a może będą nawet niższe.

- Koszt zakupu każdej nietypowej domeny zależy od kilku czynników: zarówno od wielkości danego państwa, szczególnie małych wysp, ale również od atrakcyjności danej końcówki - uzupełnia Kamil Włodarczyk. - Największą popularnością cieszą się końcówki zbliżone nazwą do tych już istniejących np. domeny .co. Jak pokazuje praktyka, zdecydowanie większą popularnością cieszy się domena .it za niecałe 30 złotych rocznie, niż domena z końcówką .ki - za prawie 4 tysiące netto rocznie!

Rewolucja dla firm, ale niekoniecznie w Polsce

Po rozszerzeniu .xxx, skierowanym do branży erotycznej, ICANN rozpoczął w styczniu tego roku kolejną rewolucję. Być może bardziej udaną. Rewolucja ta to ukłon w stronę koncernów, które teraz będą miały wybór, czy promować się pod

tradycyjnym adresem z końcówką .com, czy może niestandardowym rozszerzeniem od razu z nazwą firmy - na przykład .apple. Koncerny oraz instytucje mogą składać wnioski o zastrzeżenie nazwy, następnie rejestracja ruszy dla szerszego grona odbiorców. Pomysł wydaje się być nieco kontrowersyjny, jednak zdaniem ICANN, umożliwienie rejestracji tak niestandardowej domeny poprawi konkurencyjność na rynku i zwiększy wybór spośród nazw.

- To największa zmiana w systemie domenowym w historii. Prowadzimy analizy na temat zmian od 2008 roku, dokumentacja zajmuje ponad 1400 stron, w tym czasie przeszliśmy przez ponad 45 różnych procesów i procedur w 36 krajach - mówił Rod Beckstrom, prezes ICANN, na łamach Wired.

Wykupienie takiej nazwy nie będzie tanie. Koszt niestandardowej końcówki to co najmniej 180 tysięcy dolarów, czyli spory uszczerbek dla firmowej kasy. Cena za taką domenę może być barierą dla organizacji pozarządowych i instytucji non-profit, które mogłyby być potencjalnymi nabywcami nowych nazw.

- Nie będę przekonywał, że domena .co czy choćby .xxx powinna znaleźć się w portfolio każdej firmy, jednak są obszary działalności, w których takie domeny są niezbędne - mówi Dawid Kulbaka, dyrektor marketingu w Domena.pl. - Istnieją różne branżowe korporacje, dla których sprawa posiadania tego typu domen wydaje się być oczywista, do tego można zaliczyć także entuzjastów rynku wtórnego, którzy wbrew różnym opiniom, także sięgają po takie nowości.

Co więcej, dla polskich przedsiębiorców, którzy nie działają za granicą, nietypowe rozszerzenie z nazwą firmy może być zupełnie niepotrzebne. Nieco inaczej jest z domeną .co.

- Nietypowe domeny stanowią niezauważalny odsetek wszystkich zarejestrowanych nazw przez polskie firmy. Mimo to świetny marketing rejestru domen .co i zbieżność rozszerzenia z najpopularniejszą domeną .com stały się powodem, dla którego Polska znalazła się w czołówce krajów o największej rejestracji narodowych domen Kolumbii - mówi Kulbaka.

ICANN podaje, że ma już ponad 100 zgłoszeń od firm i instytucji chętnych na wykupienie rewolucyjnych końcówek. Co czwarta aplikacja podchodzi od firmy znajdujących się wśród 500 największych firm na świecie. ICANN przewiduje, że z czasem nowe nazwy znajdą również zainteresowanie wśród miast - Londynu, Nowego Jorku czy innych metropolii.

Andrzej Bartosiewicz
AZ.pl

Przedsmak zainteresowania nowymi domenami najwyższego poziomu mieliśmy właśnie podczas uruchamiania rejestracji takich domen jak .co lub .xxx. Zainteresowanie generowane jest przez dwa czynniki:

- możliwość zdobycia przez domainersów atrakcyjnych nazw generycznych (głównie angielskich) w nowych domenach,
- konieczność zabezpieczenia własnych znaków towarowych poprzez rejestracje tzw. defensywne.

Walka o generyki i defensywne rejestracje przyćmiewają te cele, które dominują w domenach typu .com czy niektórych narodowych jak .de - obecność w sieci dla małych i średnich firm, osób fizycznych, lokalnych mediów, drobnych e-sklepów.

interaktywnie.com

raporty 2012

Styczeń

Agencje PR

Agencje Interaktywne

Luty

Bezpieczeństwo w Internecie

Badania w Internecie

Marzec

Użyteczność w Internecie

Gry w internecie

Kwiecień

Domeny i hosting

Poradnik
Reklama w internecie

Maj

Marketing mobilny

Agencje reklamowe i domy mediowe

Czerwiec

Wideo w Internecie

Poradnik
Firma w Internecie

Lipiec

Media społecznościowe

Multimedia w sieci

Sierpień

E-mail marketing

Finanse w sieci

Wrzesień

Reklama w Internecie

Finansowanie e-biznesu

Październik

Internet Software House

Listopad

E-commerce

Grudzień

Marketing w wyszukiwarkach

REZERWACJA POWIERZCHNI REKLAMOWEJ

reklama@interaktywnie.com
+48 661 878 882
+48 697 395 858

Marta Smaga
publicystka działu wydań specjalnych Interaktywnie.com

DOBRA DOMENA - POŁOWA SUKCESU W E-COMMERCE?

Eksperci są zgodni: dobra domena internetowa sukcesu w e-biznesie nie gwarantuje, ale decyduje o tym, ile wysiłku właściciel serwisu będzie musiał włożyć w jego wypromowanie. Zatem jaką domenę wybrać? Na co uważać, gdy kupujemy domeny z drugiej ręki?

Domena dobra, czyli jaka?

Domena jest adresem i jednocześnie nazwą serwisu internetowego. W dobrej domenie o wiele łatwiej budować markę e-biznesu. Kiedy zdecydujemy się na określoną nazwę, wyobraźmy sobie, jak sprawdzi się w praktyce. Zastanówmy się czy internauci będą umieli wpisać ją poprawnie do przeglądarki i jakie są szanse na to, że po wizycie w serwisie zapamiętają jego adres. - Krótka, łatwa do wymówienia,
o chwytliwym brzmieniu - taka przede wszystkim powinna być domena w opinii Małgorzaty Kulki, specjalisty ds. public relations w Nazwa.pl.

Maciej Kurek, specjalista do spraw PR w 2BE.PL (Grupa Adweb) dzieli się wnioskami z badania domen najpopularniejszych w Polsce serwisów internetowych. Specjaliści z jego firmy przeanalizowali nazwy najlepszych stu witryn według rankingu Alexa. Okazuje się, że mają kilka wspólnych cech. Przede wszystkim są krótkie - 3/4 z nich składa się z nie więcej niż ośmiu znaków, a 59 proc. - z jednego słowa. Na sto badanych witryn tylko pięć ma w nazwie myślnik, a cztery zawierają cyfry. To sygnał, że w domenie lepiej nie stosować znaków innych niż litery. Szukając nazwy dla serwisu internetowego, powinniśmy kierować się nie tylko jej użytecznością dla internautów, ale też tym, jak będzie ona oceniana przez Google. Domena ma duży wpływ na pozycjonowanie stron w wynikach wyszukiwania.

Domena generyczna czy nazwa własna?

Serwis czy sklep internetowy można prowadzić w domenie generycznej, czyli takiej, która zawiera nazwę pospolitą. Przykładem jest chyba największy projekt e-commerce w branży meblarskiej - meble.pl. Dla biznesu internetowego taka domena to strzał w dziesiątkę: jest krótka, konkretna, intuicyjna, oczywista.

Problem w tym, że praktycznie nie ma już wolnych domen, które zawierałyby popularne frazy o istotnym potencjale e-biznesowym. Jeśli uruchamiamy nowy projekt internetowy, na ogół musimy szukać innych opcji. Po pierwsze, możemy próbować odkupić dobrą domenę generyczną. Często zdarza się, że takie domeny są zarejestrowane przez kogoś, kto wcale nie chce prowadzić w nich działalności i kupił je z myślą wyłącznie o odsprzedaży. Można też szukać domen pokrewnych - w przypadku wspomnianej już branży meblarskiej mogłyby to być na przykład "taniemeble", "meble24", "stylowemeble". Można również próbować znaleźć domenę generyczną z innymi rozszerzeniami, na przykład .com, .info itp. Kolejne wyjście, to stworzenie domeny z nazwą własną - taką jak allegro.pl. Ten przykład najlepiej pokazuje, że nawet z abstrakcyjną nazwą można osiągnąć w sieci spektakularny sukces.

Domeny generyczne pomagają w pozycjonowaniu strony w wynikach Google - choć na pewno nie są gwarantem sukcesu. Mateusz Zyguła, CEO w Widzialni.pl mówi: Pozycjonowanie domen generycznych jest nieco łatwiejsze, ale nie przypisywałbym temu

czynnikowi więcej niż 10-30 procent skuteczności. Ponadto, rzadko domena jest pozycjonowana tylko na jedno wyrażenie.

Algorytm Google jest bardzo złożony, wpływa na niego wiele różnych właściwości domeny, takich jak wiek czy page rank, o których mowa dalej. Fraza, która w domenie występuje, jest tylko jednym z nich. Nie mówiąc już o tym, że ogromny wpływ na pozycję witryny mają czynniki zupełnie nie związane z domeną, takie jak kontent strony, jej budowa, linki zewnętrzne. Aleksander Mach, doradca zarządu, SuperHost.pl mówi: W praktyce istnieje możliwość wypozycjonowania dowolnej nazwy domeny na dowolne frazy. Jeżeli jednak słowo kluczowe znajdzie się w nazwie domeny, to wyniki wyszukiwania Google mają szansę być bardziej korzystne.

Dobre domeny generyczne - o ile w ogóle są na sprzedaż - na ogół słono kosztują. Zanim zdecydujemy się na inwestycję, warto dobrze skalkulować, ile jesteśmy w stanie na niej zarobić. Robert Sosnowski, dyrektor zarządzający Biura Podróży Reklamy szacuje: Można zaryzykować twierdzenie, że nierzadko opłacalną jest inwestycja w domenę generyczną, nawet kosztem kilkudziesięciu tysięcy złotych. Ten wydatek może zwrócić się już w ciągu roku, dwóch lat od rozpoczęcia przedsięwzięcia.

W dużym stopniu zależy to od projektu, ale w wielu wypadkach dobra domena daje bardzo poważne atuty w zakresie pozyskiwania wartościowego ruchu, a przecież jest to najdroższy element większości biznesów online. Domena może być dobra z tego względu, że zawiera w sobie kluczowe dla biznesu słowo, a także ze względu na swój wiek i dorobek (łatwiej osiągnąć sukces w wyszukiwarkach z domeną, która ma historię, niż z nową). Reasumując, "połowa sukcesu" to znaczące uogólnienie, ale znajdą się przypadki, w których dobra domena odpowiada za więcej niż połowę sukcesu e-biznesu.

Robert Sosnowski
dyrektor zarządzający
Biuro Podróży Reklamy

Jeśli zdarzy się, że kupimy domenę, która została ukarana filtrem lub banem przez wyszukiwarkę z powodu prowadzenia działań SEO niezgodnych z jej regulaminem, nie należy załamywać rąk. Trzeba zgłębić "wskazówki dla webmasterów Google" i poprawić wszystkie elementy naruszające wytyczne. Szczególną uwagę należy zwrócić na "wskazówki jakościowe", które informują o zakazanych praktykach. Po naprawieniu błędów poprzednich właścicieli domeny, należy zgłosić ją do ponownego rozpatrzenia przez Google. Wniosek powinien zawierać informacje, że jest się nowym właścicielem domeny, oraz że niezgodne z regulaminem elementy zostały poprawione.

Roman Bębenista
junior SEO specialist
w Bluerank

Oczywiście, zwrot ma charakter umowny. Dotyczy środków, które w przeciwnym wypadku zostałyby wydane na pozyskanie wartościowego ruchu.

Nie tylko .pl

W Polsce królują domeny z sufiksem .pl. Wydaje się on być najbardziej naturalny, wręcz domyślny. Czy warto uruchamiać projekt internetowy w domenie z innym rozszerzeniem? Tu zdania ekspertów są podzielone.

Marcin Majerek, dyrektor działu marketingu i kreacji Domeny.pl wskazuje przykłady udanych e-biznesów, które zostały stworzone w innych domenach niż narodowa: Wyborcza.biz, Morele.net, Interaktywnie.com. - Staliśmy się trochę niewolnikami polskiego rozszerzenia. Jest to problem z pogranicza psychologii. Z założenia sięgamy po adres z .pl, jako najbardziej naturalne i oczywiście tanie rozwiązanie. Ale przecież to nie jest gwarancja sukcesu. Nie widzę powodu, aby nie korzystać z domen: .eu, .com, .net, .biz, .co. To są wartościowe końcówki. Rozpoznawane globalnie. Można wokół nich budować udany, ciekawy e-marketing. Nie jestem za tym, aby w e-biznesie ograniczać się do narodowych domen.

Michał Jerzyk, prezes zarządu SuperHost.pl zauważa, że domeny inne niż narodowa można kreatywnie wykorzystać dla stworzenia brandu. Chodzi o to, by z nazwy domenowej i rozszerzenia skomponować całą frazę, która będzie nazwą serwisu. Przykładem tego jest serwis należący do radia RMF, który jest prowadzony w domenie rmf.fm. Michał Jerzyk jest jednak zdania, że w takich przypadkach i tak

Dobra domena ma z jednej strony potencjał, który staje się fundamentem dla strony i daje "coś na start", a z drugiej zapewnia miękkie, awaryjne lądowanie. Na pewno łatwiej jest zbudować dobry sklep dysponując domeną opony.pl czy buty.pl, a gdy się nie uda - sprzedać ją np. konkurencji, która zbudowała dobry biznes, ale nie ma tej "drugiej połówki" w postaci dobrej domeny.

Przemysław Bojczuk
właściciel giełdy
domen Premium.pl

Dobra domena to nawet więcej niż połowa sukcesu w e-biznesie. Trafiony wybór przekłada się na rozpoznawalność nazwy, jej popularność i dobre pozycjonowanie w Google. Poza tym, dobra domena to wartościowa domena - jeżeli będziemy chcieli zakończyć działalność albo zmienić nazwę firmy, sprzedaż takiego adresu na rynku wtórnym może okazać się wyjątkowo korzystna.

Małgorzata Kulka
specjalista ds. public relations
Nazwa.pl

dobrze jest mieć odpowiednik domeny z sufiksem .pl. Bo na pewno jakaś część internautów odruchowo wpisze adres z polskim rozszerzeniem.

Na ten aspekt zwraca też uwagę Przemysław Bojczuk, właściciel giełdy domen Premium.pl: Strona postawiona pod domeną z inną końcówką będzie traciła ruch (a więc i użytkowników) na rzecz tej "domyślnej". Dzieje się tak dlatego, że innej końcówki tak łatwo nie zapamiętamy - przykładowo, jeśli uruchomimy sklep pod buty.info, użytkownik który nie odwiedzał nas przez jakiś czas, chcąc wrócić na stronę może wpisać buty.pl, lub w najlepszym razie zastanawiać się, jaką końcówkę miała ta strona.

Rozszerzenie domeny ma też wpływ na jej pozycjonowanie w wynikach wyszukiwania. Eksperci twierdzą jednak, że nie jest on duży. Anna Moucka, SEO Manager w INVISIO mówi: - Istnieje przekonanie, że Google lepiej traktuje domeny z rozszerzeniem .pl niż .com, .info czy waw.pl, choć tak naprawdę nie ma to większego znaczenia dla firmy pozycjonującej, kluczowa jest tu wartość strony docelowej.

W przypadku, gdy jesteśmy zmuszeni zdecydować się na inne rozszerzenie niż .pl, Mateusz Zyguła, CEO Widzialni.pl radzi wybrać domenę z sufiksem globalnym, takim jak .com czy .info. Dla Google istotna jest geolokalizacja, w polskich wynikach wyszukiwania trudniej będzie więc wypozycjonować domenę z rozszerzeniem przypisanym do innego kraju, na przykład z niemieckim sufiksem .de. Mateusz Zyguła przestrzega też przed domenami regionalnymi: Ostatnio internet zalewa spam

W e-biznesie o sukcesie decyduje wiele czynników, także domena. Tak można najobiektywniej powiedzieć. Adres www dobrze wykorzystany w marketingu staje się logiem, godłem firmy. Z tego punktu widzenia domena ma zasadnicze znaczenie. Trzeba otwarcie powiedzieć, że domena jest ważna, ale nie jest lekiem na wszystko. Jeśli nie mamy koncepcji na biznes i nie potrafimy go rozwijać, to nawet najlepszy adres oczekiwanych profitów nam nie przyniesie.

Marcin Majerek
dyrektor działu marketingu i kreacji
Domeny.pl

Dobry adres z pewnością pomaga odnieść sukces, ponieważ ułatwia potencjalnym klientom dotarcie do strony internetowej. Pamiętajmy jednak, że nie jest gwarantem sukcesu. Widać to na przykładzie rankingu sklepów internetowych, publikowanego przez Money.pl. Gdyby dobry adres internetowy decydował o sukcesie serwisu, na liście znajdowałyby się w większości domeny generyczne. Tymczasem wśród najwyżej ocenianych sklepów znajdziemy tylko kilka takich domen (np. TaniaKsiazka.pl, Bron.pl). Zdecydowaną większość stanowią nazwy stworzone na potrzeby marki i konsekwentnie rozwijane przez właścicieli (Nexto.pl, Deezee.pl).

Maciej Kurek
specjalista ds. PR 2BE.PL
Grupa Adweb

umieszczany na domenach regionalnych np. "stronaABC.warmia.pl". Niska cena tych domen spowodowała, że są one masowo wykorzystywane przez firmy stosujące nielegalne techniki SEO. Dlatego można się spodziewać, że Google będzie traktowało tego typu domeny z większym dystansem.

Na rynku wtórnym bądź ostrożny

W pozycjonowaniu serwisu internetowego duże znaczenie ma page rank domeny, a także jej wiek i historia. Gdy kupujemy domenę na rynku wtórnym, musimy liczyć się z tym, że przejmujemy ją wraz z jej dziedzictwem. Jeśli był w niej wcześniej wartościowy serwis, najlepiej powiązany tematycznie z naszą dziedziną, jeśli nie łamano regulaminu Google, już na starcie dostajemy spory potencjał SEO.

Co powinniśmy sprawdzić? W pierwszej kolejności zobaczmy, czy domena widnieje w wynikach wyszukiwania i ile ma zaindeksowanych podstron. Można to sprawdzić w prosty sposób - wystarczy wpisać do wyszukiwarki polecenie "site:nazwadomeny.pl". Jeśli w domenie istnieje strona internetowa, ale nie widnieje w indeksie Google, prawdopodobnie oznacza to, że została ukarana za stosowanie nielegalnych praktyk pozycjonerskich. To jednak nie przekreśla takiej domeny. Roman Bębenista, junior SEO specialist w Bluerank radzi w takim wypadku zbudować nowy serwis, zgodny ze standardami SEO, a następnie zawnioskować do Google o ponowne rozpatrzenie domeny.

Najważniejszy zawsze jest biznes i sposób jego realizacji, jednak dobór domeny może znacząco ułatwiać lub utrudniać osiąganie oczekiwanych wyników w internecie. Domena wspierająca cele wizerunkowe, a jednocześnie łatwa i zapadająca w pamięć, to niewątpliwe ułatwienie dla e-biznesu, w tym przyciągania większej liczby użytkowników. Domena skonstruowana niezgodnie z zasadami sztuki, czyli na przykład zbyt długa lub wieloznaczna w wymowie, nie jest automatycznie skazana na porażkę, ale jej zaszczepienie w świadomości internautów będzie wymagało znacznie więcej wysiłku i pieniędzy.

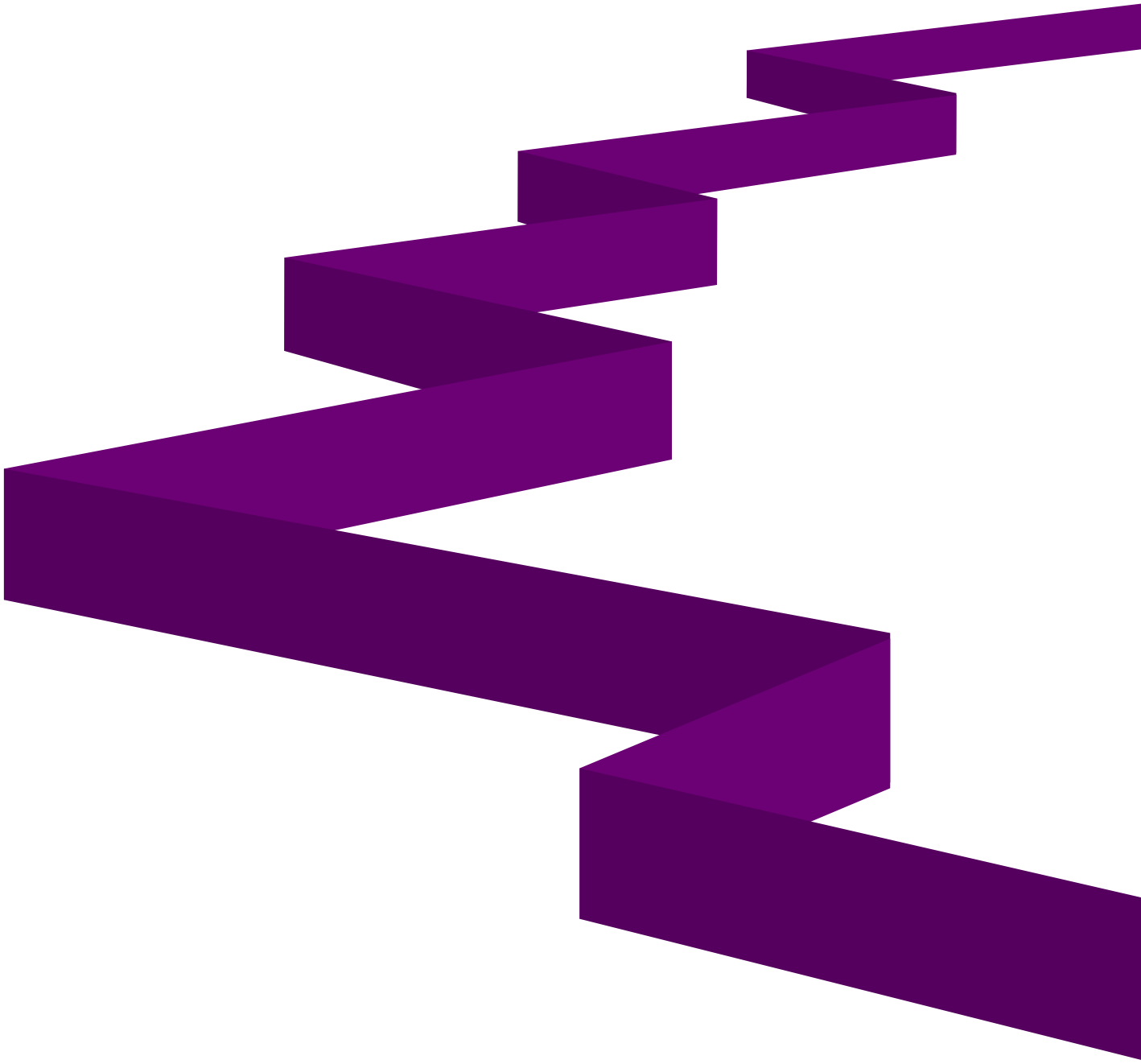
Michał Jerzyk
prezes zarządu
SuperHost.pl

Kupując domenę na rynku wtórnym sprawdźmy, jaki jest jej page rank. Jest dobrze, gdy ma on wartość od 3 do 5. Karol Dziedzic, specjalista SEO/SEM, AdSeo (Grupa Adweb) mówi: Jeśli jest on równy 1 lub wyższy to sygnał, że nie powinna być na tą domenę nałożona kara przez Google. Page rank wynoszący 0 oraz "N/A" może wskazywać na problem, bądź na fakt, iż na domenę została nałożona kara w postaci filtra lub usunięcia z indeksu Google.

Kolejna istotna sprawa, to linki prowadzące do danej domeny. Warto sprawdzić nie tylko ich liczbę, ale też jakość. Robert Nowaczyk, ekspert do spraw marketingu internetowego w Top Position tłumaczy: Z informacji, które otrzymujemy bezpośrednio od Google, żaden odnośnik nie może zaszkodzić stronie, natomiast w praktyce wygląda to różnie. Warto użyć narzędzi zewnętrznych jak np. majestic seo lub ahref's i sprawdzić, jakiego rodzaju i jakości są strony, które linkują do kupowanej przez nas domeny. Warto uniknąć domeny, która była w systemie wymian linków i/lub na domenach linkujących znajduje się spam lub materiały pornograficzne lub łamiące prawo.

Specjaliści polecają specjalne narzędzia przydatne do analizy potencjału domen: Majestic SEO, Open Site Explorer, Market Sammurai. Aby zobaczyć, jaką historię ma dana domena i jakie serwisy funkcjonowały w niej w przeszłości, można skorzystać z serwisu Web Archive (http://archive.org/web/web.php). - Dobrze jeśli okaże się, że poprzednia witryna była zbieżna tematycznie, źle jeśli znajdowały się na niej strony warez, MFA (made for adsense) lub zawierające treści erotyczne - przestrzega Mateusz Zyguła.

Marcin Majerek radzi też, by przed przejęciem domeny upewnić się czy jest ona wolna od zobowiązań. - Trzeba dobrze przyjrzeć się samej nazwie domeny i ocenić czy może być podstawą roszczeń dotyczących naruszenia znaków towarowych. Tutaj polecam bazy Urzędu Patentowego RP. W obecnych realiach, przed zakupem warto wziąć pod uwagę niebezpieczeństwo zajęcia domeny przez komornika.



Maciej Rynkiewicz
redaktor Interaktywnie.com

HANDEL NA TEJ GIEŁDZIE TO NIE ZABAWA. DO ZGARNIĘCIA NAWET MILION ZŁOTYCH

Pierwszy gwizdek na Euro 2012 usłyszymy za dwa miesiące. Czy to dobra okazja, żeby zarezerwować domenę z nazwą turnieju i sprzedać ją po chwili z kilkukrotnym zyskiem?

To bardzo dobry pomysł, tyle tylko, że spóźniony o 28 lat. Co prawda nie wiadomo, kiedy właściciel zarezerwował najlepszą euro2012.pl, jednak najbliższa wolna nazwa na mistrzostwa to właśnie euro2040.pl. Domen z nazwą turnieju w nazwie jest już bez liku i coraz mniej osób chce kupić nowe, by założyć pod nimi stronę.

Handel domenami, które mają w nazwie ważne wydarzenie jest wyjątkowo ciężki. Trzeba mieć refleks lub niebiańską cierpliwość. Eksperci w tej branży niechętnie dzielą się swoim przepisem na sukces.

- Domeny, podobnie jak każdy inny biznes, wymagają wyczucia rynku, środków na inwestycje oraz trochę szczęścia. Wiele osób nie zarabia nic na handlu domenami, cały czas inwestując więcej w zakup, niż osiągając z ich sprzedaży. Często tacy inwestorzy prowadzą jednocześnie inną działalność, a domeny traktowane są jako hobby - komentuje Dariusz Litawiński, konsultant AfterMarket.pl i BusinessName.pl.

Specjaliści porównują handel domenami do alternatywnych inwestycji. Dają one czasem co prawda ponadprzeciętne zyski, częściej jednak jedyny zarobek przypada rejestratorowi.

- Handel domenami to idealny interes dla pojedynczych sprzedawców - biznesowych indywidualistów. Tu praca grupowa jest zbędna. Każdy domainer ma własne podejście, upodobania jeśli chodzi o gromadzenie adresów internetowych przeznaczonych na sprzedaż, czy też służących promocji przeróżnych projektów. To trochę jak handel dziełami sztuki. Nie ma dwóch takich samych domen, jak nie ma dwóch identycznych dzieł sztuki. Trzeba tylko umieć odróżnić te cenne - domeny z potencjałem - dodaje Litawiński.

Oto przepis na idealną domenę na handel

Kupując domeny na rynku wtórnym w celu ich dalszej odsprzedaży powinniśmy przede wszystkim zwracać uwagę czy domena może być atrakcyjna, a także realnie oszacować kwotę, którą możemy uzyskać z ewentualnej sprzedaży.

- Można uwzględnić też tzw. "development" domen, czyli pozyskanie domeny na której nie ma serwisu, stworzenie odpowiednio atrakcyjnego serwisu, który przyciągnie ruch do domeny i wystawienie jej wraz z serwisem na sprzedaż - mówi dr inż. Andrzej Bartosiewicz z AZ.pl.

Inwestując w adresy internetowe, warto zwrócić uwagę na te wygasające i skorzystać z serwisu przechwytywania domen. Atrakcyjne nazwy można w ten sposób zdobyć za kwotę nierzadko od 30 zł do 100 zł, a więc wielokrotnie mniej niż wartość takiej domeny, wylicza ekspert.

- Domeny są dziś uznawane za istotny wynalazek naszej cywilizacji. Nadały rozwojowi internetu i całej komunikacji międzyludzkiej wyjątkowej szybkości i globalnego znaczenia - mówi Marcin Majerek z serwisu Domeny.pl - Po latach stały się także elementem wielkiego e-biznesu, tworząc dynamiczny rynek wtórny adresów internetowych. Cały świat zelektryzowały takie transakcje: Sex.com (13 mln dolarów), Fund.com (10 mln dolarów), Porn.com (9.5 mln dolarów), Diamond.com (7,5 mln dolarów), Slots.com (5,5 mln dolarów).

premium.pl

giełda najlepszych domen

Narzędzia dla inwestorów

Powiadomienia e-mail, GG i SMS

Bezpieczna e-cesja domen

Regulaminy bez kruczków

Wygodna i intuicyjna platforma

Wyróżnij się w Internecie

Działając w Sieci potrzebujesz indywidualnego adresu internetowego. Niestety, większość dobrych domen jest już zajęta. W premium.pl znajdziesz ofertę najbardziej pożądanych adresów. To giełda najlepszych domen!

Dlaczego my?

1 NUMER

- Najniższe ceny na rynku
- Najszybciej rosnąca giełda w Polsce
- Ponad 80 000 utrzymywanych domen
- Ponad 70 000 domen na sprzedaż

Dowiedz się więcej!

http://premium.pl/
pomoc@premium.pl
801 066 444

Najdroższe domeny sprzedane w 2011 roku		
Lp.	**Domena**	**Cena**
1	co.pl	1 008 000 zł
2	lista.pl	98 000 zł
3	oled.pl	30 000 zł
4	libro.pl	24 600 zł
5	haier.pl	21 000 zł
6	toner24.pl	18 600 zł
7	programy-partnerskie.pl	16 700 zł
8	uw.pl	16 700 zł
9	hools.pl	16 100 zł
10	ogloszeniadrobne.pl	15 000 zł

Źródło: cenydomen.pl/2011

- Na poziomie wiedzy technicznej handel domenami nie wymaga specjalistycznej wiedzy. Wystarczy zapoznać się z kilkoma zasadami funkcjonowania domen i jedna osoba jest w stanie zarządzać portfolio zawierającym tysiące nazw internetowych - mówi Dariusz Litawiński.

- Wyjątkiem są nasycone rynki takie jak chociażby niemiecki, gdzie obok domeny .de wielką popularnością cieszą się domeny .eu, .com a także wiele innych domen gTLD (globalnych) - tłumaczy Bartosiewicz.

- Osoby handlujące domenami w Polsce, a precyzyjniej - sprzedające domeny firmom i osobom z Polski - skupiają się wyłącznie na domenie .pl oraz w mniejszym stopniu na domenie .eu. Domena .pl jest najbardziej popularną domeną pośród firm w Polsce, aczkolwiek ze względu na nasza obecność w Unii Europejskiej, a także niższą cenę utrzymania domen .eu, coraz więcej transakcji dotyczy także domen "europejskich". Na trzecim miejscu popularności (a więc i ceny) są pozostałe domeny gTLD - .org, .net, .biz, .info itd. - dodaje ekspert.

Warto inwestować też w tak zwane domeny generyczne, czyli takie, których nazwy są określeniem produktu lub usługi. W Polsce najpopularniejsze jest rozszerzenie .pl i właśnie na nim warto się skupić. Dobrej domeny nie da się już kupić na rynku pierwotnym (rejestracja wolnej nazwy), dlatego poszukując ciekawych domen pod kątem inwestycyjnym warto obserwować aukcje domen oraz oferty sprzedaży innych inwestorów. Wciąż można kupić świetne domeny za kilkaset lub kilka tysięcy złotych. Inwestycje w takim przedziale cenowym są z mojego doświadczenia najlepsze - mówi Daniel Dryzek inwestor domenowy, prowadzącego blog danieldryzek.pl i serwis brokerdomen.pl.

Jeśli biznes, to tylko na giełdzie

Zasad co do wymarzonej domeny jest tak naprawdę wiele, więc ten interes rozrasta się w olbrzymim tempie. Dlatego na rynku jak grzyby po deszczu rosną internetowe giełdy domen, czyli platformy, które łączą sprzedawców z klientami.

- Nowoczesne platformy on-line, nie tylko udostępniają tysiące atrakcyjnych domen do zakupu, ale zapewniają obsługę w pełni bezpiecznych transakcji kupna-sprzedaży dzięki rozwiązaniu Escrow, dającemu pewność obrotu i chroniącego obie strony transakcji. Mechanizm Escrow opiera się na zabezpieczaniu finansowej części transakcji przez zaufaną, trzecią stronę - tłumaczy Andrzej Bartosiewicz.

Giełda przyda się przede wszystkim wtedy, kiedy kontakt bezpośredni jest utrudniony. Transakcja przez platformę jest w pewnym stopniu jawna - sprzedający często wystawiają cenę do publicznej wiadomości. Dzięki temu, początkujący handlujący może porównać ceny i nie „nadzieje się" na szukającego naiwniaków.

- Giełdy i sprzedaż bezpośrednia uzupełniają się nawzajem, chociaż giełda ma zdecydowaną przewagę nad bezpośrednią sprzedażą - skalę, dzięki temu, że możemy skojarzyć wielu sprzedających i bardzo wielu kupujących w jednym miejscu. Zasadniczo, giełda domen pozwala osiągnąć potencjalnie wyższe kwoty za sprzedaż domen niż przy bezpośrednim poszukiwaniu klienta, jednocześnie minimalizując koszt znalezienia klienta - twierdzi Bartosiewicz.

Zarówno w przypadku sprzedaży bezpośredniej, jak i za pośrednictwem giełdy, cena w największej mierze zależy od tego, na ile domena jest atrakcyjna.

- Warto jednak pamiętać, że ryzyko uzyskania nieadekwatnie niskiej kwoty za sprzedaż atrakcyjnej domeny na giełdzie jest znacznie niższe, niż w przypadku sprzedaży bezpośredniej, gdzie brak jest konkurencji w postaci kupujących. Nie mając zdolności negocjacyjnych i zacięcia do handlu, łatwiej jest korzystać z giełdy niż podejmować się samodzielnej sprzedaży - mówi Bartosiewicz.

Uważaj, żeby nie przesadzić

Rynek domenowy w Polsce staje się coraz bardziej nasycony, więc często okazuje się, że firma może zetknąć się z sytuacją, kiedy planowany adres jest zajęty. To idealna sytuacja dla handlarza, nie można jednak pozwolić sobie na zbyt wiele.

Coraz więcej bowiem słyszy się o rejestrowaniu domen, które zawierają znaki handlowe. Na tym polega cybersquatting, zdarza się że osoba która posiada prawa do danej nazwy, spróbuje odebrać nam adres. Wystarczy, jeśli ta zawiera w sobie zarezerwowaną frazę.

- Inwestowanie w domeny, które mogą naruszać prawa do znaków towarowych, jest skrajnie nierozsądne. Procesy arbitrażowe są stosunkowo tanie, trwając zwykle od 30 do 60 dni. Właściciele znaków towarowych coraz częściej wykorzystują drogę arbitrażu (czy to krajowego czy międzynarodowego) przy odzyskiwaniu nazw domen. Dawny proceder kupowania domen od cybersquatterów przez właścicieli znaków towarowych za całkiem pokaźne kwoty przeszedł już do historii i ta droga mało etycznego zarobku definitywnie się skończyła - przestrzega Bartosiewicz.

Daniel Dryzek
inwestor domenowy,
prowadzący blog danieldryzek.pl
i serwis brokerdomen.pl

Wstępny kapitał powinien wynieść przynajmniej kilka tysięcy złotych - pozwoli to na zakup kilku - kilkunastu interesujących domen i ich utrzymanie przez rok.

Na inwestowaniu w domeny można zarobić od kilkuset do nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych miesięcznie. Wszystko zależy od skali prowadzonej działalności i umiejętności wybierania właściwych domen.

Andrzej Bartosiewicz
AZ.pl

Nie ma określonej, minimalnej bariery wejścia w biznes domeniarski. Mając ograniczone środki, warto zacząć od znajdowania perełek wśród domen przechwyconych. Przechwytywanie polega na próbie zarejestrowania nazwy domenowej, która zostaje uwolniona przez centralny rejestr i o którą zaczyna toczyć się "walka" pomiędzy rejestratorami.

Zwycięża ten, kto ma najbardziej skuteczny system. Bardzo często atrakcyjne domeny pojawiają się na liście domen przechwytywanych i warto poświęcić środki i czas na stworzenie swojego pierwszego portfolio właśnie w ten tani sposób.

Tak powinno się wybierać domeny:

- wybierać polskie nazwy słownikowe, najlepiej rzeczowniki w mianowniku, zarówno liczba pojedyncza jak i mnoga;
- rejestrować nazwy w takim języku, jak używany w kraju, z którego pochodzi końcówka (w przypadku domen .pl to język polski);
- unikać domen wielowyrazowych, składających się z więcej niż dwóch słów;
- w przypadku domen dwuwyrazowych, wybrać zarówno wersję domeny, w której słowa przedzielone są myślnikiem jak i bez myślnika - to zwiększy wartość domen przy ich późniejszej odsprzedaży;
- preferować domeny krótkie;
- w przypadku domeny będącej zlepkiem liter, zdecydowanie unikać domen w których nie występują samogłoski;
- wybierać domeny miłe dla ucha; unikać nazw, w których litera "w" została zamieniona na literę "v" - późniejsze pomyłki użytkowników będą na naszą niekorzyść;
- przy wyborze domen z polskimi literami, wybierać takie nazwy, które zapisane są całkowicie poprawnie (zgodnie z pisownią słownikową) - unikać nazw, w których część polskich liter jest zapisana poprawnie, a część zastąpiona odpowiednikiem ASCII (np. częsci albo cześci);
- unikać domen zapisanych niezgodnie z zasadami pisowni, chyba, że jest to rejestracja domeny "podobnej", mającej przyciągnąć pomyłkowy ruch na naszą stronę;
- zdecydowanie unikać naruszania praw do znaków towarowych;
- zdecydowanie unikać domen, w których cyfry znajdują się pośrodku;
- zdecydowanie unikać domen, będących zlepkiem wyrazów z różnych języków (np. polski i angielski);
- w przypadku popularnych rzeczowników, można wybierać domeny z przyrostkiem "24" ale unikać domen z przyrostkiem "365" lub podobnym - obecnie domeny z przyrostkiem "e-" nie są już tak atrakcyjne jak dawniej.

Bartłomiej Dwornik
redaktor Interaktywnie.com

BEZPIECZNY HOSTING, CZYLI SERWER POD OCHRONĄ

Firma, w której wynajmujemy serwer lub usługę hostingu powinna zapewnić przechowywanym plikom maksymalny poziom bezpieczeństwa. Jest kilka żelaznych reguł, które dostawca hostingu powinien spełniać. Ale nawet najlepszy serwer nie obroni się sam, jeśli twórca strony zostawi w niej otwarte furtki dla przestępców.

O tym, że bezpieczny hosting jest niesłychanie ważny wie każdy, kto padł ofiarą cyberwłamywaczy lub ma świadomość, że taka sytuacja nie jest zagrożeniem abstrakcyjnym. Na bezpieczeństwie plików, przechowywanych na serwerze, powinno zależeć każdemu właścicielowi strony internetowej. Nie każdy jednak to bezpieczeństwo rozumie tak samo.

Czym jest bezpieczny hosting

- Właściciele stron internetowych często utożsamiają bezpieczeństwo z poczuciem świętego spokoju, dając łatwą wskazówkę firmom hostingowym. Teoretycznie wystarczy niewiele: systemy zapewniające bezawaryjność, bezpieczeństwo danych w zakresie minut lub najwyżej godzin, możliwość całodobowego kontaktu - ocenia Michał Jerzyk, prezes zarządu SuperHost.pl. - Problem w tym, że większość usługodawców w Polsce nie spełnia nawet tych trzech kryteriów. To, co nazywamy nową generacją usług, hostingiem 2.0, zawiera znacznie dłuższą listę wymagań, nie podnosząc jednocześnie poprzeczki cenowej. Warto więc upewnić się, ile danych możemy stracić w wyniku zwykłej awarii dysku, czy w niedzielę o 23.00 nasz telefon zostanie odebrany i czy ewentualnie będziemy mogli po dwóch miesiącach otrzymać pieniądze z powrotem. Dobiegają końca czasy garażowych usług hostingowych, dzisiaj firmy potrzebują w internecie profesjonalizmu i innowacji.

Zdaniem Michała Kullinga, specjalisty ds. bezpieczeństwa systemów informatycznych firmy IQ PL, bezpieczeństwo hostingu możemy podzielić na dwie grupy: bezpieczeństwo fizyczne jak również bezpieczeństwo systemowe.
- Podczas dobierania miejsca na nasze usługi warto zainteresować się zabezpieczeniem fizycznym infrastruktury jak również samej serwerowni. W dzisiejszych czasach podstawą bezpiecznego data center są systemy przeciwpożarowe, kontrola dostępu do serwerowni czy też monitoring - wylicza Kulling. - Firmy hostingowe, które posiadają owe zabezpieczenia wspominają o nich na swoich stronach.

- Bezpieczny hosting to taki, który świadczony jest w bezpiecznej serwerowni i przez doświadczonego dostawcę - kwituje Tomasz Dwornicki, wiceprezes ds. technicznych firmy Hostersi. - Bezpieczna serwerownia powinna posiadać odpowiednie zabezpieczenia fizyczne: systemy monitoringu, alarmowe, przeciwpożarowe, redundantne łącza internetowe, alternatywne źródło energii elektrycznej, oraz logiczne: ochrona sieci poprzez firewall, IPS/IDS, redundancja w kluczowych elementach infrastruktury sieciowej i serwerowej.

- Jednym z najważniejszych działań jest stałe aktualizowanie platformy, czyli systemów operacyjnych, baz danych, frameworków uruchomieniowych czy wreszcie aplikacji, które udostępniamy końcowym użytkownikom - podsumowuje Michał Trziszka, CEO Cal.pl.
- Finalnie, choć to już jest raczej normą, usługodawcy hostingowi powinni zapewniać szyfrowanie połączeń do swojej infrastruktury, tak by ktoś nieupoważniony nie mógł podsłuchiwać transmisji danych.

HOSTING

Teraz 50% taniej!

- do **120 GB** powierzchni
- nawet **2 400 GB** transferu
- pomoc techniczna **24h/7**
- własny adres IP
- **14 dniowy** okres testowy
- do **60 baz danych** (MySQL, Postgre SQL)

już od

12,50 zł miesięcznie*

24h / 7 · www.kei.pl

Kei.pl

*Cena w promocyjnym abonamencie rocznym.

SPRAWDŹ SZCZEGÓŁY »

Wybieramy ofertę. Na co zwrócić uwagę?

Szczepan Augustyn, specjalista ds. marketingu i reklamy Kei.pl uważa, że najważniejsze są zabezpieczenia zapewniające stabilność działania i dostępność usług, rygorystyczne procedury fizycznego dostępu do serwerów, a także aktywne i pasywne przeciwdziałanie próbom uzyskania nieautoryzowanego dostępu do danych.

- Niezwykle istotna jest też dostępność kopii zapasowej i możliwość szybkiego odtworzenia danych w razie awarii. Nie mniej ważne jest również zapewnienie przez firmę profesjonalnej pomocy technicznej, która powinna być dostępna 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu - podkreśla Augustyn. - Warto więc poświęcić trochę czasu, zaczerpnąć możliwie szczegółowych informacji i wybrać firmę, która stosuje nowoczesne rozwiązania w zakresie bezpieczeństwa.

- Podstawowym kryterium podczas dobierania hostingu są informacje o skanerach antywirusowych oraz antyspamowych na serwerach pocztowych, na których będziemy utrzymywali naszą pocztę, dostępność szyfrowanego połączenia do poczty, stron WWW poprzez bezpieczny protokół SSL, utrzymywanie backupu, odizolowanie kont użytkowników czy

Michał Jerzyk
prezes zarządu
SuperHost.pl

Warto upewnić się, ile danych możemy stracić w wyniku zwykłej awarii dysku, czy w niedzielę o 23.00 nasz telefon zostanie odebrany i czy ewentualnie będziemy mogli po dwóch miesiącach otrzymać pieniądze z powrotem. Dobiegają końca czasy garażowych usług hostingowych, dzisiaj firmy potrzebują w internecie profesjonalizmu i innowacji.

Michał Kulling
specjalista ds. bezpieczeństwa systemów informatycznych
IQ PL

Najczęstszymi przypadkami włamań są nieaktualizowane systemy CMS, proste hasła do paneli administracyjnych lub ich brak czy też błędy programistyczne w autorskich skryptach. Dziury takie powodują na przykład rozsyłanie spamu z konta klienta poprzez "wrzucenie" na serwer niechcianych plików, phishing czy też podmianę strony głównej tzw. deface.

też odizolowana struktura pomiędzy serwerami www, bazami danych a pocztą - wylicza Michał Kulling. - Warto zwrócić uwagę również czy stan usług jest monitorowany.

Ekspert IQ PL radzi również, żeby zwrócić szczególną uwagę na SLA, czyli Service Level Agreement - poziom dostępności usługi. Im SLA wyższe, tym gwarantuje nam wyższą dostępność naszych usług w sieci oraz ich bezawaryjność. - Kolejnym, równie ważnym kryterium jest platforma serwerowa na której działa hosting. Nowoczesne serwery dostarczane przez czołowych producentów sprzętu dają wyższą gwarancję ich bezawaryjności a co za tym idzie również dostępności naszych usług powierzonym firmie hostingowej - tłumaczy. - Ważną informacją również jest ile i jakie łącze dostawca hostingu posiada.

- Zapytajmy również o politykę bezpieczeństwa, czyli procedury dostępu do serwerów i przechowywanych na nich zasobów, oraz politykę backupową i czas odtworzenia danych w przypadku awarii - dodaje Tomasz Dwornicki. - Sprawdźmy kompetencje zespołu technicznego, czas działalności firmy i jej pozycję na rynku. Przejrzyjmy portfolio klientów, zwłaszcza tych z sektora publicznego czy finansowego, gdzie najwyższa ochrona danych jest szczególnie wymagana.

Tomasz Dwornicki
wiceprezes ds. technicznych
Hostersi

W pośpiechu tworzenia aplikacji rzadko zwraca się uwagę na wydajność, a źle dobierane typy tabel, zapytania niepotrzebnie analizujące duże ilości danych potrafią "wykończyć" każdy serwer. A aplikacja, która nie działa poprawnie i dość szybko, zniechęca użytkowników. Cierpi na tym wizerunek oraz przychody firmy, jeśli serwis bezpośrednio je generuje.

Szczepan Augustyn
specjalista ds. marketingu i reklamy
Kei.pl

Podczas samodzielnego pisania kodu największym błędem jest niewłaściwe lub niewystarczające filtrowanie danych w formularzach. Takie działanie często umożliwia zdalne wykonanie kodu na serwerze. Błędem jest również uruchamianie wielu serwisów na jednym koncie, co w przypadku włamania na jeden serwis powoduje dostęp całej zawartości konta.

Grzechy główne webmasterów

Najsłabszym ogniwem we wszystkich zabezpieczeniach zawsze jest człowiek. Jakie są najczęstsze i najgroźniejsze - przez pryzmat zagrożenia dla serwerów - błędy webmasterów?

- To luki w samym kodzie aplikacji www. Najczęstszymi przypadkami włamań do serwisów są nieaktualizowane systemy CMS do zarządzania treścią, proste hasła do paneli administracyjnych lub ich brak czy też błędy programistyczne w autorskich skryptach - tłumaczy Michał Kulling z IQ PL. - Dziury takie powodują na przykład rozsyłanie spamu z konta klienta poprzez "wrzucenie" na serwer niechcianych plików, phishing czy też podmianę strony głównej, tzw. deface.

- Proste hasła, przechowywane "otwartym tekstem", przechowywanie ważnych danych w bazach bez szyfrowania, to główne i najczęstsze grzechy webmasterów według Tomasza Dwornickiego, wiceprezesa ds. technicznych firmy Hostersi. - Dużym zagrożeniem jest również kod aplikacji, pełen luk bezpieczeństwa, umożliwiających ataki zewnętrzne. Wszystko to stanowi jednak zagrożenie nie dla serwera, a dla samej aplikacji, z której wycieką dane. Takie zdarzenia wpływają natomiast na jakość hostingu, gdyż często złamane zabezpieczenia są przyczyną rozsyłania spamu, dalszych ataków, włamań itd.

Centrum danych musi spełniać surowe normy odnośnie łączy światłowodowych oraz energetycznych, polityki dostępu do szaf czy sposobów autoryzacji administratorów. Finalnie, usługodawcy hostingowi powinni zapewniać szyfrowanie połączeń do swojej infrastruktury, tak by ktoś nieupoważniony nie mógł podsłuchiwać transmisji danych.

Michał Trziszka
CEO
Cal.pl

- Jednym z najczęściej popełnianych błędów jest również zaniedbywanie aktualizacji popularnego oprogramowania takiego jak WordPress, Joomla czy osCommerce. Są to systemy, w których znajdywano setki luk w bezpieczeństwie, w związku z czym bez aktualizacji serwis www staje się łatwym celem dla potencjalnych intruzów - dodaje Michał Jerzyk. - Do włamania na niezabezpieczony system nie potrzeba zaawansowanej wiedzy informatycznej, wystarczy skorzystać z gotowych instrukcji. Innym błędem jest stosowanie zbyt prostych haseł oraz przechowywanie ich w programach FTP. Jeżeli równocześnie pozwolimy na zainfekowanie naszego systemu Windows, może się okazać, że skorzysta on z zapisanych haseł i dokona zmian także na serwerze hostingowym.

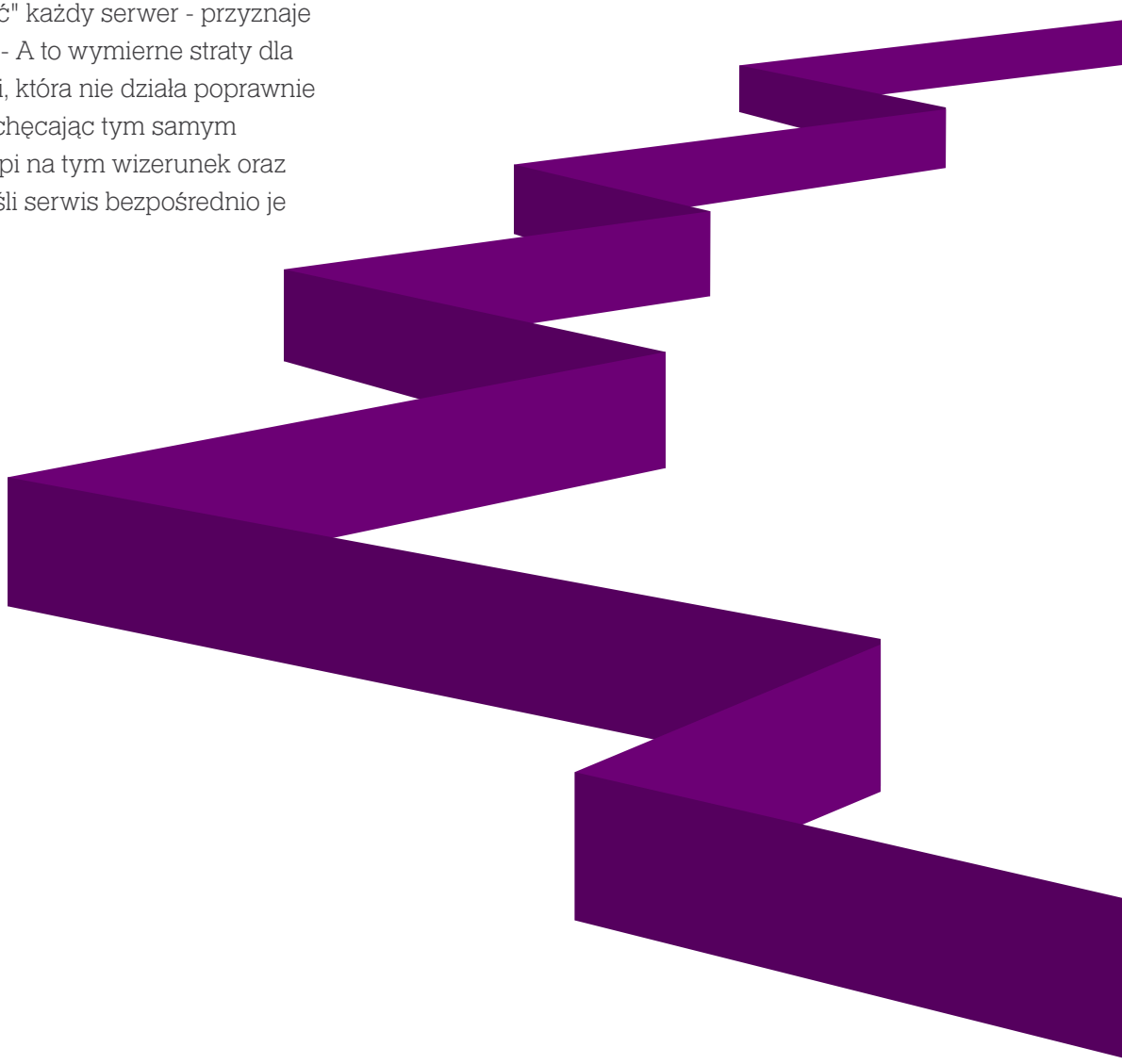
- Pomijając stosowanie przez użytkowników zbyt prostych haseł, pozwalających ich odgadnięcie, największym problemem jest pewnego rodzaju niefrasobliwość użytkowników. W przypadku instalacji ogólnodostępnych skryptów, jest to pozostawienie domyślnej konfiguracji, czy też brak bieżącej aktualizacji takiego oprogramowania, które w niedługim czasie staje się podatne na ataki - potwierdza Szczepan Augustyn z Kei.pl. - Natomiast podczas samodzielnego pisania kodu największym błędem jest niewłaściwe lub niewystarczające filtrowanie danych przesyłanych przez użytkowników we wszelkiego rodzaju formularzach. Takie działanie często umożliwia zdalne wykonanie kodu na serwerze i w konsekwencji pełny dostęp do konta lub

dostęp do zawartości bazy danych (SQL injecton). Często spotykanym błędem jest również uruchamianie wielu serwisów na jednym koncie, bez ich właściwej separacji, co często w przypadku włamania na jeden serwis powoduje dostęp całej zawartości konta.

- Webmasterzy, jeśli piszą własne aplikacje, najczęściej pomijają etap audytu ich bezpieczeństwa - przyznaje Michał Trziszka, CEO Cal.pl. - Nie sprawdzają podatności skryptu na ataki na bazę danych SQL Injections czy też - częstsze - XSS, polegające na osadzeniu w treści atakowanej strony kodu, który wyświetlony innym użytkownikom może doprowadzić do wykonania przez nich niepożądanych akcji.

Michał Kulling do przechowywania haseł w programach FTP dokłada jeszcze jeden, częsty błąd: - Niezoptymalizowane, niewydajne skrypty i zapytania do bazy danych które w przypadku braku limitowania ich wykonywania mogą wiązać się z całkowitym unieruchomieniem serwerów bazodanowych czy też www - ostrzega.
- Rozwiązaniem tego problemu jest wydzielenie gwarantowanych zasobów CPU jak również pamięci operacyjnej.

- W pośpiechu tworzenia aplikacji rzadko zwraca się na uwagę na wydajność, a w konsekwencji kod pisany jest niedbale. Źle dobierane typy tabel i zakresy danych, zapytania niepotrzebnie analizujące duże ilości danych - takie aplikacje potrafią "wykończyć" każdy serwer - przyznaje Tomasz Dwornicki. - A to wymierne straty dla właściciela aplikacji, która nie działa poprawnie i dość szybko, zniechęcając tym samym użytkowników. Cierpi na tym wizerunek oraz przychody firmy, jeśli serwis bezpośrednio je generuje.



Bartosz Wawryszuk
redaktor Interaktywnie.com

UPS... KTOŚ ZAJĄŁ NASZĄ DOMENĘ

Domena z nazwą firmy, marki lub produktu jest takim samym kapitałem przedsiębiorcy, jak znak towarowy albo patent. Dzięki niej można prowadzić akcje marketingowe i promocyjne w sieci. Dlatego dbanie o to, by ktoś nieuprawniony nie podszywał się w internecie pod działania firmy lub wręcz ich nie sabotował, jest tak ważne. Inaczej wszelakiej maści cybersquatterzy mogą spowodować sporo kłopotów.

Cybersquatting polega na rejestrowaniu domen internetowych o nazwach identycznych z nazwami firm, marek albo nawet osób oraz oferowaniu odsprzedaży takich domen po dużo wyższej cenie. W teorii prawnej do cybersquattingu dochodzi o ile dotyczy nazw zastrzeżonych - znaków towarowych. Specjaliści podkreślają jednak, że w szerszym i bardziej powszechnym znaczeniu o cybersquattingu mówimy także w odniesieniu do nazw niezastrzeżonych.

- Biorąc pod uwagę szersze znaczenie, cybersquatting praktykują podmioty, które kontaktują się z przedsiębiorcami i proponują zakup domen o innych rozszerzeniach niż domena główna, uzasadniając swoje działania fikcyjnym prawem pierwokupu; przy czym proponowana cena domeny jest wielokrotnością ceny rynkowej jej rejestracji - wyjaśnia Monika Gierada-Sołtysek, specjalistka ds. bezpieczeństwa informacji w spółce IQ PL.

Przy podszywaniu się pod cudzy brand, rzadziej cybersquatterom udaje się zarejestrować nazwę brandu w domenie podstawowej takiej jak .com czy domena krajowa (ccTLD). Częstym przypadkiem nieuczciwego wykorzystywania cudzej własności intelektualnej jest też tzw. typosquatting, czyli rejestrowanie adresów internetowych, różniących się od adresów „zesquatowanych" jednym, a czasem większą liczbą znaków (litera, dywiz, kropka).

- Podobny mechanizm wykorzystują internetowi naciągacze, oferujący pomoc firmom w zabezpieczaniu nazw domen. Spekulanci odnajdują domeny podobne lub w innych końcówkach do domen, które dana firma już posiada. Następnie sugerują pracownikom firmy, że ktoś inny jest zainteresowany tymi nazwami domen, a z racji (nieistniejącego w rzeczywistości) "prawa pierwokupu" domeny należą się, za odpowiednią "promocyjną" opłatą, w pierwszej kolejności firmie do której dzwonią - Arkadiusz Miśkiewicz, dyrektor IT z Domena.pl opisuje metodę działania naciągaczy. - Metodą na ustrzeżenie się problemu, którą proponujemy klientom jest zarejestrowanie domen z nazwą firmy, markami będącymi i innymi istotnymi dla firmy nazwami na rynkach, na których dana firma działa lub zamierza działać. Najbezpieczniej skorzystać z wiedzy swojego dotychczasowej rejestratora domen i z nim skonsultować dany przypadek.

Jak walczyć z dzikim lokatorem

Jeśli już firmie przydarzy się, że ktoś zajmie jej domenę, warto przeanalizować najpierw możliwe rozwiązania takiej sytuacji. Eksperci zwracają uwagę, że dalsze kroki powinna determinować strategia, jaką przedsiębiorca kieruje się w działaniach w internecie.

- Czy jest sens toczyć walkę o przejęcie zależy od firmy i tego, jakie znaczenie mają dla niej domeny. Czy mówimy o przejęciu domeny głównej po wygaśnięciu lub o rejestrowaniu domen o tej samej nazwie, ale innych rozszerzeniach. Walkę można toczyć zawsze, pytanie tylko czy będzie to opłacalne i czy firma będzie w stanie udowodnić cybersquatting - mówi Monika Gierada-Sołtysek.

Ekspertka IQ PL dodaje, że czasami tańszym wyjściem jest jednak odkupienie domeny. Natomiast decyzja o walce powinna być w każdej sytuacji poprzedzona wnikliwą analizą strat, ryzyka, korzyści i szans.

Na podobny aspekt zwraca uwagę Arkadiusz Miśkiewicz z Domena.pl. - W przypadku domen z końcówką .pl mamy kilka możliwości. Jeśli zależy nam na uzyskaniu lub odzyskaniu danej domeny bardziej niż danie nauczki cybersquatterowi, to w pierwszej kolejności należy spróbować się porozumieć. Zdarza się, że procederem zajmują się osoby, które o cybersquattingu przeczytały w internecie i chciały spróbować. W takim przypadku stanowczy ton wiadomości zazwyczaj wystarcza do odzyskania domeny - twierdzi. - Możemy również próbować zaoferować niewygórowane kwoty za domenę. Jest to niższa kwota niż koszt procedur arbitrażowych albo sądowych.

Według ekspertów, cybersquatterzy sami nie lubią ponosić kosztów i najczęściej bezpłatnie rezerwują domenę na okres dwóch tygodni. Jeśli w tym czasie nie uda im się sprzedać domeny po zawyżonej cenie, to po okresie rezerwacji często z niej rezygnują. Wiedząc, że taki jest częsty mechanizm działania naciągaczy skuteczną taktyką może być brak reakcji na oferty "z prawem pierwokupu". Wtedy wystarczy cierpliwe poczekać na koniec okresu rezerwacyjnego domeny, której oferta dotyczyła.

Maciej Kurek
specjalista ds. PR marki 2BE.PL
Grupa Adweb

Cybersquatting to jedna z nielegalnych metod czerpania zysków w internecie. Cybersquatter sprawdza czy domeny zawierające nazwę firmy, produktu albo znanej osoby są wolne. Przeważnie okazuje się, że adres z rozszerzeniem .pl lub .com jest zajęty, ale inne końcówki już nie. Łupem padają również wersje nazwy z myślnikiem, przykładowo nazwafirmy.net lub nazwa-firmy.com.

Jedną z nowszych form cybersquattingu jest podszywanie się pod znane marki lub osoby w portalach społecznościowych. Cybersquatterzy rezerwują nazwy kont na Twitterze lub w Facebooku i czasami publikują treści, które mogą zaszkodzić wizerunkowi danej osoby lub firmy. Jednym z niedawnych przykładów jest fałszywy profil Kuby Wojewódzkiego, na którym pojawiają się wulgarne wypowiedzi i złośliwe uwagi pod adresem innych pracowników TVN.

Monika Gierada-Sołtysek
specjalistka ds. bezpieczeństwa informacji
IQ PL

Jeśli firma jest duża i łączy swoją strategię marketingu sieciowego z rejestracją domen o jednej nazwie ale różnych rozszerzeniach, to najłatwiej ustrzec się przed cybersquattingiem rejestrując hurtowo domeny o najpopularniejszych rozszerzeniach. Ważne jest także, aby w takiej sytuacji zgłosić nazwę firmy/produktu jako znak towarowy w urzędzie patentowym, będzie to stanowiło podstawę do walki z cybersquatterem przed Sądem Polubownym ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji w Warszawie.

Kiedy organizacja korzysta z jednej domeny głównej, to należy bezwzględnie pilnować przedłużania jej abonamentu u rejestranta, aby nie dopuścić do wygaśnięcia, a potem do uwolnienia i ryzyka przejęcia.

Gdy cybersquatter jest nieustępliwy, pozostaje skorzystać z sądów arbitrażowych. Do wyboru są Sąd Polubowny ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji oraz Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie.

- Mając podstawy prawne, mamy spore szanse na wyrok na naszą korzyść. Najczęściej w sądach arbitrażowych podnoszone są przez powoda przepisy Kodeksu Cywilnego, Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz Prawa własności przemysłowej - wylicza Arkadiusz Miśkiewicz.

Warto pamiętać, że czas trwania spraw w sądach arbitrażowych bywa kilkukrotnie krótszy, niż w sądach powszechnych. Dobrym źródłem wiedzy dla zainteresowanych jest orzecznictwo sądów polubownych, często dostępne na stronach internetowych sądów.

Sąd i profilaktyka

- Jeśli przypadek dotyczy firmy, która buduje swój wizerunek przez aktywną komunikację internetową z klientem, posiada znak zastrzeżony "odpuszczenie" takiej sprawy byłoby nieporozumieniem. Postępowanie zmierzające do odzyskania adresu warto zacząć od wysłania maila - za pośrednictwem kancelarii prawnej - z prośbą o zwrot domeny oraz informacją o konsekwencjach w razie odmowy. Jeśli groźby wejścia na drogę sądową nie poskutkują, pozostaje... wejść na drogę sądową - przekonuje Dariusz Litawiński, konsultant Michau Enterprises LTD i BusinessName.pl.

Dariusz Litawiński
konsultant
Michau Enterprises i BusinessName.pl

Firmy coraz bardziej dbają o własny wizerunek w internecie i starają się zabezpieczyć swoją markę, rejestrując odpowiedni adres www. Sposób i sens ustrzegania się przed cybersquattingiem zależy od skali prowadzonej działalności. Duże brandy bezwzględnie powinny zadbać o rejestrację kompletu markowych domen z alternatywnymi rozszerzeniami, a także wariantów literówkowych (typosquattowych) swojej nazwy. Zawsze bowiem może się znaleźć ktoś, kto w złej woli, wykorzystując ludzką omylność, zechce przekierować na stronę z materiałami kompromitującymi dany brand. W ostateczności pozostaje wejście na drogę sądową. Wtedy są dwa rozwiązania - sprawa cywilna lub arbitraż w sądzie polubownym ds. domen internetowych.

Wiele zależy też od tego, w jaki sposób cybersquatter wykorzystuje domenę. Jeśli prowadzi pod nią działalność konkurencyjną dla firmy, stwarza to mocny argument przed sądem arbitrażowym. - Podobnie jest w przypadku, gdy pod domeną znajdują się treści godzące w dobry wizerunek, na przykład pornografia. Dużą szansę na odzyskanie domeny daje też zastrzeżenie znaku towarowego - twierdzi Maciej Kurek, specjalista do spraw PR marki 2BE.PL (Grupa Adweb).

Zdaniem części znawców, najlepszym rozwiązaniem pozostaje jednak profilaktyka. Przekonują, że nie trzeba od razu rejestrować wszystkich możliwych końcówek, natomiast wystarczy zabezpieczyć najpopularniejsze rozszerzenia.

- W naszym kraju są nimi .pl i .com.pl. Inaczej wygląda sprawa w przypadku dużych, znanych firm. One powinny z uwagą śledzić premiery nowych rozszerzeń, o czym przekonał się niedawno bank BGŻ, który padł ofiarą cybersquattera. W tej chwili przedstawiciele banku czekają na decyzję w sprawie domeny BGZ.xxx - mówi Maciej Kurek.

REDAKCJA INTERAKTYWNIE.COM

Redaktorzy

Tomasz Bonek
Prezes Zarządu i Redaktor Naczelny
Tel.: 71 33 74 260
tb@interaktywnie.com

Beata Ratuszniak
Redaktor Prowadząca - Serwis Informacyjny
Kom.: 661 878 881
br@interaktywnie.com

Maciej Rynkiewicz
Dziennikarz
Tel.: 71 33 74 260
mr@interaktywnie.com

Bartłomiej Dwornik
Redaktor Działu Wydań Specjalnych
Tel.: 71 33 74 677
bd@interaktywnie.com

Bartosz Wawryszuk
Redaktor Działu Wydań Specjalnych
Tel.: 71 73 42 540
bw@interaktywnie.com

Marta Smaga
Publicystka Działu Wydań Specjalnych
Tel.: 71 33 74 287
ms@interaktywnie.com

Reklama

Iwona Bodziony
Kom.: 661 878 882
reklama@interaktywnie.com

Kaja Kawulok
Kom.: 697 395 858
reklama@interaktywnie.com

Siedziba i adres redakcji

interaktywnie.com

Interaktywnie.com Sp. z o.o.

Plac Grunwaldzki 23
50-365 Wrocław
redakcja@interaktywnie.com

Opracowanie graficzne
Jakub Przybysz

O INTERAKTYWNIE.COM

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 internetowegoi zmian, które na nim zachodzą.

Raporty promowane są także każdorazowo tuż po publikacji w największym polskim portalu finansowym – Money.pl. Od stycznia 2009 Interaktywnie.com jest bowiem częścią Grupy Kapitałowej Money.pl.

Więcej raportów: http://interaktywnie.com/biznes/raporty