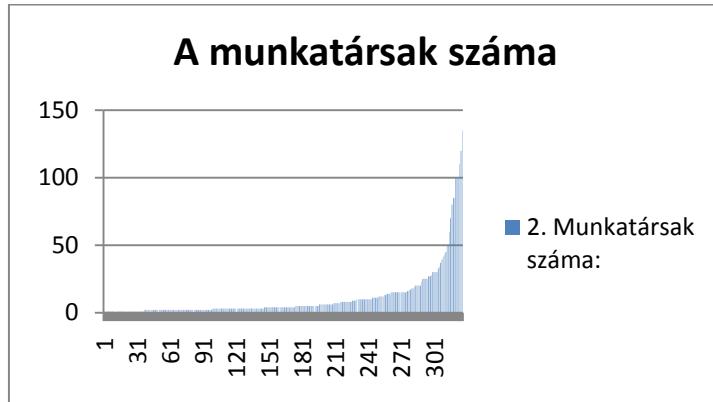


A magyar KKV-k és a web 2010-ben

2011. augusztus 5.

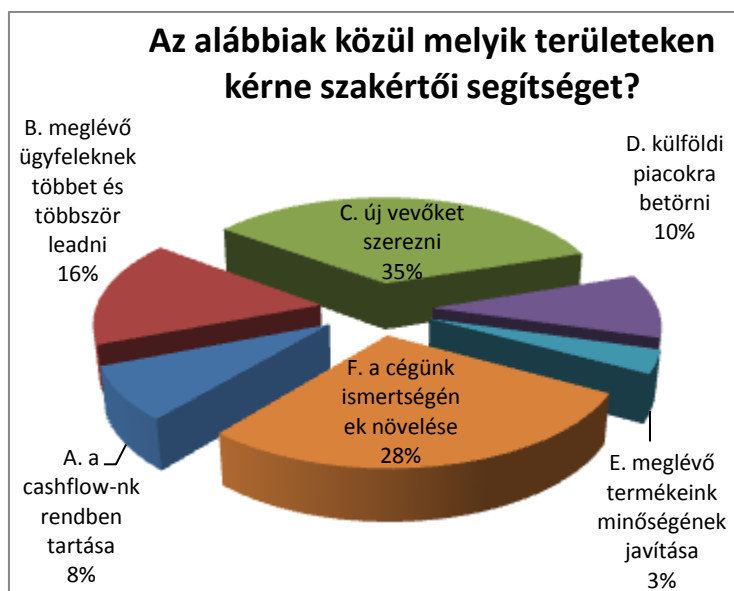
Kollár László (laszlok@microsoft.com) és Janata Krisztina (kriszta@marketingcommando.hu)

Az alábbi kérdőíves felmérést a [Marketing Commando](#) által KKV-k számára szervezett [Online Marketing Expo 2010](#)-en (2010. október 15.) készítettük. A kérdőívet a közel 1500 résztvevő közül 337 fő töltötte ki. A felmérés eredményeit a KKV-k webes jelenlétének továbbfejlesztésére kívánjuk felhasználni, azt bárki ingyen továbbadhatja ill. saját céljaira felhasználhatja.



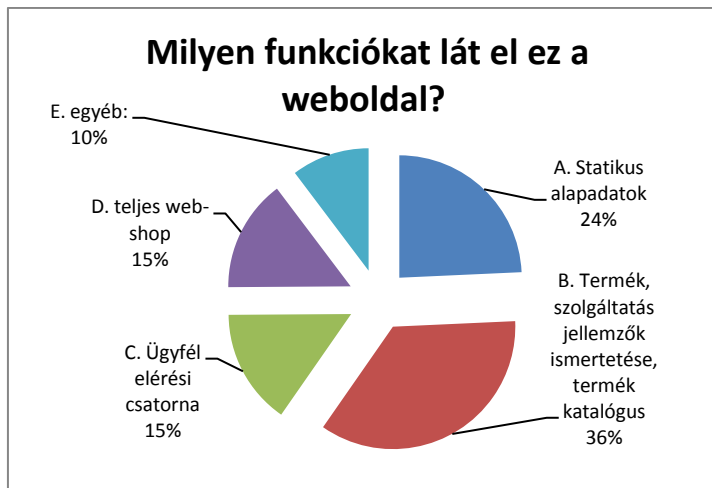
A kérdőívet kitöltő cégek profilja teljesen vegyes, általában kereskedelmi ill. szolgáltatási tevékenységeket adtak meg profilként. Az átlagos létszám 19 fő volt, közel 200 cég tartozott a 2-5 fős kategóriába. *Az eloszlási ábrából néhány eltévedt adatot (500+ fős cégek) kivettünk.*

A választ adó 337 fő kb. 320 céget képviselt. A válaszadók 89%-a rendelkezett a konferencia idején webes jelenléttel, 5 cég jelezte, hogy már készül a weboldaluk. Mivel a kérdések között nem szerepelt a cég központjának helye - és szinte kivétel nélkül mindenki csak mobil számot adott meg - így nem tudjuk, hogy a székhely és a webes jelenlét között milyen koreláció van.



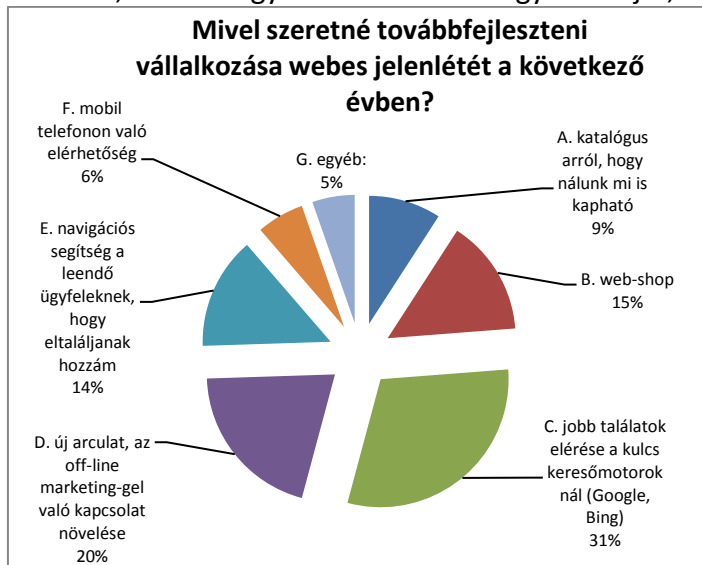
Ennek a felmérésnek nem volt célja a KKV-k üzleti motivációjának vizsgálata, minden kérdés a webes jelenlét fejlesztése körül forgott. Ennek ellenére nem hagyható szó nélkül a visszajelzés, miszerint a KKV-k alig 3%-a kérne segítséget a termék/szolgáltatás minőségének fejlesztésére, majd egyharmaduk a cég ismertségét szeretné külsős segítséggel növelni, több mint egyharmaduk pedig egyszerűen csak új vevőket akar szerezni. Ezzel szemben csak 10%-uk gondolkodik külföldi terjeszkedésben.

A fenti két megállapításból adódik, hogy mindenki a belföldi piacra gyúr, ami részben magyarázható a cégek átlagos méretével és profiljával, ugyanakkor a hazai KKV szektor egyik alap problémáját is jelzi (a megnevezett site-ok zöme csak magyarul elérhető...).

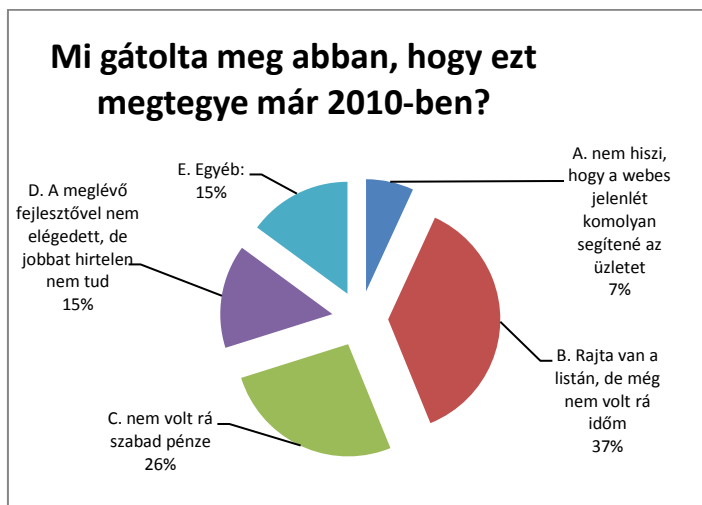


A válaszadók 89%-ának cége rendelkezett webes jelenléttel. A probléma inkább az, hogy a teljes minta egy negyede csak statikus alapadatokat közöl magáról, ami több szempontból is kevés. A SEO hiányában nem találják meg az adott céget, de ha mégis, akkor sem jutnak el a vásárlási döntésig az adott weboldal alapján, azaz effektív haszna alig van a webes jelenlétnek. Így aztán a kisvállalat nem is költ rá.

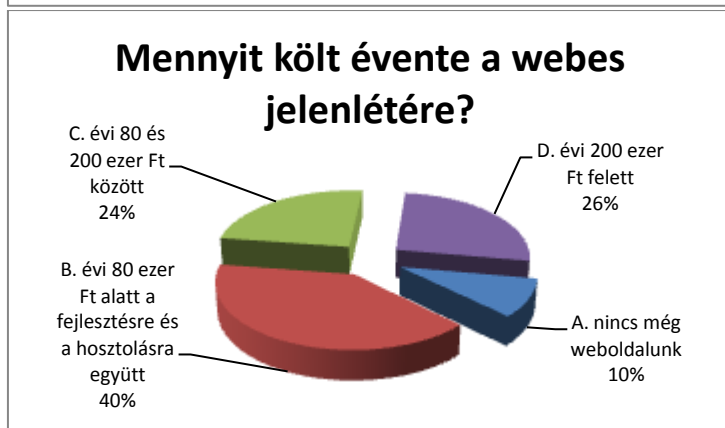
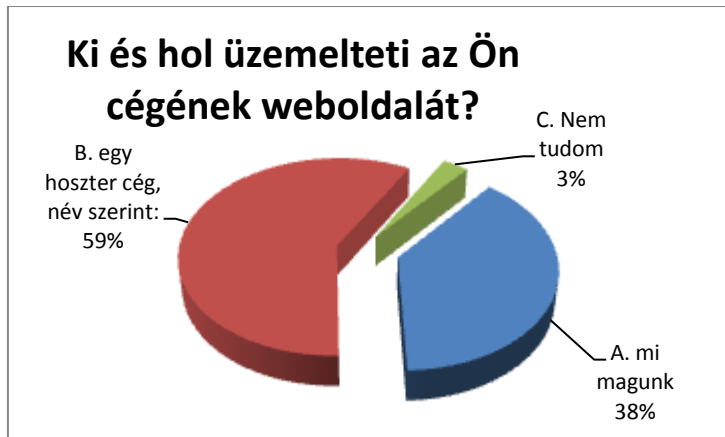
A webet, mint az ügyfelek elérésének egyik módját, csak a cégek 15%-a alkalmazza jelenleg.



Az legjellemzőbb igény a keresőmotorokon elért jobb helyezés, ami azt mutatja, hogy a KKV-k érzik, hogy a mostani webes jelenlétük nem igazán segíti az üzletüket. (A „navigációs segítség, hogy eltaláljanak hozzám” ennek az igénynek egy másik megfogalmazása.) Az új arculat, off-line marketing tevékenységgel való integráció iránti igény azt jelzi, hogy várhatóan a mostani weboldalak zömét a KKV-k a válság elültével le fogják cserélni, éppen a jelenlegi oldalak eredménytelensége okán. Adódik a kérdés, ha egy KKV tudja, hogy a jelenlegi webes jelenléte nem elég jó, miért nem lép. A válasz nem (csak) a pénzhiány, inkább az idő hiánya. A tompa fejszével dolgozó favágónak nincs ideje megélezni a fejszéjét. A nem cselekvésnek csak kis részben oka a jelenlegi fejlesztő lecserélésének problémája, ami implicit módon azt jelzi, hogy a KKV-k tisztában vannak azzal, hogy a hiba náluk keresendő.



A „ki fejleszteti az Önök oldalát” kérdésre nem kaptunk értékelhető választ, ui. a weboldallal rendelkező cégek 69%-a a „mi magunk” választ adta, közel 40%-uk megnevezte a fejlesztő partnert, ugyanakkor 24%-uk fejlesztője még mindig a „rokon-barát”. A korábbi kérdéseknél nem volt elvárás az, hogy a teljes torta kiadódjon, azaz 100%-ot adjanak ki a válaszok, hiszen pl. egy weboldalnak több funkciója is lehetett, itt viszont valószínűtlen, hogy többen is dolgoznának egy kis cég weboldalain.



A „ki és hol üzemelteti az Ön cégének weboldalát” kérdésre adott válaszok azért meglepőek, mert kicsi cégekről lévén szó, nem valószínű, hogy saját web üzemeltetővel rendelkezzenek (ezt egyébként a pénzügyi adatok is kizárják.). A valószínűbb scenárió az, hogy a „mi magunk” a webfejlesztő által nyújtott kollokációt takar. Érdemes megemlíteni, hogy a Netcraft¹ vonatkozó adatai szerint Magyarországon kb. 150* db, 100+ hosztnevet kezelő cég van, azaz a hoszting piac is erősen töredezett.

A 337 cég által alkotott webfejlesztői és hoszting piac méretére adott becslés meglepően kis számot eredményezett. Ha minden válaszkategóriában a maximumot választjuk éves költségnek, és a 200 ezer Ft feletti résznél annak háromszorosát tippeljük, még akkor is csak összesen kb. 80 millió Ft-nál, azaz 450 ezer USD-nél tartunk.

Éves ktg per cég	Éves teljes ktg
- Ft	- Ft
80 000 Ft	10 880 000 Ft
200 000 Ft	16 400 000 Ft
600 000 Ft	53 400 000 Ft
	80 680 000 Ft

A kérdőív webes vonatkozású részének végén a „Mit tett a weboldalával az Ön szakterületén tevékenykedő legsikeresebb versenytársa?” kérdés állt. A válaszokból látszik, hogy a KKV-k tudják, hogy mit kéne tenniük a weboldalaikkal ahhoz, hogy a versenyképességüket növeljék, elsősorban naprakészen kéne tartani, mérni, hogy mennyi látogatójuk van és azok honnan jönnek és hol időznek el, valamint a Voldemort.com-on (aka. tudod ki) az első találati oldalon kellene megjelenniük.

¹ A Netcraft adatelemzésében egy hostname akkor kerül a Hosted kategóriába, ha legalább 10 másik site-tal azonos a szerver „aláírása” egyazon C osztályú IP cím tartományon belül. (szerver aláírás: a web szerver önmagáról elmondott verzió információi a server banner-ben) Innen adódik, hogy a nagyobb egyetemek és a webet a kormányzati gerincen elérő szerverek (vagy a nagy forgalmú média site-ok) is a „hosted” kategóriába esnek.

15. Mit tett a weboldalával az Ön szakterületén tevékenykedő legsikeresebb versenytársa?	
A. Nem tudom	12%
B. Rendszeresen mérik, hogy kik és mennyien látogatják az oldalt	21%
C. Az ajánlataikat rendszeresen frissítik	29%
D. Állandóan bővítik, már van webáruházuk és webes ügyfélszolgálatuk is.	18%
E. A Google az első oldalon hozza őket a szakterületünk kulcsszavaira	25%
F. AdWords hirdetést vett a szakterületünk kulcsszavaira	10%
G. Semmit, ugyanolyan béna, mint a mienk	12%

Összegzés és javaslatok

A felmérés a magyar társas vállalkozások kb. egy ezrelékétől kapott válaszokra alapul, abból is a kisebbekre, ugyanakkor az anekdotikus mintavételezésnél jóval több.

- A magyar KKV-k zömének webes jelenléte nem éri el a célt, ti. jelenlegi formájában nem lesz versenyképesebb tőle a cég (a külföldi piacok elérését zömében meg sem kísérik.). Az ok-okozati kapcsolat mind a két irányban fennáll, ti. ha nem lesz több pénze, miért tenne bele többet a vállalkozó, ha viszont nem csinálja jól (ár minimalizál és nem érték optimalizál), akkor nem meglepő, hogy nem is fog működni.
- A KKV-k jelentős hányada tudja, hogy milyen lépéseket kéne tennie, de - elsősorban idő és erőforrás hiány miatt – nem lépi meg ezeket. (persze, hogy ha mindenki elvégezné a webes házfeladatot, akkor a verseny egy magasabb szintre tevődne át.)
- A KKV-k által a webre, mint marketing eszközre költött pénz minimális, ami kihat a webes ökoszisztéma kiszolgáló oldalára is. (Kis pénz, kis foci.) Az értéklánc egyes elemei nem válnak szét funkcionális szintenként és a felsőbb rétegek (amitől az egész működne), hiányoznak.
- A hoszting szolgáltatás jelentős részben viszonteladott kollektívot takar, a pár igazán nagy hazai hoszter géptermeiben hosszú sorokban álltak a Dexion Salgó polcokon a PC múzeumból szökött gépek (a minimális terhelésre valóban elég..).
- A hazai domain név kiadás még mindig hetekig tart, szemben pl. a GoDaddy-n való .com-os domain név megvásárlásának 5 perces időszükségletével. Ebből adódóan a .hu domain-ek mellett megjelentek a .eu és .com-os nevek. Milyen szép is lenne pl. a mennyapu.hu-n ugyanezt megkapni...
- A piac szereplői bizalmatlanok egymással, esetenként irreális követelményeket támasztva mind a két fél részéről. Terhelési elvárások, rendelkezésre állás, terméktámogatás, dokumentáció, oktatás, garancia, ezek gyakran ismeretlen fogalmak a webes jelenlét kapcsán, mint ahogy esetenként a számla is az.
- Az értéklánc felső szintjei (online marketing tervezés, üzleti folyamatokba való integrálás) fejletlenek, a webes jelenlét nem integráns része a KKV teljes marketingjének, inkább csak egy kipipálandó penzum.
- A kiszolgáló oldal szintén fregmentált, a teljes web fejlesztői/SEO/designer/karbantartás/hoszting piac össz mérete 66 Mrd Ft körül van évente (a becslést lásd a mellékletben), amin kb. 3000 (!) mini vállalkozás osztozik. Ebből adódóan az átlagos éves árbevétel 22 M Ft körül van, ami kb. 3-4 fős átlagos cégméretnek felel meg.
- A szolgáltatói oldal „hozzuk ki a maximumot az adott ügyfélből” szemlélete a vertikális modell felé tolja a webügynökségeket, akik nem csak webet fejlesztenek, hanem üzemeltetnek, sőt hosztolnak is, nem egy esetben saját maguk által épített hardveren. A gond a vertikális integráció és az átlagos cégméret közötti ütközés, ti. egy 3 fős cég nem tud specializálódni, azaz mindenhez ért egy kicsit, de egyik feladathoz sem ért igazán.
- Ennek egy folyományaként a marketinghez, a kereső optimalizáláshoz vagy a felhasználói élmény javításához értő emberek általában hiányoznak, hiszen a mély technikai ismeretek (pl. névfeloldási problémák kezelése) és az ügyfélviselkedésre optimalizálás ritkán vannak meg egy személyben. Végeremény: az elkészült website-ok nem érik el a várt hatást.

A javasolt lépések:

- **A KKV-k üzleti döntéshozóinak képbe helyezése** az on-line marketing alapjairól. Mivel a KKV-k döntéshozói formális képzésekre kevéssé tudnak időt szakítani, így a működő oktatási forma kis adagokban csöpögtetett információ, sok KKV-s példával megtűzdelve. Ebben a média szerepe igen nagy, de egyelőre a tematikus, sorozatban leközlött oktatás sehol nem elérhető magyarul (potenciális off-line hordozók pl. a HVG, Népszabadság hétvégi melléklete, Haszon Magazin lehetnének, interktív – az előfizetőknek a szakértő válaszol – kiegészítésekkel bíró on-line változattal). (A kérdőív más hiányosságokat is feltárt pl. a belső kommunikáció és csoportmunka körében, ezek közül csak szemezgettünk a mellékletben.)

A javasolt témakörök az alábbiak lennének:

1. Marketing 101 – márka, ügyfélszegmentálás, marketing mix, ügyfélszerzés és megtartás költsége
 2. A weboldal, mint a cég marketingjének szerves része (pl. nem egyszeri költség, hanem folyamatos)
 3. A mérésről – ki és honnan jött hozzánk, mennyi időt töltött nálunk, mely látogatásokból lett üzlet
 4. A keresőoptimalizálásról – hogyan találjanak el hozzánk minél többen
 5. A website vásárlás, mint projekt – a főbb mérföldkövek, a szerződés alap kellékei és feltételei, minősített szállítók a piacon (pl. Év honlapja pályázatot utóbbi években nyert cégek listája)
 6. A website karbantartása – a tartalom frissen tartása és ennek kapcsolata más marketing eszközökkel (DM, after sales tracking, cross selling)
 7. A website <> web alkalmazás – az online fizetés, az online ügyfélkezelés és ügylet nyomonkövetés, az ügyfélelégedettség mérése
 8. A meglévő piacokon túl – az egész országba és külföldre is szállítunk
 9. A PC-s kliensen túl – a mobil eszközökre való optimalizálás
- **Egy webfejlesztői piactér létrehozása**, ahol a webes értéklánc elemei koncentráltan lelhetők fel a vevők számára, kiegészítve egy objektív szempontok alapján történő szolgáltató minősítéssel és a website vásárlási workflow támogatással. Erre a célra már vannak nemzetközi (elance.com) és hazai próbálkozások, mint például az epiac.hu (minden féle szolgáltatás, köztük webfejlesztés), vagy a webmelo.hu (Joomla fejlesztők), de webfejlesztő és hoszter cég minősítési rendszer ill. ügyfél visszajelzéseket is tartalmazó megoldás még nincs.

A webfejlesztő cégek minősítésének javasolt elemei az alábbiak lennének:

1. A fejlesztő cég szerződéstervezete, a főbb projekt mérföldkövek, az ügyfél oldali részvétel rögzítése, fizetési feltételek, a domain név tulajdonjoga, a site tartalom ügyfél oldali módosíthatósága, támogatott működési környezetek rögzítése, a funkcionális tartalom változáskezelésének rögzítése, a hoszterfüggetlenség biztosítása, a szerzői jogok kezelése
2. A webfejlesztő által vállalt garanciák (a dokumentált forráskód átadása, helpdesk rendelkezésre állása, a verziókövetés óradíja)
3. A hoszter által vállalt garanciák (SLA a rendelkezésreállásra valamint a hazai és nemzetközi sávszélességre, földrajzi redundancia)
4. A cég által a weboldalhoz adott szolgáltatások (keresőoptimalizálás, domain név regisztráció, hoszterek közötti váltás ügyintézés, távfelügyelet, csatolás közösségi site-ok címtáraihoz)
5. Az ügyfelek (csak azonosítható cégek ill. magánszemélyek) visszajelzései (ala ebay)
6. A cég pályázatokon elért eredményei (pl. Év honlapja, MATISZ efesztivál, MATISZ Felhasználóbarát Honlap)

Befejezésként álljon itt egy ellenpélda, egy három fős cég. Az [Axo Saniter Kft.](#) tudatosan gyúrt a webre, messze túl van a statikus bemutatkozó oldal állapoton, tisztában van naprakész tartalom és a keresőmotorokon való jól szereplés fontosságával, a webre irányítja minden marketingre költött pénzét. Ennek eredményeként - hozzátéve a gyors és korrekt ügyfélkezelést valamint a versenyképes árakat – sikeresen versenyez a nála nagyságrendileg tőkeerősebb nagyokkal. A web segít az élre kerülésben, csak érteni kell hozzá. Tanítsuk meg a KKV-kat erre!

A. Melléklet – a hazai vállalati szektor webes jelenlétre fordított teljes költségének becslése

társas vállalkozások száma	1-4 fős	5-9 fős	10-19 fős	20-49 fős	50-249 fős	250 fő felett
jogi személyiség nélküli	141 414	7 051	2 216	539	108	17
jogi személyiségű	160 752	26 014	15 158	9 253	5 013	937
Webes jelenlét aránya	1-4 fős	5-9 fős	10-19 fős	20-49 fős	50-249 fős	250 fő felett
		87%	91%	88%	93%	100%
jogi személyiség nélküli	122 444	6 421	1 955	502	108	17
jogi személyiségű	139 188	23 691	13 375	8 615	5 013	937
A vállalkozások által évente a webes jelenlétre költött pénz (weboldal létrehozás, karbantartás és hoszting)						
Átlagos éves költés	1-4 fős	5-9 fős	10-19 fős	20-49 fős	50-249 fős	250 fő felett
jogi személyiség nélküli	80 000 Ft	150 000 Ft	200 000 Ft	500 000 Ft	2 000 000 Ft	7 000 000 Ft
jogi személyiségű	80 000 Ft	150 000 Ft	500 000 Ft	1 000 000 Ft	3 000 000 Ft	10 000 000 Ft
Teljes költés	1-4 fős	5-9 fős	10-19 fős	20-49 fős	50-249 fős	250 fő felett
jogi személyiség nélküli	9 796 000 000 Ft	963 000 000 Ft	391 000 000 Ft	251 000 000 Ft	216 000 000 Ft	119 000 000 Ft
jogi személyiségű	11 135 000 000 Ft	3 554 000 000 Ft	6 687 000 000 Ft	8 615 000 000 Ft	15 039 000 000 Ft	9 370 000 000 Ft
Összesen	20 931 000 000 Ft	4 517 000 000 Ft	7 078 000 000 Ft	8 866 000 000 Ft	15 255 000 000 Ft	9 489 000 000 Ft
A KKV-k által webes jelenlétre (website készítés, karbantartás és hoszting) évente költött teljes költség						66 136 000 000 Ft

A vállalkozások számára vonatkozó adatok 2008 év végiek és a <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/index.jsp> oldalról vettük őket.

B. Melléklet – példák webes piacterekre és rangsorolásokra

<http://www.topseos.com/rankings-of-best-seo-companies>

SERVICES			
• Search Engine Optimization	• Pay Per Click Management	• Integrated Search (SEO & PPC)	• Link Building
• Enterprise SEO	• Reputation Management	• Conversion Enhancement (CRO)	• Social Media Marketing
• Pay For Performance SEO	• Mobile Marketing	• Virtual Spokesperson	• Affiliate Marketing
• Landing Page Optimization	• Training Programs	• Local Search	• Press Release Distribution
• Advertising Networks	• Video SEO	• Ecommerce SEO	• In-Text Advertising Networks
• Web Design	• Affiliate Networks	• Multilingual SEO	• Site Audit
• Web Development	• Content Distribution	• Video Production	• Content Creation

<http://www.awwwards.com/> (ex. CSSAwards)

AWWWARDS The awards for design, creativity and innovation on the Internet, which recognize and promote the best web designers in the world. Read more

WEBSITE AWARDS · JULY 2011 · EVALUATION SYSTEM · ABOUT US · BLOG · THE SSSHOP · [Submit your site](#) · Follow us

7th JURY EVALUATION Meet the jury of 2011.

- 7.6 MARK HIRST to <http://thelastframe.com>
- 7.5 GÖKÜL DREYVIT to www.dreyvit.com
- 8.0 CARL ROSEKILLY to <http://www.rosekilly.co.uk>
- 6.0 PABLO LAVATE to pablolavate.com
- 6.0 MIKE LANE to mikelane.net
- 6.0 FELIPE MEDEIROS to www.felipe.com
- 7.0 GOPAL RAJU to <http://gopalraju.com>
- 7.0 OSCAR PEREZ to <http://www.oscarperez.net>

Property Studio - Award Version by Property Studio

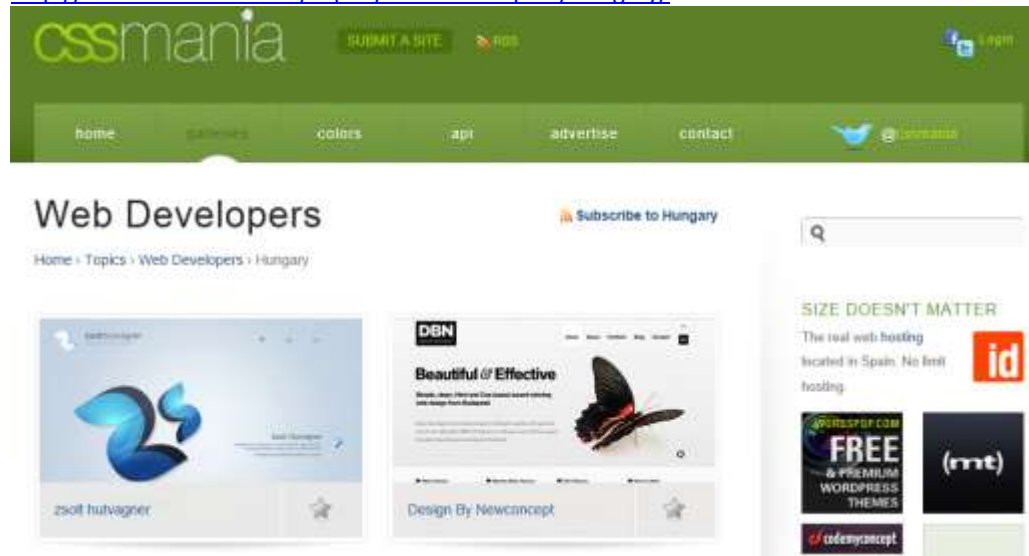
Legend: ■ Total ■ Design ■ Creativity ■ Usability ■ Content

[*] Learn more about the evaluation system.

http://www.top11hosting.com/vps_hosting_plans.html

RANK	COMPANY	PRICE	EXCLUSIVE OFFER	SETUP FEE	MEMORY	SPACE	TRAFFIC	LOCATION	PLATFORM	PANEL	VISIT
1		\$11.17	50% OFF only through Top11Hosting click for details	FREE	400 MB	40 GB	UNLIMITED	USA, Texas	Lin Win	*PLESK	READ REVIEW VISIT HOST
2		\$19.99	---	FREE	512 MB	50 GB	Unmetered	USA, New Jersey	Lin		VISIT HOST
3		\$27.95	---	FREE	512 MB	25 GB	500 GB	USA, Georgia	Lin	Webmin	READ REVIEW VISIT HOST
4		\$29.00	---	FREE	512 MB	20 GB	1000 GB	USA, Kansas City	Lin Win	*PLESK SE Panel 1&1 Control Panel	READ REVIEW VISIT HOST
5		\$29.95	---	FREE	384 MB	10 GB	500 GB	USA, Kentucky	Lin Win	*PLESK 	READ REVIEW VISIT HOST
6		\$39.96	---	FREE	256 MB	20 GB	500 GB	USA, Massachusetts	Lin	*PLESK	VISIT HOST
7		\$44.95	---	Free	512 MB	20 GB	1000 GB	USA, California, Nevada	Lin Win	*PLESK	READ REVIEW VISIT HOST
8		\$39.95	---	FREE	256 MB	40 GB	500 GB	USA, California, Washington DC	Lin		READ REVIEW VISIT HOST
9		\$49.95	---	FREE	512 MB	20 GB	1000 GB	USA, Texas, NC	Win	*PLESK	READ REVIEW VISIT HOST

<http://www.cssmania.com/topics/web-developers/hungary/>



<http://www.software-pointers.com/en.html>



<http://www.1und1.info/xml/order/CloudDynamicServer>

C. Melléklet – a KKV-k mail ellátottsága (napárkezelés/csoportmunka)

Values	Column						Grand Total
	1-4 fős	5-9 fős	10-19 fős	20-49 fős	50-249 fős	250 fő felett	
Count of A. Mindenkinek van saját céges mail címe.	76	25	30	13	10	4	158
Count of B. Fontosabb embereknek van céges mail címe, amit az internet szolgáltatóunktól kaptunk	34	18	13	15	5	1	86
Count of C. Egyetlen céges mail címünk van:	33	13	9	1	2		58
Count of D. A saját (gmail-es vagy hotmail-es, egyéb) címet használom a céges levelezéshez is	54	12	7	1	1		75