

HOSTING



Dynamiczny rozwój rynku hostingu w Polsce – jesteśmy wśród światowych potentatów

Wartość rynku hostingowego w Polsce zwiększa się z roku na rok. Dynamika i ciągła tendencja wzrostowa mogą tylko cieszyć. Co sprawia, że nasz kraj staje się hostingowym rajem?

Marcin Lewicki

dyrektor ds. marketingu
i sprzedaży firmy Ecenter

W światowych rankingach Polska zajmuje 13 miejsce pod względem potencjału i wartości hostingu z wynikiem przekraczającym 400 miliardów dolarów. Gdy spojrzemy na klasyfikację europejską jest jeszcze lepiej – tu wdarliśmy się do pierwszej dziesiątki i zajmujemy 8 pozycję.

Skąd wynika tak wysoka pozycja naszego kraju?

Przede wszystkim cena. Jesteśmy zdecydowanie tańsi niż nasi zachodni konkurenci. Proponujemy też usługi dostosowane do odbiorcy i innowacyjne. Hosting rozliczany

przez wykorzystanie danych, bardzo popularny cloud hosting, lepsza obsługa, nowoczesne serwery. Warto podkreślić, że rozwój hostingu idzie też w parze z rozwojem świadomości internetowej klientów. Z usług korzystają zarówno wielkie przedsiębiorstwa, jak i małe firmy, czy klienci indywidualni. Po pierwsze, klienci zaczynają zdawać sobie sprawę, że trzymanie danych w hostingu, czy chmurze jest bezpieczniejsze i wygodniejsze. Rozwijają się też strony internetowe, które wymagają większego hostingu i płynniejszego przepływu danych. My im to zapewniamy.

Nowe usługi przyciągają też klientów zagranicznych

Na naszym przykładzie mogą powiedzieć, że innowacyjność i ceny

sprawiają, że spływają do nas klienci z różnych stron świata. Dzięki temu firmy z branży celują też w partnerów zagranicznych, dla których nasze produkty są atrakcyjne jakościowo i cenowo. Firmy hostingowe rozrastają się, bo ich wkład w rozwój IT jest coraz większy. Poza tradycyjną usługą hostingową umożliwiają też projektowanie własnych witryn www, dedykowaną pocztę, programy partnerskie, czy projektowanie stron internetowych od podstaw. Firmy inwestują również w nowoczesne serwery i zabezpieczenia, które sprawiają, że dostęp do baz danych klientów jest wygodny, ale i bezpieczny. Ogrom rynku sprawia jednak, że łatwo możemy pogubić się w znalezieniu odpowiedniej oferty dla nas. Jak dobrać dostawcę usług hostingowych, gdy nie do końca znamy się na branży? Przede wszystkim dobra firma zapewni odpowiednie doradztwo. Ważne jest, żeby doradzić klientowi i przygotować dla niego hosting, który leży

w jego możliwościach finansowych, a jednocześnie wystarcza do wygodnej i efektywnej pracy. Warto zastanowić się, jaką tematykę ma mieć nasza strona. Jeżeli jest to np. serwis internetowy, z ogromną ilością danych i – docelowo – sporą liczbą unikalnych użytkowników, to na hostingu nie powinniśmy oszczędzać. Gdy nasza strona to zwykła firmowa wizytówka, możemy wybrać już mniejszy pakiet danych.

Podobnie, jeżeli traktujemy hosting jak kopię zapasową naszych danych. Warto oszacować jak często będziemy z niej korzystać, oraz ile danych chcemy tam umieścić. Gdy mamy te wszystkie informacje, doradca firmowy z pewnością pomoże dobrać nam odpowiedni pakiet.

Oferta specjalna

Poza tradycyjnym hostingiem, coraz częściej spotyka się również oferty serwerów dedykowanych. To specjalnie wydzielony, zindywidualizowany serwer (wirtualny komputer), który

ma zainstalowane użytkowe oprogramowanie i system operacyjny. Serwer dedykowany opłaca się, gdy z naszych danych korzystać będzie większa liczba użytkowników i będą one cały czas przetwarzane. W taki serwer warto zainwestować również, gdy ilość danych którą mamy zamiar umieścić jest duża. Serwer dedykowany zapewnia bowiem większą przepustowość.

Na rynku hostingowym wydaje się z pozoru, że nie da się wymyśleć już nic nowego. Firmy zaskakują nas jednak nowymi rozwiązaniami i prześcigają się na tym polu. Jaka jest więc recepta na wyszukanie innowacyjnych rozwiązań? Należy słuchać klienta i jego sugestii. To nasi partnerzy wyznaczają kierunek rozwoju i to dla nich przygotowujemy są nowe produkty. Tak powstawał cloud computing, wirtualne komputery, hosting obliczeniowy itp. Zapewniam, że zaskoczmy jeszcze niejednym nowym i wygodnym rozwiązaniem.

Tradycyjny hosting a serwer dedykowany – co się bardziej opłaca przedsiębiorcy?

Bez odpowiedniego zaplecza hostingowego można zapomnieć o działalności online. Każdy, kto chce rozwijać biznes w sieci i docierać do swoich odbiorców, potrzebuje sprawnie działającej strony WWW. Hostingodawcy, walcząc o nowych klientów, prześcigają się oferując coraz bardziej atrakcyjne oferty. Jaką usługę wybrać i dlaczego?



Ilona Kuźniarz

specjalista ds. marketingu Kei.pl

Hosting współdzielony cieszy się dużą popularnością, głównie ze względu na atrakcyjną cenę. Osoby rozpoczynające swoją przygodę w sieci mogą zminimalizować koszty, przeznaczając na hosting strony około kilkunastu złotych miesięcznie.

Bestseller usług hostingowych

W zamian otrzymują całodobowe wsparcie techniczne, transfer bez limitu oraz udogodnienia w postaci intuicyjnego panelu zarządzania. Dane z Centrum Danych Kei.pl wskazują, że ponad połowa startujących projektów wykorzystuje maksymalnie 25 GB powierzchni. To potwierdza, że wybór tańszego rozwiązania jest odpowiedni na start. Hosting jest optymalnym rozwiązaniem dla początkujących blogerów oraz przedsiębiorców, którzy działają w oparciu o proste, informacyjne witryny.

Walka o zasoby, czyli minusy hostingu współdzielonego

Na niską cenę usług współdzielonych wpływa fakt rozłożenia kosztów administrowania na kilkudziesięciu a czasem nawet kilkuset użytkowników. Dzielenie są koszty, ale też przestrzeń, transfer, moc obliczeniowa, oprogramowanie i pamięć RAM. W takim wariacie mocne wykorzystanie zasobów przez jednego z klientów oznacza niższe parametry dla pozostałych. Wystarczy, że jeden z użytkowników uruchomi większy portal, który pochłonie 80-90 proc. zasobów, a dla pozostałych zostanie do podziału jedynie kilkanaście procent... Taka sytuacja wpłynie bezpośrednio na szybkość ładowania strony. Właściciel rozbudowanej platformy nie może pozwolić sobie na wolniejsze działanie witryny. Musi zapewnić znacznie wyższą wydajność. Rozwiązaniem jest serwer VPS bądź serwer dedykowany.

Właściciel rozbudowanej platformy nie może pozwolić sobie na wolniejsze działanie witryny. Musi zapewnić znacznie wyższą wydajność. Rozwiązaniem jest serwer VPS bądź serwer dedykowany.

Dedykowane wymagającym klientom

Rozwiązania dedykowane polegają na fizycznej dzierżawie serwera. Klient dysponuje własnym, spersonalizowanym środowiskiem i posiada swobodę działania. To 100 proc.

mocy obliczeniowej gotowej do wykorzystania na indywidualne potrzeby. Serwery dedykowane wybierają najczęściej przedstawiciele branży e-commerce oraz rozbudowane portale o większym obciążeniu.

Jak można się domyślić, niezależność wyceniana jest drożej, ale w niektórych przypadkach to najlepsza inwestycja dla przedsiębiorcy. Warto pamiętać, że jedna sekunda w opóźnieniu ładowania strony powoduje spadek konwersji o 7 proc. (źródło: Kissmetrics). Na cenę serwera dedykowanego składa się m.in. bezpieczeństwo danych, zaplecze techniczne, praca specjalistów IT oraz zwiększona wydajność. Dla większych projektów serwer dedykowany to jedyne słuszne rozwiązanie.

Optymalizacja kosztów jest ważnym aspektem sukcesu online. Jednak należy pamiętać, że wybór odpowiedniej usługi, która zapewni ciągłość działania, to podstawa do rozwoju firmy.

Kryteria wyboru dostawcy usług hostingowych

Prowadząc działalność, niezależnie od branży i asortymentu (produkty/usługi) ambitny przedsiębiorca stanie przed szansą rozwoju swojego biznesu. Z pomocą przyjdzie Internet i własna strona WWW. Niezależnie od poziomu wiedzy i umiejętności głównym dylematem będzie to u którego dostawcy zakupić usługi (hosting/domenę), aby nasza internetowa obecność nie spędzała nam snu z powiek.



Paweł Skarżyński

kierownik produktu hosting home.pl

Oferta – czy jest coś dla nas?

Wiedząc jakiego rodzaju serwis będziemy uruchamiali, pierwszym krokiem jest zawsze zapoznanie się z ofertą wybranego dostawcy. Sprawdźmy, czy będzie w stanie zaproponować usługi, które faktycznie sprostają naszym oczekiwaniom. Szybki przegląd najważniejszych cech danego pakietu/aplikacji pozwoli określić na ile faktycznie jest szansa na powodzenie naszego projektu i uruchomienie serwisu, który mamy w głowie.

Nie wiem co wybrać

Nie każdy z nas jest specjalistą we wszystkich dziedzinach. Rozbudowując działalność o obecność w internecie nie musimy znać się na wszystkich niuansach i zagadnieniach technologicznych. A jeśli nie możemy odnaleźć się w ofercie operatora i nie do końca wiemy, która usługa będzie dla nas odpowiednia, warto po prostu zapytać. Operatorzy często oferują dedykowane kanały sprzedażowe (chat handlowy, infolinia handlowa). To będzie nasz pierwszy kontakt z firmą i już na tym etapie przekonamy się o jakości wsparcia i pomocy, na jaką będziemy mogli liczyć w przyszłości. Mitem jest stwierdzenie, że dostawcy usług chcą tylko pozyskać klienta. Każdy, kto

Marka jest ważna

Oferta to tylko początek. Szukając sprawdzonego dostawcy zwróćmy uwagę na to jak długo firma istnieje na rynku. Jeśli firma istnieje już kilka, nawet kilkanaście lat, to znaczy, że wie i rozumie potrzeby klienta, dostarcza sprawne i stabilne usługi. Firma to klient – jeśli firma istnieje, to znaczy, że są klienci płacący za dostarczane im usługi. A jeśli płacą to korzystają i są, z reguły, zadowoleni.

Opinie mocno subiektywne

Na popularne w wyszukiwarkach hasła 'gdzie kupić hosting' czy 'jakiego dostawcę hostingu wybrać' znajdziemy setki wyników. Będą to zarówno reklamy, strony dostawców jak i fora z opiniami o poszczególnych firmach. Analizując opinie, zwłaszcza te negatywne, zwróćmy uwagę na to jak dawno temu były dodawane i czy zawierają konkretne argumenty / zarzuty, które mogą być dla nas pomocne. Im większa firma, tym więcej opinii, nawet tych negatywnych – to tzw. efekt skali, którego prędzej czy później doświadczają wszyscy. I w każdej branży, nie tylko tej internetowej. Z opiniami jest jeszcze jedna, dość istotna kwestia – firmy często płacą lub oferują dodatkowe benefity klientom za wystawianie pozytywnych opinii. Przeglądając oceny traktujmy je zatem po prostu jako dodatkowe źródło informacji.

Potrzebuję pomocy

Wsparcie przedzakupowe to jedno, dobrze jednak jeśli możemy liczyć na wsparcie także po zakupie i email nie będzie jedyną formą kontaktu. Sprawdźmy czy dostępna jest infolinia świetnie, jeśli dostępna jest cała doba. Każda inna, dodatkowa forma kontaktu (skype, chat, inny komunikator) jest zawsze mile widziana.

Dokumentacja usługi

Coś, na co wiele osób nie zwraca uwagi przed zakupem to dostępność systemu pomocy do usług, które zamierzają zakupić. Nie zawsze i nie z każdym pytaniem musimy od razu zwracać się na infolinię. Dobrze, jeśli na część pytań uzyskamy odpowiedź w dokumentacji / systemie pomocy. Im bardziej szczegółowo opisane usługi, im więcej pytań i odpowiedzi w pomocy, tym łatwiej będzie nam korzystać z hostingu czy kupionej aplikacji (np. narzędzia do tworzenia stron).

Rozwój platformy, rozwój usług

Aktualności i komunikaty o usługach udostępnia praktycznie każda firma hostingowa. Sprawdźmy jak na przestrzeni ostatnich kilku/kilkunastu miesięcy zmieniała się oferta, co i jakie nowości firma komunikowała otwarcie do klientów. Dobrze wiedzieć, że dostawca, któremu zaufamy aktywnie rozwija i udoskonala swoje usługi. Dla nas to szansa, którą być może wykorzy-

stamy w przyszłości (np. na potrzeby rozwoju naszego serwisu).

Cena, cena, cena

Bardzo popularną praktyką wielu firm jest oferowanie, w pierwszym roku, bardzo niskich cen. I nie ma w tym absolutnie nic złego. Dostawcy wiedzą, że nadal wiele osób sceptycznie podchodzi do obecności w sieci i nie do końca przekonani są o powodzeniu takiego działania. Z tego powodu, aby zminimalizować ryzyko i zachęcić do zaistnienia w Internecie ceny w pierwszym roku są bardzo niskie.

To w końcu co i kogo wybrać?

Ile firm, tyle opinii. Wybór, zwłaszcza jeśli nie posiadamy wiedzy technicznej, nie będzie prosty. Podchodźmy jednak do decyzji zdroworozsądkowo – zapoznajmy się z ofertą, skontaktujmy się z infolinią, wreszcie – pytamy znajomych o firmę, którą sami mogliby polecić. I nie bójmy się zaistnieć w Internecie – to pierwszy krok do sukcesu i rozwoju naszego biznesu.

REKLAMA

smarthost.pl
polski webhosting

- SYSTEM ANTY-EXPLOITOWY** zabezpiecza przed ponad 4000 exploitów
- BEZPŁATNE CERTYFIKATY SSL** każda domena otrzymuje certyfikat SSL
- BEZPŁATNE PRZENIESIENIE** przenosimy do nas strony i pocztę bezpłatnie
- WIELE WERSJI PHP** wersje php do 7.1 ustawiane dla domen
- HOSTING NA DYSKACH SSD** wydajność przede wszystkim

kod rabatowy: GF24
obniżający ceny o 50% w pierwszym roku
ważny do 15.10.2017

www.smarthost.pl

LIDERZY HOSTINGU

Od redakcji

O tym, że wybór firmy hostingowej ma ogromne znaczenie, wie każdy, kto funkcjonuje ze swoją działalnością w przestrzeni internetowej. Dostawca usług musi być nie tylko technologicznie sprawny, nadążać za nowinkami, ale przede wszystkim powinien być otwarty na potrzeby klienta. Nie jest to kolejny frazes, hasło reklamowe, a rzeczywista potrzeba w tej branży. Braku umiejętności komunikowania się z klientem, braku wychodzenia

naprzeciw jego oczekiwaniom nie ukryje nawet najbardziej nowoczesny sprzęt. Na naszej liście znaleźli się ci przedstawiciele branży, którzy wiedzą o tym doskonale i swojego klienta stawiają na pierwszym miejscu. Dzięki temu sami mogą liczyć na obecność w zestawieniach podobnych do naszego. Mamy nadzieję, że nasza lista będzie dla Państwa wsparciem w wyborze najbardziej odpowiedniego dostawcy usług hostingowych.

AZ.PL

Celem i misją firmy jest zapewnienie klientom jak najszerzej oferty domen polskich, globalnych i narodowych z całego świata, w atrakcyj-

nych, niskich cenach. Oferuje szereg produktów dopełniających, włącznie z API dla partnerów, giełdą domen, kompleksowymi rozwiązaniami

hostingowymi, kreatorami stron WWW. Zapewnia innowacyjne i konkurencyjnie cenowo produkty, dostarczając przy tym najwyższą ja-

kość obsługi klienta Zespół firmy złożony jest z wysokiej klasy specjalistów i pracuje nieprzerwanie nad doskonaleniem oferty produktów.

BIZNES-HOST.PL

Dynamicznie rozwijająca się firma zajmująca się usługami hostingu i rejestracji domen. Serwerownia Biznes-host.pl znajduje się w Polsce w Poznaniu. Swoje usługi firma

opiera o sprawdzone rozwiązania renomowanych firm. W serwerowni firmy znajdują się 2 routery Cisco serii 9200, przełączniki Cisco 3508, 2950, ponad 90 serwerów de-

dykowanych, UPS firmy Halley oraz agregat prądowłóczy z SZR, automatycznie podejmujący prace w przypadku braku zasilania z sieci. Firma nieustannie ponosi nakłady

inwestycyjne na nowy sprzęt oraz rozwój własnej infrastruktury. Pozwala jej to na utrzymanie jednej z atrakcyjniejszych ofert na polskim rynku.

HEKKONET

Firma powstała w 2007 roku jako dostawca usług hostingowych. Na rynku tych usług działa obecnie wiele podmiotów lub osób prywatnych, które oferują

usługi hostingowe w bardzo niskich cenach, bez okresu testowego. Wiąże się to głównie z brakiem supportu i ciągłymi awariami, co powoduje, że klienci tych

firm są zawiedzeni i zmieniają usługodawcę co jakiś czas.

Głównym celem firmy jest uzupełnienie luki między istniejącymi platformami ho-

stingowymi i zapewnienie należytego poziomu usług, stabilności w działaniu oraz wsparcia technicznego.

HOME.PL

Firma istnieje od 1997 roku i jest największym dostawcą usług internetowych dla małych i średnich przedsiębiorstw w Europie Środkowo-Wschodniej. Specjalizuje

się w rejestracji domen internetowych, hostingu serwisów WWW, utrzymaniu kont poczty elektronicznej oraz udostępnianiu aplikacji biznesowych przez Internet. Do

grona użytkowników usług home.pl należą zarówno klienci indywidualni, mikro- i małe firmy, ale i międzynarodowe koncerny, instytucje finansowe oraz jed-

nostki administracji publicznej. Firma zatrudnia ponad 200 pracowników i jest jednym z największych pracodawców z branży IT w regionie.

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

15–21 września 2017 r.

KEI.PL

Firma od 17 lat dba o bezpieczny rozwój rodzimego biznesu online. Dzięki własnej serwerowni wyposażonej w 700 serwerów

jest w stanie zapewnić stabilne funkcjonowanie tysiącom stron. Klientom oferuje usługi hostingowe, platformy e-biznes

a także serwery dedykowane w wersji zarządzanej i root. Usługi firmy są również dostępne z szybkimi dyskami SSD. Dodat-

kowo oferuje rejestrację domen internetowych oraz certyfikaty SSL. Posiada również ofertę resellerską.

LINUX.PL

Firma powstała we wrześniu 2002 roku i od początku związana była z Wolnym Oprogramowaniem i portalem Linux.pl. Decydując

się na stworzenie działu hostingu, właściciele firmy postanowili nie kopiować typowych wzorców, lecz stworzyć własny model infra-

struktury serwerowej oparty na oprogramowaniu Open Source. Dlatego rdzeniem usług hostingowych firmy jest Linux jako system

i panel administracyjny ISPConfig3 – oprogramowanie rozwijane w Niemczech przy

MICHAU ENTERPRISES LIMITED

Firma prowadzi rejestr domen co.pl. Jest obecna na polskim rynku domen internetowych od pięciu lat. Prowadzi rejestrację domen internetowych

w serwisach AfterMarket.pl i Dropped.pl, i według danych statystycznych NASK jest obecnie czwartym co do wielkości rejestratorem domen

internetowych w Polsce. Firma jest powiązana kapitałowo z EuroDNS, wiodącym rejestratorem domen w Europie. Jej spółka zależna, CODNS

B.V., która jest odpowiedzialna za prowadzenie rejestru domen co.nl i co.no, została wyznaczona do promocji domen co.pl w Europie.

NAZWA.PL

Największa polska firma hostingowa i jedna z największych polskich firm branży IT. Od 1997 roku tworzy i dostarcza kom-

pleksowe usługi, oferując możliwość rejestracji domen, hosting stron www, pocztę elektroniczną, sklepy internetowe i cer-

tyfikaty SSL. W 2017 roku firma obchodzi jubileusz 20-lecia działalności. Od początku funkcjonowania nazwa.pl,

klienci zarejestrowali za jej pośrednictwem ponad 3 miliony domen.

OVH

OVH proponuje szeroki wybór usług IT dla firm i dla osób fizycznych. Hosting wirtualne centra danych, serwery dedykowane,

rozwiązania dotyczące przechowywania danych: usługi firmy korzystają ze stałych innowacji i są regularnie wzbogacane w nowe

funkcje. Infrastruktury Cloud, hosting dedykowany, domeny, e-commerce, przechowywanie i archiwizowanie danych, serwery

wirtualne: OVH dostarcza rozwiązania, których klient potrzebuje do rozwijania swoich projektów IT.

SMARTHOST.PL

Nowoczesny i zautomatyzowany system hostingowy opierający się na sprawdzonych rozwiązaniach w zakresie zarządzania usługami. Regularna opieka administratorów, szybkie dyski SSD w macierzach RAID i regularne

kopie bezpieczeństwa zapewniają bezawaryjne działanie każdej strony internetowej. Wszystkie konta hostingowe chroni unikalny system anty-exploitowy, który chroni większość popularnych skryptów php przed włamaniami.

Atuty: oprogramowanie anty-exploitowe skanujące kod witryn w locie, darmowe certyfikaty SSL dla wszystkich domen klienta, wiele wersji PHP aż do 7.1 ustawianych per domena, pełna separacja kont hostingowych

bezpłatne przeniesienie strony www i poczty, własna serwerownia, serwery w Polsce, szybkie dyski SSD, obsługa http/2, wygodny panel zarządzania cPanel po polsku, bezpłatny 14 dniowy okres testowy.

CYBERPRZESTĘPSTWA PRZECIWIW DOMENOM – GROŻNE CZY NIE?

Cybersquatting, typosquatting, phishing i... napad z bronią w rękę. Wskazujemy na najpopularniejsze taktyki przestępców działających przeciw domenom w 2017 roku.



Jakub Dwernicki
prezes Hekko.pl

Próby nielegalnego przejęcia domen internetowych to dziś chleb powszedni. Przykładów takich działań można mnożyć – to cybersquatting, typosquatting czy phishing. Czasem domenę można stracić przez własną nieuwagę, czasem w efekcie... napadu z bronią w rękę. Sprawdził, jak oszukują cyberprzestępcy w 2017 roku i co zrobić, gdy padniemy ich ofiarą?

Domanier czy cybersquatter?

Domanierzy to osoby zajmujące się kupowaniem, sprzedawaniem, parkowaniem i kolekcjonowaniem domen internetowych. Nierzadko i niesłusznie myleni są z cybersquatterami, których działanie polega na celowej rejestracji domen z nieużywanymi przez daną firmę rozszerzeniami, celem odsprzedaży ich po odpowiednio zawyżonych cenach. Cybersquatterzy działają w złej wierze, bazując na renomie firmy korzystającej z danej nazwy czy znaku towarowego. Co zatem zrobić, jeżeli padnie się ich ofiarą? Wszystko zależy od ustalonych priorytetów. Jeżeli rozszerzenie domeny nie jest zbyt popularne (to np. „.net.pl” czy „.co”), być może warto pogodzić się ze stratą. Drugą opcją jest podjęcie negocjacji z cybersquatterem i odkupienie domeny. Trzecim rozwiązaniem – skie-



rowanie sporu do sądu, np. Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji w Warszawie lub Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie. Jeżeli udowodni się, że osoba, która zajęła domenę naruszyła prawo ochronne na znak towarowy czy dobra osobiste powoda, działała w złej wierze lub dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji, można doprowadzić do wycofania takiej rejestracji. Jak ustrzec

się cybersquattingu? Najlepiej zastosować profilaktykę i wykupić wszystkie najpopularniejsze rozszerzenia dla danej domeny, zatem nie tylko „.pl”, ale również „.com.pl”, „.com” i „.eu”.

Typosquatting, czyli celowa literówka

W tym przypadku oszustwo polega na rejestracji domeny o nazwie bardzo podobnej lub niemal identycznej do nazwy danej firmy lub marki. Przykładem może być adres tvn23.pl czy urz-

dzamy.pl. Ten drugi można zakupić za niebagatela 72 tys. złotych. Dlaczego cyberprzestępcy stosują typosquatting? Ponieważ dzięki wykorzystaniu domeny o podobnie brzmiącej nazwie, mogą przechwytywać ruch internauty, kierując go na strony z reklamami lub własne portale (zwiększając w ten sposób liczbę odwiedzin i czerpiąc korzyści finansowe). Na szczęście sądy kładą coraz większy nacisk na kwestie związane z ochroną własności intelektualnych w internecie, traktując typosquatting jako korzystanie z cudzej marki i renomy dla uzyskania własnych korzyści. Jak ustrzec się typosquattingu? Trzeba zarejestrować wszystkie alternatywne nazwy z możliwymi do popełnienia literówkami. Dobrze na tę okoliczność zabezpieczył się serwis aukcyjny allegro.pl. Po wpisaniu w wyszukiwarkę adresu z literówką – allegro.pl, następuje słuszne przekierowanie na adres allegro.pl (choć allegro.pl kieruje już do typowego parkingu, czyli strony z reklamami).

Phishing, czyli uważaj na maile

Kolejną praktyką jest phishing, w którym cyberprzestępca podszywa się pod inną osobę czy firmę w celu wyłudzenia informacji lub nakłonienia do wykonania określonych działań. Ofiara najczęściej otrzymuje maila z adresu do złudzenia przypominającego adres właściwego dostawcy usług, z fakturą proforma do opłacenia lub zachętą do zalogowania się lub podania jednorazowego kodu SMS. Jeżeli wykona się tego rodzaju działanie -konsekwencje zazwyczaj są poważne. Jak uchronić się przed phishingiem? – Przede wszystkim należy dokładnie sprawdzać nadawcę maili, szczególnie jeżeli w załączniku znajdują się dokumenty obligujące do płatności lub generują konieczność kliknięcia w link. Dobrą ochroną jest też sprawdzanie certyfikatów SSL, szczególnie w dobie najnowszej aktualizacji Google Chrome, która oznacza jako niebezpieczną

Walka mniejszych firm hostingowych z większymi: fachowość i elastyczność

Sposób i kryteria wyboru konkretnego hostingu zmieniają się z roku na rok. W zakresie wyboru tej czy innej firmy można zauważyć dwa kierunki: istnieją firmy duże, znane, ale często ze słabą opinią wśród twórców stron internetowych. Firmy te mają klientów głównie dlatego, że są znane i są rozpoznawalne.



dr inż. Wojciech Babicz
prezes zarządu Smarthost.pl

Istnieje druga grupa firm – mniejszych, a co za tym idzie, mniej rozpoznawalnych w zakresie marki. I te firmy walczą o klientów dwoma głównymi czynnikami: fachowo-

ścią i elastycznością. Fachowością, bo w mniejszych firmach jest lepszy dobór pracowników obsługujących klientów – często nie są to klasyczni „konsultanci”, ale administratorzy. Jakość wsparcia takich osób w stosunku do przyuczonych konsultantów jest doceniana przez klientów, m.in. w formie pozytywnych opinii na forach branżowych.

Sprawnie implementować nowości

Elastyczność jest związana z szybszą implementacją nowości, z których chcą korzystać użytkownicy.

A rynek oprogramowania rozwija się niesamowicie dynamicznie. Podać dwa przykłady.

Wiele wersji PHP

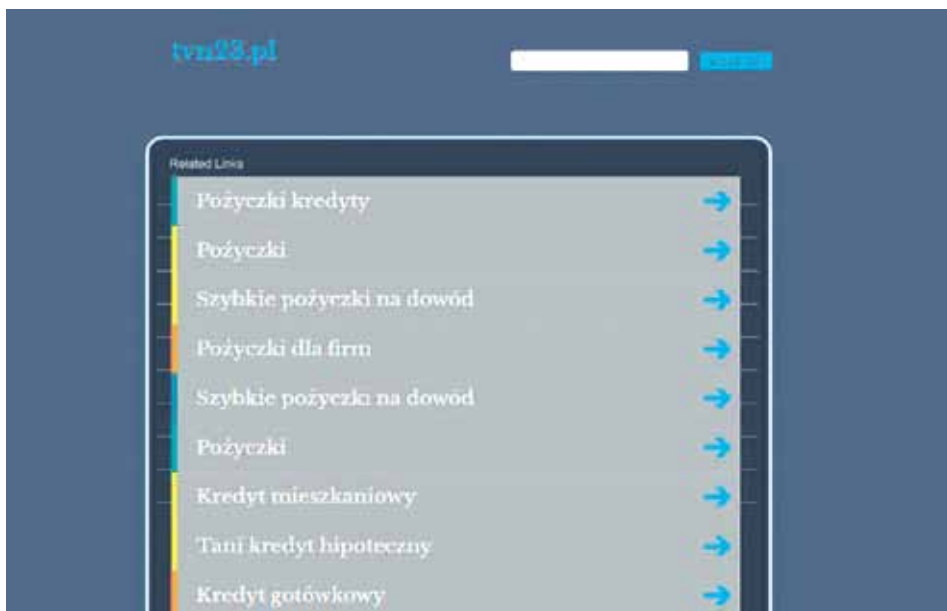
Jeszcze ok. dwa/trzy lata temu na serwerach hostingowych język PHP, w którym pisze się obecnie strony internetowe, był oferowany w jednej wersji, ustalonej dla całego serwera. Ponieważ pojawiały się nowe wersje tego języka, a te były niekompatybilne ze starymi, pojawiał się problem dla deweloperów, którzy nie mogli testować nowego oprogramowania. Część firm zaczęło stosować rozwiązania pozwalające na samodzielne ustalenie wersji PHP dla konta hostingowego. Bardzo szybko wymogi klientów poszły dalej i aktualnie duża część usługodawców oferuje ustawianie wersji PHP niezależnie dla każdej z domen in-

ternetowych. Oczywiście jedni zrobili to szybciej, inni wolniej. Część firm do dzisiaj nie oferuje nowoczesnej wersji PHP 7.1, choć w ostatnich dniach pojawiła się gotowa do wydania wersja 7.2.

Z certyfikatem SSL

Zmiany z wersjami PHP były znaczące głównie dla deweloperów, ale są też zmiany wprowadzane przez elastycznych hostingodawców, które są rozpoznawalne nawet dla mniej „technicznych” klientów. Taką zmianą jest np. wprowadzenie bezpłatnych certyfikatów SSL. Dotychczas certyfikaty SSL trzeba było kupować, zwykle w cenie ok. 100 zł rocznie dla jednej domeny. „Zielona kłódka” w adresie strony www nie dla wszystkich miała znaczenie. Ostatnio jednak pojawiają się oficjalne informacje z wyszukiwarki Google, że

strony z certyfikatami SSL będą traktowane „lepiej” w wynikach wyszukiwania. I to powoduje, że „zielona kłódka” nabrała większego znaczenia. Nie trzeba jednak koniecznie kupować certyfikatu SSL. Pojawiała się jakiś czas temu możliwość korzystania z bezpłatnych certyfikatów SSL – trzeba jednak wdrożyć taką możliwość w firmie hostingowej. Nasza firma, ale też co najmniej kilka innych firm, ma w tym momencie w standardzie generowane automatycznie certyfikaty SSL – już nie trzeba ich kupować – są bezpłatnie w ramach pakietu hostingowego. Porównując to z niektórymi firmami hostingowymi, w których nie dość, że certyfikat trzeba kupić, to jeszcze wymagają one, żeby konto hostingowe miało wykupiony dedykowany adres IP, jest to kompletna przepaść jakościowa.



każdą stronę wymagającą podania danych i nieposiadającą SSL. Jeśli jesteś operatorem strony, koniecznie pamiętaj o ochronie swojej domeny odpowiednim certyfikatem – tłumaczy dr inż. Artur Pajkert.

Pilnuj terminów

Pamiętajmy, że sam fakt rejestracji domeny nie oznacza, że stajemy się jej właścicielem. Formalnie otrzymuje się czasową możliwość jej użytkowania. Dlatego, jeżeli nie przedłuży się domeny w odpowiednim czasie, trafi ona na giełdę, skąd będzie mógł kupić ją każdy, zgodnie z zasadą: „kto pierwszy, ten lepszy”. Przykładem jest sytuacja, jaka spotkała Klub Parlamentarny „Prawo i Sprawiedliwość”. Klub nie przedłużył domeny kppis.pl, w wyniku czego obecnie pod tym adresem można znaleźć stronę Klubu Przyjaciół Pieczywa i Sera. Według wielu spektakularną gafą na rynku domen była też sytuacja z Tchibo z początku tego roku. Z niewiadomych powodów firma nie przedłużyła wartej kilkaset tysięcy złotych domeny kawa.pl. Przypomnijmy, że adres należał do Tchibo przez ponad 10 lat. Jak więc uchronić się przed taką sytuacją? To proste – wystarczy ustawić sobie przypomnienie o przedłużeniu domeny.

Podsumowując, jak zabezpieczyć domenę?

1. Zarejestruj domenę we wszystkich popularnych rozszerzeniach
2. Zarejestruj alternatywne nazwy domeny z możliwymi do wypełnienia literówkami
3. Zwracaj uwagę na maile z załącznikami, szczególnie fakturami do opłacenia
4. Pamiętaj o regularnym odnawianiu domen
5. Nie daj się domenowym naciągaczom, zgłaszając problem do odpowiedniego sądu

Na koniec dość ciekawy przykład z życia wzięty. Kilka tygodni temu 43-letni Sherman Hopkins z Iowa w Stanach Zjednoczonych dokonał próby przejęcia domeny, grożąc jej właścicielowi... bronią palną. W efekcie strzelaniny obaj mężczyźni zostali ranni. Niestety nie udało się ustalić, o jaki adres chodziło. Rynek domen rozwija się w sposób dynamiczny, a wraz z nim rośnie pomysłowość cyberprzestępców, szukających sposobów na łatwy i szybki zarobek. Obecnie najpopularniejszymi praktykami domenowych hakerów jest cybersquatting, typosquatting oraz phishing, choć domenę można stracić także na skutek własnych zaniedbań. Warto zabezpieczyć się na wszystkie te sytuacje, aby uniknąć bolesnych finansowo i wizerunkowo konsekwencji.

Za kilka lat chmura będzie tak powszechna jak Internet



Polskie firmy chcą chmury. W ostatnich 12 miesiącach nastąpił olbrzymi wzrost zainteresowania chmurą – wynika z danych Oracle. Niestety dane pokazują także, że pod względem adaptacji chmury, dystans pomiędzy Europą Środkowo-Wschodnią a Zachodnią jest znaczący i będzie się zwiększał. Jak wynika z danych IDC, w 2017 r. wydatki na chmurę prywatną i publiczną wyniosą 594 mln dolarów. W 2020 r. wzrosną do 876 mln dolarów. Dla porównania, wydatki na chmurę w Europie Zachodniej wzrosną w tym czasie z 6,19 mld dolarów do 9,11 mld dolarów. Do końca 2017 roku aż 80 proc. globalnych firm zainicjuje projekty w zakresie cyfrowej transformacji. To poważne wyzwanie dla polskich przedsiębiorstw.

Domena to nie wszystko

Zaznaczenie obecności nowej firmy w internecie nie jest prostym zadaniem. By przyciągnąć klientów, start-up nie tylko powinien wybrać odpowiednią domenę i zweryfikować jej wartość pod kątem biznesowym, lecz także powinien zadbać o odpowiednie certyfikaty bezpieczeństwa. Ważne jest również wykreowanie odpowiedniego wizerunku poprzez rozwijanie mediów społecznościowych.

– Tworząc start-up, możemy wybrać spośród 1200 końcówek domenowych, więc ważne jest, aby dobrać odpowiednią domenę. W Polsce najpopularniejszymi domenami są .pl i domeny globalne .com, .net, .org, natomiast coraz częściej młode firmy, start-upy, zwłaszcza te innowacyjne, technologiczne, wybierają spośród pozostałych, nowych końcówek domenowych – mówi Robert Paszkiewicz, dyrektor sprzedaży i marketingu z firmy OVH – Przykłady takich rozszerzeń to: .io, .xyz, .top, ale mogą być również bardziej branżowe .ecommerce, .shop, .travel, takich końcówek jest bardzo wiele. W konsekwencji możemy swobodnie wybierać między nimi.

Pierwszy krok

Wybór odpowiedniej domeny to zaledwie pierwszy z wielu kroków, który powinni wykonać założyciele start-upu, by zaznaczyć swoją obecność w internecie. Jak podkreśla ekspert, istotne jest również zweryfikowanie wartości domeny pod kątem biznesowym. – Drugi aspekt to kwestia dobrej weryfikacji naszego biznesu, co faktycznie chcemy robić i czy dana końcówka domenowa jest nam bardziej potrzebna czy mniej. Są firmy, które z definicji zabezpieczają się wieloma domenami, po to, by ustrzec się przed konkurencją, nie pozwolić, żeby ktoś pod daną nazwą uruchomił konkurencyjny dla nas biznes. W innych przypadkach może się okazać, że jest to na tyle lokalna inicjatywa, że nie ma potrzeby inwestowania w dodatkowe końcówki domenowe i wystarczy nam jeden lub dwa adresy – twierdzi Robert Paszkiewicz.

Grunt to bezpieczeństwo

Kolejnym ważnym elementem dotyczącym obecności w internecie są elementy

wyróżniające tworzoną stronę pod względem technologicznym. Jednym z nich są rozwiązania dotyczące bezpieczeństwa, które wspomagają zarówno bezpieczne przeglądanie zawartości stron, jak i np. bezproblemowe zakupy. – Powszechnym standardem jest wykorzystywanie certyfikatów SSL, natomiast nie każdy wie o takiej technologii jak DNSSEC. W chwili obecnej w Polsce tylko 1 proc. stron internetowych jest w ten sposób zabezpieczony, a klienci bardzo lubią wyróżniki, swego rodzaju potwierdzenia, że firmy prowadzące biznes działają w optymalny sposób. Jeżeli dołączymy do tego grona i zabezpieczymy naszą stronę na przykład tą technologią, to będziemy mieli szansę zyskać jeszcze większe zaufanie klientów – przekonuje Robert Paszkiewicz.

Ważne media społecznościowe

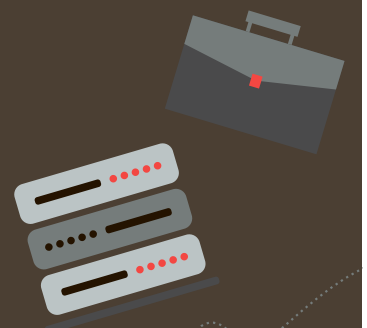
Ekspert zaznacza, że budowanie wizerunku w sieci nie powinno się ograniczać jedynie do rozwijania własnej witryny internetowej, ale do mediów społecznościowych, które powinny ją dopełniać, tworząc spójną całość. – Jeśli chodzi o dodatkowe usługi dla start-upów, to warto pamiętać o mediach społecznościowych. Oprócz strony założymy konto na Facebooku, profil naszej firmy, pamiętajmy o wideo, czyli na przykład kanale na YouTube. Są to ważne rzeczy, stanowią swoiste uzupełnienie strony internetowej, działają razem, możemy w jednym miejscu budować społeczność, w drugim tworzyć nasz content wideo, czyli na przykład materiały reklamowe i promocyjne, a strona internetowa jest spięciem tych wszystkich elementów, może służyć jako kanał transakcyjny, czyli miejsce, gdzie uruchomimy nasz sklep internetowy – podsumowuje Robert Paszkiewicz.

Ra/ma/Newseria Innowacje

REKLAMA

Rozwijaj swój biznes online w oparciu o niezawodne usługi hostingowe

- wsparcie techniczne 24/7
- własne Centrum Danych
- zaawansowane systemy bezpieczeństwa
- 17 lat doświadczenia
- zgodność z wytycznymi G100
- dedykowane rozwiązania



Kei.pl
Dedykowane Tobie

Skontaktuj się z nami: **handlowy@kei.pl** **12 349 22 00**