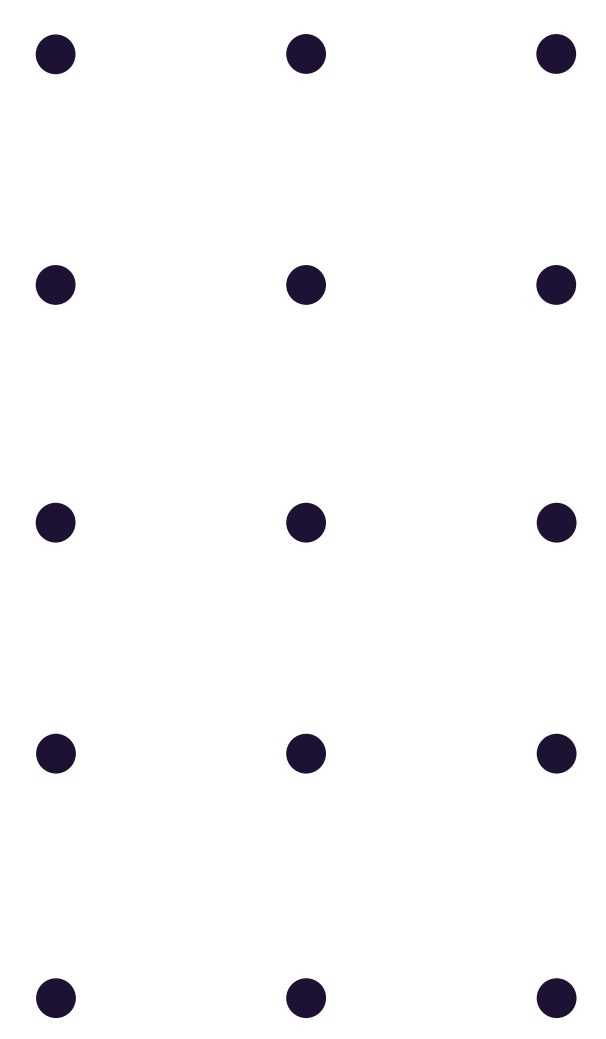
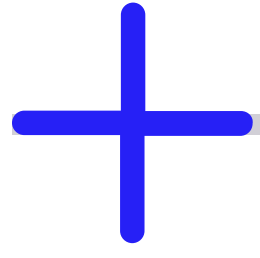


# Analiza rynku twórców stron na WordPressie



Największe w Polsce badanie rynku **twórców** oraz **klientów** stron na **WordPressie**

# Partnerzy raportu



pani od  
**KLIKANIA**

INTEGRACJA BIZNESU

 **BARTADO**  
Barbara Tatar

**DARKSITE**

**Flobo.**

 **WP Desk**

**R88**  
TWÓJ PARTNER W MARKETINGU

**C**

**24**  
STRONA W 24 . PL  
**24**

 **ROZWOJOWI**  
COM

 **Ela Wolińska**  
Akademia Zdalna

 **CORGI**  
Powered by korg.software

**M**

 **SYLWIA**  
TEMPLIN  
BEZPIECZNI W BIZNESIE

 **GoNet**

 **SP MEDIA**



 **globalmedia**

**SiMEDIA**

**THE**  
**NEW**  
**LOOK**

 **SEMSTORM**

**semcore**

 **Proadax.**

**13DESIGN**

 **jestem**  
interaktywna.

 **useme**

 **Fanka**  
Kodowania

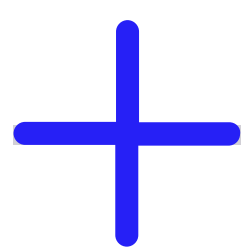
**BRAVE** ———  
NEW

 **Creativa**

we**b**est



# Spis treści



5

Cel raportu

6

Zakres badania

7

Metodologia badań

8

O WordPressie

## Twórcy stron internetowych

### Moduł I - Profil wykonawców

12

Jaki rodzaj działalności prowadzisz?

13

Jakie masz doświadczenie?

14

Jakie usługi świadczysz?

17

Dlaczego tworzysz strony na WordPressie?

20

Jak duża jest Twoja firma?

21

Jakie usługi podzlecasz innym?

### Moduł II - Finanse i usługi

23

W jakim budżecie najczęściej realizujesz strony WWW?

24

W jakim budżecie chciałbyś realizować strony WWW?

28

Dlaczego nie realizujesz stron z większym budżetem?

29

Czy korzystasz z innych źródeł zarobku przy tworzeniu stron?

34

Jak hostujesz strony klientów?

38

Czy podpisujesz umowy z klientami?

40

W jaki sposób wyceniasz swoje usługi?

41

Poprawki po oddaniu strony

### Moduł III - Wyzwania i perspektywy

43

Problemy z płatnościami za wykonanie usługi

44

Jakie są największe wyzwania w trakcie współpracy z klientami?

45

Idealna współpraca z klientem

### Moduł IV - Marketing i klienci

51

Marketing w Twojej firmie

52

Gdzie pozyskujesz klientów?

54

Co wyróżnia Cię na tle konkurencji?

56

Działania po zakończeniu zlecenia

### Moduł V - Przyszłość i innowacje

61

Czy planujesz wdrożenie narzędzi AI w swojej firmie?

62

W jakich obszarach wykorzystujesz narzędzia AI?

64

Czy zawód web developera jest zagrożony przez AI?

65

Czy planujesz rozszerzyć swoją ofertę o płatne szkolenia i kursy?

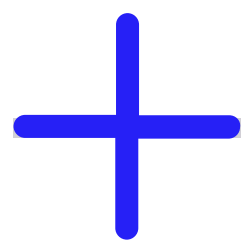
67

Jak planujesz rozwijać się zawodowo w okresie najbliższego roku?

69

Co najbardziej przyczyniło się do Twojego rozwoju?

# Spis treści



## Zlecający strony internetowe

### Moduł I - Podstawowe informacje

- 74 Czy posiadasz stronę internetową?
- 75 Jaką usługę zleciłeś/aś lub planujesz zlecić?
- 76 Czy to było Twoje pierwsze zlecenie?
- 77 Jaki cel realizuje lub ma realizować Twoja strona?

### Moduł II - Wybór wykonawcy

- 81 Kto tworzył lub komu planujesz zlecić stworzenie strony?
- 82 Gdzie znalazłeś/aś lub planujesz szukać wykonawcę strony?
- 84 Jakie czynniki były lub będą dla Ciebie ważne przy wyborze wykonawcy?

### Moduł III - Budżet i koszty

- 89 Ile kosztowała strona lub ile planujesz wydać na jej stworzenie?
- 90 Czy wykonana strona była warta swojej ceny?
- 90 Ile środków przeznaczyłbyś na ponowne zlecenie strony?
- 91 Co przekonałoby Cię do zwiększenia budżetu na stronę?
- 91 Jak chciałbyś zapłacić za wykonaną stronę?

### Moduł IV - Umowa i warunki współpracy

- 98 Czy przed rozpoczęciem współpracy podpisałeś/aś umowę?
- 98 Czy podpisanie umowy jest dla Ciebie niezbędne?
- 99 Czy wyobrażasz sobie w przyszłości współpracę bez umowy?

### Moduł V - Wycena, materiały i poprawki

- 104 Jak dokonano wyceny strony?
- 104 Czy strona wymagała poprawek po odbiorze?
- 105 Czy wykonawca powinien oferować poprawki i czy powinny być płatne?
- 106 Czy oczekiwałeś/aś lub aktualnie oczekujesz od twórcy, że zadba o materiały na stronę?

### Moduł VI - Dodatkowe usługi i szkolenia

- 111 Jakie dodatkowe usługi zostały Ci zaoferowane lub jakich oczekujesz?
- 112 Jakich usług zabrakło w ofercie Twojego web developera?
- 113 Czy zaproponowano Ci usługi w modelu abonamentowym?
- 113 Czy potrafisz samodzielnie obsługiwać stronę?
- 114 Czy otrzymałeś ofertę opieki nad stroną lub oczekujesz takiej oferty?
- 115 Czy po oddaniu strony miałeś szkolenie z obsługi strony lub oczekujesz takiego szkolenia?

### Moduł VII - Hosting i oprogramowanie

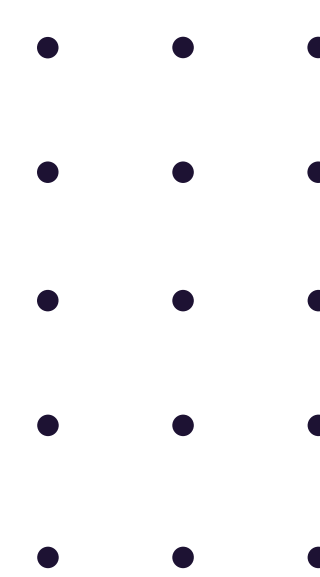
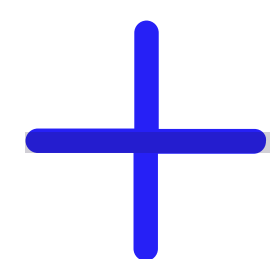
- 119 W jaki sposób hostowana jest strona lub jak planujesz zakupić domenę i hosting?
- 120 Dlaczego wybrałeś WordPress'a lub zamierzasz go wybrać?

### Moduł VIII - Doświadczenia i przyszłe plany

- 124 Wyzwania przy współpracy z web developerem
- 125 Zmiany przy kolejnych zleceniach
- 127 Czy w przeszłości próbowałeś/aś stworzyć stronę samodzielnie?
- 127 Czy w przyszłości planujesz zbudować stronę samodzielnie?
- 129 **Podsumowanie**  
**Wnioski i zakończenie**



# Cel raportu



Ponad 10 tys. pobrań pierwszej edycji naszego raportu potwierdziło, jak istotne i wartościowe są informacje dotyczące rynku WordPressa zarówno dla klientów, jak i twórców stron internetowych. Udział wszystkich ankietowanych w naszym badaniu stanowił fundament do stworzenia drugiej edycji raportu, która dostarcza nieocenioną wiedzę i strategię dla osób zlecających stworzenie strony oraz web developerów.

## Jeżeli:

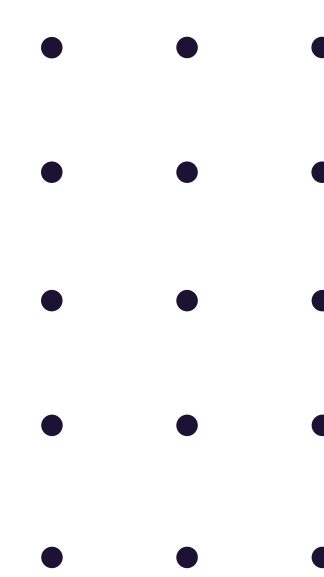
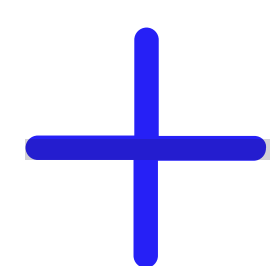
- **Tworzysz lub zaczynasz tworzyć strony WWW i szukasz informacji, jak właściwie wycenić swoją pracę,**
- **Planujesz zlecić stworzenie strony internetowej, ale nie wiesz, ile to powinno kosztować oraz od czego zależy koszt strony WWW,**
- **Chcesz poznać najlepsze praktyki współpracy między zleceniodawcą a twórcą strony WWW,**

## ...to nasz raport jest dokładnie tym, czego potrzebujesz!

Pierwsza edycja raportu, opublikowana w 2021 roku, przyniosła przełomowe wnioski dotyczące kosztów oraz współpracy przy tworzeniu stron na WordPressie. Dzięki szeroko zakrojonemu badaniu, zebraliśmy bezcenne dane zarówno dla klientów, jak i web developerów, co zaowocowało ogromnym zainteresowaniem - raport trafił do ponad 10 000 osób.

Decyzja o przeprowadzeniu drugiej edycji raportu wynika z ciągłego rozwoju rynku stron WWW. Lata 2020 - 2024 przyniosły także wiele nowych szans, ale i wyzwań dla rynku WordPressa w Polsce. Pandemia, szalejąca inflacja, ogromny popyt na rozwój działalności w sieci to tylko kilka czynników, które bezpowrotnie zmieniły rynek stron WWW. **Dlatego też chcemy dostarczać Ci aktualne i wartościowe informacje, które będą wspierać osoby tworzące strony na WordPressie, jak również tych, którzy planują ich zlecenie.**

# Co badamy?



Nasz raport bada wszystkie aspekty współpracy między klientem a wykonawcą strony WWW. Zastanawiasz się, **ile kosztuje strona na WordPressie?** Tworzysz strony dla innych i **nie wiesz, jak wycenić swoją pracę?** A może chcesz zrozumieć, **od czego zależy cena wykonania strony?**

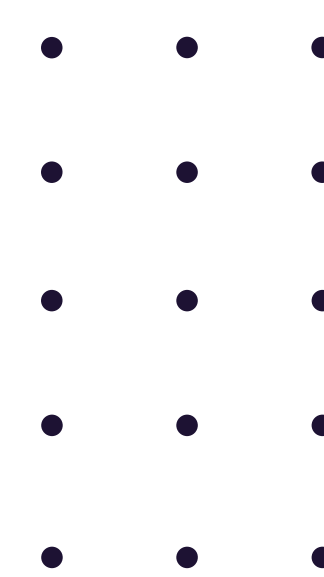
W naszym raporcie znajdziesz odpowiedzi na te i inne pytania. Dowiesz się także, dlaczego WordPress jest często wybierany zarówno przez klientów stron WWW, jak i web developerów, jakie są aktualne koszty stron internetowych, jakie są największe wyzwania we współpracy klienta i dewelopera, skąd web developerzy pozyskują najwięcej klientów oraz czego świadomy klient oczekuje od twórcy strony.

Raport zawiera zaktualizowane informacje z pierwszej edycji oraz dodatkowe dane, które umożliwią lepsze zrozumienie rynku WordPressa w 2024 roku. Znajdziesz w nim również podstawowe informacje o WordPressie oraz wyniki ankiet przeprowadzonych wśród twórców stron i zlecających je osób, w tym zakres działalności, organizację pracy, stawki, budżet, faktyczne koszty i poziom zadowolenia z usługi.

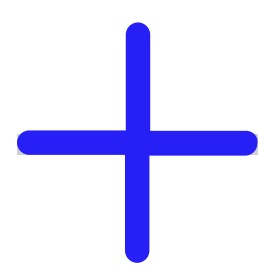
**Zapraszamy do lektury i odkrycia najnowszych trendów oraz najlepszych praktyk w tworzeniu stron na WordPressie!**



# Metodologia ankiet



Badanie oparliśmy na dwóch anonimowych kwestionariuszach ankietowych, które można było wypełnić na naszym portalu od marca do połowy maja 2024 roku. Ankiety kierowane były do dwóch grup odbiorców: twórców stron WWW oraz zlecających strony WWW.



## + Twórcy strony WWW

Ankiety dla twórców stron WWW wypełniło ponad **500 osób**. Wśród nich znajdowały się osoby tworzące strony WWW, działające w oparciu o różne typy prowadzenia biznesu - freelancerzy, wirtualne asystentki, agencje interaktywne oraz software house.

## + Osoby, które zleciły wykonanie strony lub planują to zrobić

Ankiety dla klientów wypełniła grupa ponad **350 osób**, które zlecały wykonanie strony ze zróżnicowanym budżetem i potrzebami oraz osób, które planują w najbliższej przyszłości zlecić stworzenie strony na WordPressie.

Twórcy stron WWW odpowiadali na pytania na temat swojej działalności, strategii dotarcia do klienta, kształtowania cen i praktyk w codziennej pracy. Osoby zlecające strony opowiadały o doświadczeniach współpracy z web developerami, swoich oczekiwaniach i potrzebach. Przeprowadzenie kwestionariuszy w dwóch grupach pozwoliło nam na uzyskanie dwóch cennych perspektyw na rynek WordPressa w Polsce.

## Przykładowe pytania, które zadaliśmy naszym ankietowanym to:

- ile powinna kosztować strona na WordPressie?
- czy nie cenię swojej pracy zbyt nisko?
- czy wycena, którą dostałem/am nie jest zawyżona?
- od czego tak naprawdę zależy cena wykonania strony?

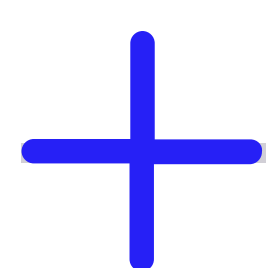
To tylko część pytań, jakie słyszymy w mediach społecznościowych, podczas eventów społeczności WordPressa, czy na grupach tematycznych dotyczących tworzenia stron WWW. To też pytania, które nasi klienci często zadają nam w LH.pl po zakupie hostingu lub domeny. Płyną one zarówno ze strony osób chcących stworzyć stronę WWW, jak i Partnerów naszego Programu Partnerskiego.



# Dlaczego WordPress?



W kontekście naszego raportu, który dotyczy trendów i narzędzi wykorzystywanych w branży web developmentu, skupienie się na WordPressie jest uzasadnione jego dominującą pozycją na rynku. Ze statystyk wynika, że WordPress jest jednym z najczęściej używanych systemów zarządzania treścią (CMS) przez web developerów, a także jest preferowanym rozwiązaniem dla wielu klientów zlecających wykonanie stron internetowych. W związku z tym zrozumienie, czym jest WordPress i co stanowi o jego popularności, jest kluczowe dla pełnego obrazu branży.



## Czym jest WordPress?

WordPress to otwartoźródłowy system zarządzania treścią, który umożliwia tworzenie i zarządzanie stronami internetowymi bez potrzeby posiadania zaawansowanej wiedzy technicznej. Został stworzony w 2003 roku jako narzędzie do blogowania, ale z biegiem czasu **ewoluował w pełnoprawną platformę do tworzenia wszelkiego rodzaju stron internetowych, od prostych blogów po zaawansowane sklepy internetowe.**

### + Darmowy

WordPress jest oprogramowaniem open source i jest dostępny dla każdego za darmo. Takie podejście przyczynia się do jego rozwoju, ponieważ programiści z całego świata mogą tworzyć i udostępniać własne wtyczki, motywy i modyfikacje.

### + Niski koszt startu

WordPress jest ceniony za niski koszt startu i łatwość instalacji. Nawet na najbardziej standardowym hostingu współdzielonym, instalacja jest prostym procesem, często sprowadzającym się do kilku kliknięć dzięki autoinstalatorom oferowanym przez wielu dostawców hostingu.

### + Łatwy w użyciu

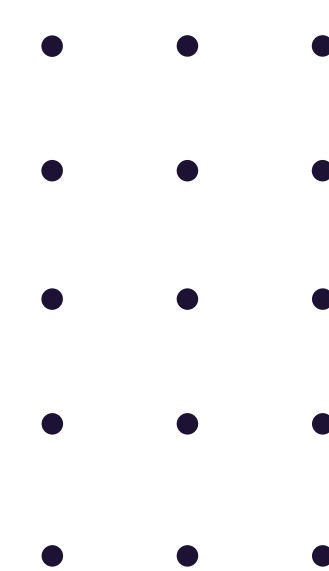
Jednym z głównych powodów, dla których WordPress jest tak popularny, jest jego łatwość użycia. Interfejs WordPressa jest intuicyjny i przyjazny dla użytkownika, co pozwala nawet osobom bez doświadczenia w kodowaniu na tworzenie i zarządzanie stronami.

### + Wsparcie i społeczność

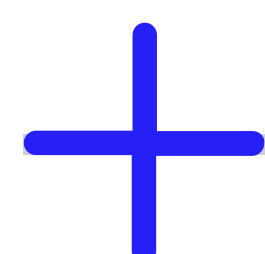
WordPress posiada ogromną, aktywną społeczność użytkowników i deweloperów. To oznacza, że wsparcie jest zawsze dostępne, czy to w formie forów internetowych, grup na Facebooku, dokumentacji, czy profesjonalnych usług wsparcia technicznego.



# Statystyki użycia WordPressa



WordPress to najpopularniejszy system zarządzania treścią na świecie, a jego dominacja w branży internetowej jest imponująca. W 2024 roku WordPress zasila aż 43,2% wszystkich stron internetowych, co oznacza, że prawie co druga strona w sieci opiera się na tej platformie.



WordPress ma także **największy udział wśród stron utworzonych na tzw. CMS** (systemach zarządzania treścią), wynoszący aż **63,3%**. Co więcej, WordPress jest również wybierany przez właścicieli najpopularniejszych witryn, obejmując **36% z miliona najczęściej odwiedzanych stron internetowych**. Każdego dnia powstaje ponad **500 nowych witryn** na tej platformie.

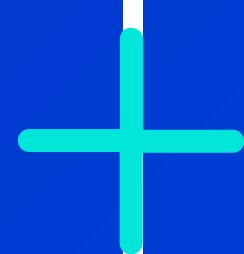
**Źródło danych:** SearchLogistics

<https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/wordpress-statistics/>



Niemal dwie trzecie stron opartych o systemy zarządzania treścią (CMS) stanowi WordPress.



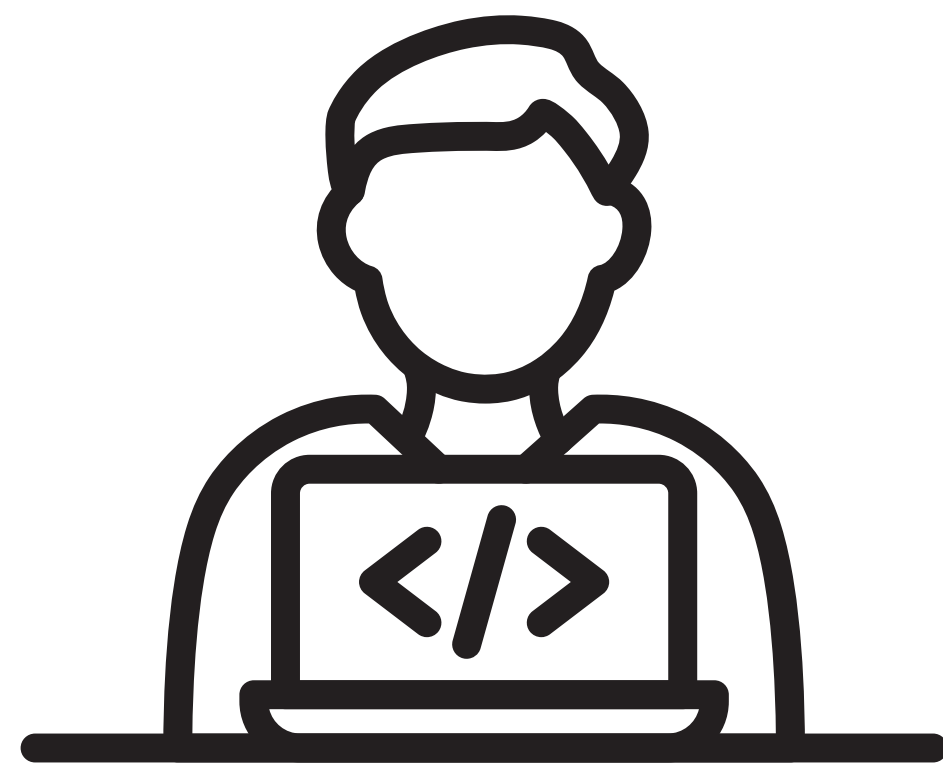


Wyniki badań

# Twórcy stron na WordPressie







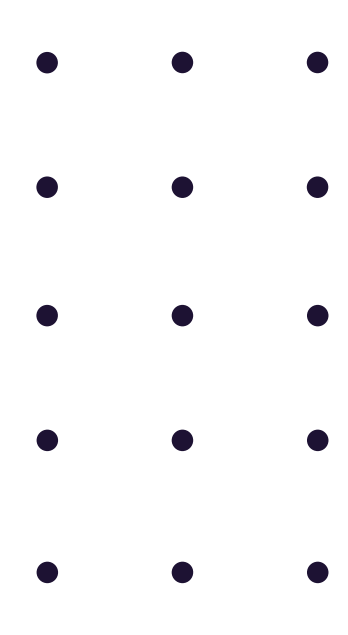
## Twórcy stron WWW

Moduł 1.

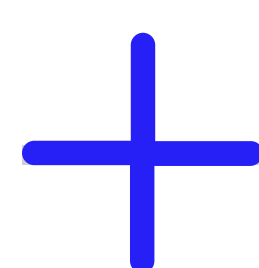
# Profil wykonawców

W tej części zadaliśmy pytania, które pozwalają lepiej zrozumieć, kim są specjaliści zajmujący się budowaniem stron internetowych na WordPressie. Analizujemy rodzaj działalności jaką prowadzą, ich doświadczenie w branży oraz zakres oferowanych usług. Badamy również, jakie usługi świadczą w modelu subskrypcyjnym lub abonamentowym i dlaczego wybierają WordPressa jako preferowany CMS. Przyglądamy się wielkości ich firm, planom rozwoju zespołów oraz usługom, które najczęściej podzlecają innym specjalistom. Te informacje pozwalają nam zidentyfikować profil typowego wykonawcy oraz lepiej zrozumieć potrzeby i wyzwania, z jakimi się mierzą.





# 67% badanych twórców stron to freelancerzy



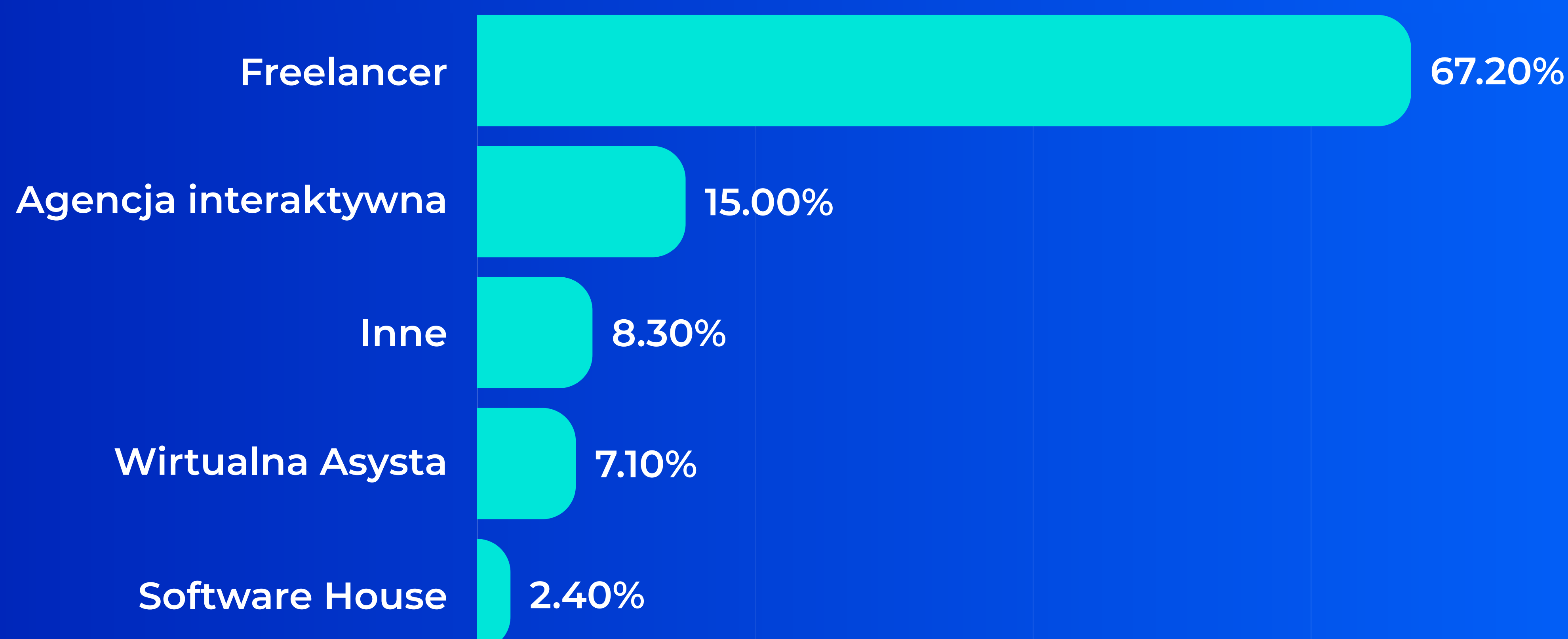
Większość osób tworzących strony na WordPressie to **freelancerzy, którzy stanowią aż 67.2%** respondentów, co może świadczyć o elastyczności i popularności pracy na własny rachunek w branży web developmentu. Ankietowani twórcy stron prowadzą także **agencje interaktywne (15%)** oraz oferują usługę **wirtualnej asysty (7.1%)**.

Respondenci wskazywali także budowanie stron jako działalność poboczną w agencjach marketingu internetowego lub sposób na dodatkowe zajęcie do pracy na etacie.

## Jak wyglądał rynek w 2021 roku?

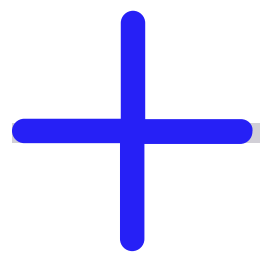
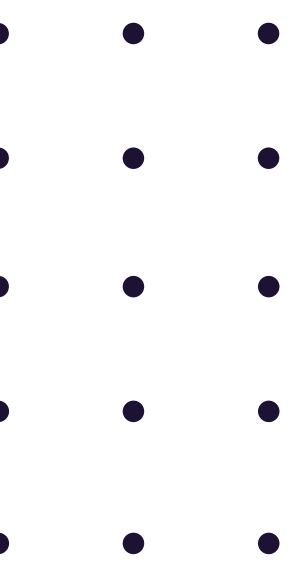
Badanie z 2021 roku wskazywało na mniejszą reprezentację freelancerów (42%) na rzecz większej reprezentacji agencji interaktywnych (25%) oraz software house (13%). Na przestrzeni 3 lat zwiększyło się także znaczenie wirtualnej asysty (z 4 na 7.1%).

## Jaki rodzaj działalności prowadzisz?





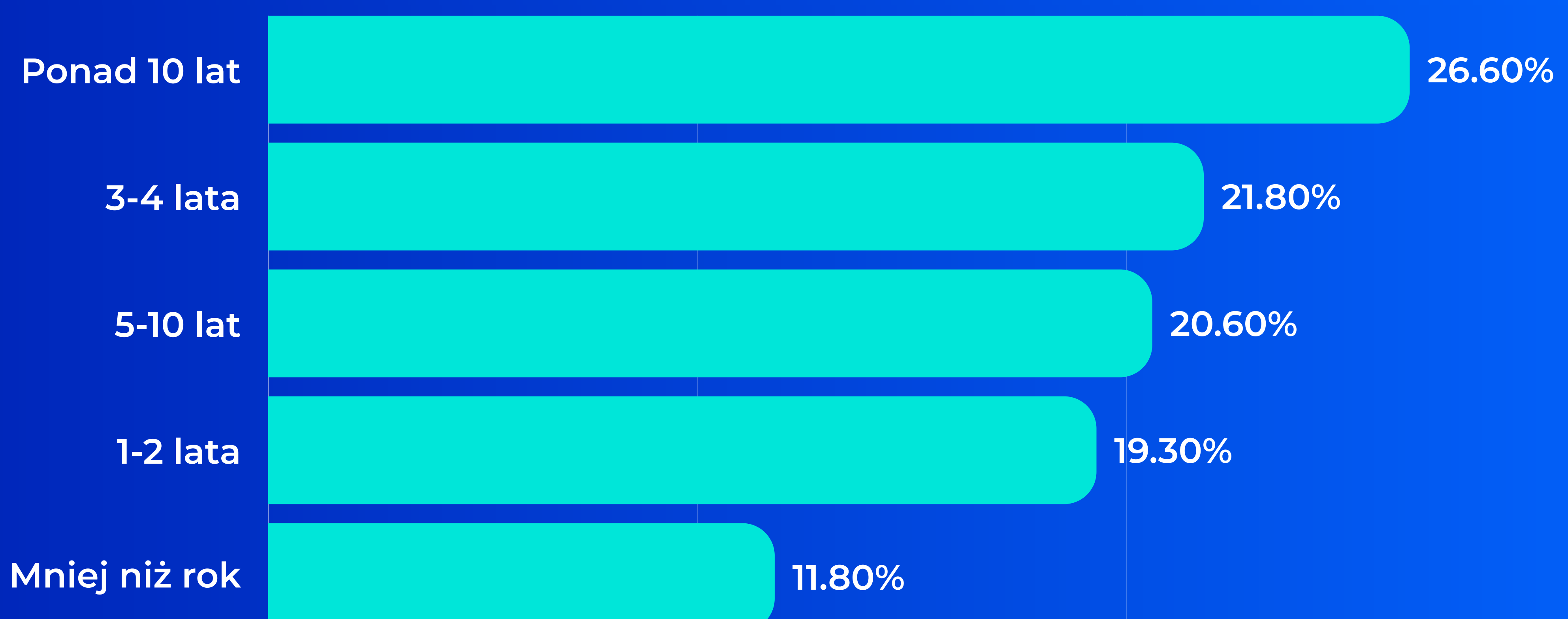
# 69.2% twórców stron ma ponad 3 lata doświadczenia



Największa grupa respondentów (**26.6%**) to osoby z **ponad dziesięcioletnim doświadczeniem w budowaniu stron internetowych**. Grupy z 3-4 oraz 5-10 lat doświadczenia łącznie stanowią 42.4% ankietowanych. Dane pokazują, że znacząca część rynku jest zajmowana przez osoby, które zdobyły już solidne umiejętności.

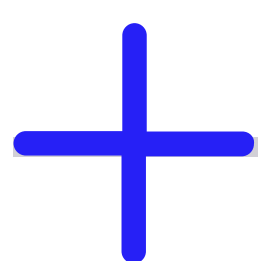
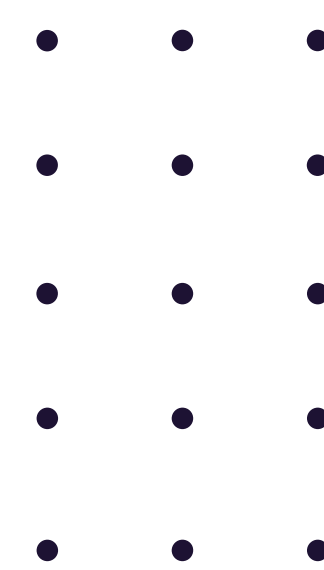
Na rynku nie brakuje jednak debiutantów - **aż 30% ankietowanych wykazało, iż posiada mniej niż 2 lata doświadczenia** w budowaniu stron WWW, a niemal 12% można zakwalifikować jako grupę stawiającą swoje pierwsze kroki na rynku WordPressa.

## Ile masz lat doświadczenia w budowaniu stron internetowych?





# 79.7% twórców oferuje budowanie prostych stron WWW i blogów

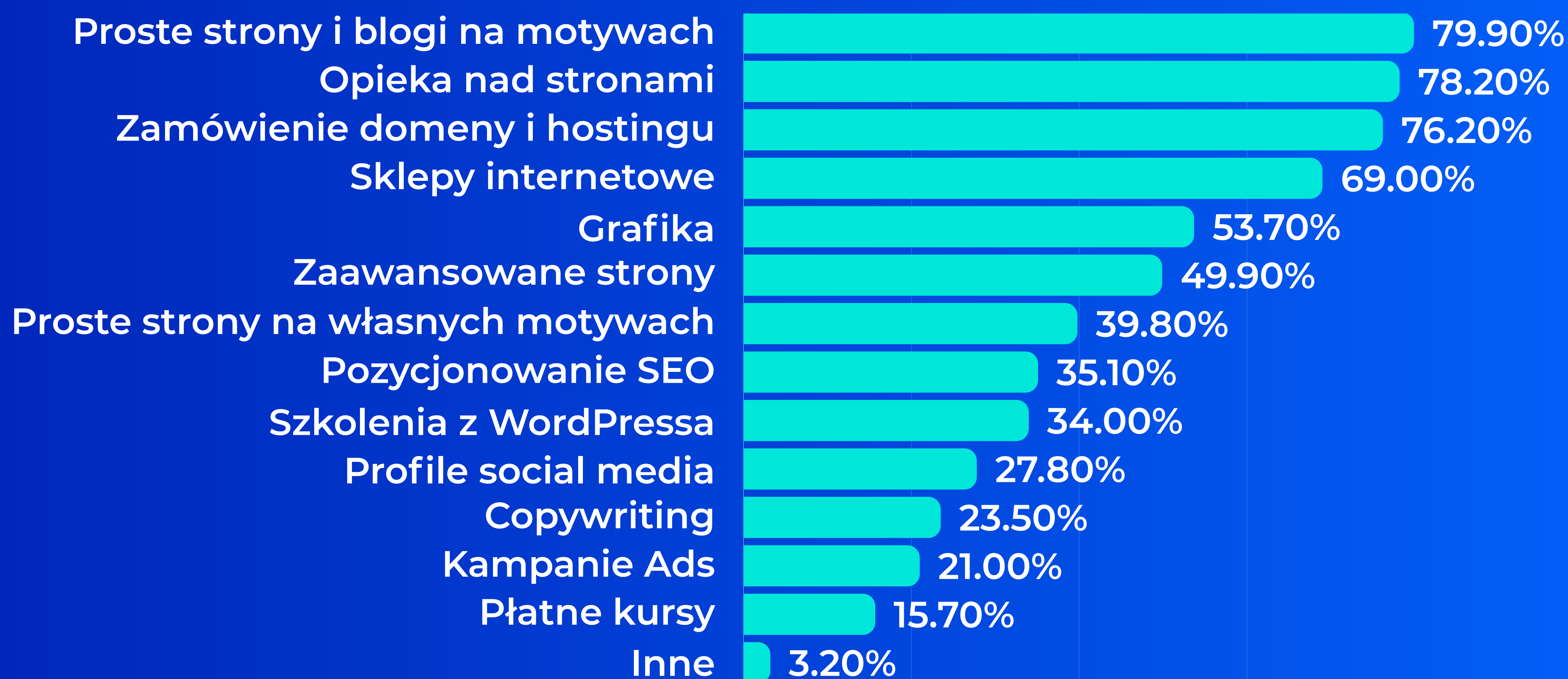


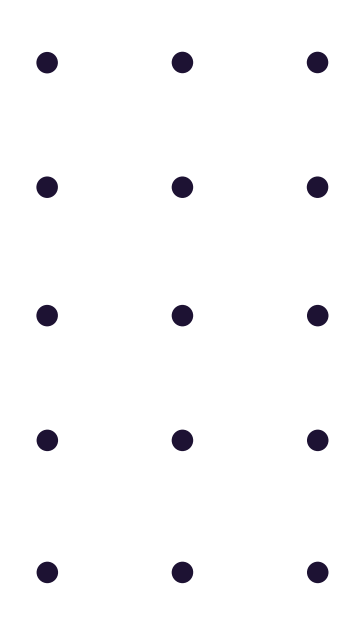
Twórcy stron internetowych często oferują kompleksowy pakiet usług. Najpopularniejsze z nich to budowanie **prostych stron WWW (79.9%)**, **konfiguracja domen i hostingów (76.2%)**, oraz **opieka nad stronami (78.2%)**. Te usługi stanowią podstawowy zestaw dla większości klientów, zapewniając im pełne wsparcie od początku do końca projektu. Co drugi z badanych twórców buduje zaawansowane strony z niestandardowymi funkcjami, a 53.7% zajmuje się grafiką.

## Jak wyglądał rynek w 2021 roku?

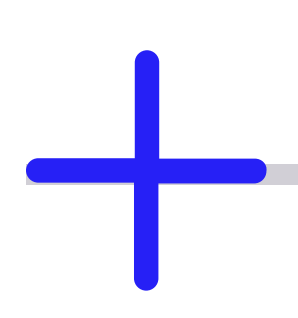
Porównując dane z obu edycji badania rynku WordPressa można zauważyć, iż coraz więcej twórców oferuje usługi komplementarne do budowania stron WWW, takie jak: konfigurację domen i hostingu (wzrost z 68 na 76.2%), opiekę nad stronami (wzrost z 70 na 78.2%) czy SEO (wzrost z 27 na 35.1%).

## Jakie usługi oferujesz w ramach budowania stron internetowych?





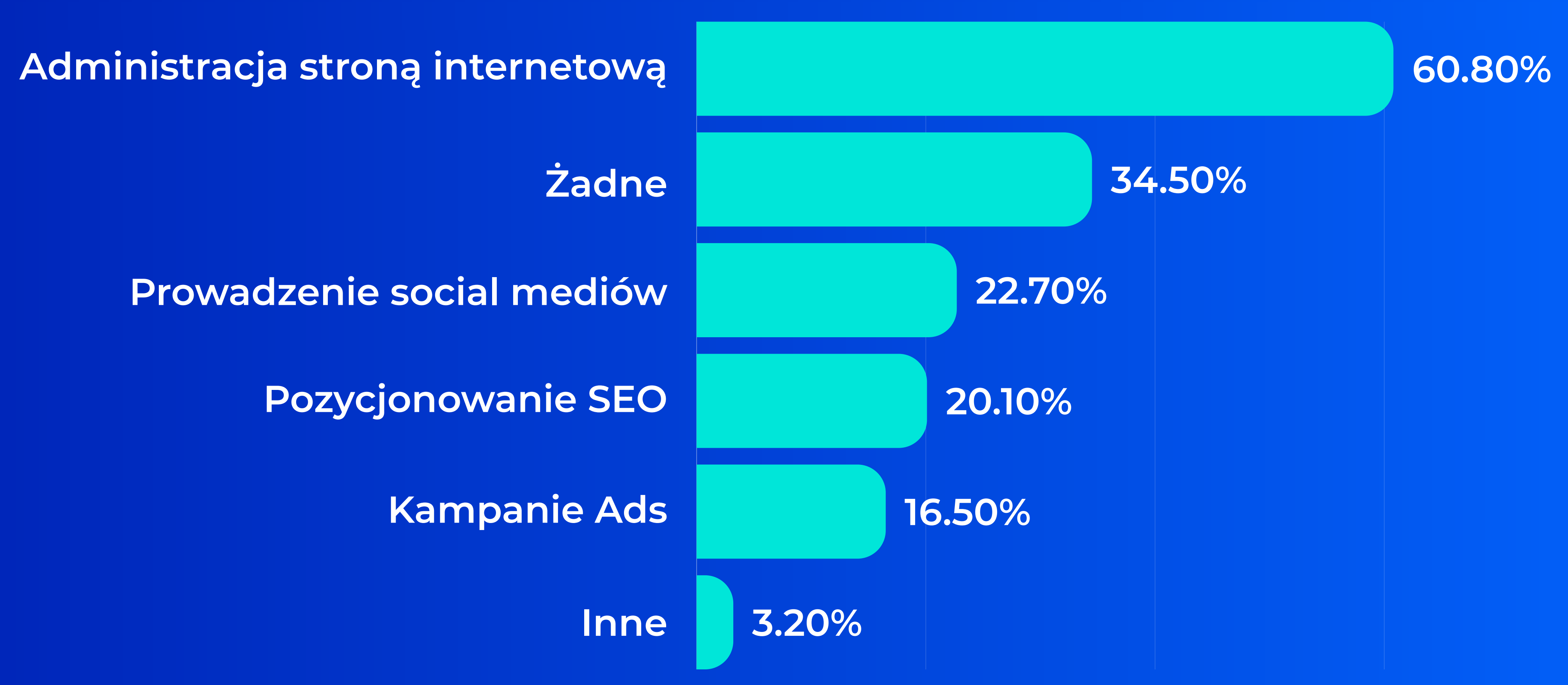
# 61% twórców oferuje administrację stroną WWW w modelu subskrypcyjnym



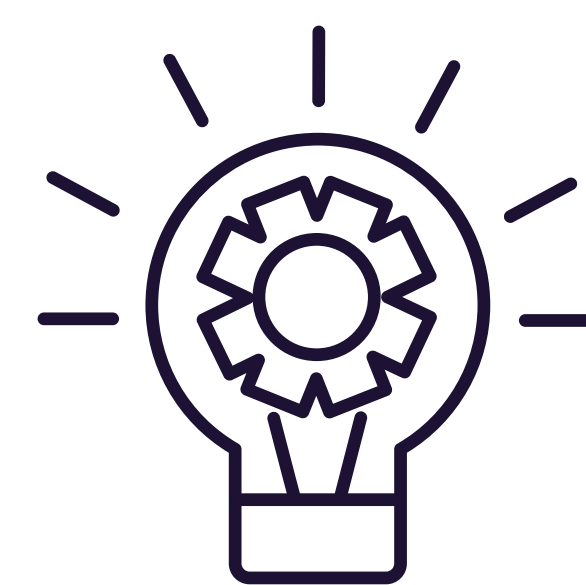
Większość twórców stron internetowych (**niemal 61%**) **oferuje administrację stroną internetową jako główną usługę subskrypcyjną**, podczas gdy ponad jedna trzecia respondentów nie posiada w ofercie żadnych usług subskrypcyjnych. Inne popularne usługi obejmują prowadzenie profili social mediów oraz pozycjonowanie SEO. Pozostałe usługi subskrypcyjne cieszące się popularnością to prowadzenie profili social mediów (22.7%) oraz pozycjonowanie SEO (20.1%).

**Aż 34.5% respondentów nie posiada w swojej ofercie usług subskrypcyjnych.** Z danych wynika, że mimo popularności modeli subskrypcyjnych, istnieje znacząca grupa twórców stron, którzy koncentrują się na jednorazowych projektach.

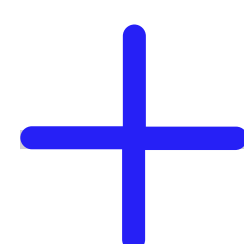
## Jakie usługi świadczysz w modelu abonamentowym?







# Dlaczego warto oferować klientowi opiekę nad jego stroną?



Przekazanie gotowej strony internetowej to ważny moment dla klientów. Miesiące wspólnej pracy, liczne spotkania i spora kwota faktury - wszystko to zaowocowało piękną i funkcjonalną stroną internetową. Co dalej? Ktoś musi przejść odpowiedzialność za jej prawidłowe działanie. Może to być wykonawca, zazwyczaj za miesięczną opłatą, lub klient, co bywa problematyczne bez odpowiedniego doświadczenia technicznego.

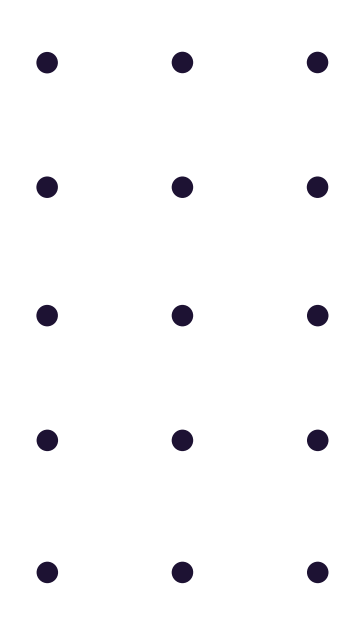
Istnieje kilka kluczowych elementów, o które warto dbać, aby strona działała prawidłowo: regularne aktualizacje systemu, tworzenie kopii zapasowych, pilnowanie terminów ważności domen i hostingów, a także zabezpieczenia antyhakerskie. Awaria lub włamanie to realne zagrożenia, a naprawa zaniedbań może być kosztowna i czasochłonna.

W korg.software uważamy, że opieka powdrożeniowa nad stronami internetowymi klientów jest kluczowa. Dlatego stworzyliśmy aplikację, która automatyzuje wszystkie te procesy, zapewniając bezpieczeństwo i sprawne działanie stron - [www.corgi.pro](http://www.corgi.pro).

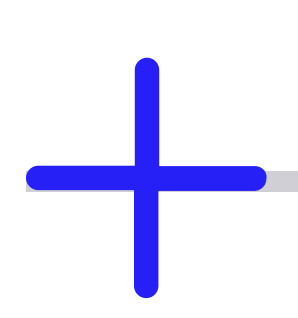
**Krzysztof Organek**  
korg.software



Powered by korg.software



# Twórcy decydują się na WordPressa dbając o komfort klienta



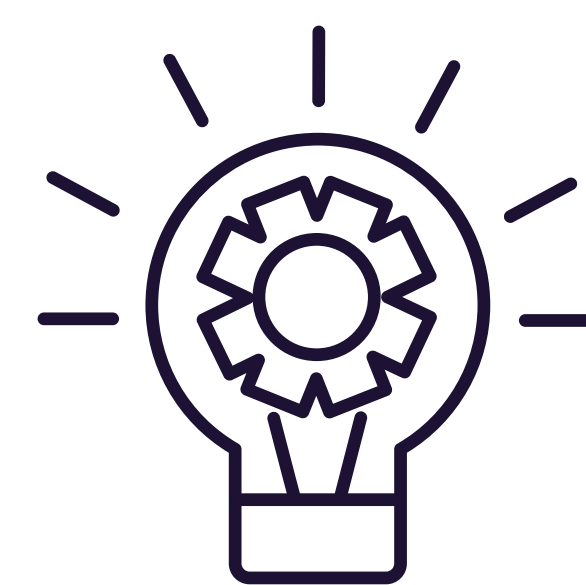
Większość twórców stron internetowych wybiera WordPressa ze względu na jego **łatwość obsługi dla klienta** oraz **popularność** tego CMS-a. Znaczącą rolę odgrywa również bogate repozytorium wtyczek i motywów.

**Możliwość zbudowania strony w cenie akceptowalnej dla klienta (70.7%) jest kolejnym istotnym czynnikiem, który przyciąga twórców do WordPressa.** Ponadto, **duża społeczność** wokół CMS-a (49.3%) i **łatwość nauki** (50.5%) wskazują na wsparcie oraz dostępność zasobów edukacyjnych, co ułatwia pracę zarówno twórcom, jak i klientom.

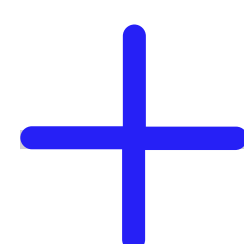
## Dlaczego wybierasz WordPressa do tworzenia stron internetowych?







# Co wpływa na fakt, że WordPress jest najczęściej wybierany?



WordPress jest tak popularny, bo ma wiele zastosowań. Sprawdza się zarówno w przypadku lokalnej strony firmowej, ale będzie też świetnym rozwiązaniem dla dużej korporacji, która potrzebuje kilku wersji językowych, panelu klienta, czy wyświetlania różnych danych klientom zalogowanym i tym, którzy nie posiadają konta.

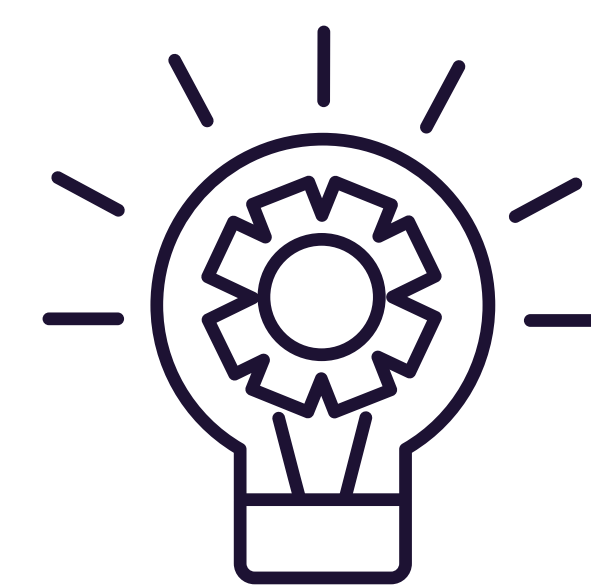
Z WordPressem można w dość prosty sposób samodzielnie zbudować stronę www, ale doświadczeni programiści potrafią z jego użyciem wyczarować naprawdę zaawansowane systemy: zaczynając od sklepów, przez platformy szkoleniowe, a kończąc na aplikacjach, dla których podstawą jest WordPress.

Ta mnogość rozwiązań oraz liczba specjalistów dostępnych na rynku sprawiają, że WordPress wydaje się być oczywistym wyborem. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że CMS jest coraz lepiej dopracowany pod względem bezpieczeństwa. To wszystko sprawia, że Rolling Stones, Usain Bolt, Sony oraz setki tysięcy użytkowników decydują się na pracę z WordPressem.

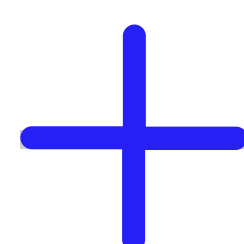
**Michał Maj**

Brave New Sp. z o.o

**BRAVE** ———  
——— **NEW**



# WordPress: Darmowy, elastyczny i dobrze zoptymalizowany pod SEO



*WordPress jest najczęściej wybieranym CMS-em zarówno przez klientów, jak i wykonawców stron internetowych z kilku kluczowych powodów.*

*Po pierwsze, jego otwartość i darmowy charakter sprawiają, że jest dostępny dla wszystkich - niezależnie od skali i potrzeb. Próg finansowego wejścia może wynosić zero, a dodatkowy, płatny rozwój strony zależy wyłącznie od naszej woli.*

*Po drugie - elastyczność. Ogromna społeczność deweloperów tworzy niezliczone wtyczki i motywy, które umożliwiają łatwe dostosowanie strony do indywidualnych potrzeb bez konieczności posiadania zaawansowanej wiedzy programistycznej.*

*Elastyczność WordPressa pozwala na budowę różnorodnych stron, od prostych, studenckich projektów, blogów, po skomplikowane sklepy internetowe. Dodatkowo, jego intuicyjny panel administracyjny ułatwia zarządzanie treścią, co jest istotne dla użytkowników bez doświadczenia technicznego.*

*Wysoka pozycja SEO, jaką można osiągnąć dzięki WordPressowi, jest kolejnym atutem, ponieważ optymalizacja pod kątem wyszukiwarek internetowych jest kluczowa dla sukcesu online.*

*WordPress ciągle pozostaje pierwszym wyborem dla większości osób i firm na całym świecie. A dla wielu, po poznaniu jego możliwości - pozostaje jedynym wyborem.*

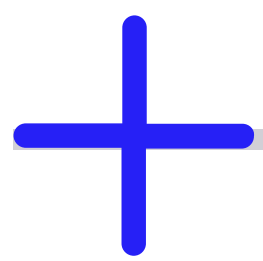
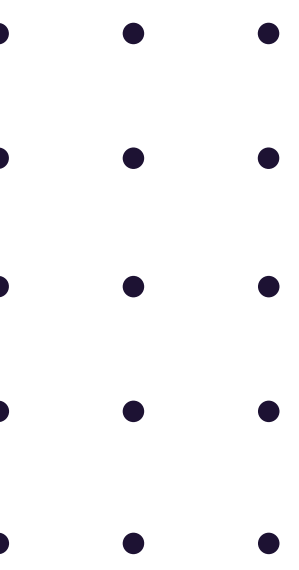
**Albert Nogala**

WP Desk





# 64.9% twórców stron działa samodzielnie

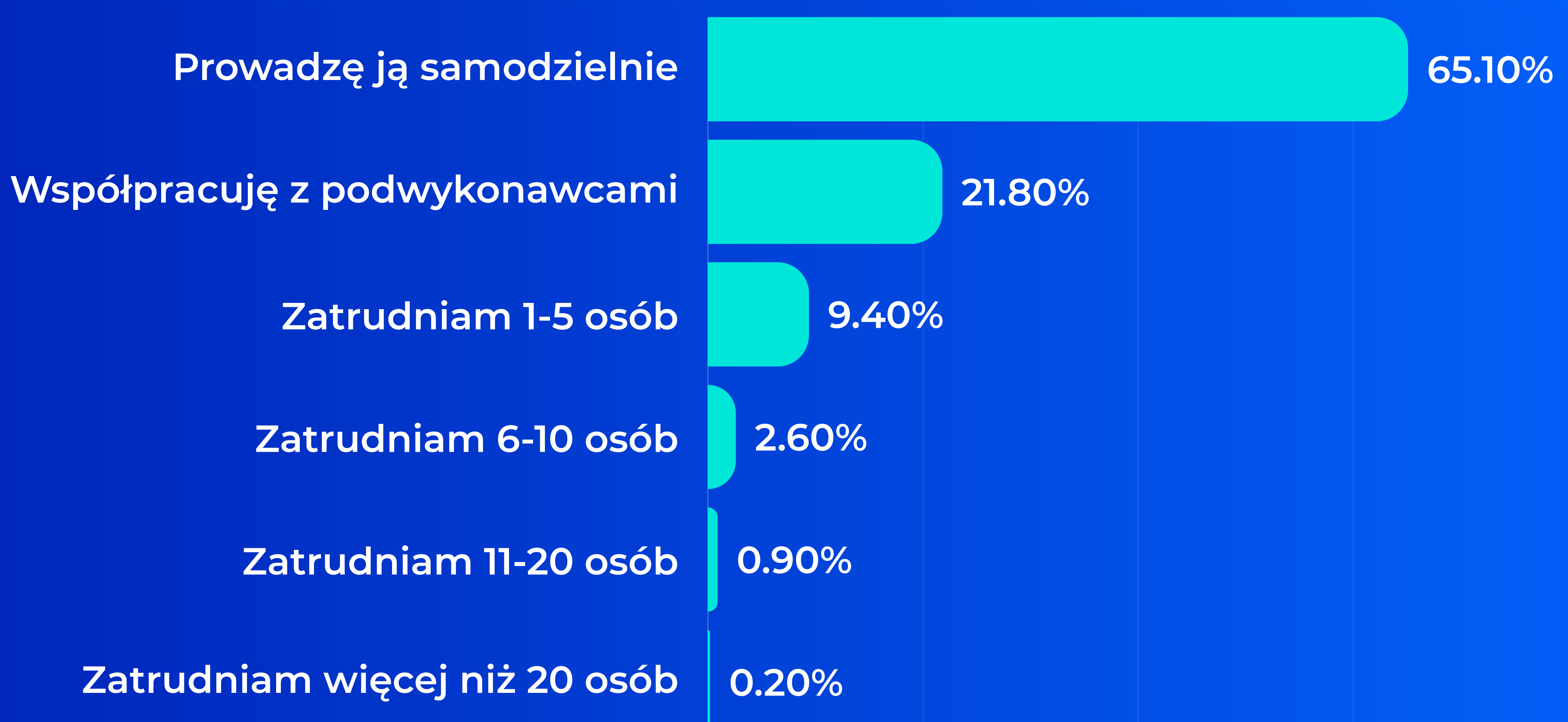


Większość respondentów **działa samodzielnie** lub podzleca część pracy, podczas gdy niewielki odsetek zatrudnia więcej niż pięć osób. **22% respondentów działa samodzielnie, ale zleca podwykonawstwo.** Podzlecanie pracy pozwala na realizację bardziej złożonych projektów, oferowanie usług komplementarnych przy jednoczesnym zachowaniu niezależności operacyjnej i braku odpowiedzialności za zatrudniany zespół.

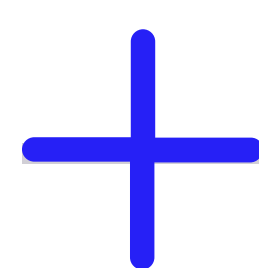
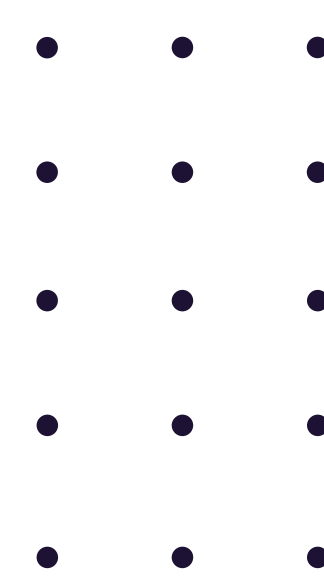
**Tylko 13.1% badanych twórców stron WWW zatrudnia pracowników,** z czego większość (9.4%) prowadzi małe firmy zatrudniając od 1 do 5 osób. Dane wykazują, że branża tworzenia stron internetowych jest zdominowana przez małe, często jednoosobowe działalności gospodarcze.

Twórcy zapytani o plany w zakresie sposobu prowadzenia działalności wskazali, że **nie chcą nic zmieniać** (44%), planują **podzlecanie zadań do podwykonawców** (35%), a co piąty z nich ma w planach rozbudowę zespołu o kolejnych specjalistów.

## Jakiej wielkości jest Twoja firma?



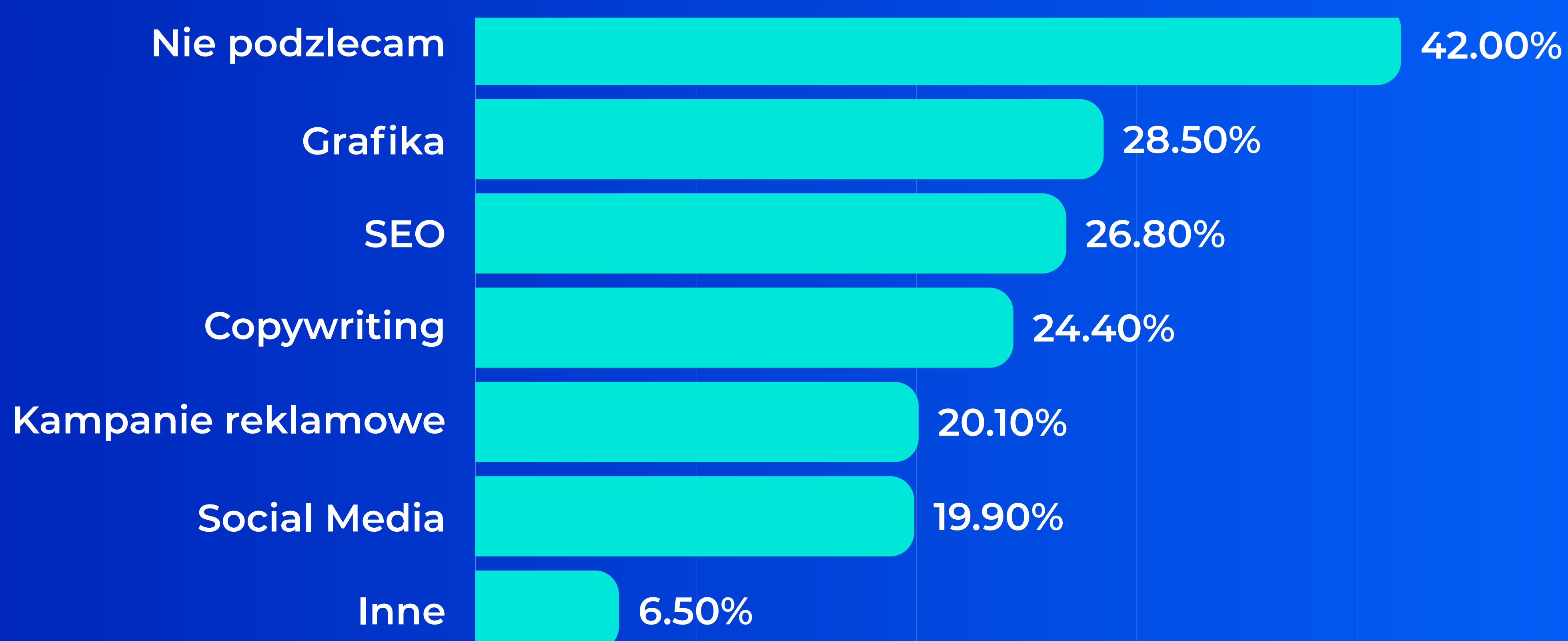
# Grafika, SEO i copywriting to najczęściej podzlecane usługi



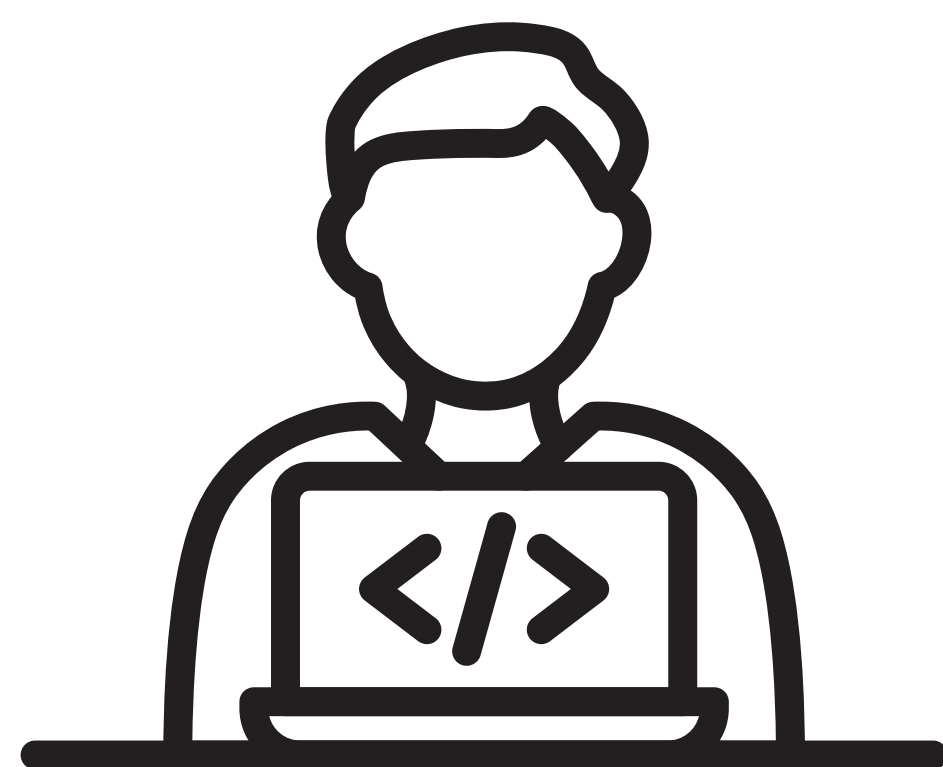
**Grafika** (28.5%), **pozycjonowanie SEO** (26.8%) oraz **copywriting** (24.4%) to najczęściej podzlecane usługi. Oznacza to, że twórcy stron internetowych często szukają wsparcia w obszarach wymagających specjalistycznej wiedzy i umiejętności, które mogą wykraczać poza ich główną działalność.

Podzlecenie usług takich jak **prowadzenie kampanii reklamowych** (20.1%) i **profilu w Social Media** (19.9%) jest również dość powszechne. W odpowiedziach pojawiły się również bardziej specyficzne usługi, takie jak zaawansowane programowanie, konfiguracja analityki, oraz prace deweloperskie. Niektórzy respondenci podzlecają programowanie indywidualnych funkcji czy customowe zmiany w szablonie, co wskazuje na potrzebę korzystania z wyspecjalizowanych umiejętności w konkretnych projektach.

## Jakie usługi najczęściej podzlecasz innym specjalistom?







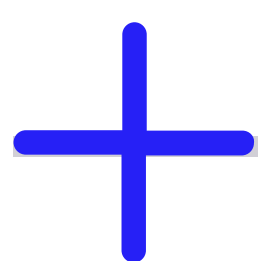
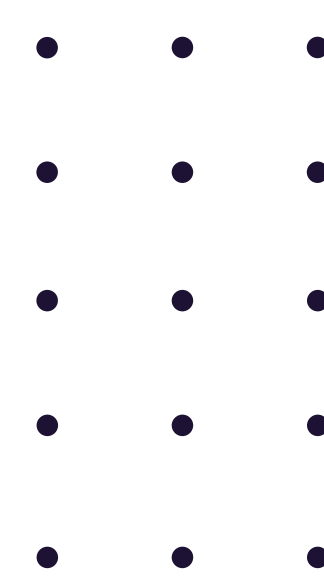
## Twórcy stron WWW

Moduł 2.

# Finanse i usługi

W tej części koncentrujemy się na aspektach finansowych działalności wykonawców oraz na zakresie świadczonych przez nich usług. Analizujemy budżety, w jakich najczęściej realizują projekty oraz te, w których chcieliby pracować. Badamy również, dlaczego nie podejmują się realizacji projektów z większym budżetem, jeśli to ma miejsce. Przyglądamy się alternatywnym źródłom zarobkowania, takim jak programy afiliacyjne i polecanie usług, oraz powodom, dla których niektórzy wykonawcy z nich nie korzystają. Analizujemy również, co mogłoby ich zachęcić do korzystania z programów partnerskich firm hostingowych. Dodatkowo, sekcja obejmuje kwestie związane z hostingiem stron klientów, praktykami podpisywania umów, metodami wyceny usług oraz sposobami realizacji poprawek do oddanych projektów. Te informacje pomagają zrozumieć, jak wykonawcy zarządzają finansami i usługami w swojej działalności.

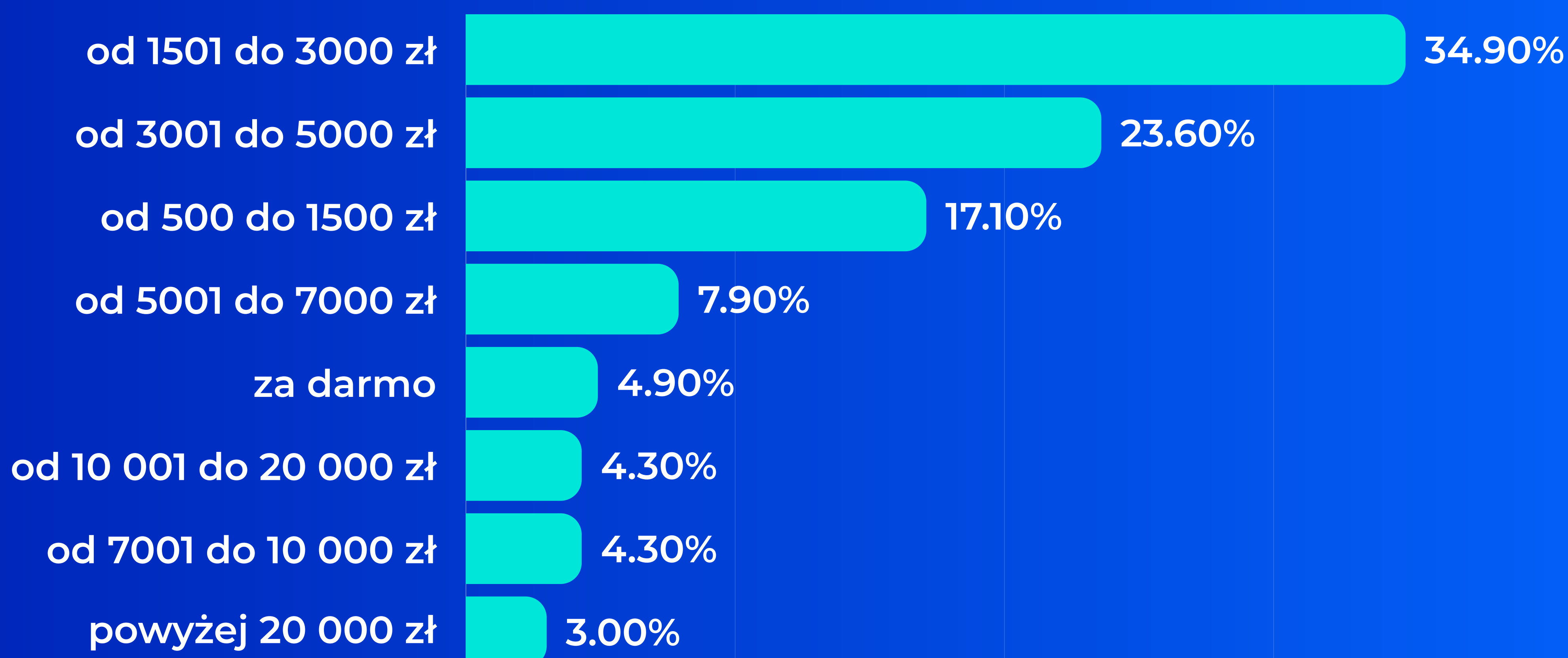
# 58.5% wykonywanych projektów mieści się w budżecie od 1501 do 5000 zł



Ankieta wykazała, że większość twórców stron internetowych realizuje projekty w przedziale budżetowym od 1501 zł do 3000 zł netto, co stanowi 34.9% odpowiedzi. Znaczący odsetek realizuje również projekty w wyższych przedziałach, zwłaszcza od 3001 zł do 5000 zł netto. Mniejsze budżety poniżej 1500 zł oraz projekty realizowane bezpłatnie stanowią mniejszą część rynku.

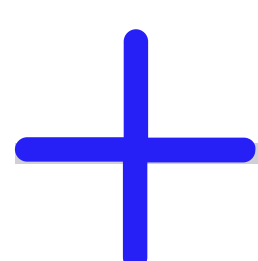
Projekty o wyższych budżetach, zwłaszcza te przekraczające 5000 zł netto, stanowią mniejszą część rynku, z 8% odpowiedzi w przedziale od 5001 zł do 7000 zł netto oraz 4.3% odpowiedzi w przedziale od 7001 zł do 10 000 zł. Projekty przekraczające 20 000 zł stanowią zaledwie 3% odpowiedzi, co wskazuje na niszowy, ale istotny segment rynku dla dużych i złożonych realizacji.

## W jakim budżecie najczęściej realizujesz strony WWW?





# 56.5% twórców chce realizować projekty w budżetach od 3001 zł do 10 000 zł netto

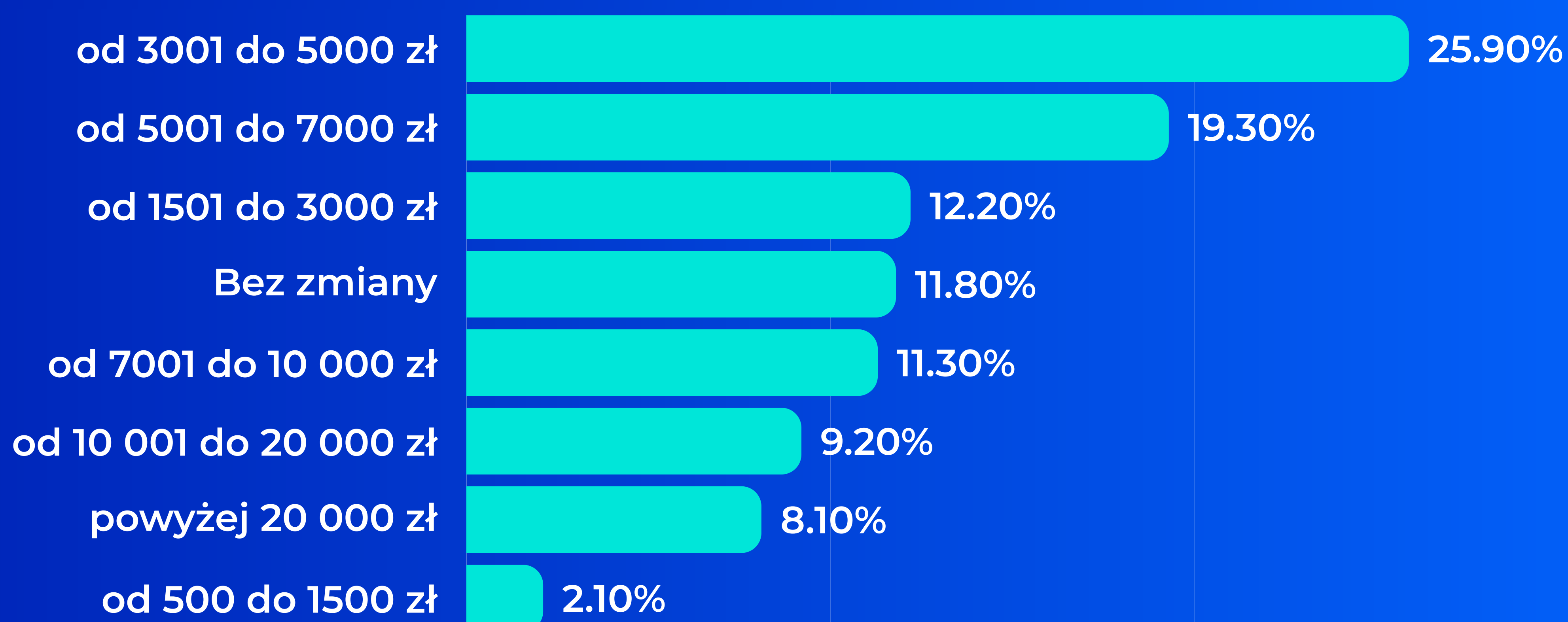


Ankieta wykazała, że **większość twórców stron internetowych chciałaby realizować projekty w wyższych przedziałach budżetowych niż obecnie**, z największą preferencją dla budżetów od 3001 zł do 5000 zł netto (25.9%).

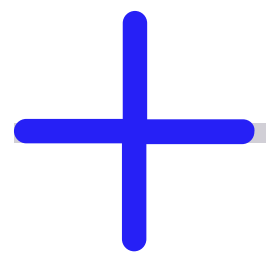
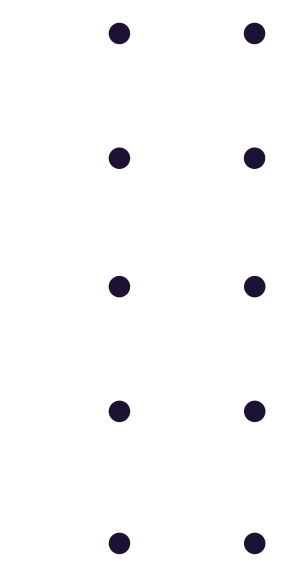
Znacząca część respondentów dąży również do realizacji projektów w przedziałach od 5001 zł do 7000 zł netto oraz od 7001 zł do 10000 zł netto.

Wyniki sugerują, że twórcy stron internetowych dążą do zwiększenia wartości swoich projektów, co może być związane z chęcią oferowania bardziej kompleksowych i zaawansowanych usług.

## W jakim budżecie chcesz realizować strony WWW?



# Jak zmienił się rynek od 2021 roku?



**W 2021 roku niemal połowa (45,8%) badanych przez nas twórców stron realizowała je w budżecie 1000 - 3000 zł, a co trzeci ankietywany twórca otrzymywał wynagrodzenie równe lub mniejsze kwocie 1500 zł.** Badanie było realizowane wiosną 2021 roku, a zatem na rok po pandemii, w okresie wzmożonego popytu na usługi online, ale jednocześnie w czasie, który dotkliwie doświadczył wiele przedsiębiorstw. W ciągu 3 lat zmieniło się wiele, pomimo iż skutki pandemii oraz związane z nimi obostrzenia nie były już tak ograniczające dla rozwoju biznesu, o tyle przyszło nam się mierzyć z kolejnymi wyzwaniami.

Wybuch wojny w Ukrainie w lutym 2022 roku, a tuż po nim szybki wzrost cen produktów i usług, wysoka inflacja, wysokie koszty energii i kryzys na Zachodzie skutecznie ostudziły zapędy inwestycyjne przedsiębiorców, doprowadzając wiele podmiotów do ograniczenia wydatków lub całkowitego zamknięcia działalności.

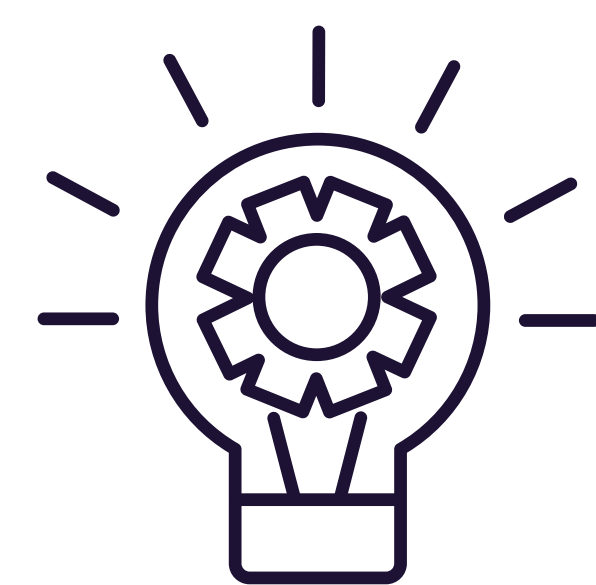
Wyzwania gospodarcze nie pozostały obojętne dla rynku twórców stron WWW. Wszechobecne podwyżki cen znalazły swoje odzwierciedlenie w stawkach proponowanych w branży. **W 2024 roku w budżecie 1500 - 3000 zł strony wykonywało 35% ankietywanych twórców, podczas gdy w 2021 w segmencie 1000-3000 zł znalazł się co drugi wykonawca. Zmniejszyła się także grupa web developerów wykonujących strony w budżecie do 1500 zł - z niemal 30% do 17,1%.**

Udział stawek powyżej 5000 zł nie zmienił się znacząco na przestrzeni ostatnich 3 lat. Dane wskazują na to, że rynek twórców stron z droższym cennikiem jest stabilny.

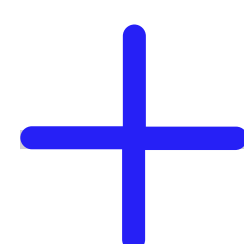
Zmianie nie uległ także rynek twórców wykonujących bezpłatne strony WWW, nadal oscyluje on wokół 5%.

Mimo, iż rynek drożeje, a wykonawcy chętniej sięgają po wyższe stawki, jedynie 11,8% ankietywanych twórców nie chciałoby zwiększać cen. Co czwarty twórca chciałby ukształtować swoje ceny w budżecie 3000 - 5000 zł, a 17% badanych twórców dąży do kwoty 10000 - 20000 zł za swoje usługi.





# W jakim budżecie najczęściej pracujesz i od czego to zależy?



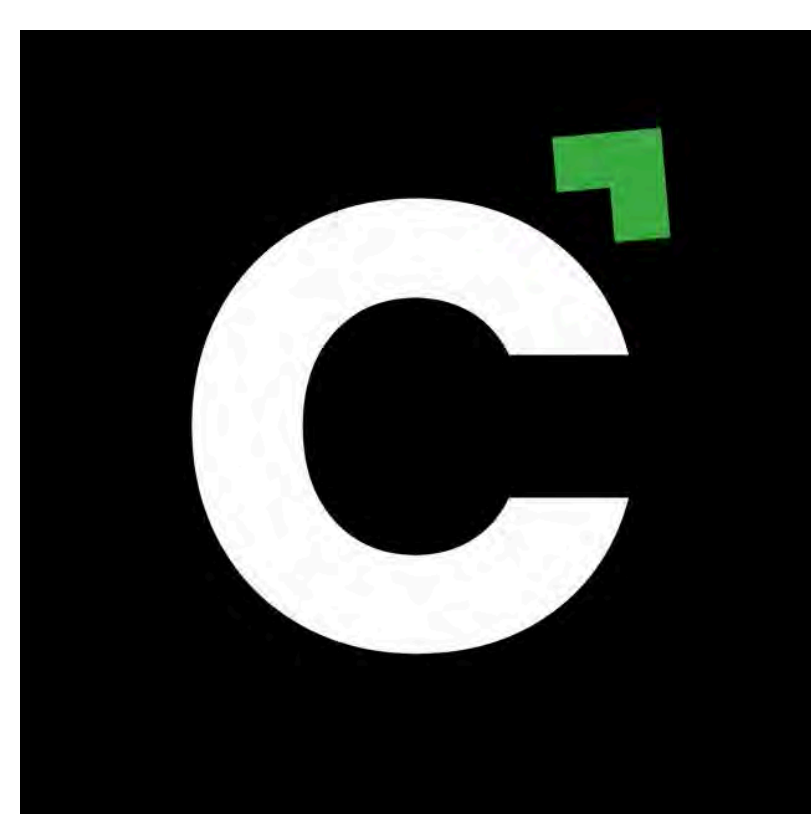
*Najczęściej realizujemy projekty w budżecie od 5000zł do 10000zł, wszystko jest uwarunkowane złożonością zlecenia, jak i czasem poświęconym na jego wykonanie. Ten przedział pozwala nam dowieźć oczekiwane efekty końcowe, bez presji czasowej, aby jak najszybciej skończyć projekt i rozpocząć nowy.*

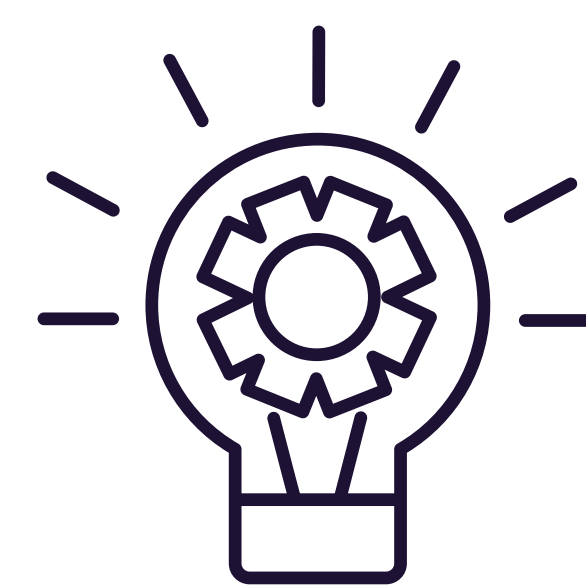
*Dzięki temu możemy skupić się na jakości, dokładnym przetestowaniu wszystkich funkcjonalności oraz spełnieniu indywidualnych wymagań klienta. Najwięcej klientów trafia do nas dzięki aktywnym metodom prospectingowym oraz rekomendacjom zadowolonych klientów.*

*Regularnie poszukujemy nowych zleceń, kontaktując się bezpośrednio z potencjalnymi klientami. Ważne jest, aby nieustannie pozyskiwać nowe projekty, nawet gdy mamy aktywne zlecenia, co pozwala nam zachować ciągłość pracy i zapewnia stabilność firmy.*

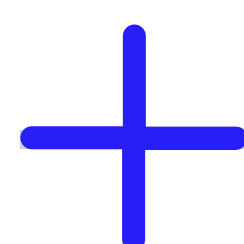
**Dominik Poznański**

CyberGrow





# Od czego najczęściej zależy koszt wykonania strony internetowej?



*Koszt wykonania strony internetowej w dużej mierze zależy od ilości zakładek, potrzebnych funkcjonalności, a także stopnia skomplikowania projektu graficznego. Im projekt jest bardziej złożony i nietuzinkowy, tym cena będzie wyższa.*

*Obecnie wykonanie standardowej strony lub prostego sklepu to koszt rzędu 2500 – 5000 zł brutto. W tej cenie powinniśmy otrzymać w pełni funkcjonalną stronę gotową do promocji usług lub sprzedaży produktów.*

*Jeśli jesteś początkującym twórcą stron internetowych i chcesz szybko pozyskać nowych klientów, możesz rozpocząć promowanie swoich usług poprzez popularne serwisy ogłoszeniowe. Warto również dołączyć do grup na Facebooku, ponieważ dużo osób właśnie tam szuka wykonawców.*

*Z własnego doświadczenia wiem, że jeśli będziesz dbać o swoich klientów, będą oni polecać Twoje usługi swoim znajomym oraz rodzinie. Dzięki temu będziesz mieć ciągłość zleceń i Twoja praca będzie bardziej stabilna. Warto także nawiązać współpracę z grafikami lub agencjami interaktywnymi.*

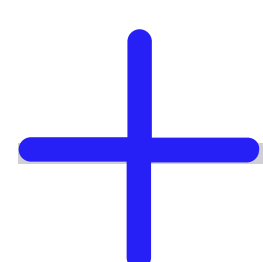
**Monika Szeliga**

fankakodowania.pl





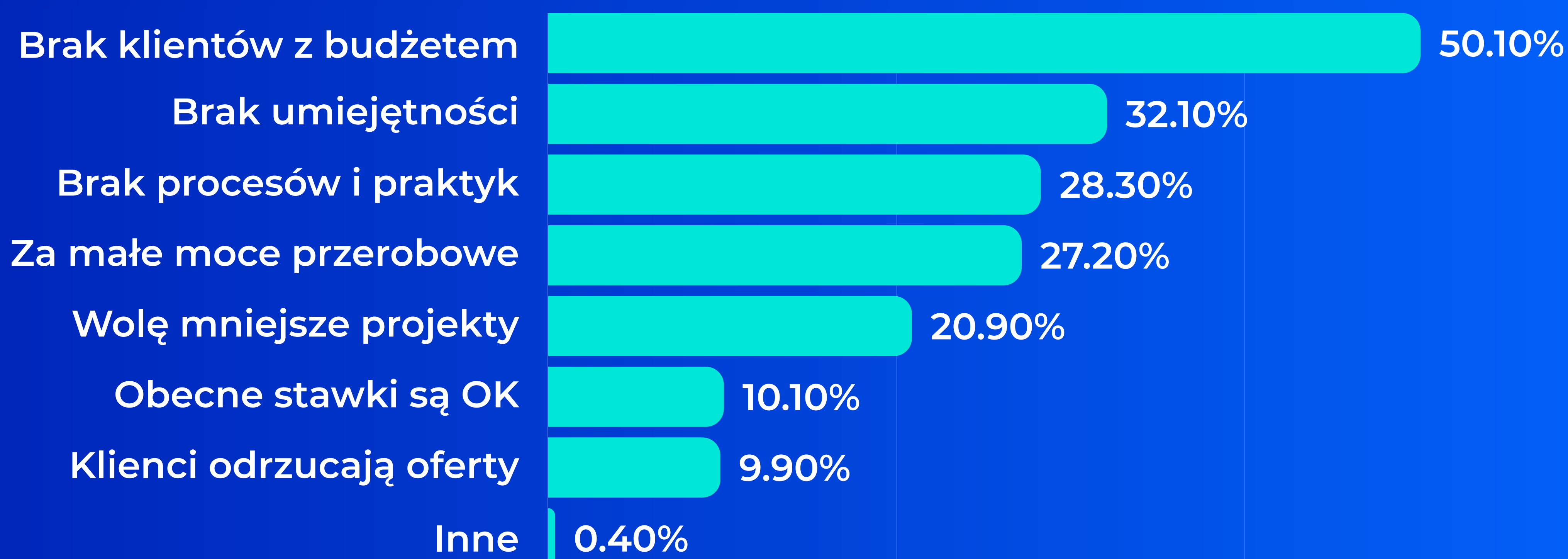
# 50.1% twórców, którzy dążą do realizacji projektów o wyższym budżecie, napotyka trudności w znalezieniu takich klientów

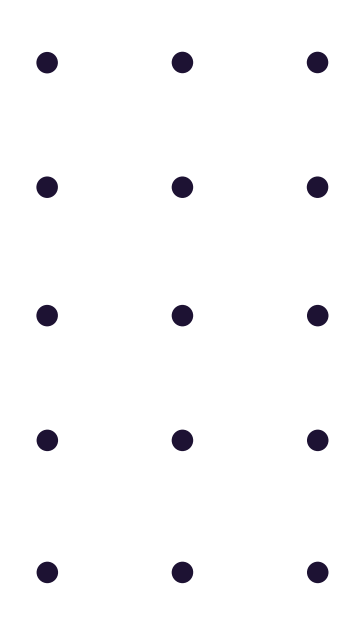


Ankieta wykazała, że głównym powodem, dla którego twórcy stron internetowych nie podejmują się realizacji projektów z większym budżetem, jest trudność w znalezieniu klientów z odpowiednimi zasobami finansowymi (50.1%). Inne istotne powody to brak wystarczających umiejętności oraz niewystarczające moce przerobowe.

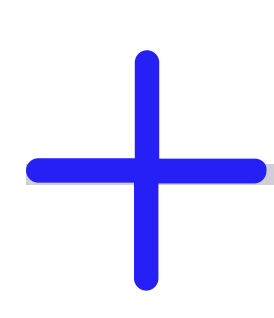
Dane sugerują, że bariery te mogą być przezwyciężone poprzez rozwój umiejętności, usprawnienie procesów wewnętrznych oraz aktywne poszukiwanie nowych klientów, co pozwoli twórcom stron na realizację bardziej lukratywnych projektów.

## Jeśli nie podejmujesz się realizacji projektów z większym budżetem, jaka jest tego przyczyna?





# 59.70% twórców stron korzysta z programu partnerskiego firmy hostingowej



Ankieta wykazała, że **większość twórców stron internetowych korzysta z alternatywnych źródeł zarobku**, głównie poprzez **programy partnerskie firm hostingowych**, co stanowi **59.7%** odpowiedzi.

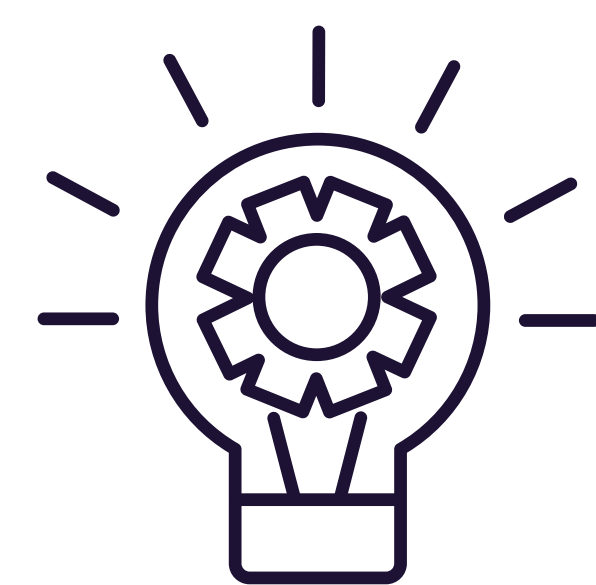
Inne popularne źródła dochodu to programy partnerskie szybkich płatności oraz sklepów z motywami i wtyczkami.

Znacząca część respondentów (37.9%) nie zarabia dodatkowo poza główną działalnością. W porównaniu z rokiem 2021 grupa ta znacząco się zmniejszyła. Jeszcze 3 lata temu aż 65.5% ankietowanych twórców rezygnowało ze źródeł przychodu z afiliacji.

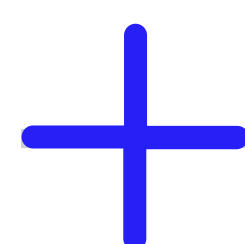
## Czy korzystasz z jakiś alternatywnych źródeł zarabiania przy budowaniu stron?







# Dlaczego warto korzystać z programów partnerskich?



*Z roku na rok obserwuję wzmożone zainteresowanie współpracą partnerską wśród osób zajmujących się tworzeniem stron www i marketingiem internetowym. Wykonawcy coraz częściej zdają sobie sprawę z ciężących na nich przepisów prawa oraz dobrych praktyk w zakresie hostowania stron WWW swoich Klientów.*

*Partnerzy LH.pl zwracają uwagę na stabilność i jakość usługi, szybki i niezawodny support oraz atrakcyjną dla Klienta końcowego cenę*

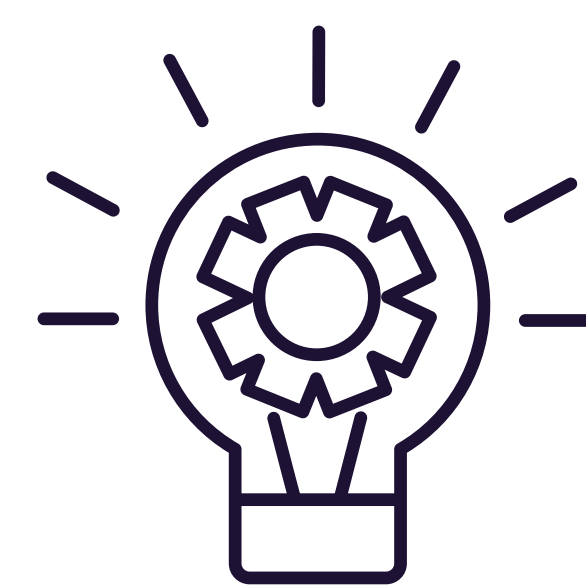
*Z naszymi Partnerami podejmujemy także liczne współprace na płaszczyźnie edukacyjnej, marketingowej i wizerunkowej. Stale zwracamy uwagę na potrzeby twórców stron www, prowadząc szkolenia, webinary oraz tworząc merytoryczne e-booki.*

*Tego typu podejście nie tylko buduje silniejsze więzi między partnerami, ale także wspiera ich w rozwijaniu kompetencji i poszerzaniu wiedzy. Nasze zaangażowanie w edukację i marketing partnerski sprawia, że zarówno my, jak i nasi partnerzy, jesteśmy w stanie lepiej odpowiadać na dynamicznie zmieniające się potrzeby rynku. Dzięki temu wspólnie tworzymy wartość, która przekłada się na zadowolenie Klientów końcowych oraz długoterminowy sukces wszystkich stron zaangażowanych w ten proces.*

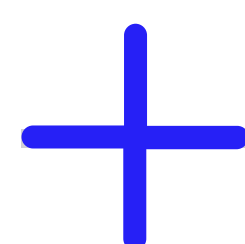
**Agnieszka Malińska**

LH.pl





# Na co zwrócić uwagę przy wyborze programu partnerskiego?



*Przy wyborze firmy hostingowej priorytetem dla mnie była jakość świadczonych usług. Zależy mi na tym, aby moi widzowie i klienci mieli do mnie pełne zaufanie, dlatego rekomenduję tylko sprawdzone produkty i usługi.*

*Hosting LH.pl wyróżnia się dobrym stosunkiem ceny do jakości oraz wyjątkowo dobrą obsługą klienta. Ważnym elementem decyzyjnym były dla mnie opinie klientów. LH.pl ma znakomite recenzje w internecie, co również przekonało mnie do współpracy.*

*Poza korzyściami finansowymi, cenię sobie możliwość pogłębiania wiedzy o działaniu hostingu i branży. Zdobyta wiedza pozwala mi na szybszą pomoc moim klientom w codziennych wyzwaniach, takich jak migracja stron i dostosowywanie konfiguracji hostingu do ich potrzeb.*

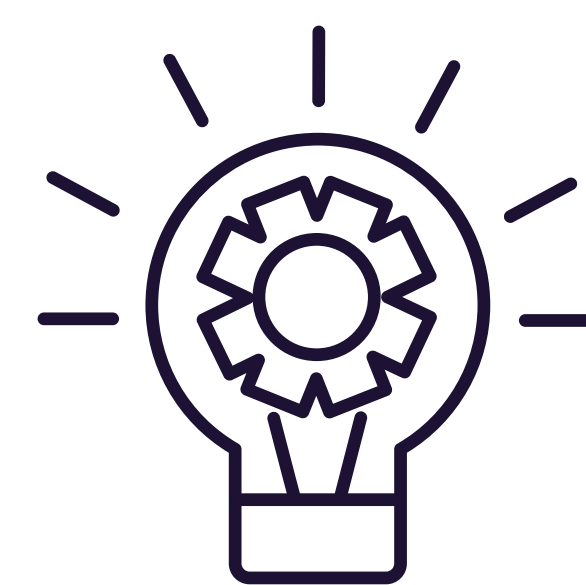
*Dodatkowo, przez wiele lat pracy nie spotkałem się z tak dobrą obsługą i wsparciem dla osób, które rozpoczynają współpracę partnerską. Na każdym etapie naszej współpracy mogłem liczyć na wsparcie i pomoc, co przełożyło się na lepsze wyniki.*

**Krzysztof Gonet**

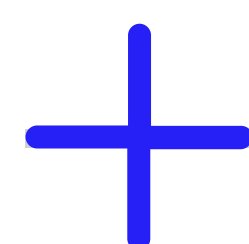
NetGonet







# Dlaczego warto dołączyć do programu partnerskiego LH.pl?



Zajmuję się tworzeniem stron internetowych WordPress dla nowo otwartych mikro firm. Początkujący przedsiębiorcy to klienci wymagający szczególnej opieki i fachowego doradztwa - nie tylko ode mnie, jako wykonawcy strony, ale także od dostawcy usług hostingowych.

Miałem okazję współpracować z różnymi firmami hostingowymi, niestety poziom obsługi klienta, a przede wszystkim czas reakcji na jego problemy pozostawiały wiele do życzenia, narażając zarówno firmę klienta, jak i moją na straty finansowe i wizerunkowe.

Moim celem stało się znalezienie partnera, który będzie godnie reprezentował moją firmę, przed moim klientem. Z zespołem LH.pl współpracuję od ponad roku, w tym czasie wdrożyliśmy wspólnie kilkadziesiąt stron internetowych, a wszystkie moje obawy o jakość i obsługę mojego klienta zniknęły.

Będąc partnerem LH, dzięki świetnej komunikacji i atmosferze, czuję się tak naprawdę jak członek zespołu. Cieszę się, że w końcu trafiłem na ludzi, którzy wiedzą co znaczy słowo PARTNERSTWO.

## **Hubert Mikuś**

Marketing nowej firmy

# M



# Dołącz do Programu Partnerskiego LH.pl i zarabiaj na poleceniach i odnowieniach hostingu!

Zarejestruj się, polecaj i zacznij zarabiać! Otrzymasz prowizje od każdego polecenia nowej usługi, a także od ich odnowień w kolejnych latach!

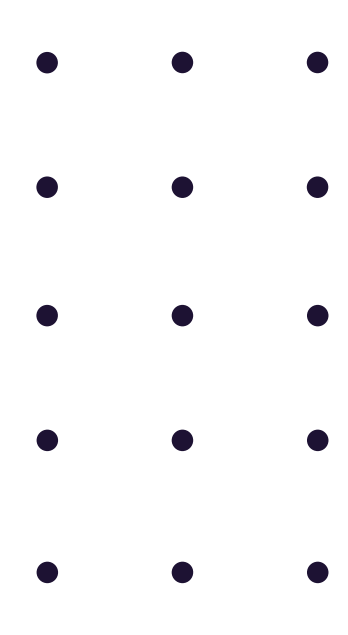
- ✓ **Najbardziej atrakcyjne prowizje na rynku!**
- ✓ **Możliwość budowania naturalnego, pasywnego przychodu przez twórców stron WWW**
- ✓ **Polecaj najszybszy hosting na rynku swoim klientom i zarabiaj dodatkowo na każdym swoim zleceniu!**

Dołącz do Programu Partnerskiego:

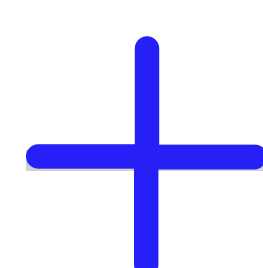
**[lh.pl/program-partnerski](https://lh.pl/program-partnerski)**







# Aż 62.7% twórców stron wyłącza swoich klientów w zakupie domeny i hostingu

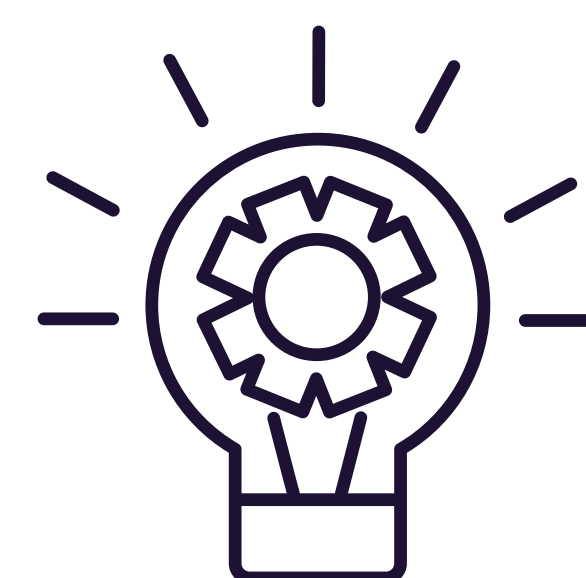


Ankieta wykazała, że **większość twórców stron internetowych wykupuje domenę i hosting dla klienta na jego dane**, wyręczając go w tym zadaniu. Równie popularnym modelem jest **rekomendowanie dostawców klientom** i pozostawianie im ostatecznej decyzji. Wielu twórców korzysta z obu metod naprzemiennie, dostosowując działanie do konkretnych klientów i ich potrzeb.

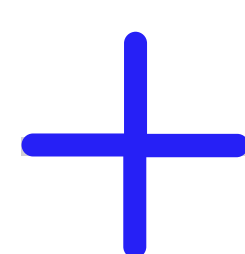
Co ważne, **twórcy coraz rzadziej decydują się na zakup usług na swoje dane**, spośród ankietowanych robi to 16.7%. Taki model zarządzania usługami hostingowymi klientów traci na popularności nie tylko z uwagi na niską opłacalność, konieczność bycia dostępnym dla klienta 24/7, ale także coraz to szersze obowiązki ciążące na hostingodawcach, w tym także nowe regulacje prawne (Krajowy System Cyberbezpieczeństwa, DSA, NIS2). Resellering usług hostingowych także traci na popularności, w 2024 roku decydowało się na niego ok. 17% badanych twórców stron WWW.

## Jak hostujesz strony swoich klientów?





# Dlaczego to klient zawsze powinien być właścicielem domeny i serwera?



*Sytuacja, w której właściciel strony, sklepu lub poczty e-mail ma wykupiony hosting bezpośrednio u hostingodawcy jest o wiele bezpieczniejsza, zarówno dla klienta, jak i dla wykonawcy strony.*

*Przede wszystkim, klient musi mieć zawartą umowę powierzenia danych z hostingodawcą. Za brak takiej umowy grożą kary finansowe, wynoszące często nawet kilka tysięcy złotych. Taka umowa musi też spełniać określone wymogi RODO.*

*Jeśli wykonawca strony wszedłby w rolę podnajmującego hosting to wtedy, oprócz umowy powierzenia z klientem, musiałby także dopełnić wielu innych obowiązków. Powinien m.in. prowadzić rejestr kategorii danych, zawrzeć umowę podpowierzenia z hostingodawcą i mieć jego zgodę na taki podnajem.*

*Wykonawca strony odpowiadałby także za ewentualne naruszenia danych. Dlatego zawsze rekomenduję moim klientom, aby umowy na hosting były zawierane bezpośrednio z hostingodawcą. To sytuacja korzystniejsza i bezpieczniejsza pod kątem RODO dla obydwu stron.*

## **Sylwia Templin-Świtała**

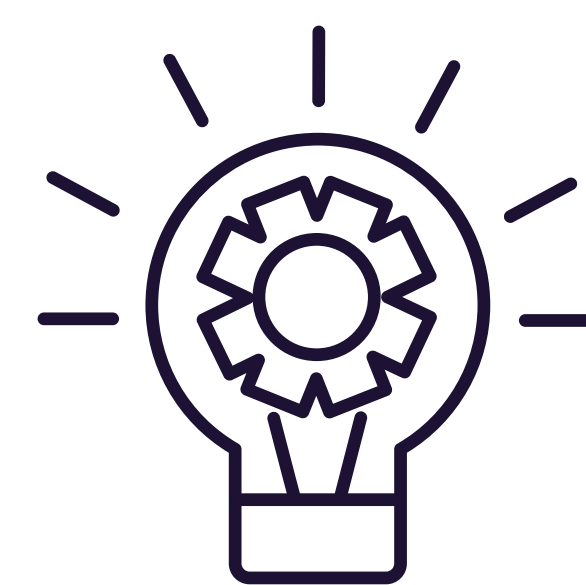
Bezpieczni w Biznesie



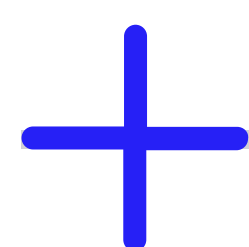
**SYLWIA  
TEMPLIN**

BEZPIECZNI W BIZNESIE





# Zamawianie usługi dla klienta na dane webmastera jest niedźwiedzią przysługą!



*Tego typu działania niosą za sobą poważne konsekwencje na kilku płaszczyznach.*

*Zacznijmy od kwestii bezpieczeństwa. Udostępnianie przestrzeni serwera kilku podmiotom oznacza, że atak na jedną stronę zagraża wszystkim witrynom znajdującym się w jego ramach. Przykrym skutkiem takich działań może być kradzież danych wrażliwych lub utrata dostępu do firmowych skrzynek e-mail. Od strony technicznej, nadmierne obciążenie serwera przez jednego klienta może spowolnić działanie innych stron, wpływając negatywnie na doświadczenia użytkowników oraz pozycjonowanie w wyszukiwarkach.*

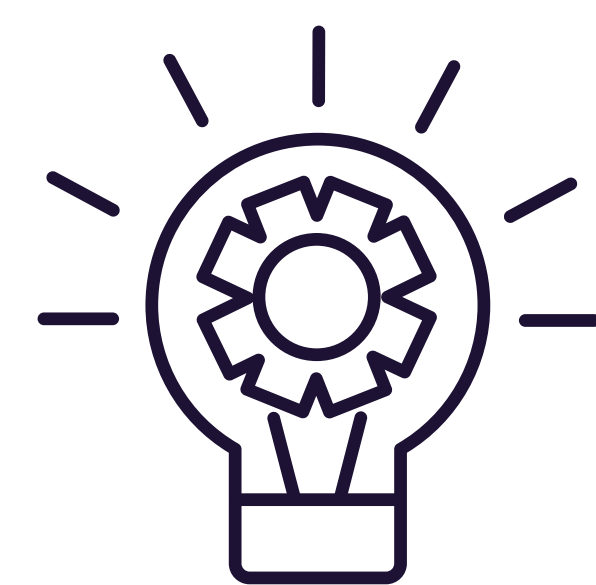
*Pod względem prawnym, przechowywanie danych osobowych na hostingu wymaga zgodności z RODO, które nakłada obowiązek ich zabezpieczenia przed utratą lub nieautoryzowanym dostępem. Nie powinniśmy zgadzać się na to, aby w proces ich przetwarzania i przechowywania były zaangażowane jakieś podmioty trzecie zupełnie niezwiązane z naszą działalnością.*

*Za naruszenia przepisów RODO grożą kary finansowe do 20 mln euro lub 4% rocznego obrotu firmy. Inne możliwe konsekwencje, o których również powinniśmy pamiętać, to szkody wizerunkowe i możliwe pozwy klientów. Wyznając zasadę „jeden klient = jeden hosting” unikniemy wszystkich powyższych problemów. To inwestycja w bezpieczeństwo, lepszą wydajność, zgodność z przepisami prawa i święty spokój, na których na pewno nie powinniśmy oszczędzać.*

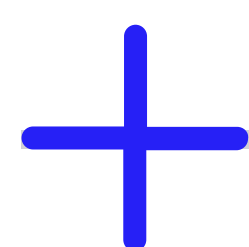
**Miłosz Jan Łaski**  
stronaw24.pl







# Jakie problemy mogą się pojawić w przypadku rejestracji usług na wykonawcę?



Dawniej moja firma też rejestrowała domeny i hostingi klientów na siebie. Wiązało się z tym kilka problemów:

- Klient nie był właścicielem swojej domeny;
- Ja wystawiałem klientom faktury za przedłużenie domen, co wiązało się ze stratami - zdarzało się, że klient nie płacił, a domena była już przeze mnie przedłużona;
- Pojawiła się też myśl "a co jeśli mnie zabraknie i klient straci domenę?".

To spowodowało, że czasami wręcz zmuszam klientów do zakupu domeny i hostingu na siebie. Na szczęście mam partnera, u którego dobrze to działa. W LH.pl, w swoim panelu mam podpiętych wszystkich swoich klientów oraz ich hostingi i domeny. To bardziej bezpieczne. LH wypłaca mi prowizję za każdy polecony hosting, więc dodatkowo na tym zarabiam.

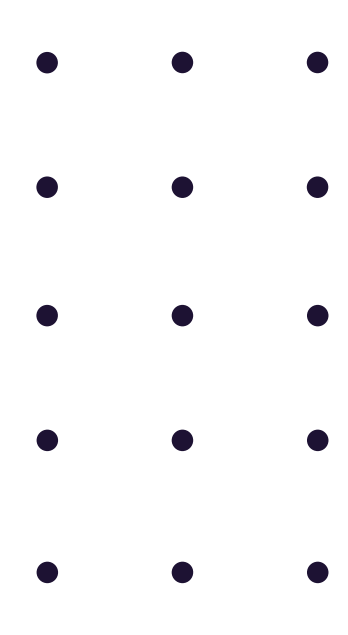
Czasami zdarza się, że przejmuję klienta, który miał domenę zarejestrowaną na agencję, która go wcześniej obsługiwała. Odzyskanie takiej domeny jest czasochłonne. Najpierw cesja, a dopiero później przenosiny do innego operatora. Taki proces może trwać nawet kilka tygodni.

**Paweł Kępa**

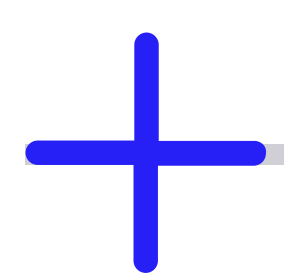
ROZWOJOWI.COM







# 35.1% badanych twórców nie podpisuje umowy przed rozpoczęciem współpracy

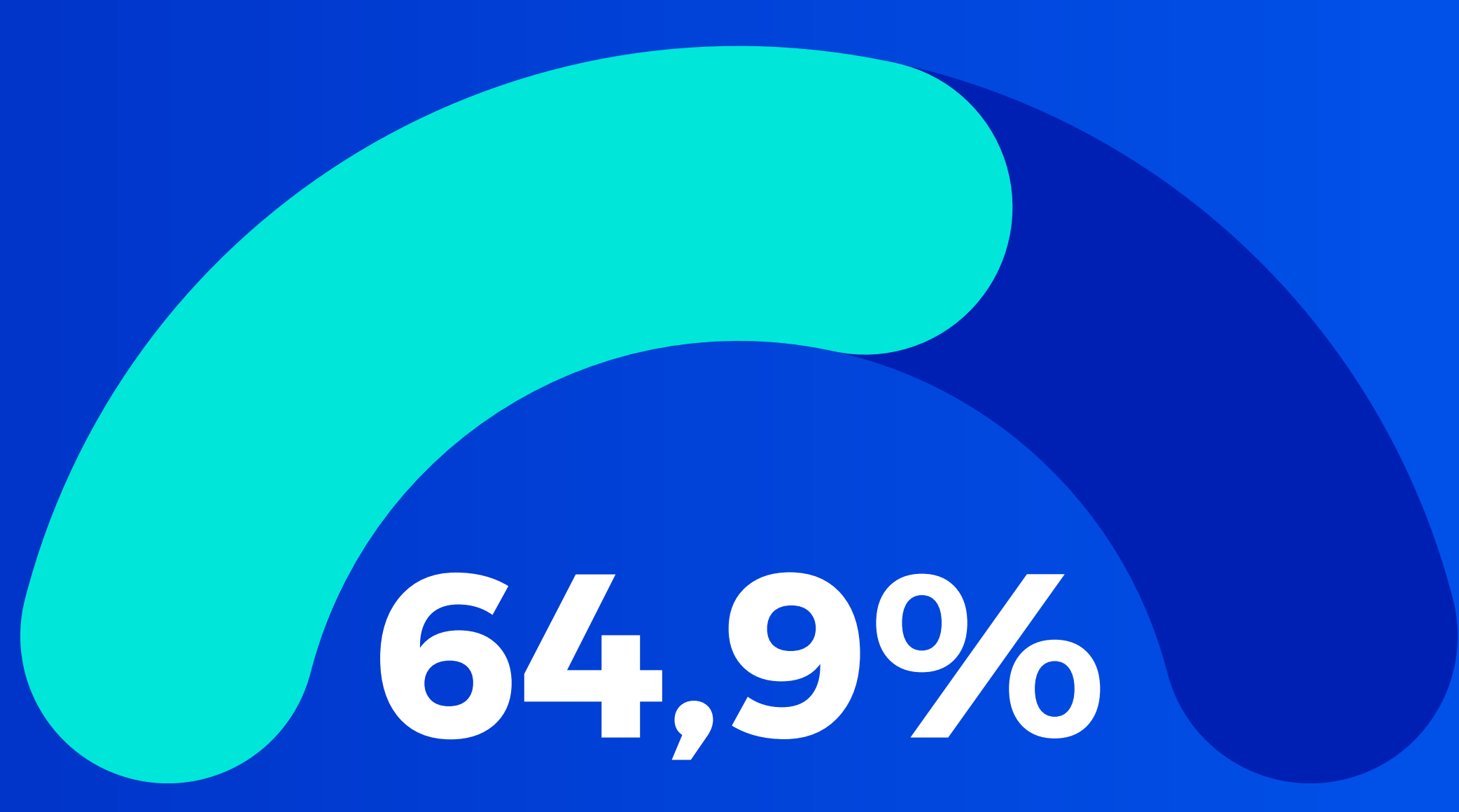


Ankieta wykazała, że większość twórców stron internetowych podpisuje umowę z klientem przed rozpoczęciem współpracy, co stanowi 64.9% respondentów. O ile większość podąża za dobrymi praktykami, o tyle nadal 35.1% wskazuje, że nie podpisuje umowy przed rozpoczęciem realizacji projektu, co wciąż stanowi sporą grupę osób, które pracują bez zabezpieczenia interesów obu stron. Dane te sugerują, że formalizacja współpracy przez umowę jest w miarę powszechną praktyką w branży, co może zdecydowanie pomóc w zabezpieczeniu interesów obu stron oraz w jasnym określeniu warunków współpracy.

## Jak zmienił się rynek do 2021 roku?

Statystyki nie zmieniły się znacząco, w 2021 roku także ok. 30% badanych twórców nie zdecydowało się na formalizację współpracy z klientem.

## Czy podpisujesz umowę z klientem przed rozpoczęciem zlecenia?



twórców stron WWW podpisuje umowę z klientami



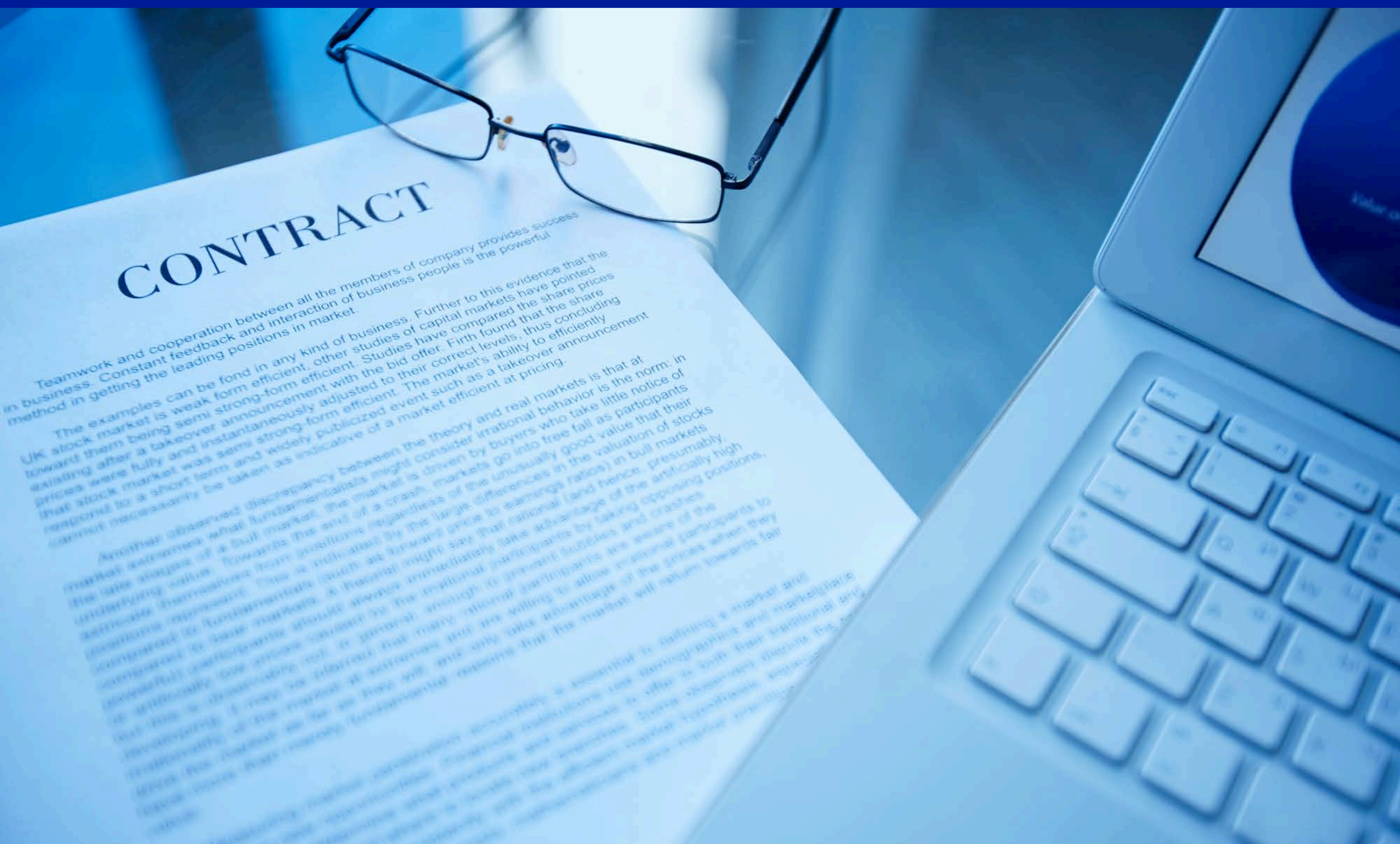
# Skorzystaj z darmowego generatora umów i wygeneruj profesjonalną umowę na stronę WWW!

Generator to narzędzie dla twórców stron WWW, oferujące gotowy wzór umowy o wykonanie strony internetowej. Współtworzony z prawnikami z kancelarii Creativa Legal, generator umowy pozwala na szybkie przygotowywanie odpowiedniego dokumentu.

- ✓ **Możliwość dostosowania szczegółów, etapów i praw autorskich strony WWW**
- ✓ **Prosty kreator, po którym otrzymasz gotowy do podpisania plik PDF!**

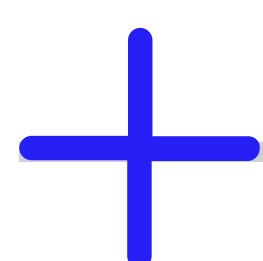
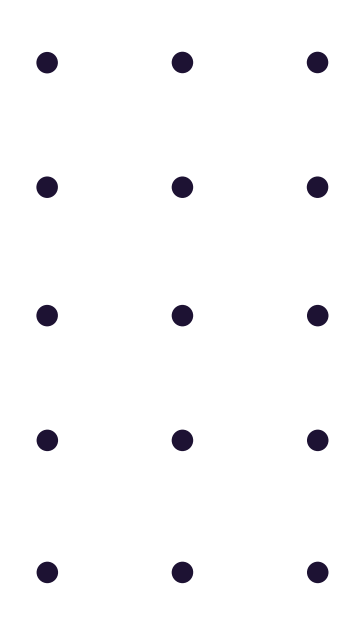
Wygeneruj umowę już teraz:

**[lh.pl/generator-umowy/strona-www](https://lh.pl/generator-umowy/strona-www)**





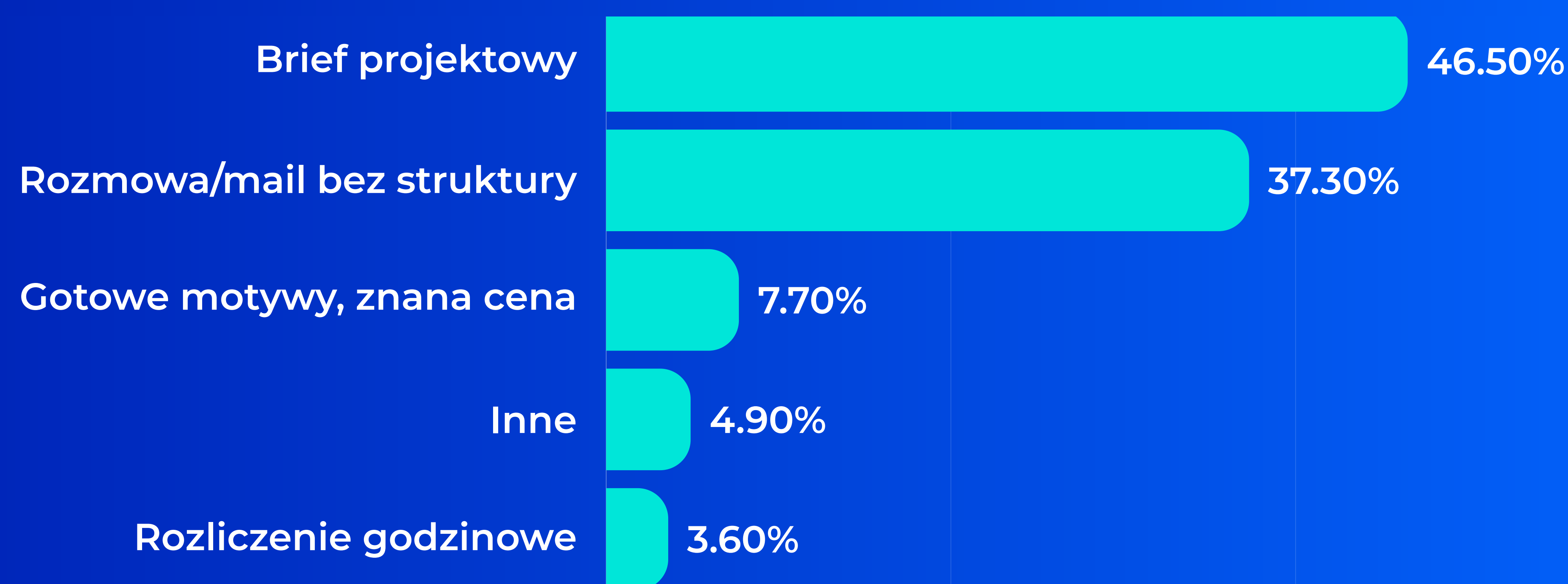
# 46.5% badanych twórców stron korzysta z briefu projektowego przy wycenie usługi



Ankieta wykazała, że większość twórców stron internetowych najczęściej wycenia swoje usługi na podstawie **briefu projektowego** (46.5%). Kolejną popularną metodą jest **przeprowadzanie krótkiej rozmowy telefonicznej lub wymiany mailowej bez konkretnej struktury** (37.3%).

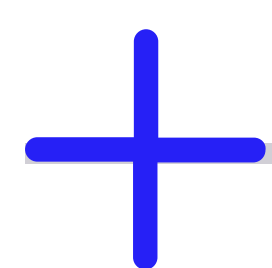
Mniej popularne są gotowe rozwiązania z ustaloną ceną z góry oraz rozliczanie się na podstawie liczby godzin pracy.

## Na jakiej podstawie najczęściej wyceniasz swoją usługę?





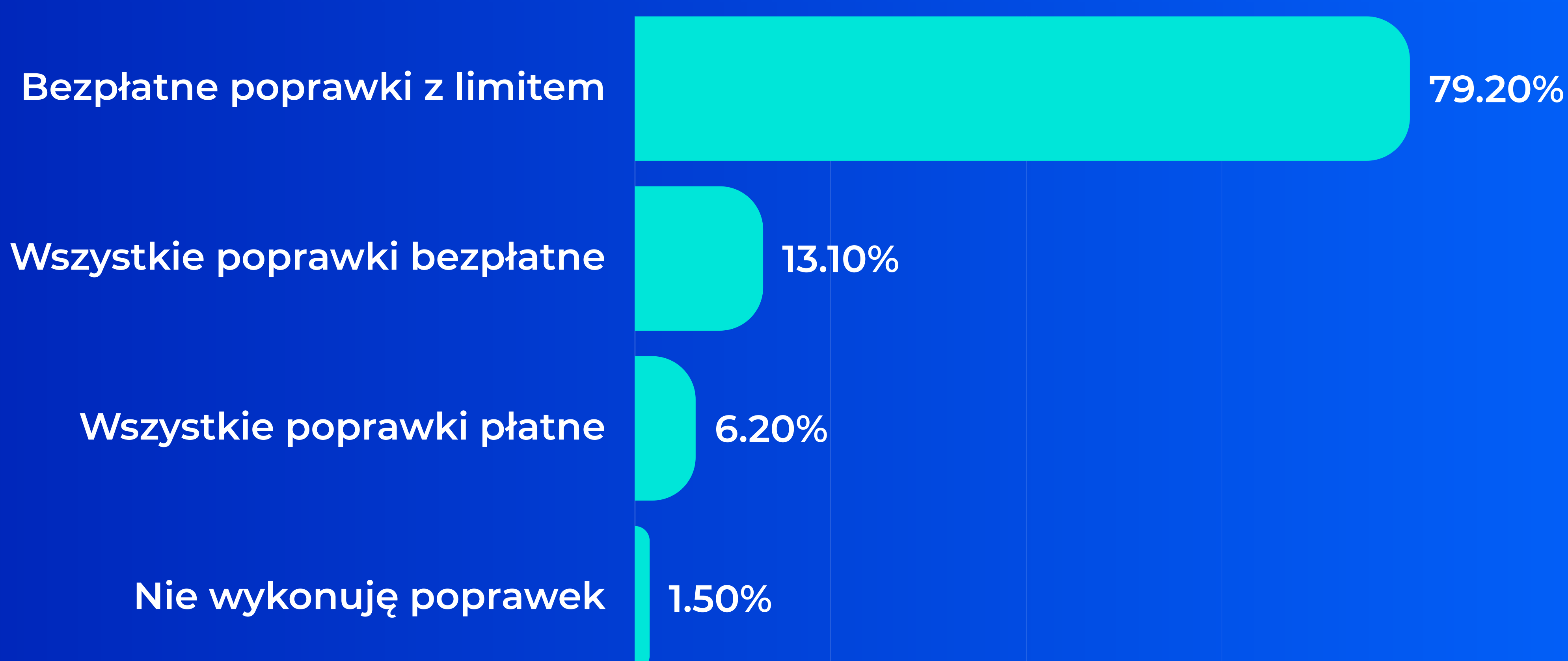
# Niemal 80% web developerów nanosi poprawki do oddanych stron, limitując ich liczbę



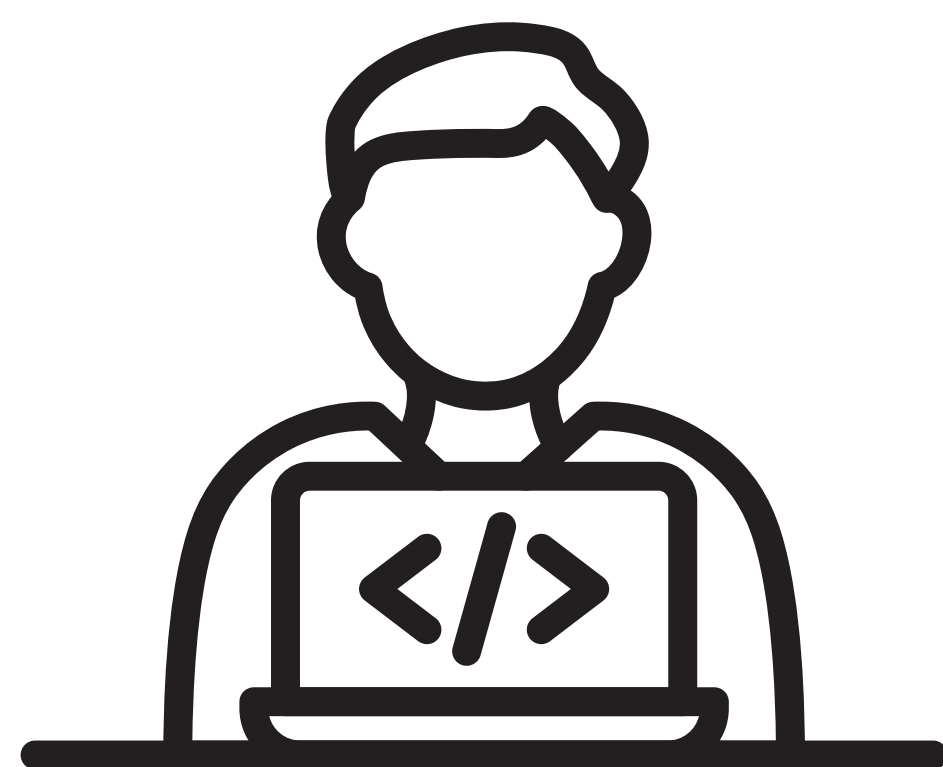
Dane te sugerują, że większość twórców stron dąży do zapewnienia satysfakcji klienta poprzez oferowanie poprawek do wykonanej usługi. Twórcy zabezpieczają się jednak przed nadużyciami ze strony zlecających, ograniczając liczbę poprawek lub czas, w którym można je zgłosić.

13.1% badanych web developerów oferuje poprawki bezpłatnie i bez limitu. Taki model współpracy może być niezwykle korzystny dla klientów, ale jednocześnie naraża twórców na zmniejszenie opłacalności projektów. Oferowanie nielimitowanych poprawek przy jednoczesnym braku umowy na wykonanie zlecenia może prowadzić także do konfliktów i utraty dobrej reputacji.

## Czy i jak wykonujesz poprawki do oddanych stron WWW?





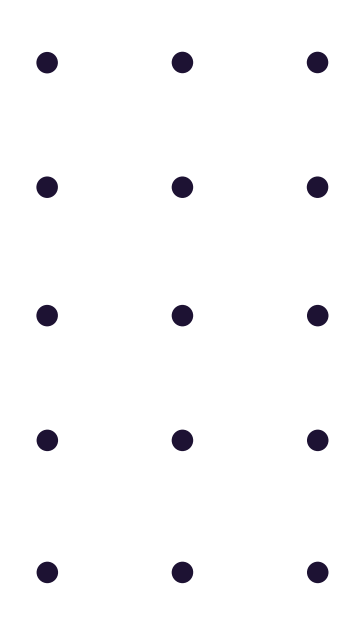


## Twórcy stron WWW

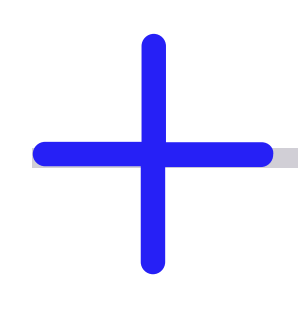
Moduł 3.

# Wyzwania i perspektywy

W tej części skupiamy się na problemach i trudnych sytuacjach, z jakimi borykają się wykonawcy stron internetowych w relacjach z klientami. Analizujemy przypadki, w których klienci nie chcieli opłacić wykonanego zlecenia lub znacząco zwlekali z zapłatą, co stanowi poważne wyzwanie dla każdego profesjonalisty. Przyglądamy się także największym trudnościom, z jakimi wykonawcy spotykają się podczas współpracy z klientami, oraz ich sugestiom dotyczącym możliwych zmian, które mogłyby usprawnić te relacje. Zrozumienie tych wyzwań i perspektyw jest kluczowe dla poprawy współpracy na rynku WordPressa.



# 45% twórców stron doświadczyło problemów z płatnościami od klientów



24% respondentów doświadczyło sytuacji, w której klient znacząco zwlekał z zapłatą, mimo że była podpisana umowa. 16.9% respondentów miało problemy z opóźnieniami w płatnościach, gdy nie było podpisanej umowy, co dodatkowo podkreśla ryzyko braku formalnych ustaleń.

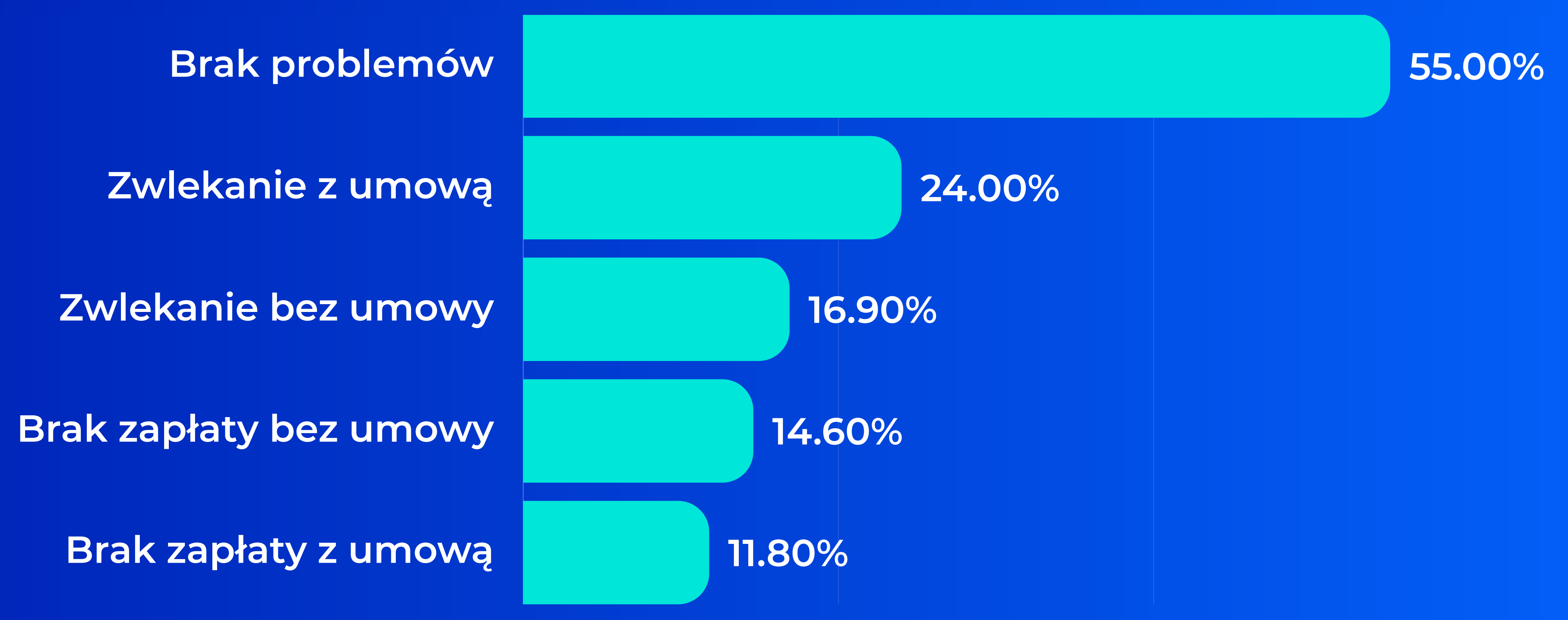
14.6% respondentów wskazało, że klient nie opłacił zamówienia w sytuacji, gdy nie było podpisanej umowy. Dla 11.8% respondentów brak zapłaty miał miejsce mimo istnienia umowy.

## Zabezpiecz swoje interesy odpowiednią umową!

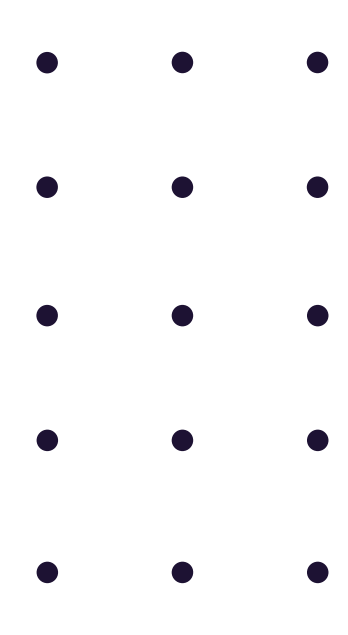
Wygeneruj za darmo profesjonalną umowę o wykonanie strony WWW za pomocą naszego generatora!

[lh.pl/generator-umowy/strona-www](https://lh.pl/generator-umowy/strona-www) 

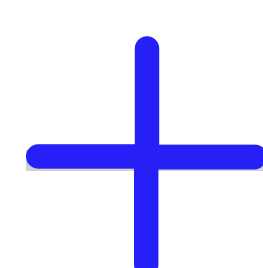
## Czy zdarzyła Ci się sytuacja, w której klient nie chciał opłacić zlecenia lub zwlekał z zapłatą?







# 70.9% twórców stron boryka się z problemem niskiej jakości materiałów od klientów

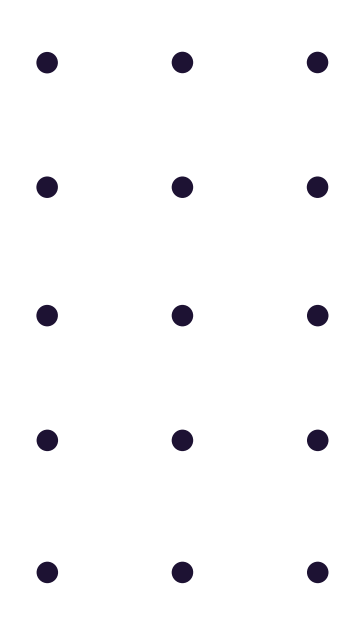


Ankieta wykazała, że **największym wyzwaniem dla twórców stron internetowych jest brak lub niska jakość dostarczonych materiałów na stronę**, co stanowi 70.9% odpowiedzi. Kolejnymi istotnymi problemami są niezdecydowanie klientów oraz ciągłe zmiany (59.3%) oraz za niski budżet klienta (55.4%).

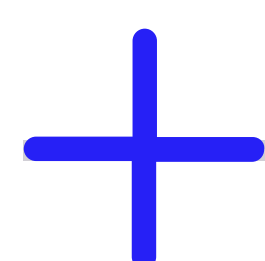
Mniej powszechne, ale nadal znaczące wyzwania to brak zrozumienia procesu budowy strony, słaby kontakt z klientem i trudności w przełożeniu oczekiwań klienta na wygląd i funkcje strony. Dane te sugerują, że komunikacja i zrozumienie między twórcami stron a klientami są kluczowe dla efektywnej realizacji projektów.

## Jakie są największe wyzwania w trakcie współpracy z klientami?





# Wyobraź sobie, że możesz zmienić jedną rzecz we współpracy z klientami, co to by było?



W odpowiedzi na pytanie, co mogliby zmienić we współpracy z klientami, twórcy stron WWW wskazali na kilka głównych obszarów stanowiących wyzwanie.

## Budżet

Wielu respondentów sugeruje, że klienci powinni dysponować większym budżetem, co pozwoliłoby na realizację bardziej zaawansowanych projektów oraz lepszą jakość usług.

## Komunikacja i decyzyjność

Twórcy stron internetowych chcieliby lepszej i szybszej komunikacji ze strony klientów, co mogłoby zapobiec wielu problemom związanym z realizacją projektów. Większa decyzyjność i szybkie podejmowanie decyzji przez klientów mogłoby znacząco usprawnić proces realizacji projektów.

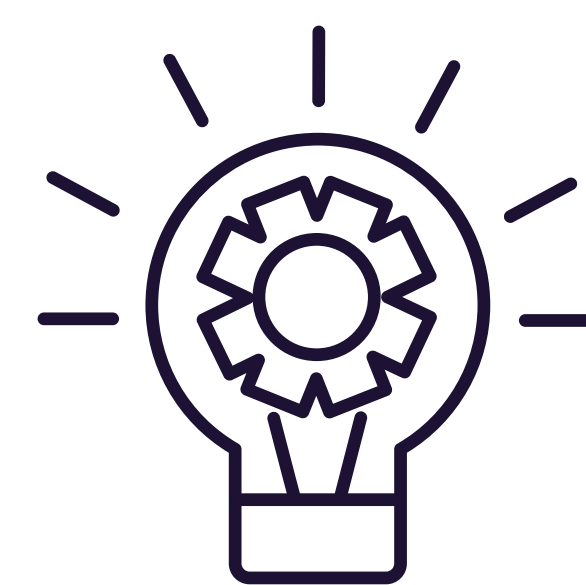
## Dostarczanie materiałów

Respondenci wskazują na potrzebę poprawy w tym zakresie, aby proces tworzenia stron był bardziej efektywny i mniej stresujący.

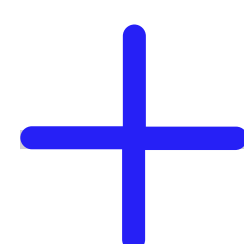
### Wybrane odpowiedzi

- Większy budżet klienta
- Zwiększenie budżetu klienta
- Szybsza komunikacja
- Lepszy kontakt z klientem
- Dostarczenie wszystkich materiałów przed rozpoczęciem pracy nad stroną
- Dostarczanie jakościowych materiałów na czas
- Niezdecydowanie i ciągłe zmiany
- Większe zdecydowanie
- Szybsze podejmowanie decyzji
- Poprawa zaangażowania klienta





# Jak właściwie wdrożyć klienta w aspekty techniczne?



*Pracując z WordPressem przy tworzeniu stron internetowych dla klientów, często napotykam na różne wyzwania, które wymagają elastycznego i konsekwentnego podejścia. Jednym z wyzwań jest brak zrozumienia technicznych aspektów strony przez klientów. Nie oczekuję, że będą oni ekspertami w WordPresie. To ja jestem tu po to, by cierpliwie wyjaśniać wszystkie niuanse. Często jednak trudno wytłumaczyć Klientowi, że niektóre rozwiązania się nie sprawdzą, są drogie bądź niemożliwe do wdrożenia na tym etapie. Na przykład, niektóre funkcje wymagają dodatkowych, płatnych wtyczek lub zaawansowanego kodowania, a czasem pewne rozwiązania mogą się wykluczać.*

*Na szczęście mój Relator i umiejętność cierpliwego nauczania wspierają mnie w tym zadaniu :) Moją rolą jest więc wytłumaczenie tych kwestii w przystępny sposób, aby klient czuł się dobrze poinformowany, zaopiekowany i pewny podejmowanych decyzji.*

*Aby uniknąć problemów, przygotowuję szczegółowy brief na początku projektu, który zawiera wszystkie etapy prac, oczekiwania oraz terminy. Dzięki temu oboje dokładnie wiemy, co, kiedy i dlaczego się dzieje. Ponadto, jestem w stałym kontakcie z klientem przez cały czas trwania projektu, dzięki czemu mogę szybko reagować na wszystkie pytania i wątpliwości. Regularnie informuję klientów o wybranych funkcjach oraz tłumaczę podstawowe zagadnienia związane z działaniem strony. To pomaga klientom zrozumieć, dlaczego niektóre funkcje wymagają dodatkowych działań lub inwestycji i gdzie tego można uniknąć.*

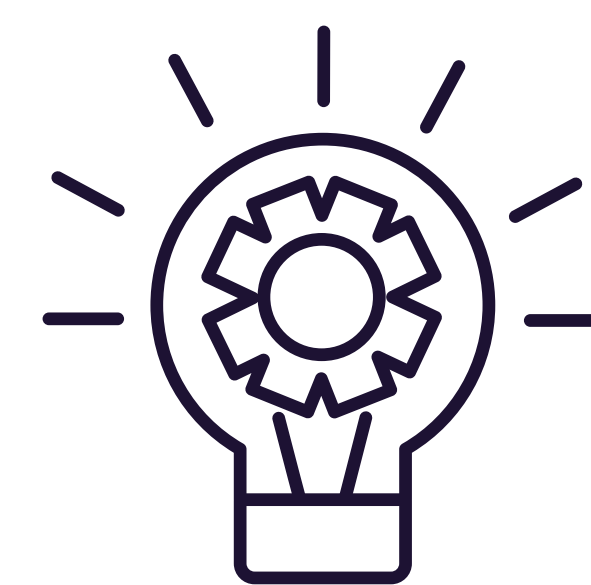
**Ela Wolińska**

Ela Wolińska, Integracja Projektów, Szkolenia

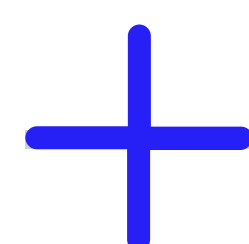


**Ela Wolińska**  
Akademia Zdalna





# Jak właściwie zaangażować klienta w projekt?



*Takim największym wyzwaniem przy współpracy z klientami jest dla mnie wyciągnięcie od klienta informacji na temat tego, czego chce od swojej strony internetowej i na równi z tym - takim kolejnym wyzwaniem - jest zaangażowanie klienta w projekt, czyli dostarczenie przez niego na czas materiałów oraz dawanie feedbacku - taka komunikacja na bieżąco, by projekt pchać do przodu, a nie czekać X dni na odpowiedź klienta.*

*Jeśli chodzi o narzędzia to u mnie takim głównym narzędziem jest brief, gdzie mamy spisane wszystkie potrzeby klienta, cele strony, informacje o jego grupie docelowej, etc. A z takich typowych narzędzi, które wykorzystuję przy współpracy z klientem to Trello lub Asana, gdzie mamy rozpisany cały projekt i nie musimy "przerzucać" się mailami, czy wygrzebywać z czeluści skrzynki potrzebne w danym momencie informacje.*

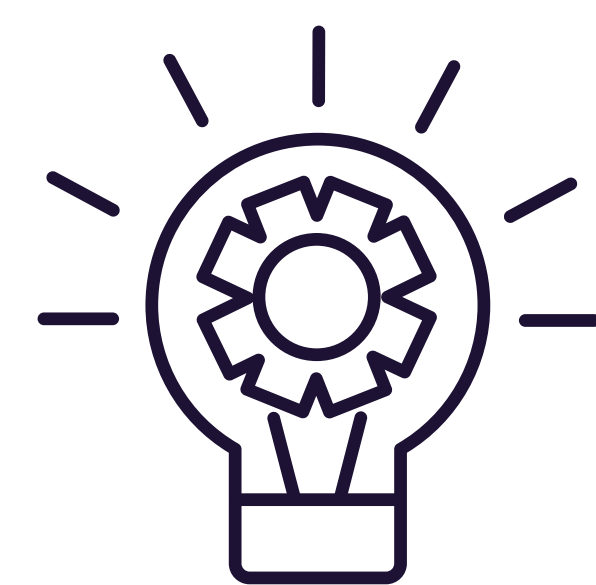
**Sylwia Stein**

13Design

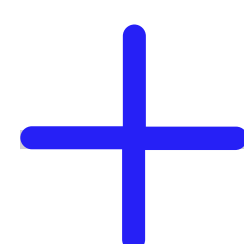
**13DESIGN**







# Jak rozwiązać problemy komunikacyjne we współpracy z klientem?



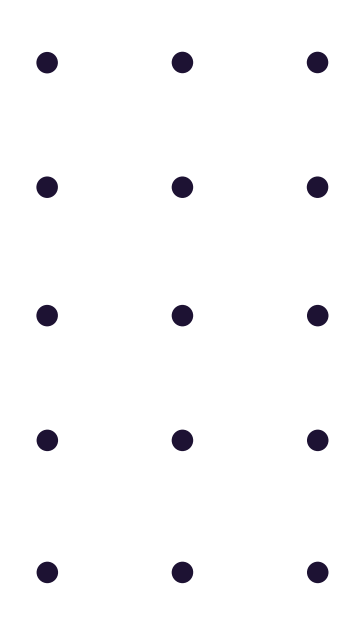
*Największym wyzwaniem podczas współpracy z Klientami jest komunikacja i zarządzanie oczekiwaniami. Dlatego w R88 na początku współpracy przeprowadzam warsztat zerowy, gdzie omawiamy i planujemy m.in. biznesowy cel strony, wartości dla buyer persony, architekturę informacji. Efektem spotkania jest ustalony układ strony i makiety - co pomaga wizualizować koncepcje przed rozpoczęciem prac graficznych. Całość stanowi podstawę do kolejnych etapów wykonania witryny.*

*Aby uniknąć niejasności nasz koordynator projektu używa Asany do zarządzania projektami, co pozwala na przejrzyste śledzenie postępów. Graficy używają Figma do tworzenia projektów graficznych przed rozpoczęciem prac programistycznych. Zespół R88 komunikuje się przez Microsoft Teams oraz Asanę, co pozwala utrzymać transparentność. Spotkania z Klientami i wewnętrzne odbywają się na Teamsach, co ułatwia współpracę. Dzięki tym narzędziom zespół lepiej zarządza projektami, zmniejszając ryzyko nieporozumień i zwiększając efektywność współpracy.*

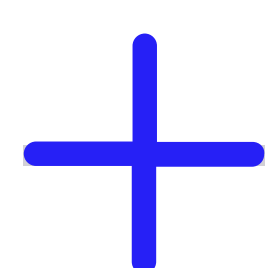
**Szymon Kryczka**

R88.pl





# Co jeszcze twórcy zmieniliby we współpracy ze swoimi klientami przy tworzeniu stron WWW?



## Świadomość klienta

Zrozumienie przez klientów procesu budowy strony, wymagań technicznych oraz znaczenia jakości materiałów jest często niewystarczające. Edukacja klientów na temat tych aspektów może poprawić współpracę i satysfakcję z finalnego produktu.

## Klarowność oczekiwań

Precyzyjne określenie założeń projektowych na początku współpracy jest kluczowe dla uniknięcia problemów w trakcie realizacji. Twórcy stron internetowych chcieliby lepszego przygotowania założeń i zrozumienia wymagań przez klientów.

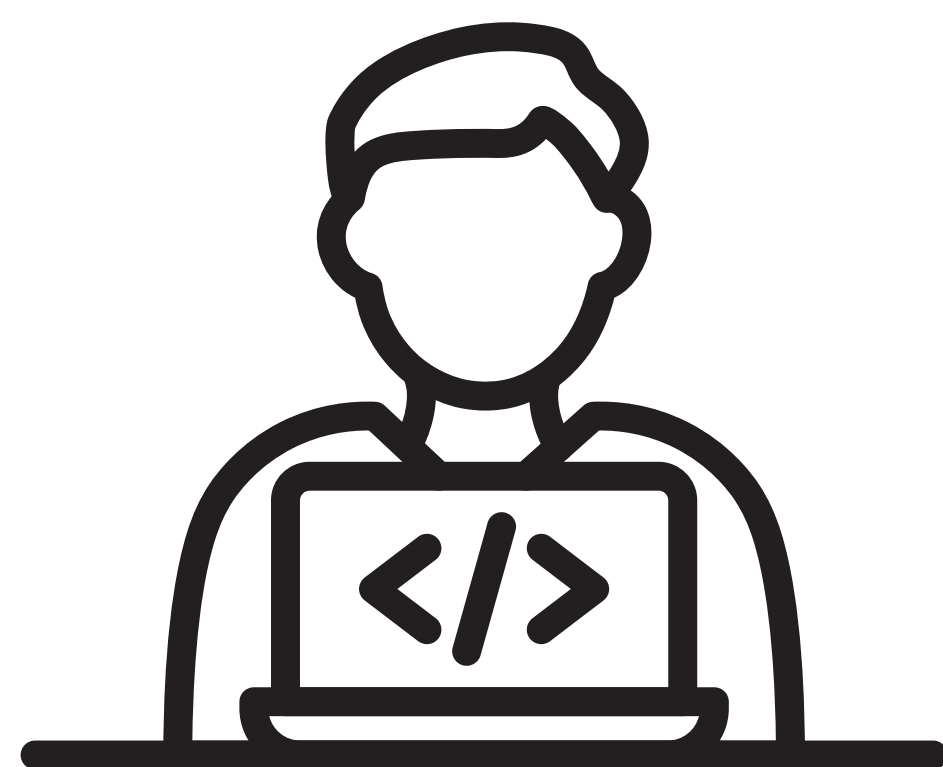
## Terminowość

Terminowość dostarczania materiałów przez klientów oraz szybszy feedback są istotne dla sprawnej realizacji projektów. Twórcy stron chcieliby, aby klienci bardziej przestrzegali ustalonych terminów i byli bardziej responsywni.

### Wybrane odpowiedzi

- Zwiększenie świadomości, że strona budowana od zera to proces, który wymaga czasu i wiedzy
- Świadomość, że niski budżet często prowadzi do większych wydatków
- Szybszy czas odpowiedzi
- Szybki i konkretny feedback
- Terminowe płatności
- Przygotować dobre założenia do projektu
- Zrozumienie złożoności projektu i nakładu pracy



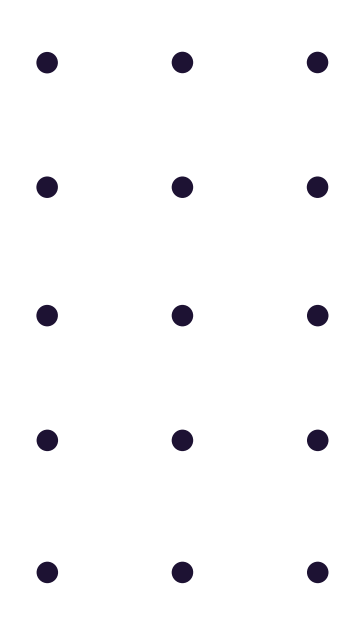


## Twórcy stron WWW

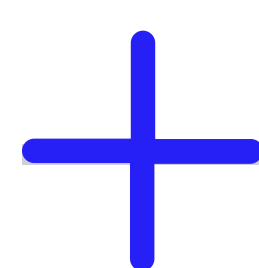
Moduł 4.

# Marketing i klienci

W tej części pytań koncentrujemy się na strategiach marketingowych stosowanych przez wykonawców stron internetowych oraz na metodach pozyskiwania klientów. Analizujemy dobre praktyki marketingowe, które są wykorzystywane w firmach, oraz źródła, z których pozyskiwani są klienci. Badamy, które kanały przynoszą najwięcej klientów i co wyróżnia wykonawców na tle konkurencji. Przyglądamy się także działaniom podejmowanym po zakończeniu zlecenia budowy strony, które mogą mieć wpływ na długoterminowe relacje z klientami. Zrozumienie tych aspektów pozwala lepiej poznać skuteczne strategie marketingowe i metody budowania relacji z klientami na rynku WordPressa.



# Twórcy stron intensywnie pracują nad marketingiem swoich usług



Większość respondentów (67.0%) jest w trakcie rozwoju obszaru marketingowego w swojej firmie. Inne popularne praktyki marketingowe to posiadanie określonej **persony idealnego klienta** (30.6%) oraz **zdefiniowanej strategii marketingowej** (24.4%).

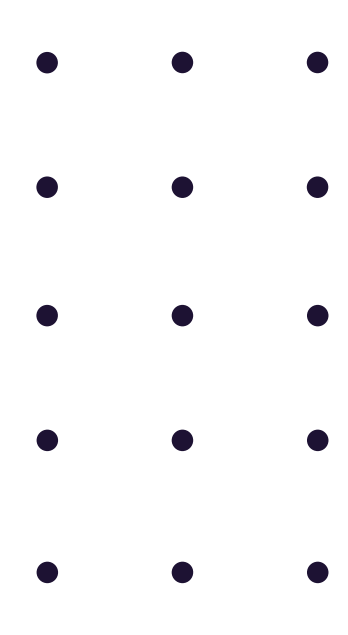
Dywersyfikacja kanałów sprzedaży (24.1%) oraz stosowanie metody "porzuconego koszyka" (14.9%) są również stosowane przez niektórych respondentów. Pozostałe odpowiedzi dotyczą różnorodnych, często indywidualnych podejść do marketingu.

Wiele odpowiedzi indywidualnych nie napawa jednak optymizmem - liczni respondenci wskazali, że nie stosują dobrych praktyk lub nie mają czasu na rozwój tego obszaru w swoim przedsiębiorstwie.

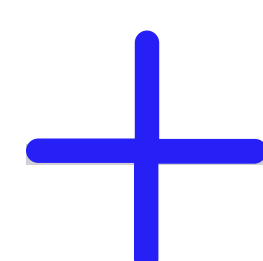
## Jakie dobre praktyki marketingowe stosujesz w swojej firmie?







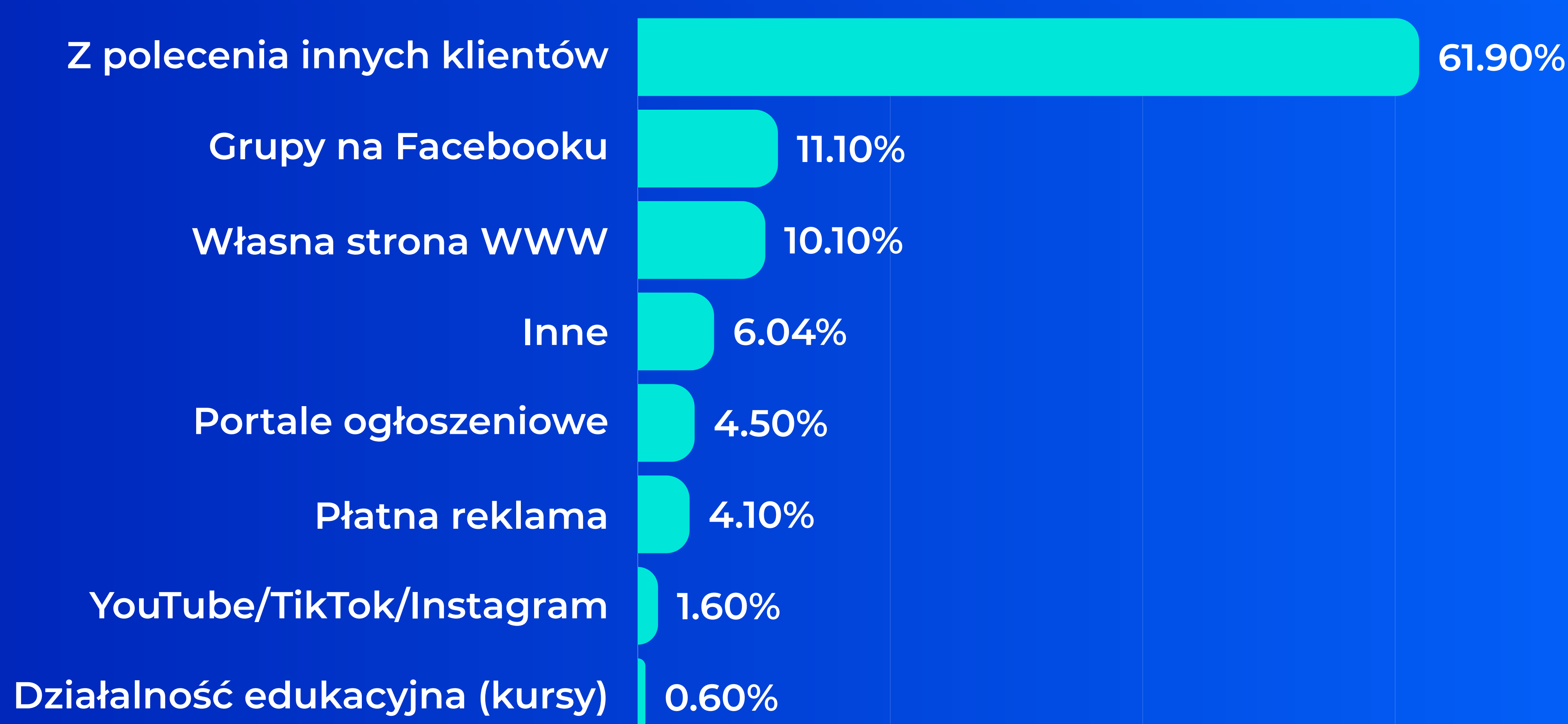
# 61.9% twórców stron pozyskuje zlecenia z polecenia byłych klientów

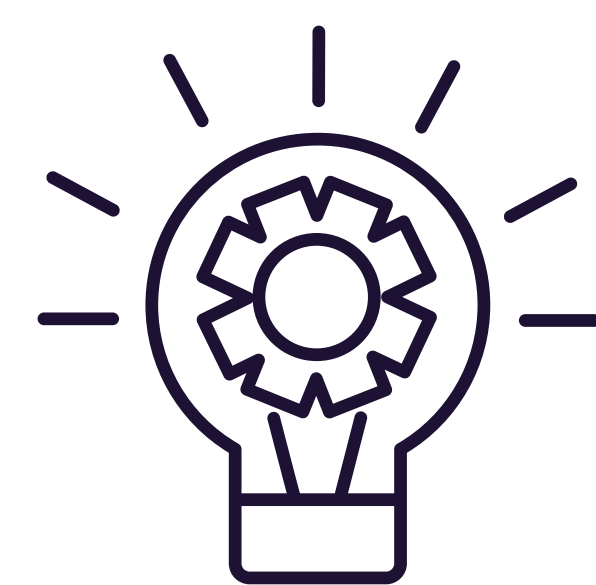


Ankieta wykazała, że większość respondentów (61,9%) pozyskuje klientów z polecenia innych klientów. Dane te sugerują, że zaufanie i rekomendacje odgrywają kluczową rolę w pozyskiwaniu nowych zleceń w branży tworzenia stron internetowych.

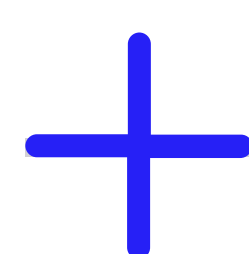
Kolejnymi popularnymi źródłami są własna strona WWW (10,1%) oraz grupy na Facebooku (11,1%). Mniej powszechnie stosowane metody to portale ogłoszeniowe, płatna reklama, platformy takie jak YouTube czy TikTok oraz tworzenie własnych kursów IT.

## Gdzie pozyskujesz klientów?





# Jak wykorzystywać social media (np. LinkedIn), aby budować świadomość marki?



Podstawą działań na LinkedIn jest tworzenie treści. Mowa tu w pierwszej kolejności o postach, które budują wizerunek eksperta w naszej niszy. Takie publikacje powinny zawierać atrakcyjny wstęp, ciekawe rozwinięcie oraz intrygujące zakończenie, by wywołać dyskusję w komentarzach. Wtedy algorytm zrozumie, że taki post warto pokazywać szerszej publiczności.

Posty mogą dzielić się na:

- Wiedkowe - publikowane kilka razy w tygodniu i dostarczające realną wartość naszym odbiorcom w krótkiej formie (polecam 1500-2000 znaków).
- Artykuły - w nich dzielimy się wiedzą w bardziej rozległy sposób.
- Posty prywatne - gdzie pokazujemy się od bardziej ludzkiej strony i mówimy o naszych pasjach. Te ostatnie szczególnie warto publikować w piątki oraz weekendy.

Jeśli ktoś jednak nie czuje się jeszcze pewnie w pisaniu dłuższych treści, zawsze może zacząć od komentowania. Dzięki temu zyska wprawę i będzie codziennie widoczny na LinkedIn dla potencjalnych klientów i pracodawców.

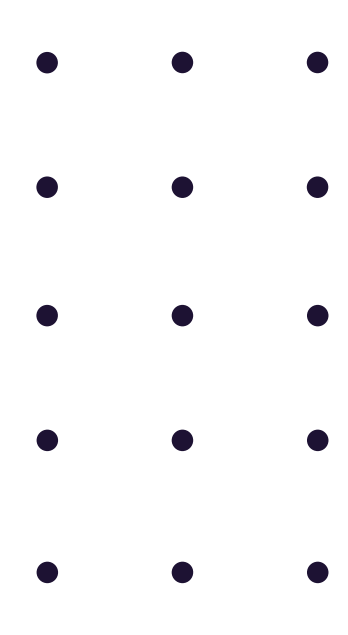
Podsumowując, polecam wszystkim, którzy dopiero zaczynają przygodę z LinkedIn, komentowanie postów innych osób z naszej branży. Tym, którzy już pewnie czują się w pisaniu postów, radzę publikować minimum trzy razy w tygodniu.

**Szymon Karwasz**

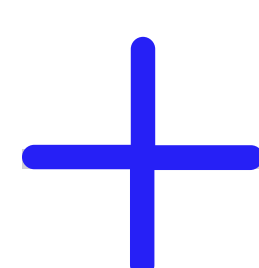
Si Media

**Si**MEDIA





# Twórcy uważają, że na rynku wyróżnia ich indywidualne podejście do klienta

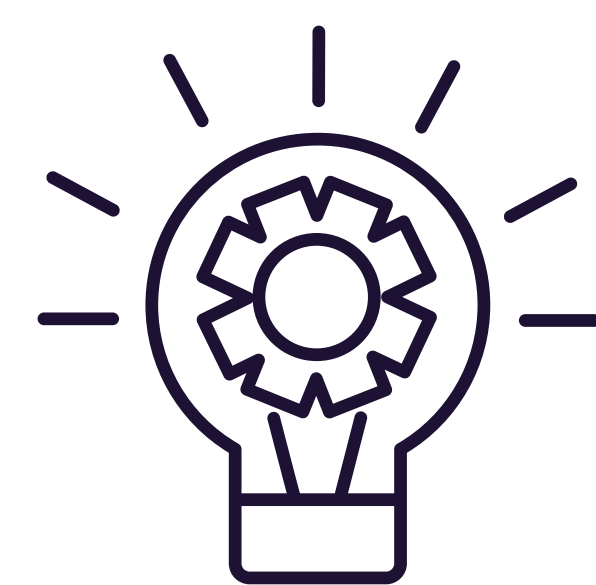


Ankietowanym twórcom stron zadaliśmy otwarte pytanie o to, co wyróżnia ich ofertę na rynku stron WWW. Poniżej przedstawiliśmy pogrupowane odpowiedzi na podstawie ich tematyki oraz procentowy udział poszczególnych grup. Analizując odpowiedzi, podzieliliśmy je na kilka kluczowych kategorii. W podziale na kategorie zdecydowaliśmy się wykluczyć odpowiedzi “nie wiem”, czy “nic”, stanowiące ponad 30% wszystkich udzielonych odpowiedzi. **Dane te oznaczają jednak, że niemal co trzeci ankietowany wykonawca stron WWW nie zna mocnych stron swojej oferty.** Taki stan rzeczy wskazuje na bardzo duże pole do rozwoju w zakresie marketingu web developerów oraz edukacji freelancerów i MŚP w tym obszarze.

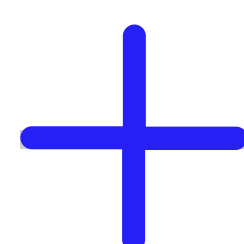
Odpowiedzi ankietowanych były zróżnicowane. Na indywidualne podejście do klienta wskazało 16% ankietowanych, a ok. 15% na jakość usług, doświadczenie i profesjonalizm.

## Co Twoim zdaniem wyróżnia Cię na tle konkurencji?





# Jak się wyróżnić na tle konkurencji i zdobywać nowych klientów?



*Działamy w myśl zasady: "Kto pyta, unika poprawek". Od samego początku istnienia DarkSite zadajemy naszym Klientom jedno pytanie: "Z jakiej strony chcesz się pokazać w internecie?". Większość odpowiada: „Z najlepszej – to proste!”. Pytamy więc dalej, by zrozumieć specyfikę ich biznesów, poznać oczekiwania i zbudować relację opartą na wzajemnym zaufaniu.*

*Strategia WOMM, czyli Word of Mouth Marketing (inaczej marketing szeptany) to potęga, która pomaga nam zdobywać nowych Klientów. To kluczowa kwestia, która sprawia, że Klienci nie tylko wracają do nas z kolejnymi, często bardziej zaawansowanymi projektami, polecają DarkSite swoim bliskim, oznaczają nas w social mediach czy wprost łączą ze znajomymi, którzy poszukują wykonawcy strony czy sklepu internetowego.*

*Uważamy także, że na „Dziękuję!” warto pracować! Dobra opinia w internecie to klucz do new businessów. Dlatego, realizując projekt, dajemy w pakiecie poczucie zaopiekowania projektem na każdym etapie. Zachęcamy także Klientów do dzielenia się wrażeniami ze współpracy w Google. I chyba nie ma lipy!*

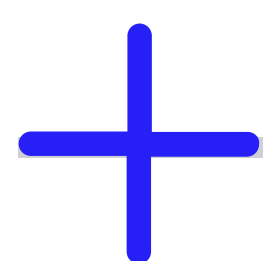
**Dawid Misiewicz**

DarkSite

**DARKSITE**



# Większość twórców podtrzymuje kontakt z klientem po współpracy

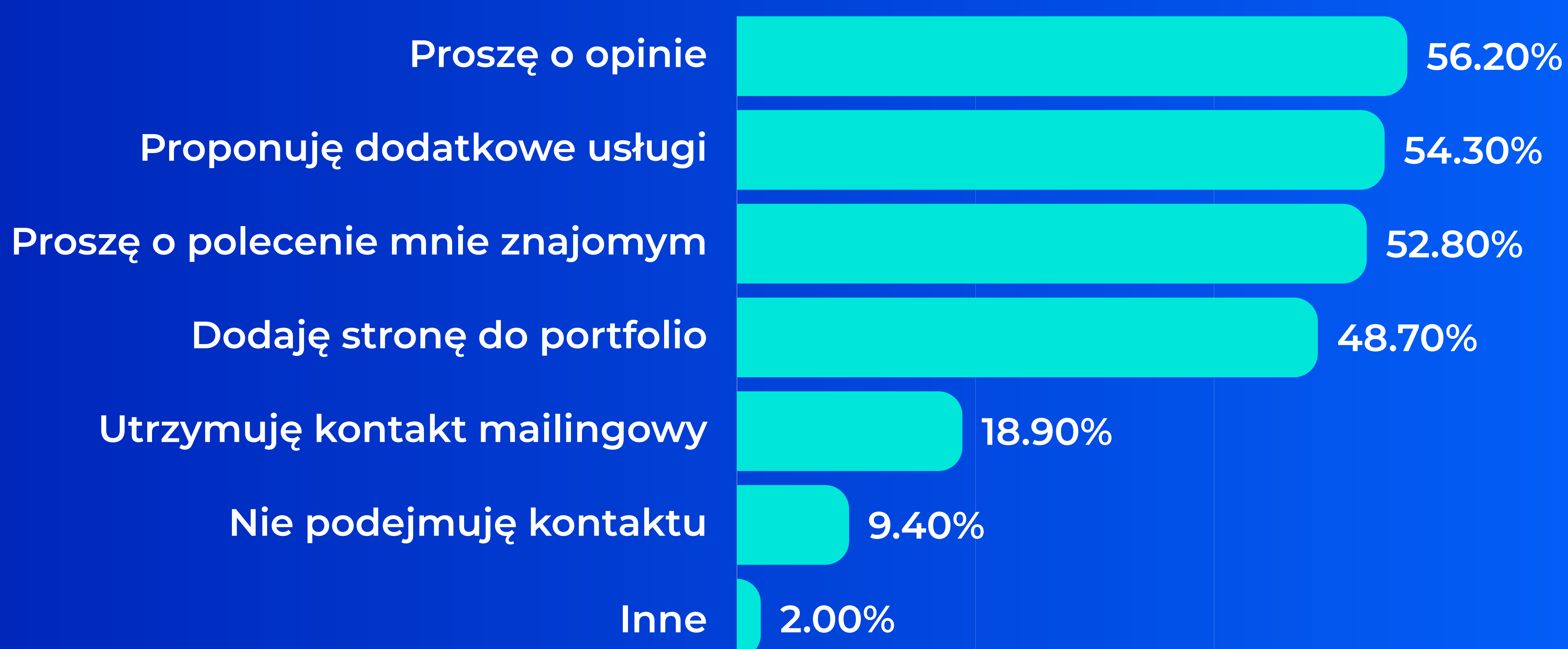


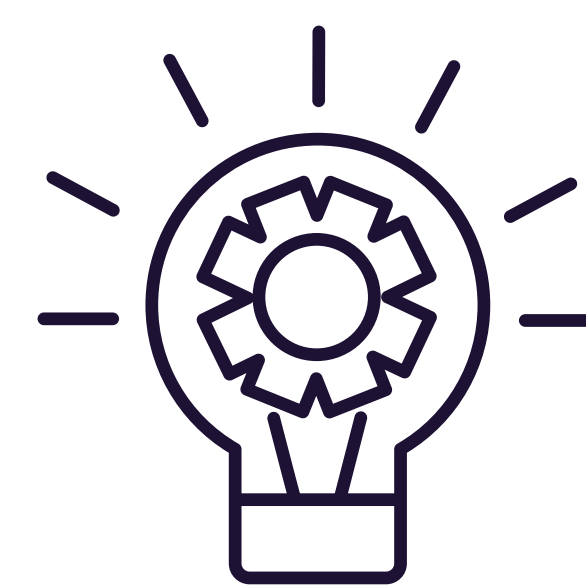
Ankieta wykazała, że większość respondentów podtrzymuje kontakt z klientem po zakończeniu zlecenia. Co drugi badany web developer prosi o opinię lub polecenie usług znajomym, a także oferuje dodatkowe usługi. 10% ankietowanych wykonawców rezygnuje z kontaktu z klientami.

## Wybrane odpowiedzi

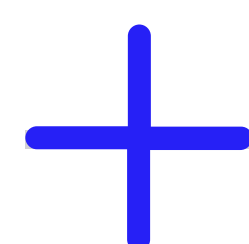
- 30 dni po oddaniu strony jestem do dyspozycji
- Zarządzam stroną
- Stała abonamentowa opieka
- Przypominam się co jakiś czas
- Zaprzyjaźniam się z klientami
- Opinia Google
- Regularne kontakty z klientami rokującymi
- Współpraca w zakresie reklamy i pozycjonowania

## Jakie działania wykonujesz po zakończonym zleceniu?





# Czy newsletter może sprawdzić się w branży tworzenia stron WWW?



Twórcy stron internetowych powinni wykorzystywać newslettery, aby wyróżnić się na konkurencyjnym rynku. Newsletter to jedno z najskuteczniejszych narzędzi, które zapewnia:

- *Budowanie relacji z klientami – regularne wysyłki utrzymują kontakt i budują lojalność, zwiększając świadomość marki.*
- *Edukację klientów – informowanie o trendach, technologiach i najlepszych praktykach branżowych umacnia pozycję firmy jako eksperta.*
- *Zwiększenie sprzedaży – promowanie nowych usług, ofert specjalnych i możliwości upsellingu zwiększa konwersję.*

W newsletterach warto zawrzeć:

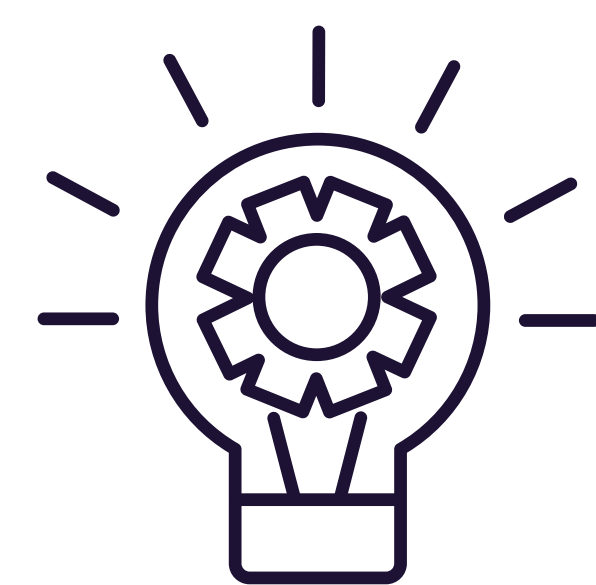
- *Porady techniczne – artykuły o bezpieczeństwie stron, SEO czy narzędziach.*
- *Studia przypadków – sukcesy klientów, które pokazują efektywność rozwiązań.*
- *Aktualności branżowe – najnowsze trendy i zmiany technologiczne.*
- *Promocje i oferty specjalne – informacje o nowych usługach i rabatach.*
- *Poradniki – przewodniki krok po kroku, np. analiza danych z Google Analytics.*
- *Testimoniale – opinie zadowolonych klientów, które budują zaufanie.*

*Prowadzenie newslettera to nie tylko sposób na komunikację z klientami, ale także potężne narzędzie marketingowe. Regularne, wartościowe treści pomagają budować relacje, edukować klientów i zwiększać sprzedaż.*

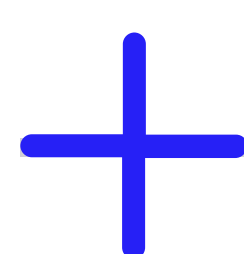
**Lucy Erezman**  
Integracja Biznesu







# Co pomaga w budowaniu długotrwałych relacji z klientami zlecającymi strony WWW?



*Do budowania długotrwałych relacji podchodzimy strategicznie.*

*Nie jesteśmy anonimowymi wykonawcami jednorazowych zleceń.*

*Angażujemy się współpracę z klientami, którzy się rozwijają i potrzebują stałego wsparcia w kwestiach technicznych i marketingowych.*

*Ciągle uczymy się jak najszybciej ich rozpoznać.*

*Rozwijamy zespół i dopasowujemy zakres usług, aby obu stronom się to opłacało.*

*Podstawą udanej relacji jest dobra komunikacja i zaufanie.*

*Dbamy o nie na różne sposoby:*

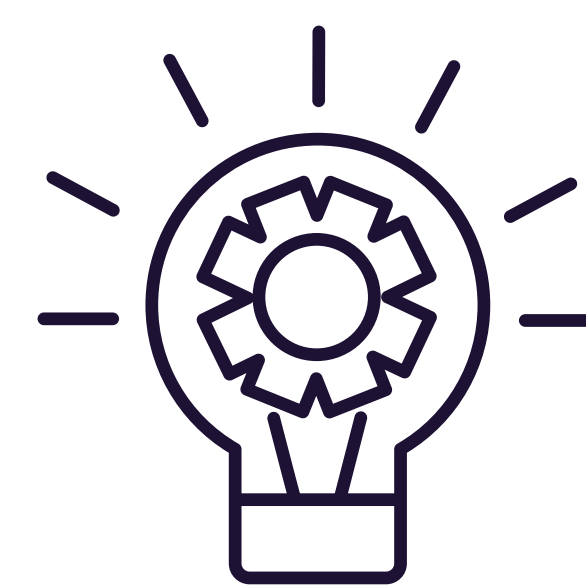
- *Współpracę zaczynamy od rozmowy.*
- *Za jasną i sprawną komunikację odpowiada dedykowana koordynatorka.*
- *Spotykamy się na warsztatach: ustalamy cele biznesowe, spisujemy strategię. Dzięki temu nie tylko sprawnie modernizujemy strony, ale też wiemy jak strona ma przynosić wartość w dłuższej perspektywie czasu. To pomaga Klientom się rozwijać. Wszyscy na tym wygrywają i nasza relacja kwitnie.*
- *Żeby unikać nieudomówień przedstawiamy szczegółowy zakres prac i harmonogram.*
- *Ciężko o dobrą relację ze spóźnialskimi. Dlatego pilnujemy ustalonych terminów.*

*Dzięki regularnym raportom Klienci wiedzą, co robimy, co się dzieje z ich serwisem i pamiętają o nas, gdy potrzebują doradztwa.*

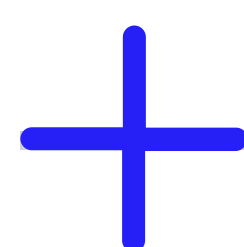
**Danka Stawarz i Magda Czekala**

WEBEST Agencja Marketingu Internetowego

we**b**est



# Jakie są kluczowe czynniki budowania trwałych relacji z klientami?



*W naszej firmie stawiamy na jakość i dobry kontakt z klientami. Po zrobieniu strony zawsze staramy się utrzymać relacje, bo to dla nas bardzo ważne.*

*Najczęściej kontaktujemy się przez e-mail, telefon lub media społecznościowe. E-maile są super do informowania o nowościach i zbierania feedbacku. Telefon to szybki sposób na rozwiązanie problemów, a przez media społecznościowe, jak Facebook czy Instagram, można pogadać mniej formalnie.*

*Regularnie się odzywamy i staramy się być proaktywni. To pomaga budować zaufanie i lojalność, co przekłada się na długotrwałe relacje z klientami.*

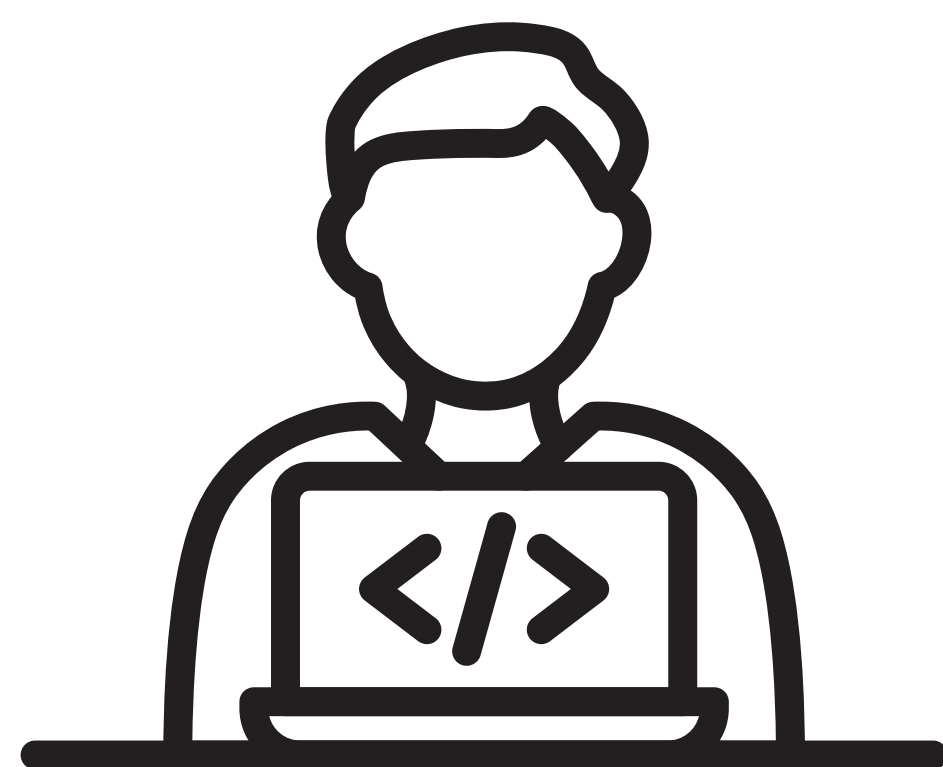
**Przemysław Szliep**

SP-Media



**SP MEDIA**



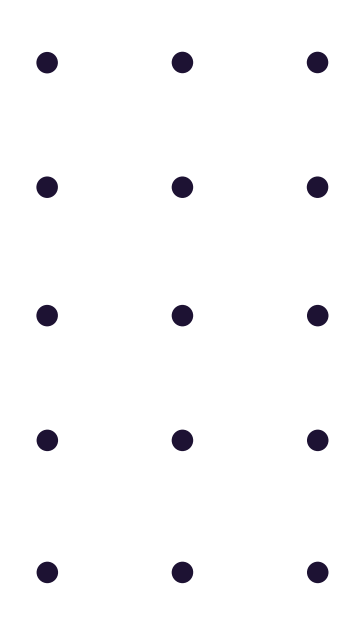


## Twórcy stron WWW

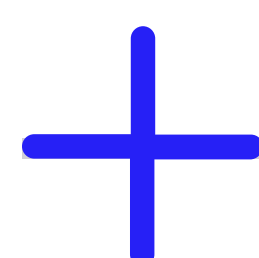
Moduł 5.

# Przyszłość i innowacje

Ta część pytań bada, jak wykonawcy stron internetowych przygotowują się na przyszłość oraz jakie innowacje planują wdrożyć w swoich firmach. Analizujemy plany dotyczące implementacji narzędzi związanych ze sztuczną inteligencją (AI) oraz obszary, w których te narzędzia są już wykorzystywane. Przyglądamy się również, czy wykonawcy planują rozszerzenie swojej oferty o płatne kursy i szkolenia w obszarze IT, takie jak tworzenie stron internetowych. Rozważamy opinie na temat przyszłości zawodu web developera w kontekście rosnącej popularności AI oraz plany rozwoju zawodowego na najbliższe 12 miesięcy. Dodatkowo, badamy, co najbardziej przyczyniło się do rozwoju wiedzy i umiejętności wykonawców jako web developerów. Te informacje pozwalają lepiej zrozumieć, jak rynek WordPressa adaptuje się do szybko zmieniających się technologii i jakie kroki podejmują specjaliści, aby pozostać konkurencyjnymi w przyszłości.



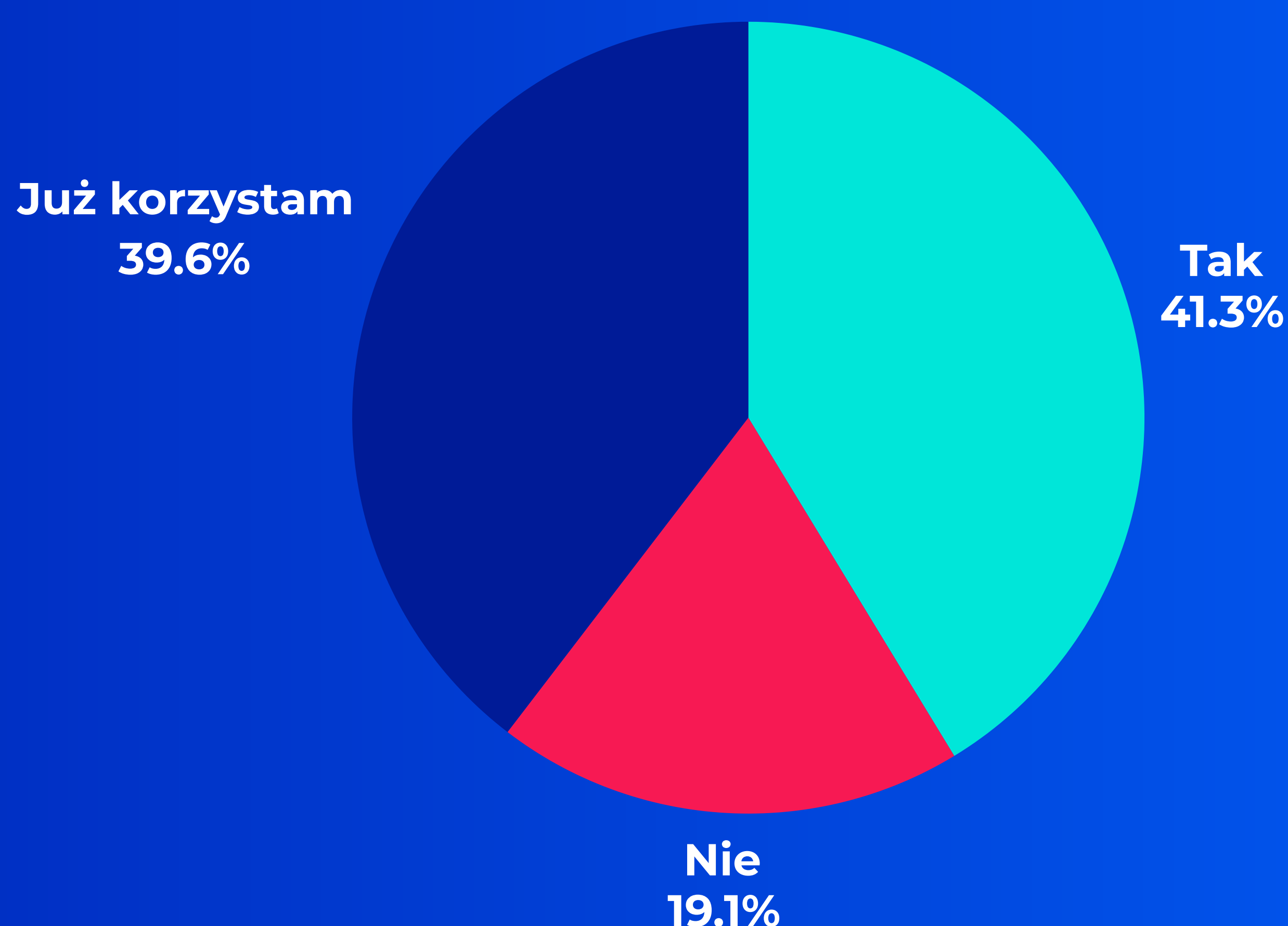
# Jedynie 19.1% badanych twórców nie korzysta i nie planuje korzystać z AI



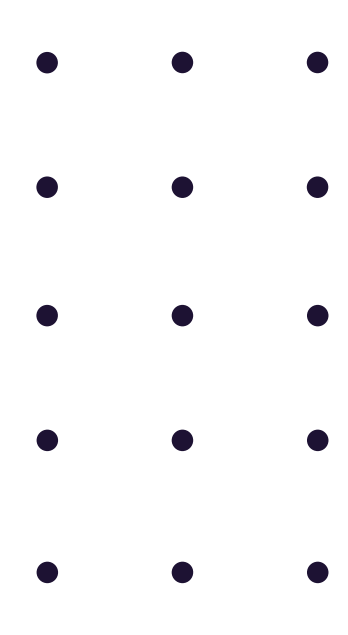
Wyniki ankiety wskazują, że większość firm dostrzega potencjał narzędzi związanych ze sztuczną inteligencją. 41,3% respondentów planuje wdrożenie takich technologii w najbliższym czasie, co pokazuje rosnące zainteresowanie i otwartość na innowacje. Ponadto, 39,6% firm już korzysta z rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji. Jedynie 19,1% respondentów nie planuje wdrożenia tych technologii, co może wynikać z różnych barier lub braku potrzeby.

AI może znacznie wzbogacić ofertę dodatkowych usług dla klientów tworzących strony WWW na WordPressie. W zakresie copywritingu, narzędzia AI mogą generować wysokiej jakości treści, wypełniając stronę tekstami, które są zarówno atrakcyjne dla czytelników, jak i zoptymalizowane pod kątem SEO. W dziedzinie grafiki, AI może wygenerować profesjonalne obrazy, gdy klient nie dostarczy materiałów wizualnych, zapewniając estetyczny wygląd strony.

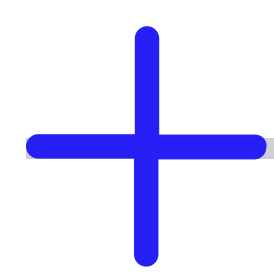
## Czy planujesz wdrożenie do swojej firmy narzędzi związanych z AI?







# 66.1% twórców wykorzystuje AI do tworzenia treści na strony klientów

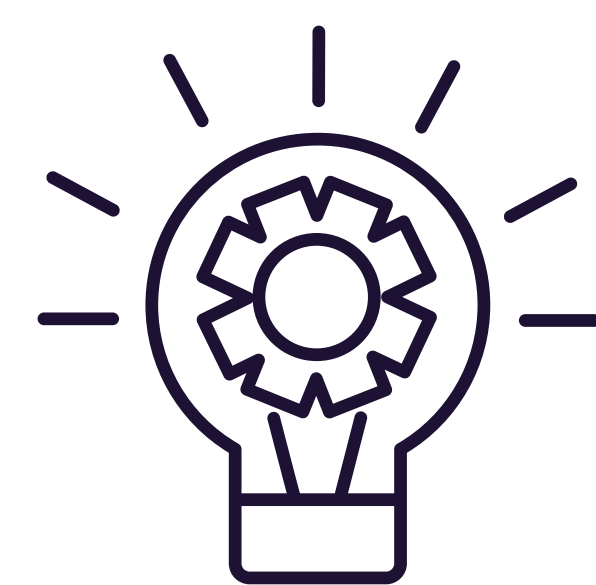


Najczęściej wskazywanymi obszarami są: **tworzenie treści tekstowych na stronę klienta** (66,1%), **tworzenie grafik na stronę klienta** (28,5%) oraz **automatyzacja procesów w firmie** (25,8%). Tylko 21,5% respondentów nie korzysta z narzędzi AI.

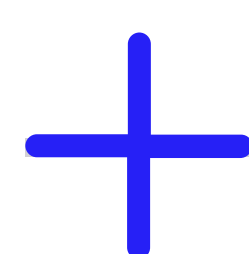
Interesującym wynikiem jest również to, że wiele firm korzysta z AI w specyficznych, czasem niszowych obszarach, takich jak kodowanie, transkrypcja rozmów, czy tworzenie treści na własne potrzeby.

## W jakich obszarach wykorzystujesz już narzędzia AI?





# Jak można efektywnie wykorzystać AI do tego, aby wspomóc pracę podczas tworzenia stron?



Moim zdaniem kluczową umiejętnością dla przyszłych profesjonalistów w branży tworzenia stron internetowych będzie szersze spojrzenie na proces tworzenia strony. Dzięki rozwojowi technologii, tworzenie stron staje się coraz prostsze, co przesunęło nacisk na umiejętności doradcze i strategiczne.

Eksperci, którzy potrafią spojrzeć na biznes klienta z szerszej perspektywy, będą zyskiwać na znaczeniu.

AI może znacząco usprawnić proces tworzenia stron internetowych, automatyzując zadania takie jak kodowanie czy tworzenie treści. Dzięki narzędziom takim jak Midjourney, możemy tworzyć grafiki, a ChatGPT pomaga w generowaniu tekstów i dodatkowych materiałów.

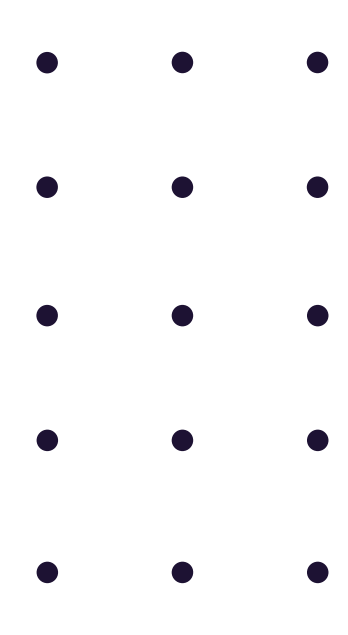
Powstają również systemy umożliwiające tworzenie kompletnych stron internetowych na podstawie prostych poleceń tekstowych. W nadchodzących latach te technologie będą rozwijane, a twórcy stron, którzy chcą pozostać konkurencyjni, muszą na bieżąco zdobywać nową wiedzę.

**Krzysztof Gonet**

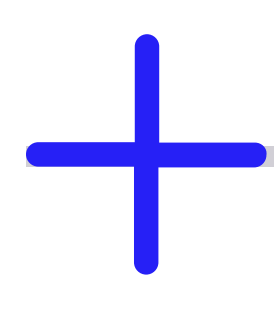
NetGonet



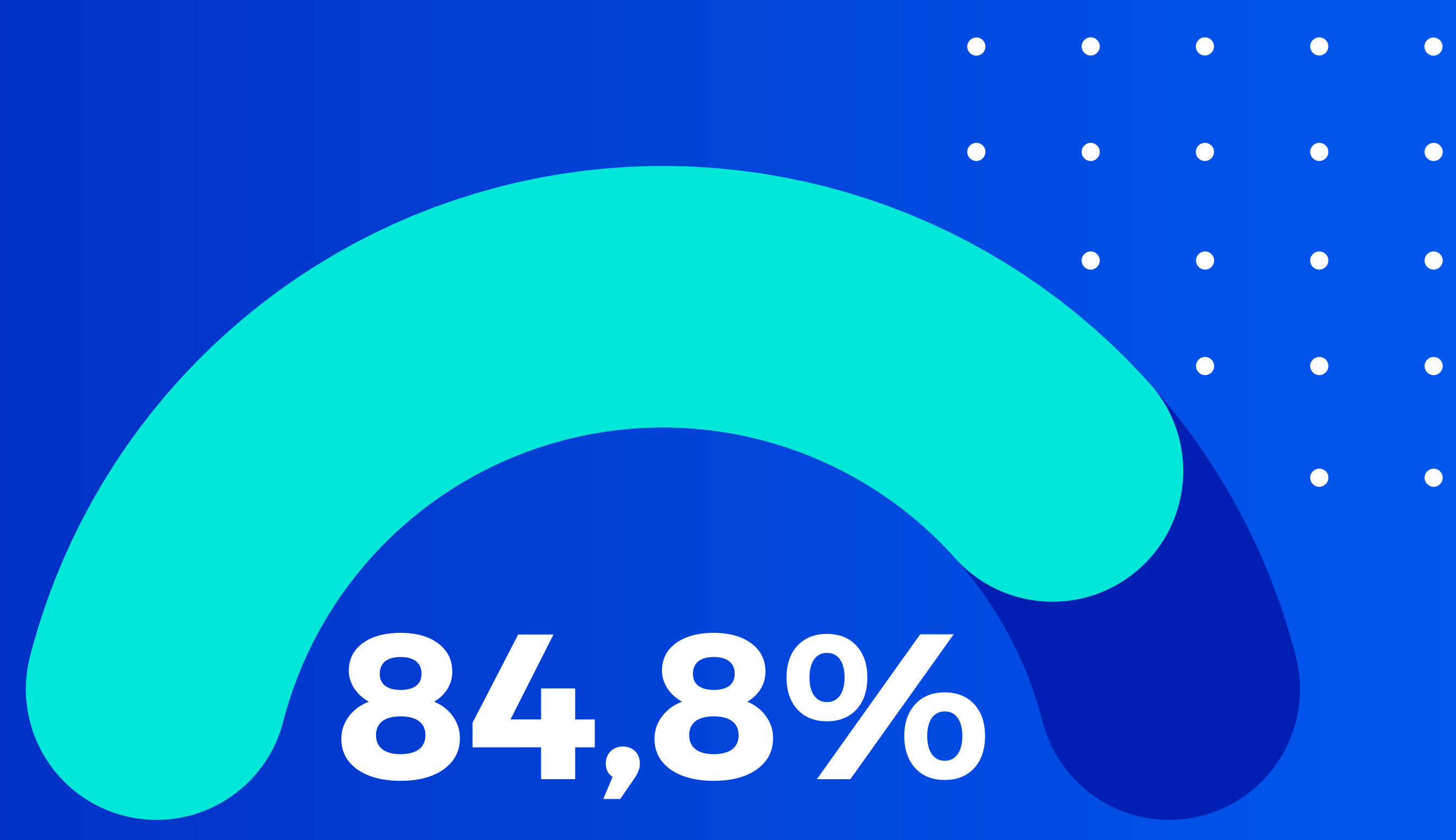




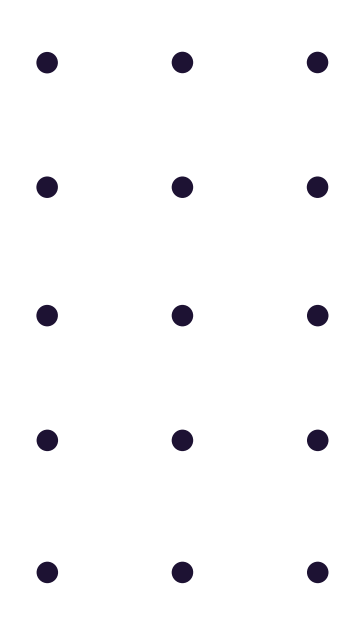
# Czy Twoim zdaniem zawód web developera może zniknąć w związku z popularnością AI?



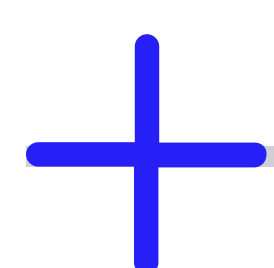
W ankiecie dotyczącej przyszłości zawodu web developera w kontekście rosnącej popularności sztucznej inteligencji (AI), 84,8% respondentów uważa, że zawód ten nie zniknie. Jedynie 15,2% wyraża obawy, że AI może zastąpić web developerów. Wyniki wskazują na powszechny optymizm w branży, dotyczący trwałości i ewolucji roli web developera mimo postępującej automatyzacji.



nie widzi zagrożenia dla zawodu web developera ze strony AI

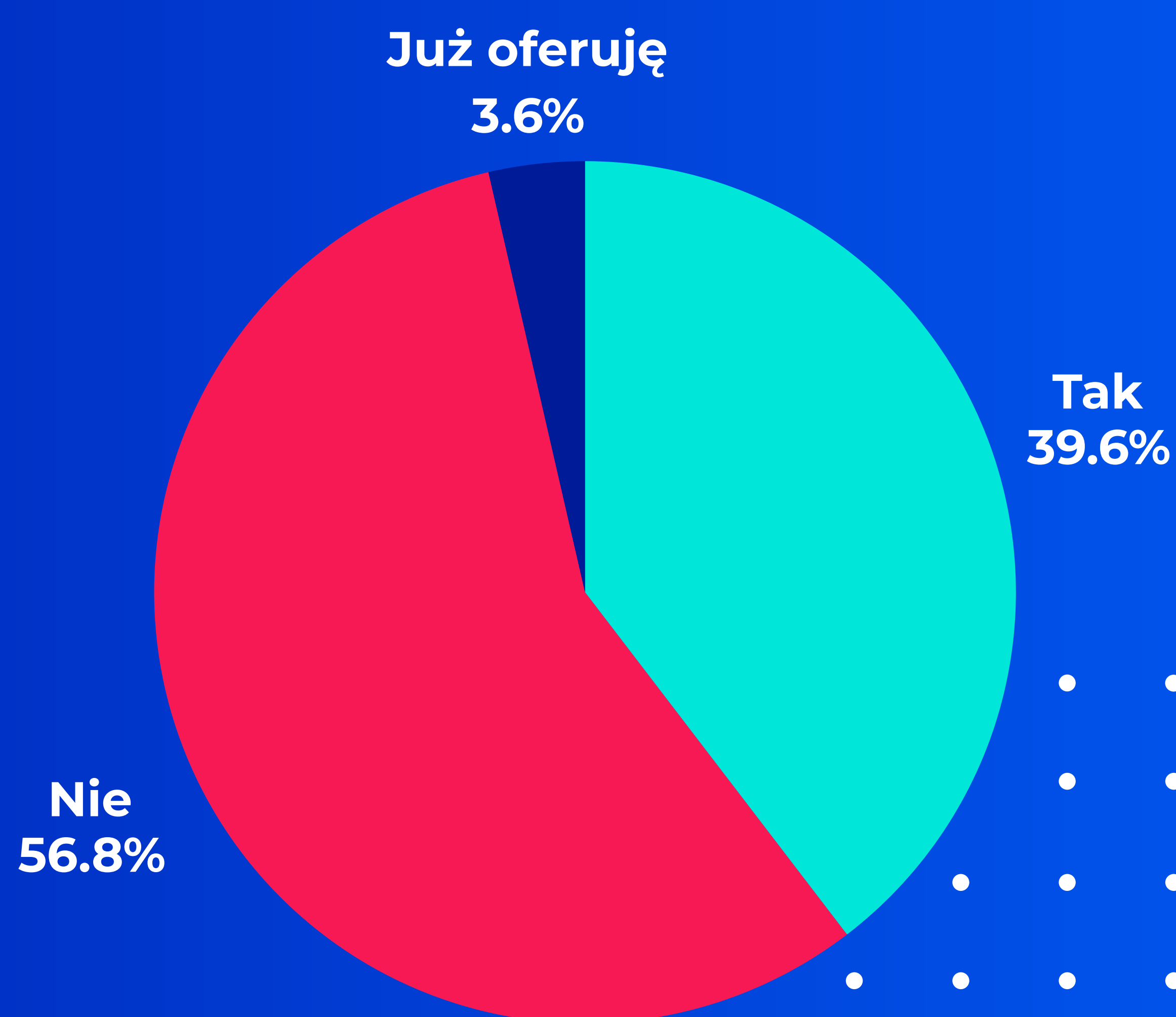


# Czy masz w planach rozszerzenie swojej oferty o płatne kursy i szkolenia w obszarze IT?



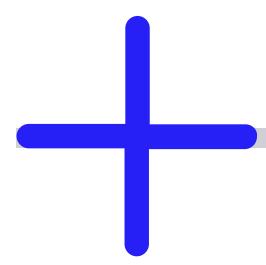
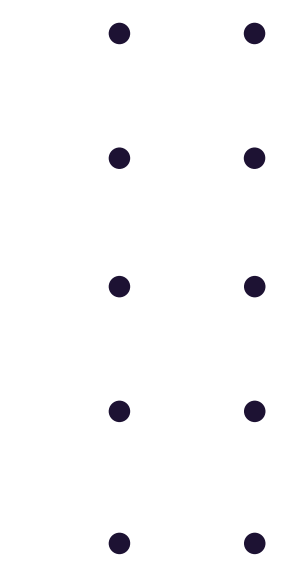
Płatne kursy i szkolenia w obszarze IT mogą być ciekawą usługą komplementarną, a przede wszystkim - dochodem pasywnym. **Dane z badania klientów i ich potrzeb także wykazały, że wielu zlecających oczekuje przeszkolenia z obsługi swojej strony WWW.** Dostępność kursów i szkoleń wpisuje się w realizację tej potrzeby.

Ankieta ujawniła, że 39,6% respondentów planuje wprowadzenie takich kursów. Z kolei 56,8% nie ma takich planów, a 3,6% firm już oferuje płatne szkolenia IT.





# Niemal 40% twórców stron planuje rozpoczęcie płatnej działalności edukacyjnej



Prawie 40% respondentów planuje wprowadzenie płatnych kursów i szkoleń w obszarze IT, co pokazuje rosnące zainteresowanie i zapotrzebowanie na edukację w tym sektorze. Tworzenie stron internetowych, programowanie i inne umiejętności IT są coraz bardziej pożądane, co może być odpowiedzią na rosnącą digitalizację i zapotrzebowanie na wykwalifikowanych specjalistów.

## Firmy już oferujące kursy

3,6% firm już oferuje płatne kursy IT, co może świadczyć o ich wcześniejszym zrozumieniu potrzeb rynku i skutecznym dostosowaniu się do wymagań klientów. Te firmy mogą również stanowić inspirację dla innych, pokazując, że inwestycja w edukację może przynieść wymierne korzyści zarówno dla przedsiębiorstwa, jak i dla uczestników kursów.

## Wysoki odsetek twórców nieplanujących rozszerzenia oferty

56,5% respondentów nie ma w planach rozszerzenia swojej oferty o płatne kursy i szkolenia IT. Może to wynikać z różnych przyczyn, takich jak brak zasobów, niewystarczające kompetencje w zakresie szkoleń, czy też ocena, że rynek nie jest jeszcze wystarczająco dojrzały lub gotowy na takie oferty.

## Potencjalne korzyści z wprowadzenia kursów IT

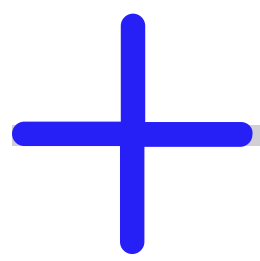
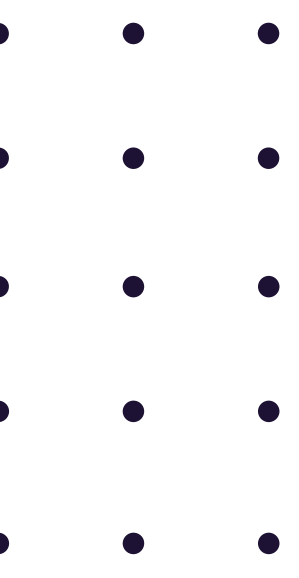
Dla firm planujących rozszerzenie oferty o płatne kursy, korzyści mogą być wielorakie. Poza dodatkowym i pasywnym źródłem przychodów, kursy i szkolenia mogą również budować markę firmy jako eksperta w danej dziedzinie, przyciągać nowych klientów oraz wspierać rozwój pracowników i partnerów biznesowych.

W LH.pl stworzyliśmy kursy WordPress i WooCommerce dla początkujących, gdyż zależy nam na edukowaniu nowych i potencjalnych właścicieli stron WWW. Dołącz do kursu!

[lh.pl/kursy/wordpress](https://lh.pl/kursy/wordpress)



# Wykonawcy stron WWW ambitnie planują dalszy rozwój



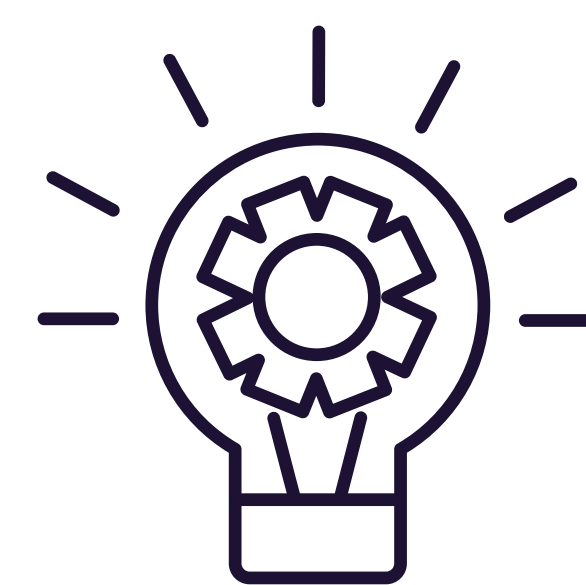
Ankieta dotycząca planów rozwoju zawodowego web developerów na najbliższe 12 miesięcy ujawniła, że **dominującym kierunkiem jest dywersyfikacja oferowanych usług**, wskazana przez 58,4% respondentów. Wprowadzenie narzędzi AI również cieszy się dużym zainteresowaniem (40,3%), natomiast 26,9% planuje stworzenie autorskiego kursu online.

Warto jednak zauważyć, że istnieje grupa twórców, którzy rozważają przebranżowienie się lub porzucenie pracy jako web developer (9,1%).

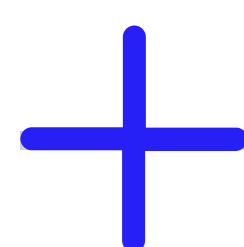
## Jaki jest Twój plan na najbliższe 12 miesięcy w kontekście rozwoju zawodowego?







# Jakie umiejętności będą kluczowe dla przyszłych twórców stron WWW i contentu na strony?



*Kluczowe umiejętności zostaną takie same. Dla specjalistów web developingu nadal najważniejsze będzie tworzenie szybkich i bezpiecznych stron zgodnych z oczekiwaniami klientów. Copywriterzy cały czas powinni tworzyć angażującą treść, która zbuduje relację z czytelnikiem, zachęci do zapoznania się z ofertą, a ostatecznie przybliży do zakupu.*

*To, co się zmienia, to narzędzia, z których korzystają obie grupy. Sukces odniosą osoby, które nauczą się odpowiedzialnie wykorzystywać sztuczną inteligencję w codziennych zadaniach. Warto jednak zdawać sobie sprawę, że AI nie stworzy z miernego specjalisty eksperta, ale doświadczonej osobie może pomóc szybciej i sprawniej wykonywać swoją pracę.*

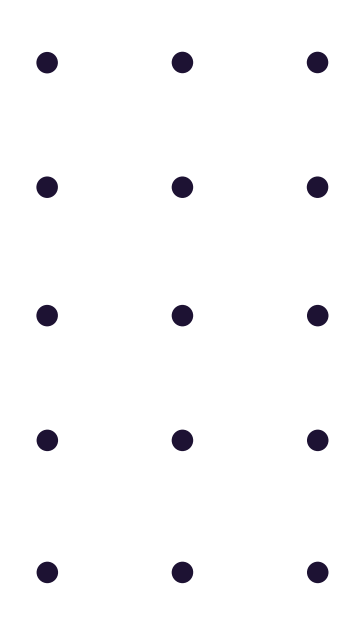
*W czym AI może wspierać?*

- w generowaniu treści takich jak teksty, grafiki i video,
- w tworzeniu technicznej części strony (np. pluginów do Wordpress),
- w dostosowaniu wyglądu,
- w analizie kodu pod względem bezpieczeństwa,
- w tworzeniu testów,
- w pair-programmingu za pomocą narzędzi typu GitHub Copilot.

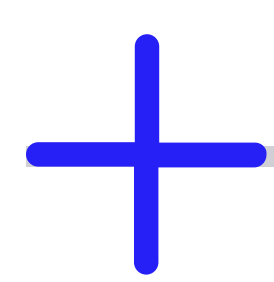
**Milena Majchrzak**

SEMStorm





# Praktyka jest najlepszą metodą zdobywania wiedzy i umiejętności wśród developerów



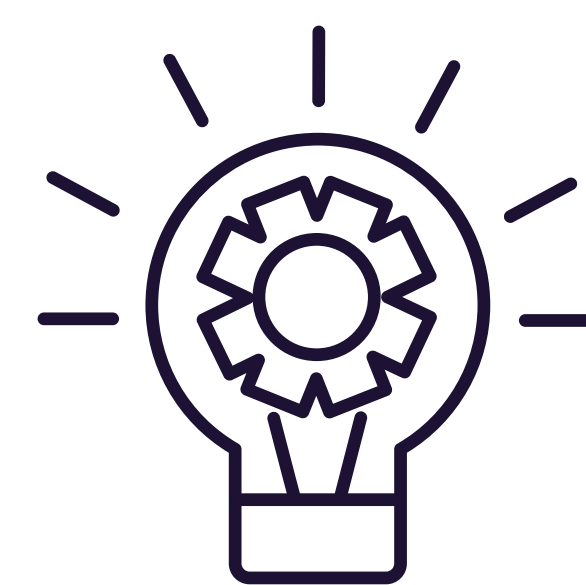
Ankieta przeprowadzona wśród web developerów dotycząca źródeł rozwoju ich wiedzy i umiejętności wykazała, że najczęściej wymienianym czynnikiem była **nauka metodą prób i błędów**, wskazana przez 32,3% respondentów. Doświadczenie zdobyte w pracy zawodowej było drugim najważniejszym czynnikiem (23,1%), a płatne kursy branżowe znalazły się na trzecim miejscu (17,5%).

Twórcy stron w najmniejszym stopniu wskazali na wykształcenie wyższe w dziedzinie IT (jedynie 4.3%).

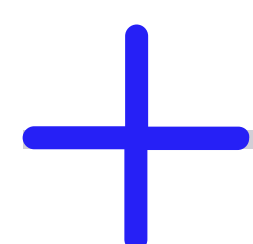
## Co najbardziej przyczyniło się do rozwoju Twojej wiedzy i umiejętności?







# Jakie usługi mogą zwiększyć wartość projektu dla klienta?



*W Brave New zwykle tworzymy sklepy i strony WWW od A do Z, czyli oferujemy naszym klientom pełen pakiet: od przygotowania makiet UX/UI, po testy i wdrożenie projektu na serwerze docelowym.*

*Większość klientów jeszcze przed rozpoczęciem prac pyta o wsparcie powdrożeniowe i możliwość kontynuowania współpracy. My również jesteśmy tym zainteresowani, więc takie pakiety wsparcia są usługami, które sprzedajemy najczęściej.*

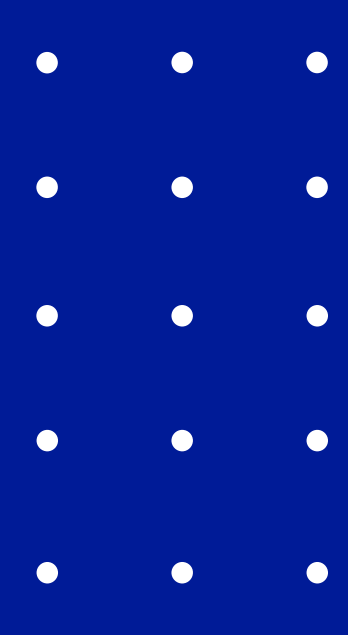
*Oferujemy kilka pakietów: Klient może wybrać, czy potrzebuje tylko zabezpieczenia projektu (w ramach którego dbamy o aktualizacje i kopie zapasowe), jego optymalizacji, czy może również godzin programistycznych. Takie pakiety oferujemy nie tylko firmom, dla których tworzyliśmy strony www, ale również tym, które chcą zmienić opiekuna.*

*Inne usługi (serwer, social media, PPC, copywriting) przekazujemy do firm partnerskich, z którymi współpracujemy na zasadzie polecenia za prowizję. Taka współpraca jest dla nas korzystna, bo nie zmusza nas do powiększania zespołu.*

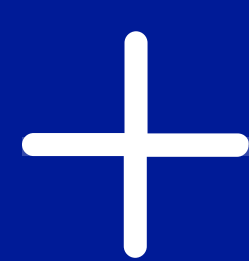
**Andrzej Kozdęba**

Brave New Sp. z o.o

**BRAVE** ———  
——— **NEW**



# Uruchom najszybszy hosting pod WordPressa - teraz 30% taniej!



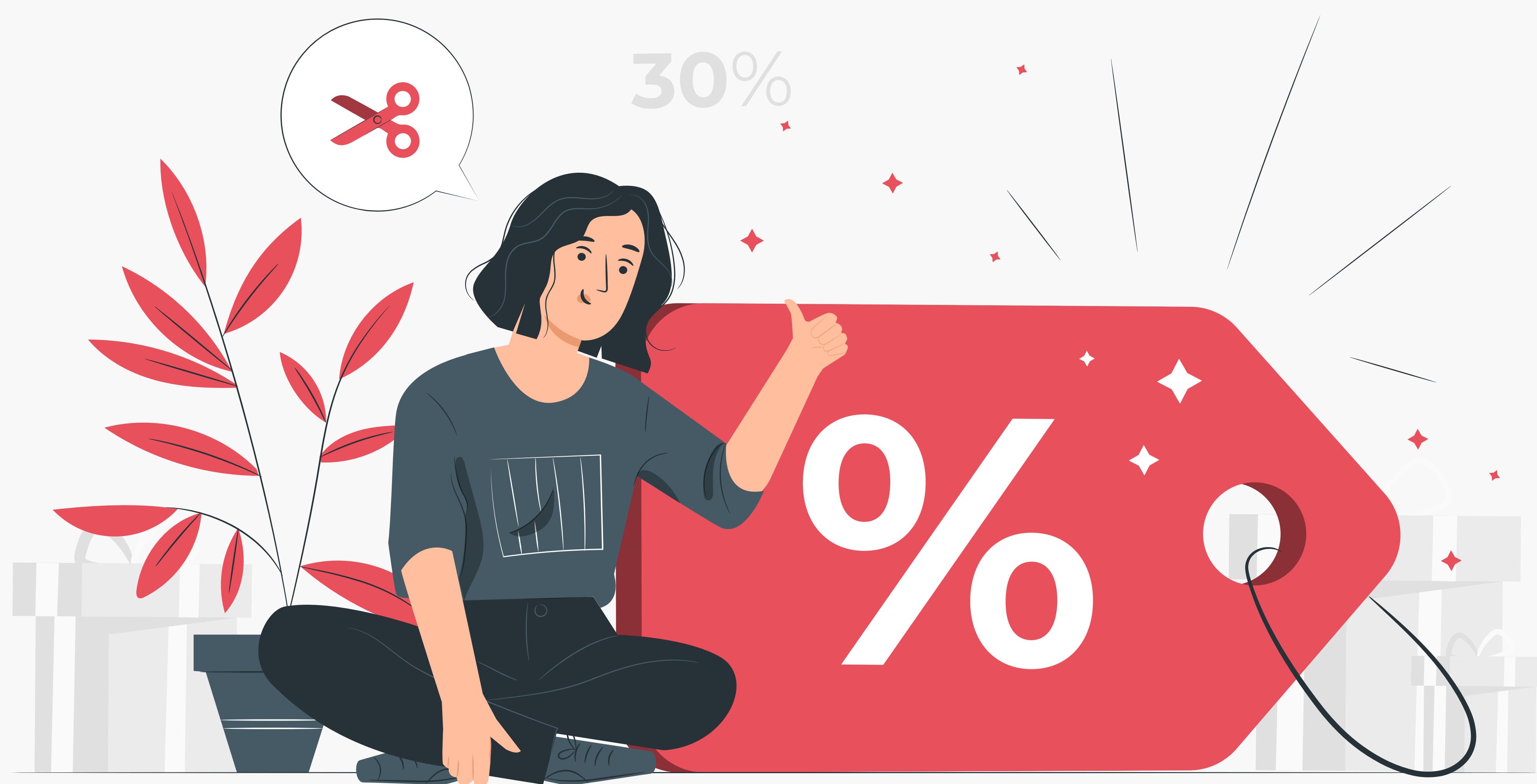
Dla czytelników raportu przygotowaliśmy specjalny rabat  
- **30% zniżki** na dowolny hosting w LH.pl

Włóż do koszyka dowolny  
hosting i wpisz poniższy kod:

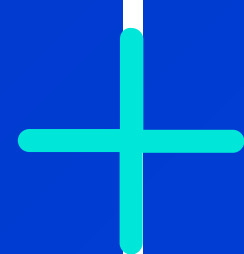
**RAPORT30**

Sprawdź ofertę na

**lh.pl/hosting-wordpress**







Wyniki badań

# Klienci stron WWW





## Klienci stron WWW

Moduł 1.

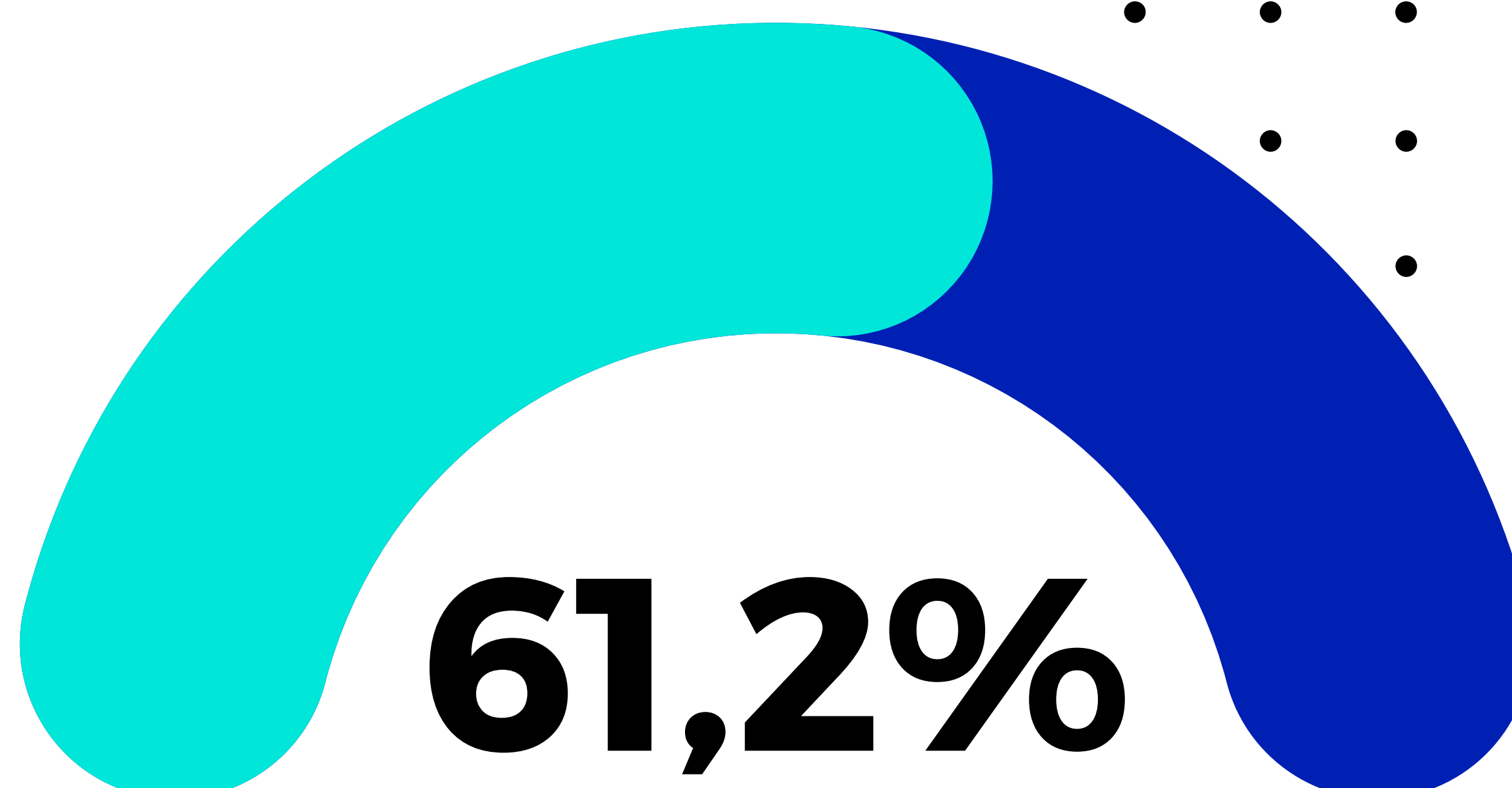
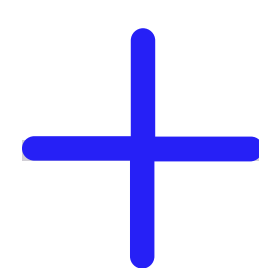
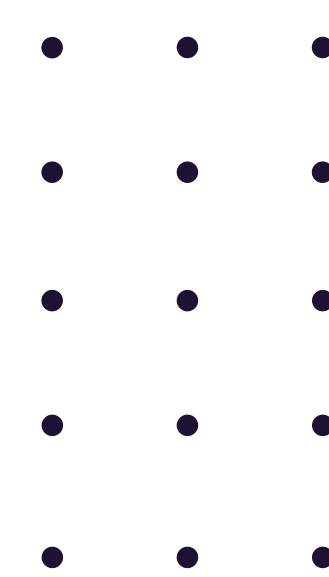
# Podstawowe informacje

Zrozumienie podstawowych informacji dotyczących zlecenia lub planowania zlecenia strony internetowej jest kluczowe do analizy rynku twórców stron WWW. W tej sekcji przyglądamy się typom usług, które klienci zlecili lub planują zlecić, a także celom, jakie mają realizować ich strony internetowe.

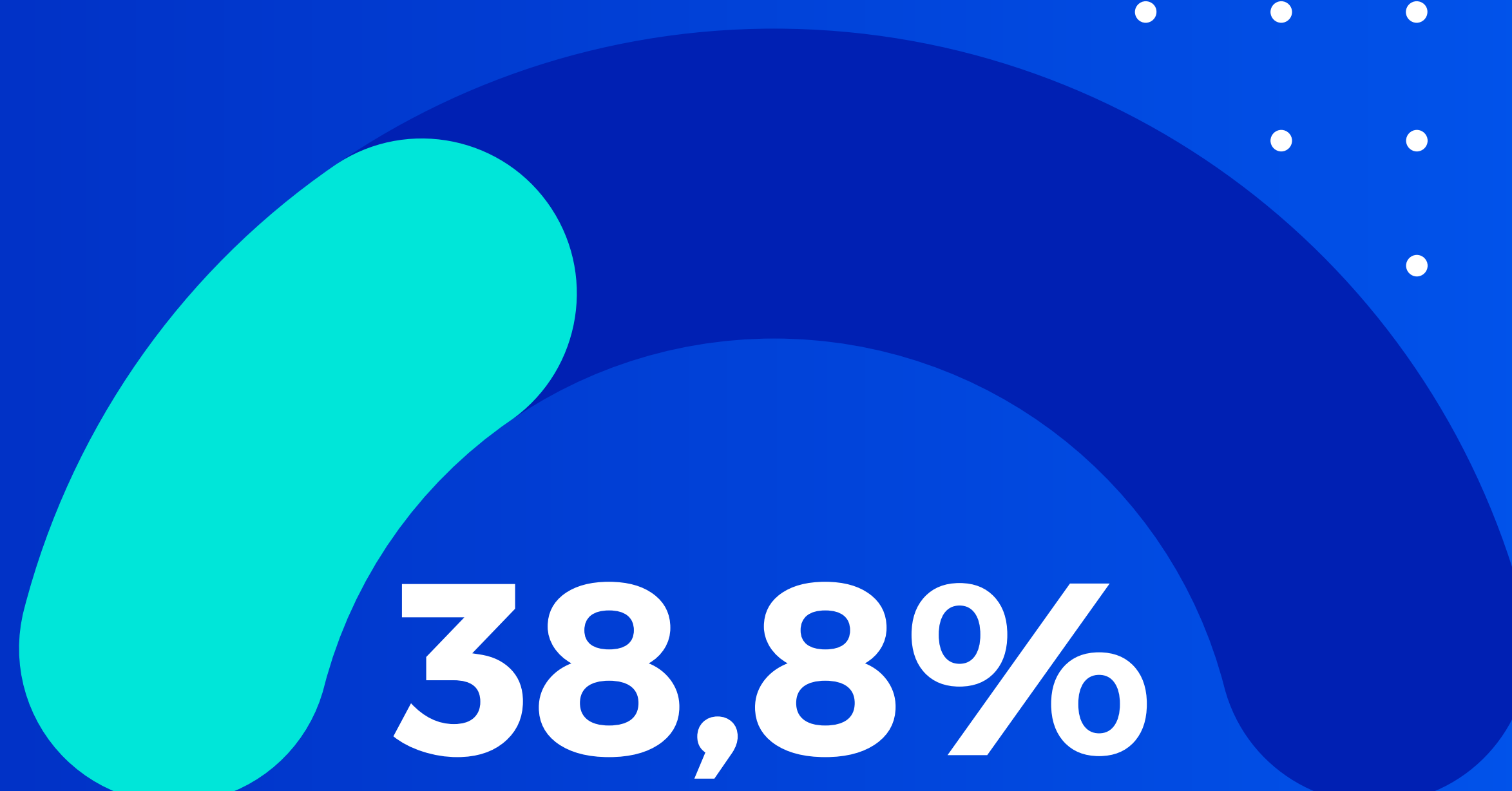
Analiza tych danych pomoże nam zidentyfikować główne potrzeby i oczekiwania klientów, a także będzie stanowić solidną pigułkę wiedzy dla web developerów, którzy chcą udoskonalić swoją ofertę lub dopiero wchodzą w rynek budowania stron WWW.



# Czy posiadasz stronę internetową?



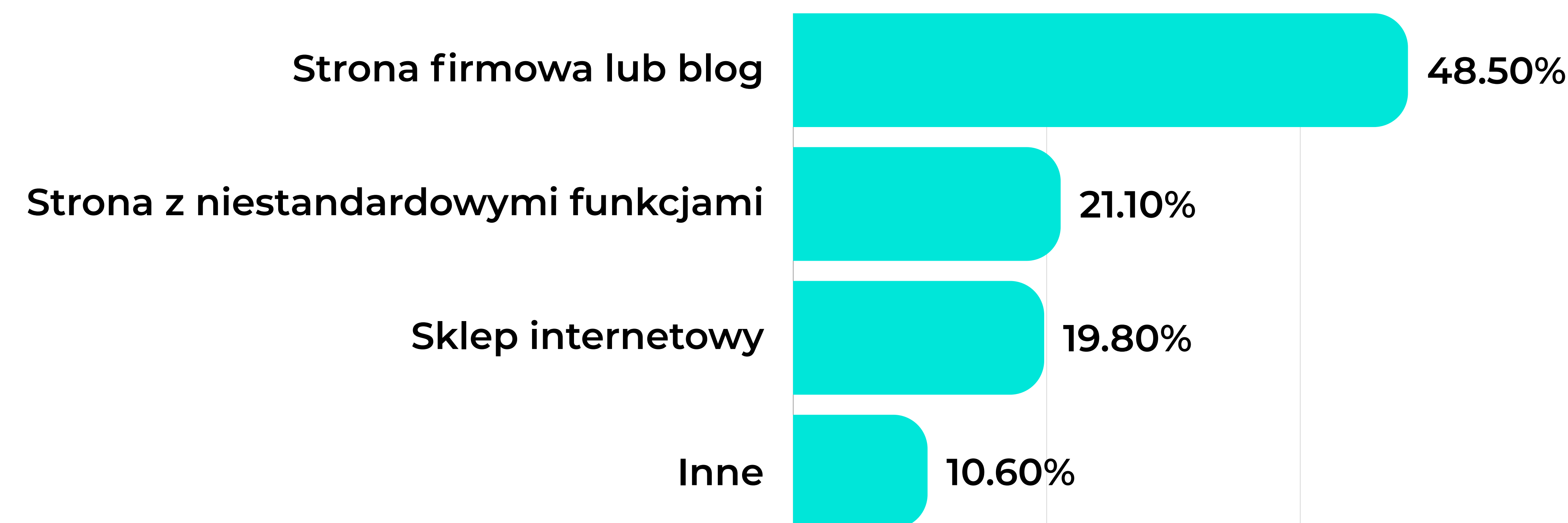
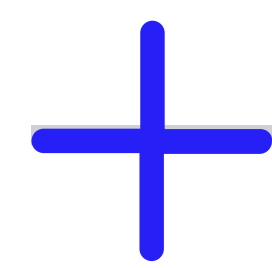
ankietowanych posiada już stronę internetową



nie posiada strony, ale planuje stworzenie lub zlecenie witryny

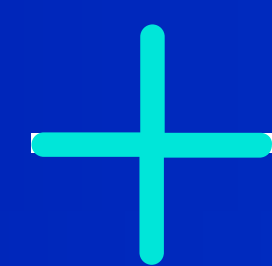
Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

# Jaką usługę zleciłeś/aś?



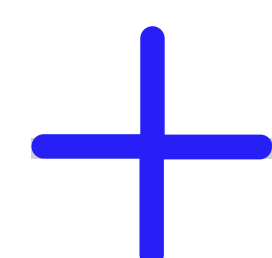
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Jaką usługę planujesz zlecić?





# Ponad połowa zlecających to klienci powracający na rynek stron WWW



Powracający klienci stanowią solidną bazę dla długoterminowej współpracy. Twórcy stron internetowych powinni zatem zwrócić szczególną uwagę na utrzymanie dobrych relacji z byłymi klientami, oferując im dodatkowe usługi, wsparcie techniczne oraz aktualizacje istniejących stron.

W strategii marketingowej i sprzedażowej web developerzy nie powinni zapominać o nowych klientach, którzy nie mają wcześniejszych doświadczeń z wykonawcami stron. **Aż 49.3% ankietowanych odpowiedziało, że zlecało stronę po raz pierwszy.** Aby pozyskiwać zlecenia w tej grupie klientów być może warto zwrócić uwagę na edukację klienta, otoczenie go opieką już od momentu pierwszego kontaktu oraz klarowność ofert, w tym posługiwanie się prostym i zrozumiałym dla laików językiem.

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

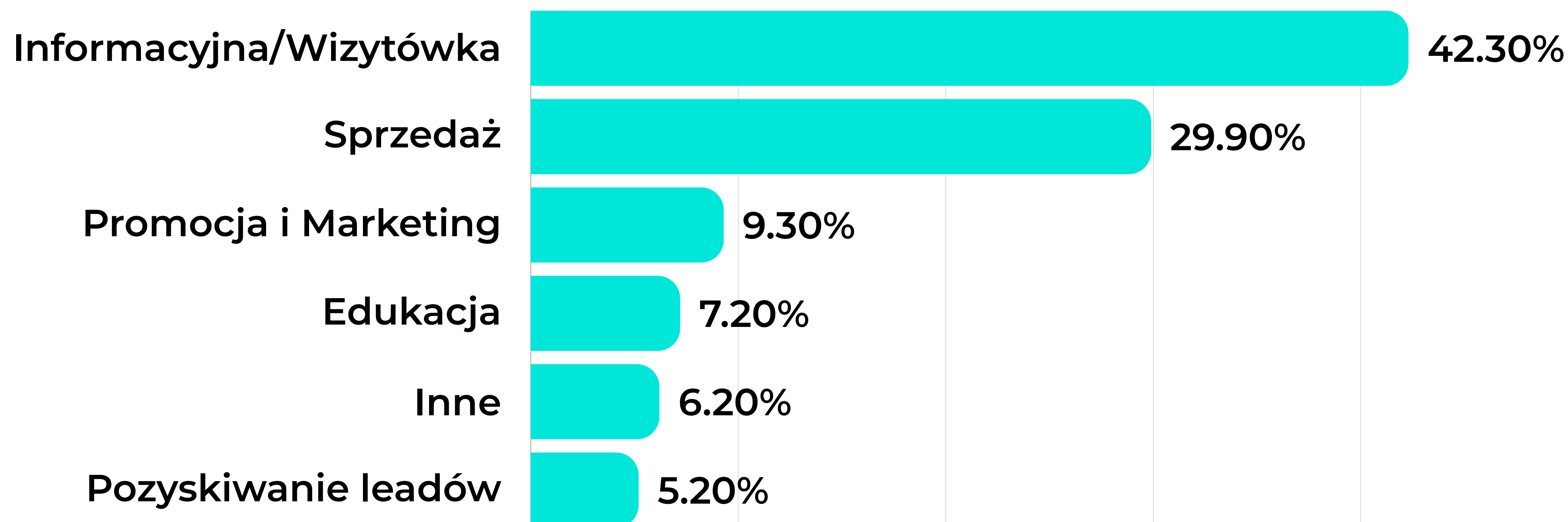
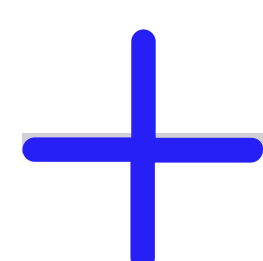
## Czy to było Twoje pierwsze zlecenie wykonania strony?



zlecało stronę internetową po raz pierwszy

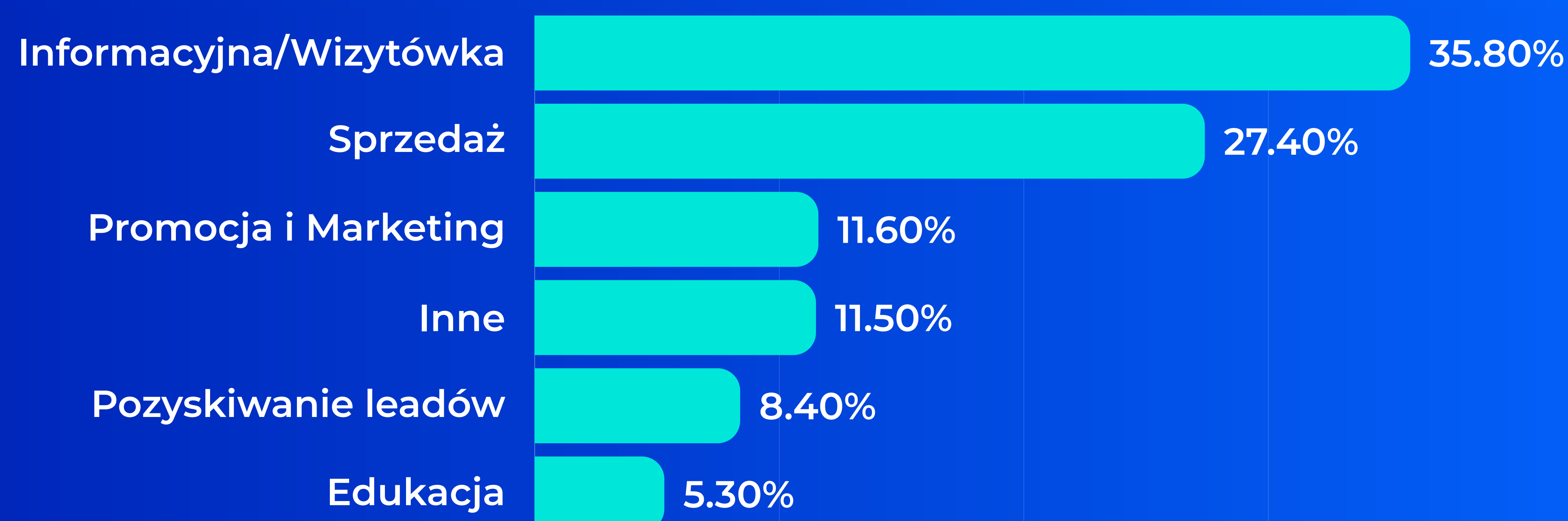
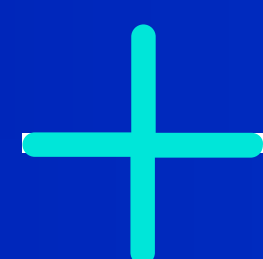
Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

# Jaki cel realizuje Twoja strona WWW?



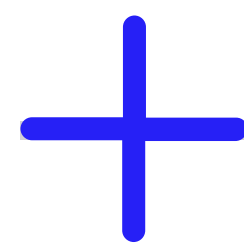
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Jaki cel ma realizować Twoja strona WWW?





# Strony firmowe i blogi stanowią większość zleceń



## 60.8% klientów planujących stworzenie strony internetowej stawia na firmowe strony lub blogi.

Większość respondentów posiada już stronę internetową (61,2%). Reszta to osoby, które są zainteresowane i planują zlecenie strony internetowej. Taki rozkład danych pozwala nam zaprezentować zarówno informacje zwrotne od osób, które mają już doświadczenie z rynkiem twórców stron, jak i wykazać jakie oczekiwania, budżet oraz potrzeby mają osoby, które dopiero to zlecenie będą wykonywać.

### Dominacja standardowych rozwiązań

Najczęściej zlecanymi usługami są strony firmowe lub blogi (48.5%), co podkreśla podstawową potrzebę firm w zakresie budowania wizerunku i komunikacji z klientami. Ten trend utrzymuje się także wśród osób, które planują zlecić stronę - niemal 61% z nich jest zainteresowana właśnie prostą stroną firmową. Wśród istniejących stron internetowych, główne cele to funkcje informacyjne i wizytówkowe oraz sprzedaż. Jest to zgodne z tradycyjnymi rolami, jakie strony WWW pełnią dla firm.

### Okolo 1/4 jest zainteresowana sklepami i sprzedażą w sieci

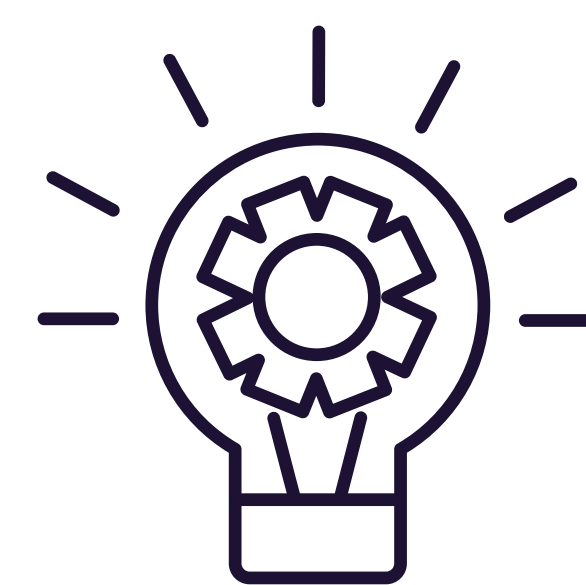
19.8% z badanych osób zleciło sklep internetowy, a 23.4% planuje to zrobić. Z danych można zatem wnioskować, że popyt na sklepy internetowe nie słabnie, a wykonawcy, którzy nie oferują budowania sklepów online rezygnują z nawet 1/4 wszystkich zleceń na rynku.

#### Jak wyglądał rynek w 2021 roku?

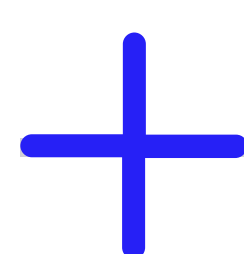
W badaniu rynku z 2021 roku klienci zlecający strony WWW w zdecydowanej większości poszukiwali wykonawcy strony wizytówki, 46% z nich prostej strony, a 37% witryny z zaawansowanymi funkcjami. Jedynie 15% klientów zlecało wykonanie sklepu internetowego. **Możemy zatem zaobserwować duży wzrost zainteresowania sklepami - z 15% na 20% wśród osób z doświadczeniem i 23% wśród osób dopiero planujących zlecenie wykonania strony WWW.**







# Generowanie sprzedaży i budowanie świadomości marki jako kluczowe cele stron WWW



*Z doświadczenia Semcore wynika, że najczęstszym celem stron internetowych jest generowanie sprzedaży (zarówno w przypadku firm oferujących fizyczny produkt, jak i tych proponujących usługi), co potwierdza wynik ankiety.*

*Klienci często skupiają się na konwersji, co jest kluczowe dla e-commerce. Niemniej, inne cele, takie jak budowanie świadomości marki, zwiększanie zaangażowania użytkowników, czy pozyskiwanie lojalności klientów, również odgrywają istotną rolę w skutecznej strategii online. Określenie i zakontraktowanie celów przed rozpoczęciem projektu jest niezbędne dla odpowiedniego dostosowania strategii SEO i UX (czy też SXO), co pozwala nie tylko na maksymalizację efektów działań marketingowych, ale też i uniknięcie niepotrzebnych sporów w trakcie realizacji oraz umożliwia rzetelną ocenę pracy wykonanej przez agencję.*

*Osobiście staramy się zawsze łączyć te wszystkie aspekty, tak by nasza praca nie ograniczała się do wzrostu widoczności i ruchu na stronie, ale przynosiła klientowi realne korzyści biznesowe.*

**Damian Kaczmarek**

Semcore

## semcore





## Klienci stron WWW

Moduł 2.

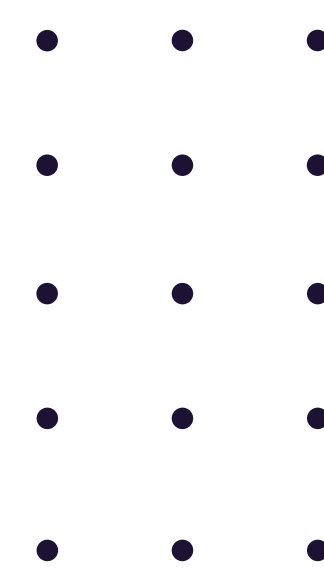
# Wybór wykonawcy

Wybór odpowiedniego wykonawcy strony internetowej jest kluczowym krokiem dla każdego klienta. Podjęcie złego wyboru skutkować może zwiększeniem kosztów wykonania strony, rozciągnięciem się projektu w czasie, czy też finalnym niezadowoleniem z projektu.

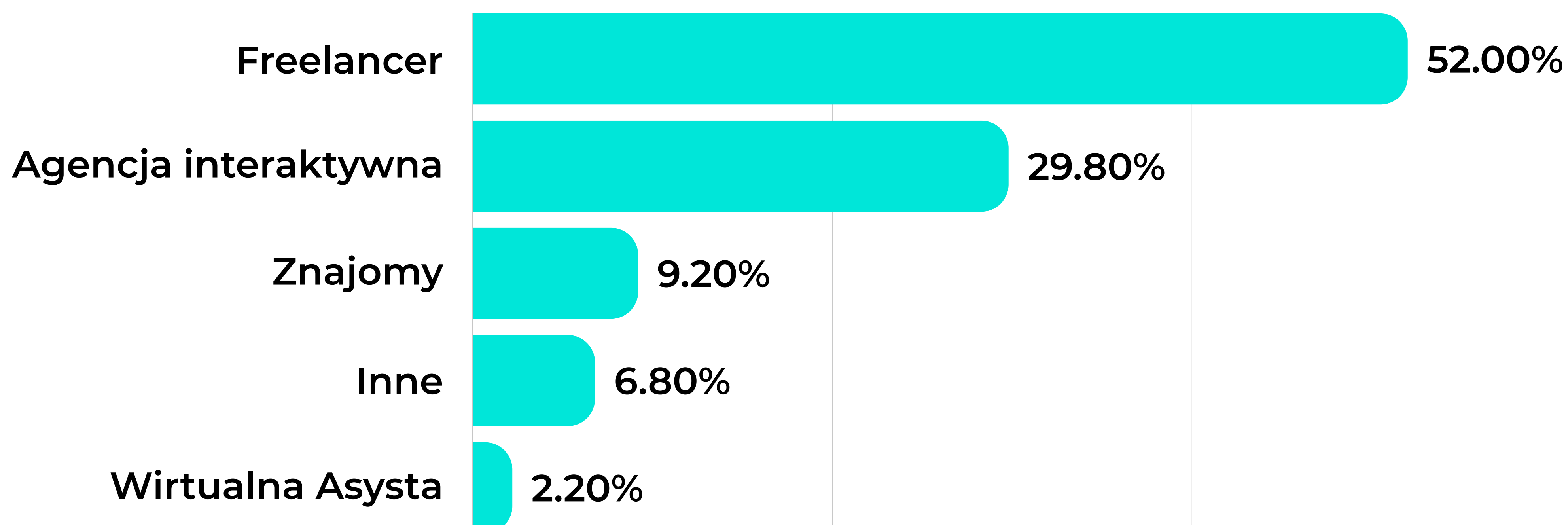
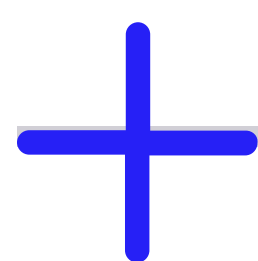
W tej sekcji przyjrzymy się czynnikom, które wpływają na decyzję o wyborze web developera, źródłom poszukiwania wykonawców oraz preferencjom dotyczącym współpracy.

Analiza tych danych pozwoli nam lepiej zrozumieć, jakie cechy i umiejętności są najbardziej cenione przez klientów oraz gdzie najczęściej poszukują lub znaleźli oni profesjonalistów do realizacji swoich projektów internetowych.

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

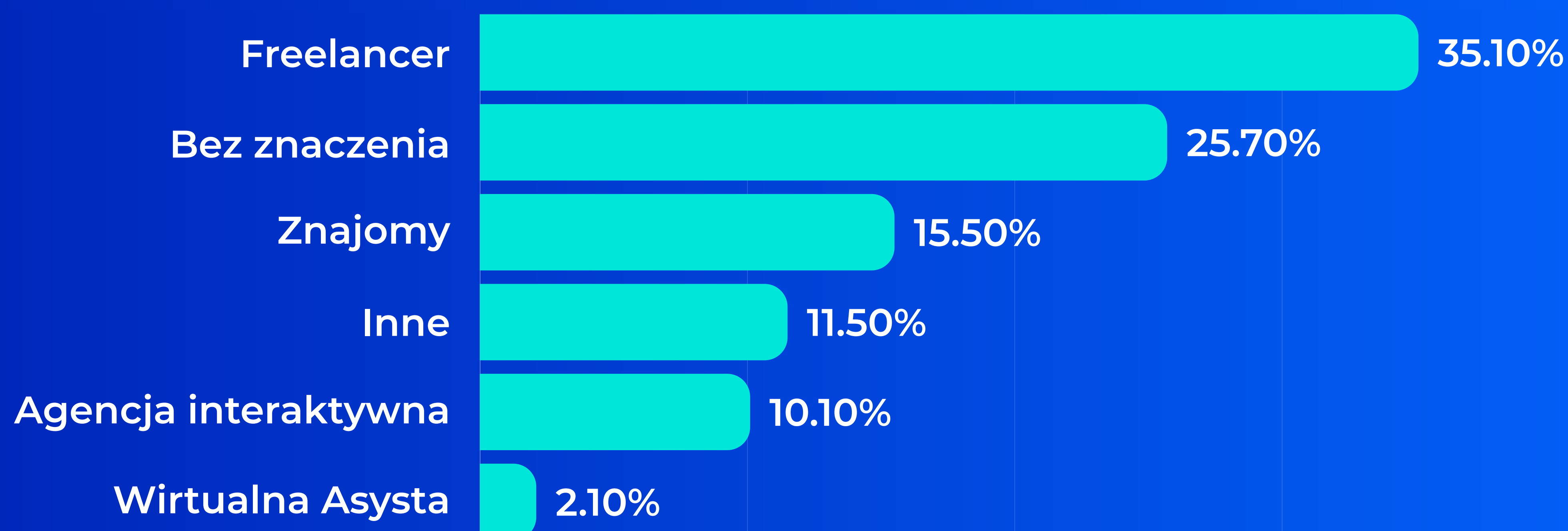
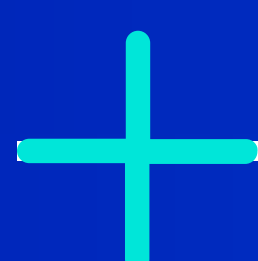


# Kto tworzył Twoją stronę internetową?



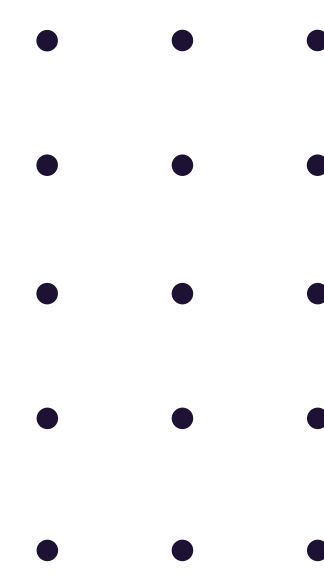
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Komu planujesz zlecić stworzenie strony WWW?

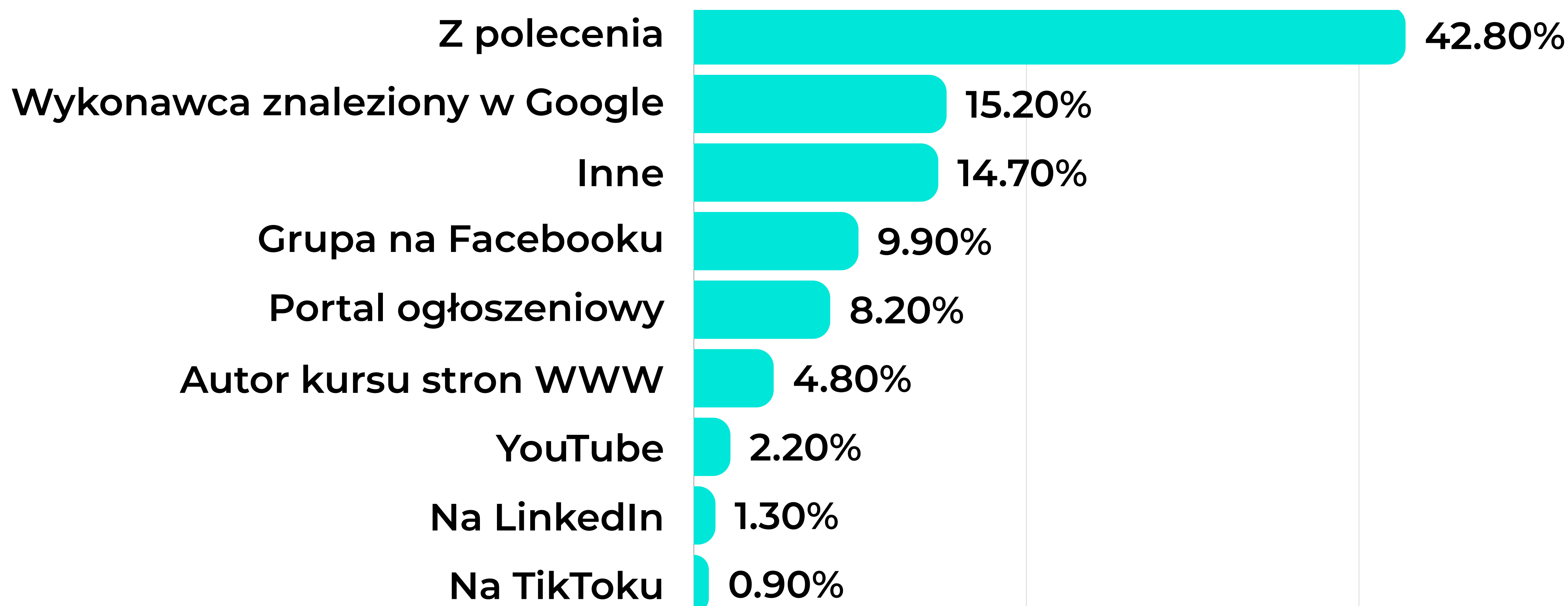
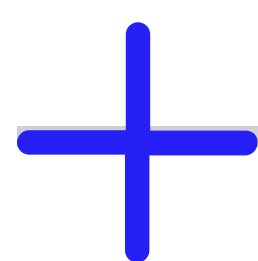




Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

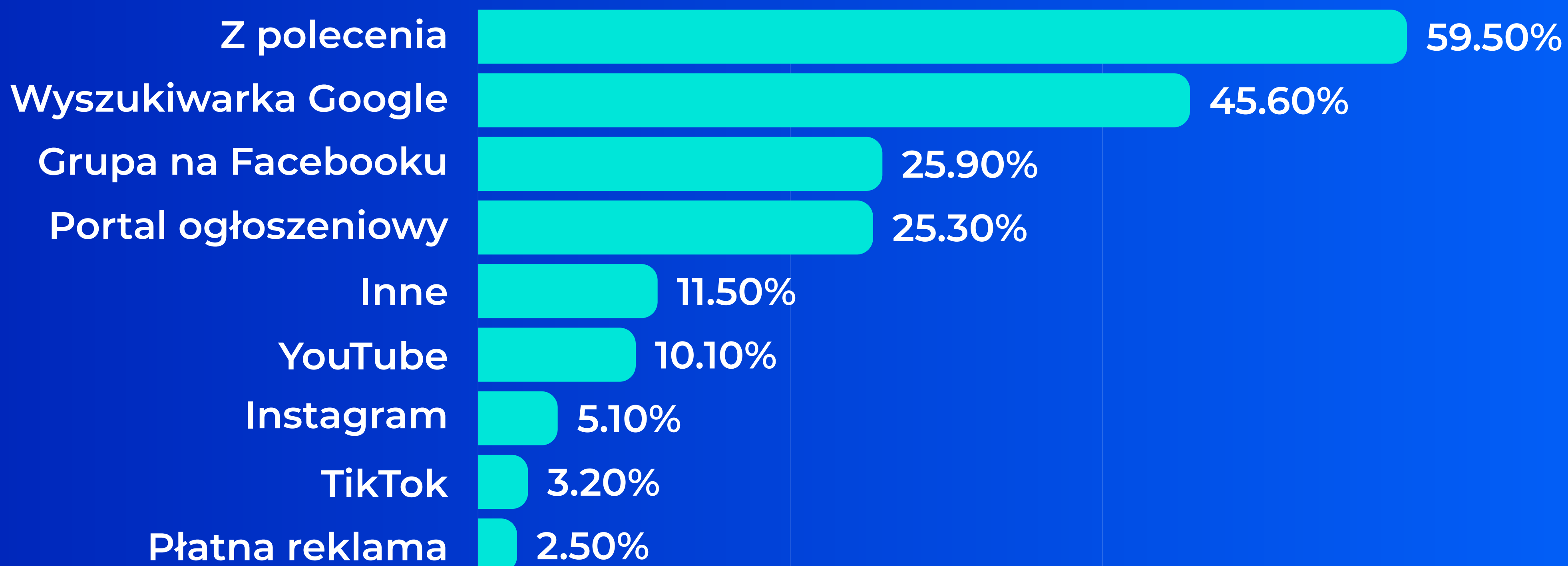
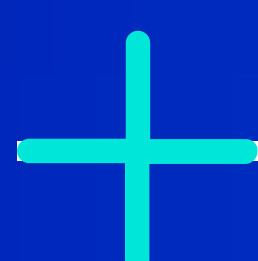


# Gdzie znalazłeś/aś wykonawcę strony WWW?

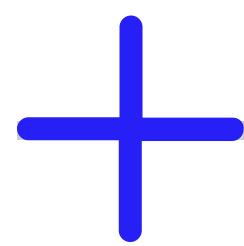


Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Gdzie planujesz szukać wykonawcy strony WWW?



# Freelancer najczęstszym wyborem wśród klientów



**Ponad połowa badanych klientów, którzy zlecili w przeszłości zbudowanie strony postawiła na usługi freelancerów (52%), a co trzeci planujący zlecenie strony respondent chce szukać wykonawcy właśnie w tej grupie web developerów.** Agencje interaktywne wykonały 30% stron, ale jednocześnie nie są popularnym wyborem wśród osób chcących zlecić wykonanie strony (ok. 10%).

Aż 25% osób planujących zlecenie strony nie przykłada uwagi do tego kto wykona stronę.

## Polecenia najważniejszym czynnikiem wyboru

Istotny udział poleceń i rekomendacji w decyzji o wyborze wykonawcy strony WWW potwierdza, że klienci pręcej zaufają znajomemu, niż reklamie w internecie oraz wyszukaniom w Google. Dla twórców stron WWW powinien być to silny sygnał świadczący o tym, że zdobywanie opinii od byłych klientów, dbanie o wizytówkę w Google Moja Firma, czy też nakłanianie klientów do rekomendacji swoich usług może mieć znaczący wpływ na sprzedaż w dłuższej perspektywie.

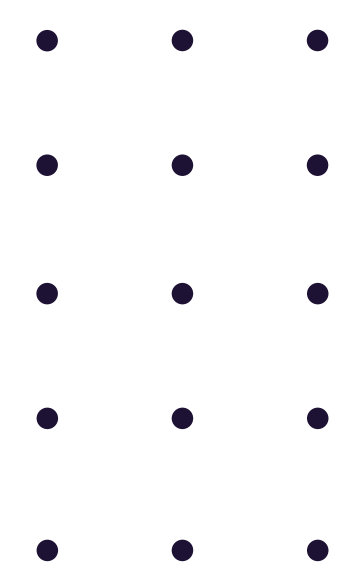
## Social media nie pozyskują klientów bezpośrednio

Dane uzyskane w ankietach wykazały, że **kanały social media prowadzone przez twórców nie przekonały klientów wprost**, co nie zmienia faktu, że obecność w SM niezaprzeczalnie zwiększa widoczność brandu i nierzadko jest jednym z punktów przecięcia z potencjalnym klientem. **Z pewnością na tle wszystkich działań w mediach społecznościowych można wyróżnić grupy na Facebooku**, które zostały wskazane przez **25.9%** osób zainteresowanych zleceniem strony jako miejsce poszukiwania wykonawcy. Grupy tematyczne są prawdopodobnie postrzegane jako miejsca, w których można nawiązać rzetelną relację z wykonawcą, a także zderzyć umiejętności wykonawcy z opinią wśród innych uczestników grupy.

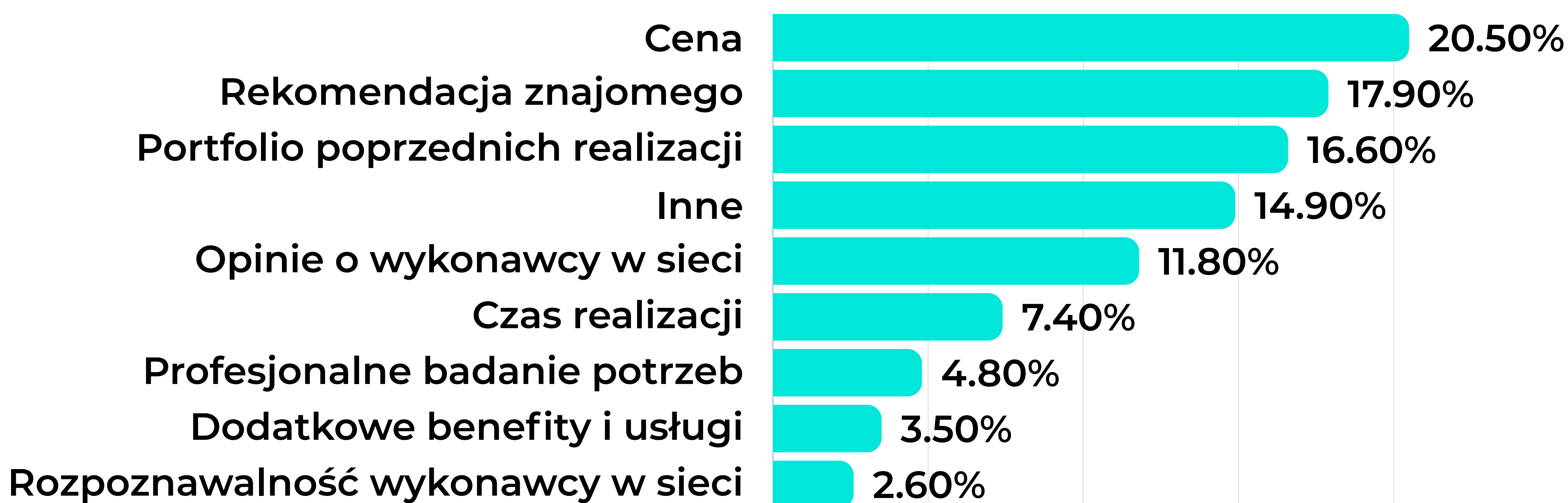
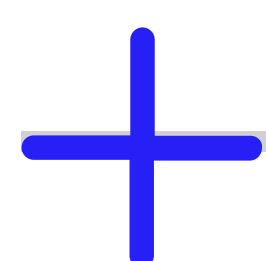




Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

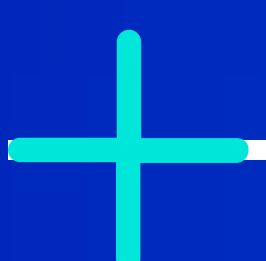


# Który z czynników był dla Ciebie najważniejszy przy wyborze wykonawcy?

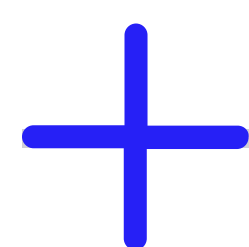


Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Jakie czynniki będą dla Ciebie najważniejsze przy wyborze wykonawcy?



# Cena odgrywa ważną rolę wśród klientów stron na WP

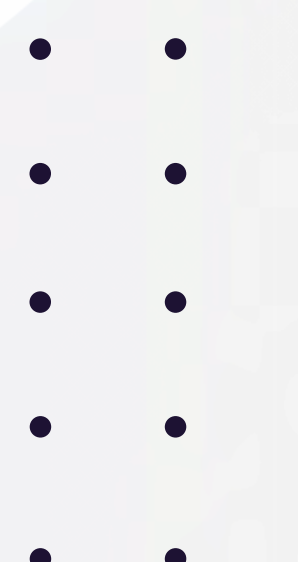


Klienci, którzy zlecali już wykonanie strony WWW zostali poproszeni o wskazanie jednego, najważniejszego czynnika, który zdecydował o wyborze wykonawcy. Ponad 20% z tej grupy klientów wskazało, że to cena finalnie zdecydowała o wyborze wykonawcy. W następnej kolejności brane pod uwagę były rekomendacje znajomych oraz portfolio.

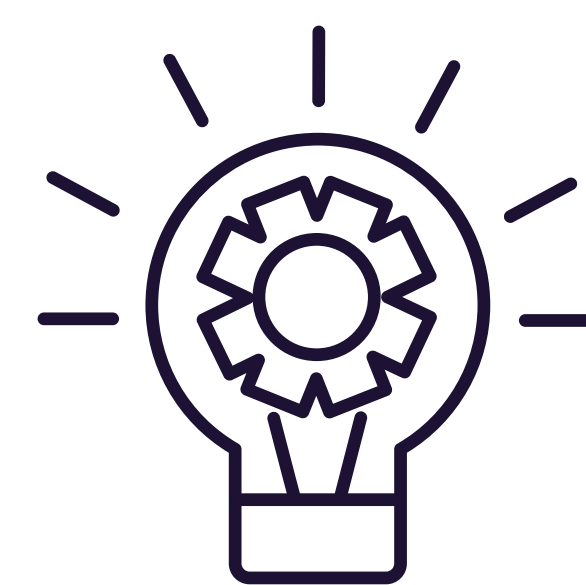
Klienci, którzy dopiero planują zlecenie strony zostali poproszeni o wskazanie 3 najważniejszych czynników. W aż **62.7% przypadków wskazano cenę, w następnej kolejności pojawiły się portfolio realizacji (49.4%) oraz opinie o wykonawcy (30.4%).**

## Jak wyglądał rynek w 2021 roku?

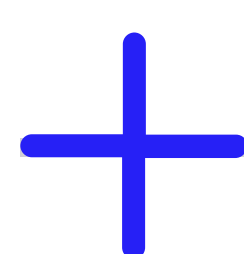
W badaniu rynku z 2021 roku klienci zlecający strony WWW w zdecydowanej większości wskazywali, że najważniejszym czynnikiem przy wyborze wykonawcy jest dla nich portfolio poprzednich realizacji (31%), na drugim miejscu uplasowały się rekomendacje od byłych klientów (19%), a na trzecim dobra komunikacja z wykonawcą (16%). Cena stanowiła czynnik decydujący jedynie dla 14% klientów. Oznacza to, że na przestrzeni 3 lat czynnik ceny stał się bardziej istotny (z 14% na 20%) dla zlecających.







# Kluczowe czynniki wyboru wykonawcy stron internetowych: portfolio, opinie i rekomendacje



Co jest ważne dla klienta przy wyborze wykonawcy strony www? Zauważamy kilka czynników:

**1. Portfolio realizacji:** Klienci zwracają uwagę na poprzednie projekty. Chcą je zobaczyć, by ocenić nasze umiejętności, formę wykonania i poczucie estetyki. Zobacz, w [proadax.pl](http://proadax.pl) dodajemy zdjęcia, opisy i linki do realizacji.

**2. Opinie:** Pozytywne opinie są dowodem na wysoką jakość usług, budują wiarygodność, zaufanie i autentyczność firmy. Fakt, że ktoś był w stanie poświęcić swój czas na opisanie swojego zadowolenia, jest tym bardziej imponujący.

**3. Rekomendacje znajomego:** Polecenia mają wartość, ponieważ pochodzą od zaufanych klientowi osób. Rekomendowane firmy czy usługi są częściej wybierane. Stąd istotne jest budowanie pozytywnych relacji z klientami.

**4. Benefity:** Klienci zwracają uwagę na opiekę przed, podczas i po realizacji (np. szkolenia, aktualizacje).

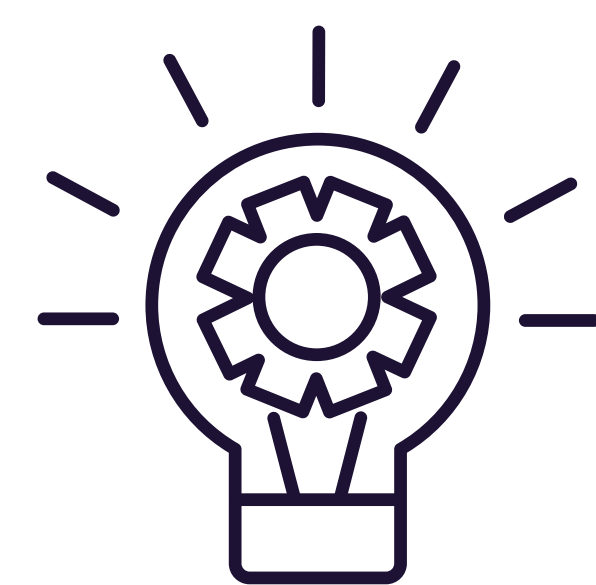
**5. Cena i czas realizacji:** Często to pierwszy punkt, podczas początkowych rozmów czy researchu wykonawców stron www.

**Agnieszka Bies**

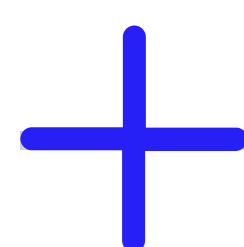
Proadax.pl







# Wybór wykonawcy stron internetowych: znaczenie doświadczenia i proaktywnej komunikacji



*Kluczy w wyborze wykonawcy do projektu jest prawie tyle, ile samych zlecających. Przyglądając się zleceniom zawiązywanym na Useme Jobs, zauważyliśmy kilka prawidłowości. Klienci zwracają uwagę przede wszystkim na to, czy specjalista wykonał podobne zlecenie. Dlatego większym wzięciem cieszą się oferty z załączonymi przykładami realizacji stron. Szczególnie tych stworzonych w danej technologii.*

*Częściej wybierani są ci wykonawcy, którzy już na początku określają swoją dostępność i możliwy termin realizacji. Oszczędza to czas obu stron. Niektórzy zleceniodawcy doceniają też inicjatywę specjalistów, proponujących konkretne rozwiązania, o których nie wspomniano w ogłoszeniu. Nie polecałabym z kolei zasypywać klienta pytaniami już na początku. Dla niektórych może się to wydać przytłaczające. Lepiej wykorzystać to miejsce na pokazanie zrozumienia jego projektu i charakteru zlecenia. Wtedy poczuje, że trafił na właściwą osobę, która pomoże w realizacji jego strony internetowej.*

**Natalia Zielińska**

Useme







## Klienci stron WWW

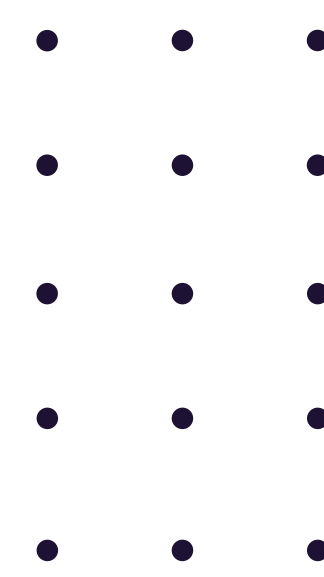
Moduł 3.

# Budżet i koszty

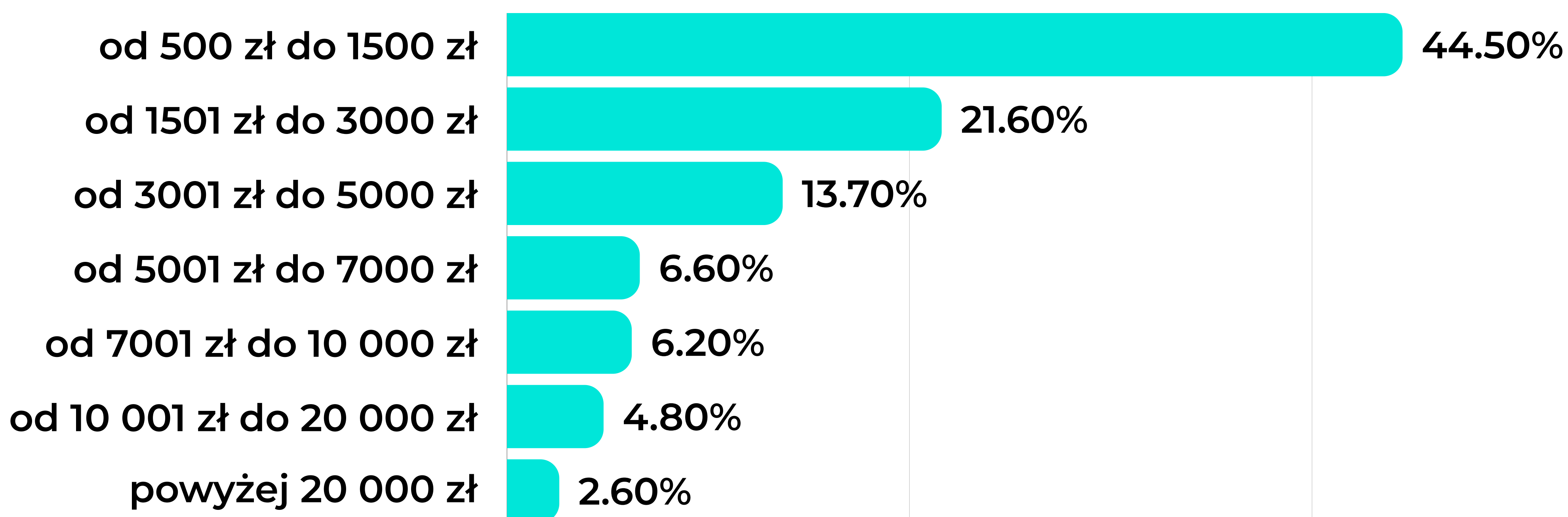
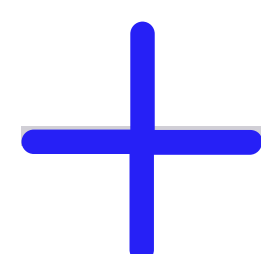
Budżet i koszty związane z tworzeniem strony internetowej to jedne z najważniejszych aspektów, które klienci muszą uwzględnić zarówno przed rozpoczęciem projektu, jak i po jego zakończeniu. W tej sekcji analizujemy, ile klienci wydali na stworzenie swojej strony internetowej, jakie były ich odczucia co do wartości za tę cenę oraz jakie budżety planują przeznaczyć osoby, które dopiero zamierzają zlecić wykonanie strony.

Przyglądamy się również, co mogłoby skłonić klientów do przekroczenia zakładanego budżetu. Te informacje mogą być kluczowe dla zrozumienia, jak klienci postrzegają koszty związane z tworzeniem stron internetowych i w jaki sposób można kształtować ofertę web developerów by zwiększać ich przychody.

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

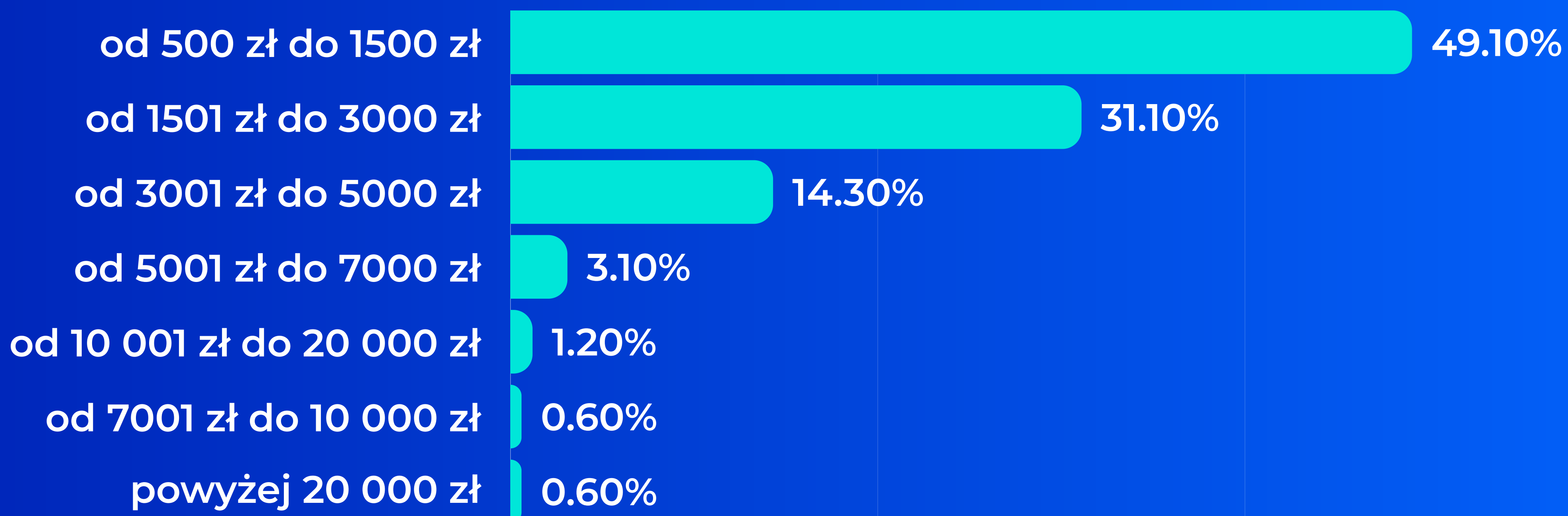
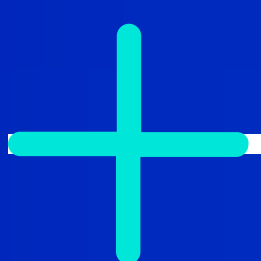


# Ile kosztowało stworzenie strony WWW?



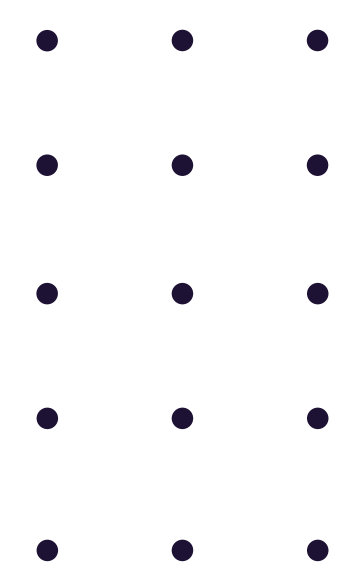
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Ile planujesz wydać na stworzenie strony WWW?

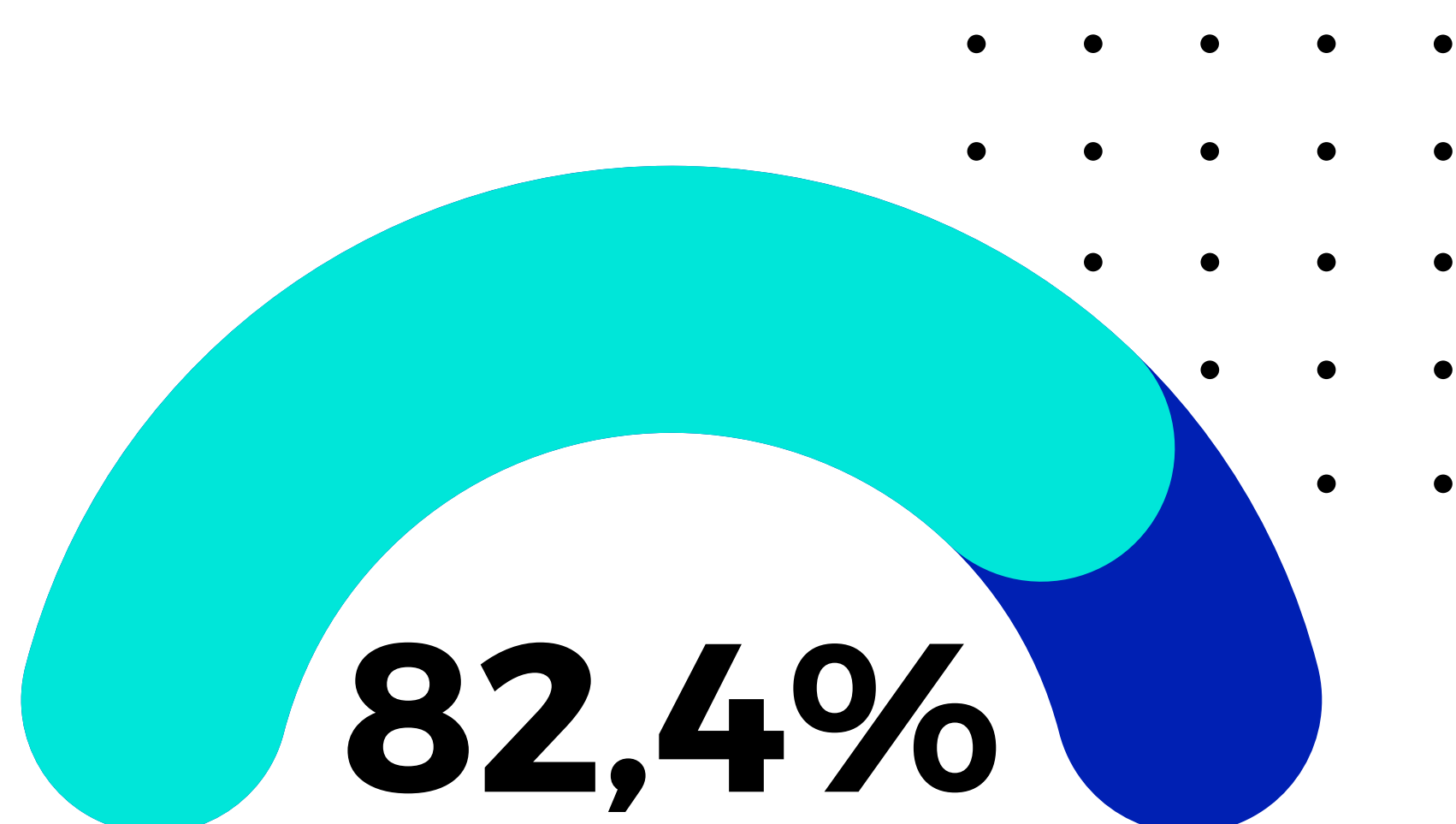
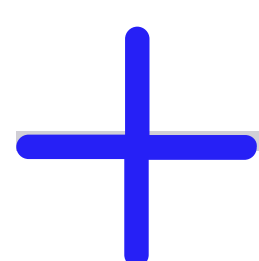




Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



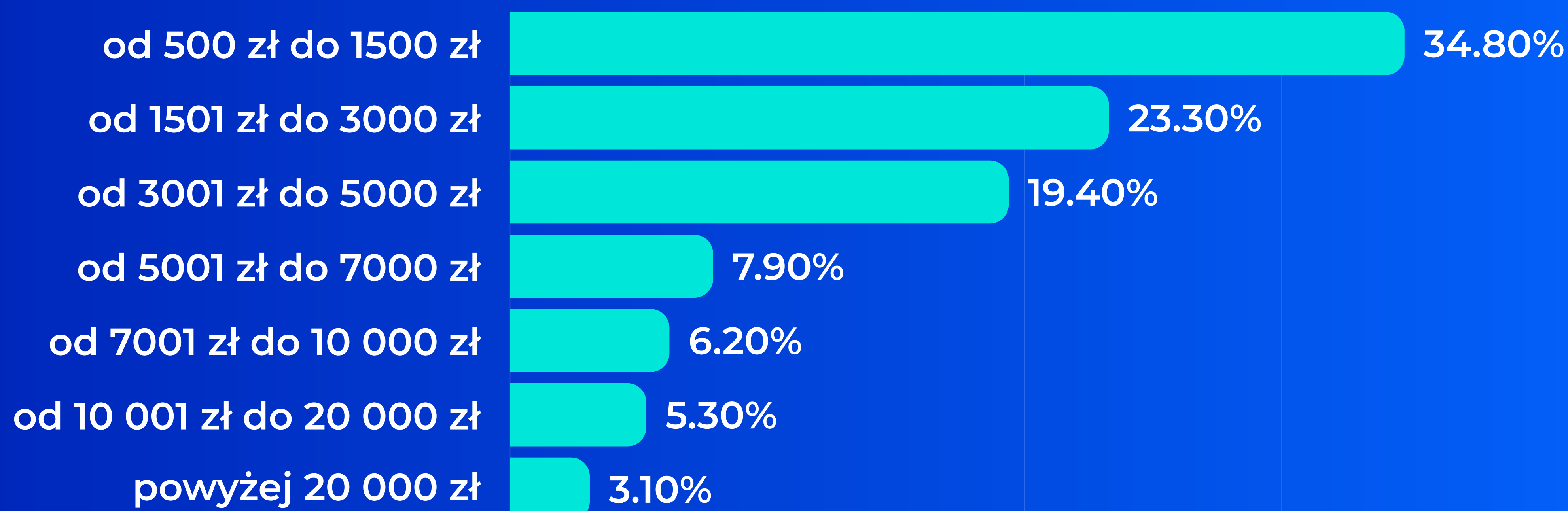
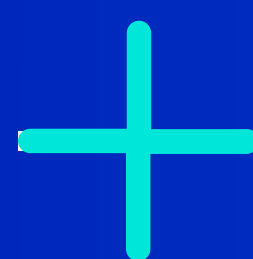
# Czy wykonana strona była warta swojej ceny?



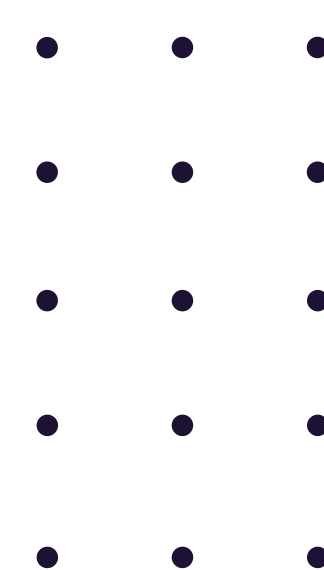
zlecających jest zadowolonych z otrzymanej strony WWW w ramach zleconego projektu

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

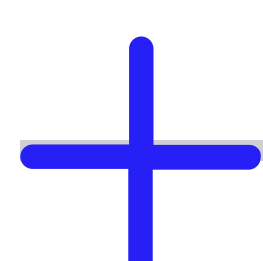
# Ile byś przeznaczył/a na ponowne zlecenie strony?



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

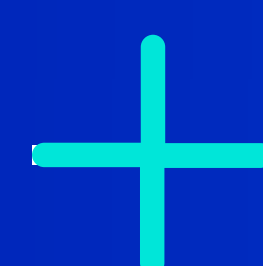


# Co przekonałoby Cię do zlecenia strony ponad założony budżet?



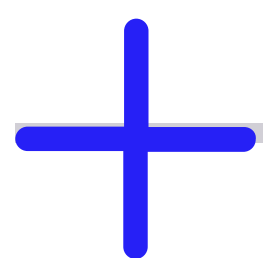
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Jak chciałbyś zapłacić za wykonanie strony WWW?





# Badani klienci stron na WordPressie preferują niższe budżety



Zarówno osoby, które już zleciły wykonanie strony, jak i te, które dopiero to planują, preferują niższe budżety na poziomie od 500 zł do 3000 zł.

## Dodatkowe usługi mogą zachęcić do zwiększenia budżetu

O ile **40.4% klientów nie planuje przekraczania swojego budżetu**, który w większości przypadków mieści się w ramach od 500 zł do 3000 zł, o tyle **istnieje duża grupa osób, która potencjalnie byłaby skłonna wydać więcej**, jeśli wiązałoby się to z dodatkowymi usługami. Klienci są skłonni przekroczyć budżet, jeśli w grę wchodzi takie usługi jak **optymalizacja SEO, instalacja narzędzi analitycznych, zabezpieczenie strony przed różnymi zagrożeniami** oraz **wsparcie i gwarancja**. To podkreśla rosnące znaczenie długoterminowej wartości i wsparcia technicznego.

## Niskie zainteresowanie wyższymi budżetami

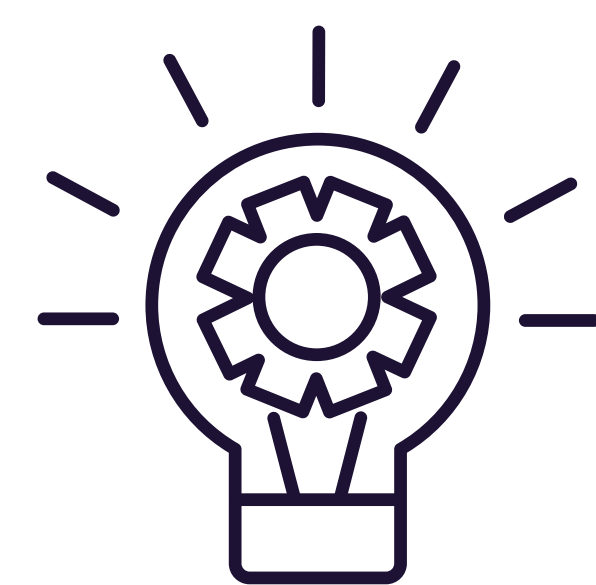
**Z reguły większość klientów zainteresowanych WordPressem nie planuje wydawać więcej niż 3000 zł na stronę.** Niewielki odsetek klientów planuje wydatki powyżej 5000 zł, co może sugerować, że usługi premium muszą być lepiej promowane lub dostosowane do specyficznych potrzeb, aby przyciągnąć więcej klientów. Nie bez znaczenia jest tutaj rola edukacji klienta w zakresie kosztów wykonania dobrej jakości strony WWW, czynników, które powinny decydować o wyborze oraz konsekwencji wyboru wykonawcy, który zbuduje stronę "tanio i szybko".

### Jak dane wyglądały w 2021 roku?

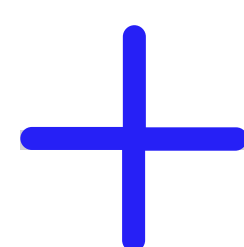
Najniższa półka cenowa miała solidną reprezentację także w badaniu klientów w 2021 roku. Niestety dane te nie napawają optymizmem. Można by wnioskować, że przez 3 lata niewiele zmieniło się w podejściu klienta do procesu budowania strony - nadal brakuje świadomości w zakresie jakości i kosztów składających się na wybudowanie strony lub/i rynek twórców nadal jest przesycony wykonawcami, którzy proponują niskie lub bardzo niskie ceny.







# Jakie czynniki wpływają na postrzeganą wartość strony WWW?



*Tworzenie strony WWW to coś więcej niż tylko zbudowanie witryny. Stronę na WP można zrobić w kilka godzin, wystarczy motyw, teksty od klienta i kilka grafik. Gotowe. Możemy się rozejść. Jednak przejście przez proces projektowy i umieszczenie strony w odpowiednich punktach styku z klientem zajmuje więcej czasu i zasobów.*

*Trzeba zadbać o klarowną nawigację i przemyślaną strukturę pod SEO, wytworzyć atrakcyjne treści, zadbać o świetne nagłówki, przygotować podstrony dostosowane do celu: blog informuje i działa na korzyść SEO, oferta zachęca do zostawienia leada. Sam zakres prac powoduje wzrost wartości projektu, ale to nie koniec! Dzięki danym analitycznym możemy wprowadzać korekty w układzie strony, a to... kolejne zlecenia.*

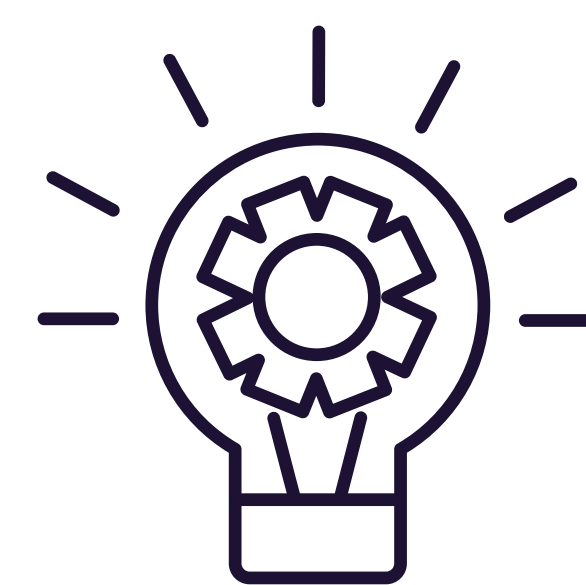
*Robiłem strony za kilkaset złotych. Nie polecam. Kompleksowe projekty są dużo przyjemniejsze i gwarantują większe zyski. Dla klienta również, ponieważ strona realizuje konkretne cele, a nie jest tylko kosztem wytworzenia kolejnej nudnej wizytówki, której nikt nie ogląda.*

## **Szymon Głogowski**

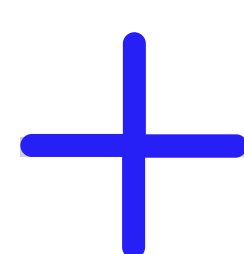
Agencja Marketingowa OWLI Szymon Głogowski







# Co jeszcze wpływa na postrzeganą wartość strony WWW?



Na postrzeganą wartość strony internetowej przez klientów wpływają: nowoczesny, responsywny design oraz wysokiej jakości content - przekonujące teksty i zachwycające grafiki. Poza tym klienci zwracają uwagę na szybkie ładowanie strony i łatwe jej aktualizowanie. Aby jeszcze bardziej zwiększyć wartość strony internetowej w oczach klientów warto podkreślić znaczenie SEO i analityki danych.

Aby zmaksymalizować zwrot z inwestycji w projekt strony, klient przed współpracą z twórcą strony powinien jasno zdefiniować swoje biznesowe cele. Powinien odpowiedzieć sobie na pytania: Kim są moi odbiorcy? Czego chcą, a czego nie chcą? Jakie mają problemy? Czego szukają? Jak im pomogę?

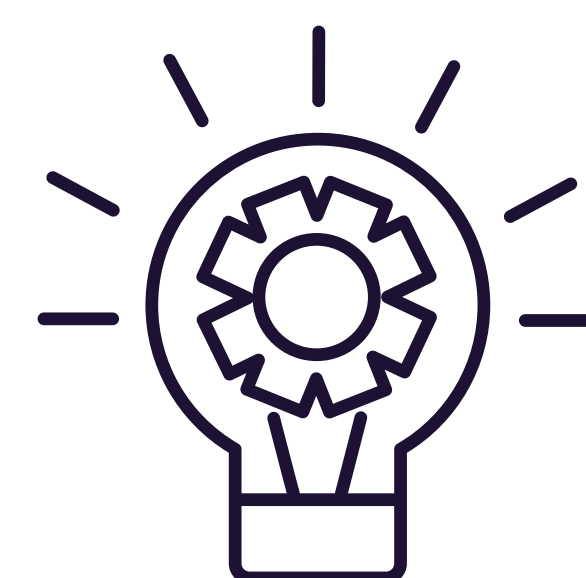
Ostateczne zadowolenie klienta może zaowocować długofalową współpracą, pozytywnymi opiniami i rekomendacjami. Zadowoleni klienci budują wiarygodność i prestiż twórcy, co może prowadzić do większych i bardziej intratnych projektów.

W efekcie przekłada się to na większe zarobki i większą satysfakcję z wykonywanej pracy.

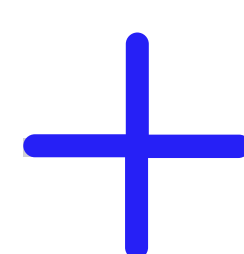
**Jakub Orzeł**

Inkrea





# Z jakimi opcjami i warunkami płatności spotykamy się w praktyce?



*Nasi klienci otrzymują wzór umowy na wykonanie serwisu. Nasza standardowa umowa jasno określa zaliczkę w wysokości 30% płatną na podstawie faktury pro forma. Nie zdarzyło się, by klient negocjował wysokość zaliczki lub jej zasadność. Pozostałą część płatności (70%) pobieramy po zakończeniu projektu, czyli po przeniesieniu strony www lub sklepu na serwer/hosting klienta.*

*W przypadku projektów z większym budżetem dzieliliśmy płatność na transze, płatne w zależności od stopnia zaawansowania projektu. Z reguły były to trzy transze.*

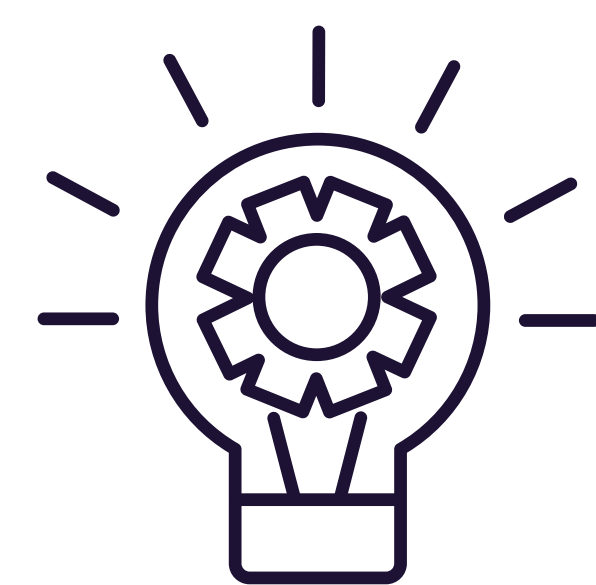
*Od naszych stałych klientów zwykle nie pobieramy zaliczki; projekt rozliczamy w całości po jego zakończeniu. To chyba oznacza, że jesteśmy elastyczni :)*

**Agnieszka Szoblik**

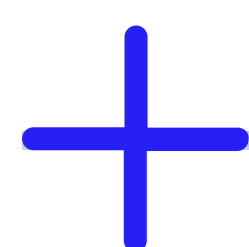
Globalmedia







# Czy inflacja i rosnące koszty wpływają na terminy płatności w branży?



*Tak, inflacja i rosnące koszty przedsiębiorców mają bezpośredni wpływ na wydłużanie się terminów płatności. Nawet jeśli mamy do czynienia z wiarygodnymi kontrahentami, mogą oni mieć problem z zapłaceniem za nasze usługi, jeśli sami nie otrzymają pieniędzy od swoich klientów. Co więcej, w przypadku wystąpienia problemów finansowych, kontrahenci mogą być bardziej wyczuleni na nasze potknięcia, a wszelkie niedopowiedzenia będą chcieli rozstrzygnąć na swoją korzyść, dorzucając do listy realizacji kolejne szczegóły lub negocjując warunki w trakcie realizacji. Dlatego, aby zapewnić sobie spokój i zminimalizować ryzyko braku rozliczenia za realizację strony, warto stosować te sprawdzone typy:*

- 1. Potwierdź z klientem w miarę precyzyjnie zakres i szczegóły zlecenia. Nie zapomnij ustalić kwestii związanych z hostingiem, domeną, regulaminem, cookiesami, certyfikatem SSL. Najlepsza jest do tego umowa, ale wystarczą również maile z klientem.*
- 2. Przyjmij przelewem zaliczkę, która będzie potwierdzeniem zawarcia umowy, nawet jeśli szczegóły zlecenia pojawią się wyłącznie w mailach.*
- 3. Podziel całe zlecenie na kilka osobnych etapów i rozliczaj się po każdym z nich. Rozpoczynaj kolejny dopiero po opłaceniu poprzedniego.*
- 4. Przekazanie praw autorskich do strony uzależnij od zapłaty ostatniej transzy.*
- 5. Nie wahaj się przypominać o zaległościach. Jest to żmudne i stresujące, ale możesz to zautomatyzować.*

**Tomasz Kołkiewicz**

Flobo.io

**Flobo.**



## Klienci stron WWW

Moduł 4.

# Umowa i warunki współpracy

Umowy i warunki współpracy odgrywają kluczową rolę w relacjach między klientami a wykonawcami stron internetowych. W tej sekcji przyglądamy się, jakie znaczenie ma podpisanie umowy przed rozpoczęciem współpracy oraz jakie są oczekiwania klientów wobec formalnych aspektów zleceń. Analizujemy również, czy klienci wyobrażają sobie współpracę bez podpisania umowy. Zrozumienie tych aspektów pomoże nam lepiej wspierać klientów w procesie negocjacji i ustalania warunków współpracy, co jest kluczowe dla budowania zaufania i zapewnienia przejrzystości w realizacji projektów internetowych.

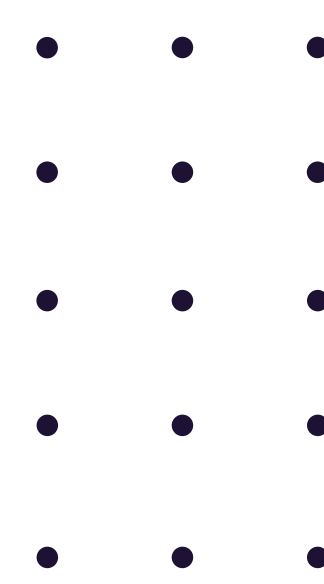
Wygeneruj za darmo profesjonalną umowę o wykonanie strony WWW za pomocą naszego generatora!

[lh.pl/generator-umowy/strona-www](https://lh.pl/generator-umowy/strona-www)

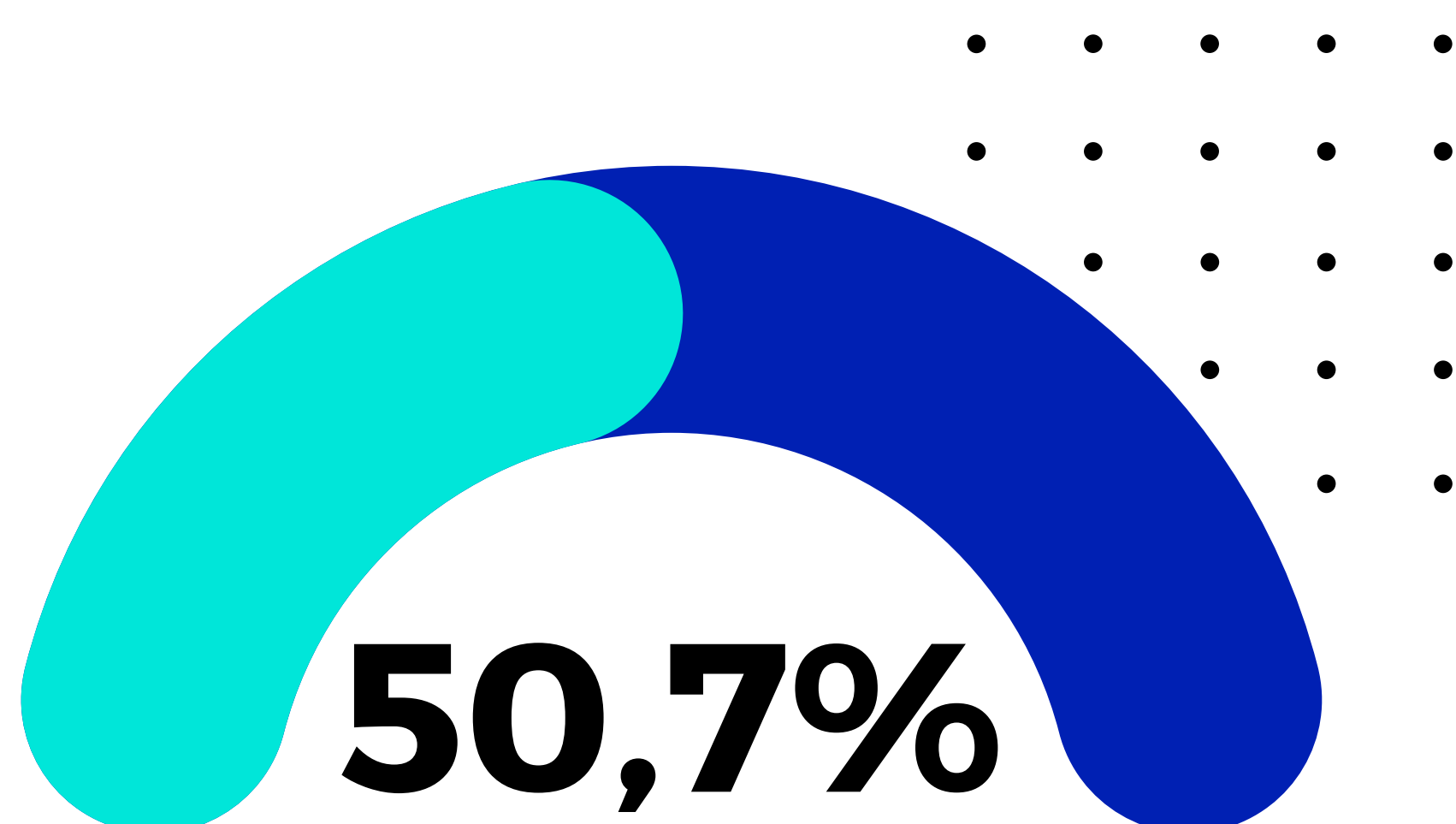
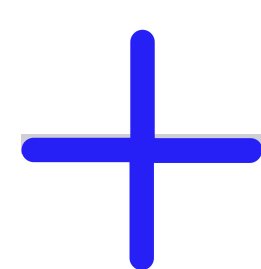




Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



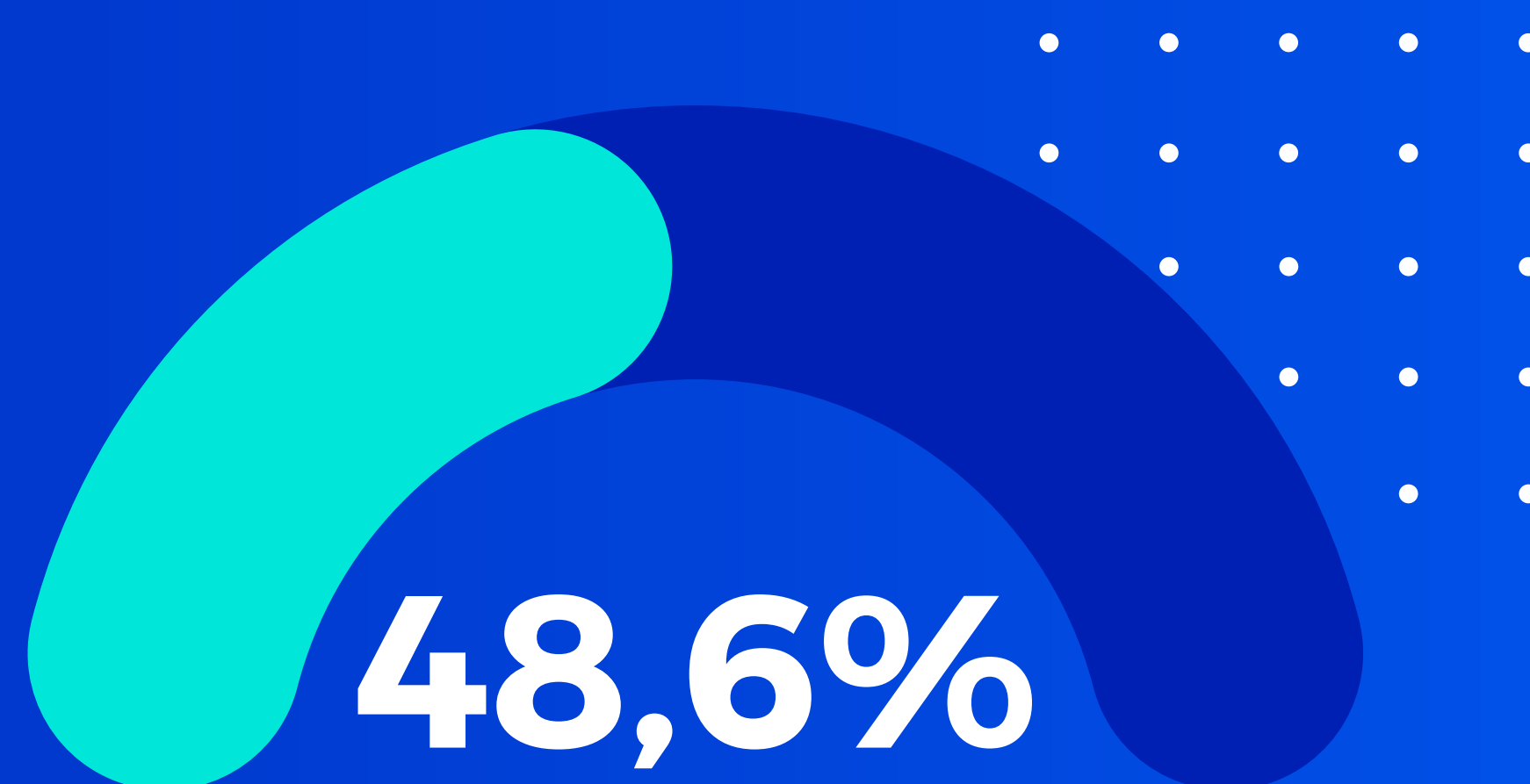
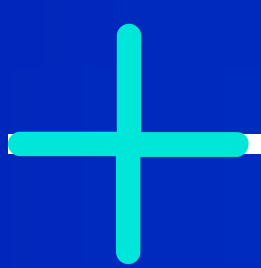
# Czy przed rozpoczęciem pracy podpisałeś/aś umowę?



zlecających podpisało umowę przed rozpoczęciem współpracy z wykonawcą

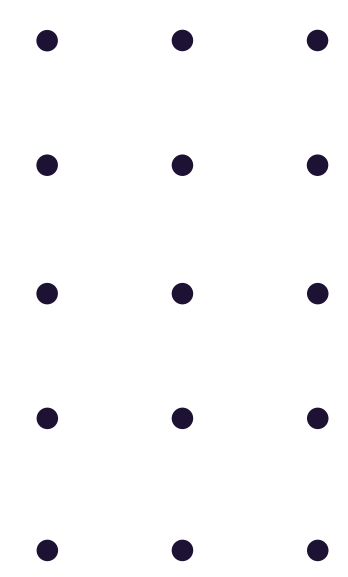
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Czy podpisanie umowy jest dla Ciebie niezbędne?

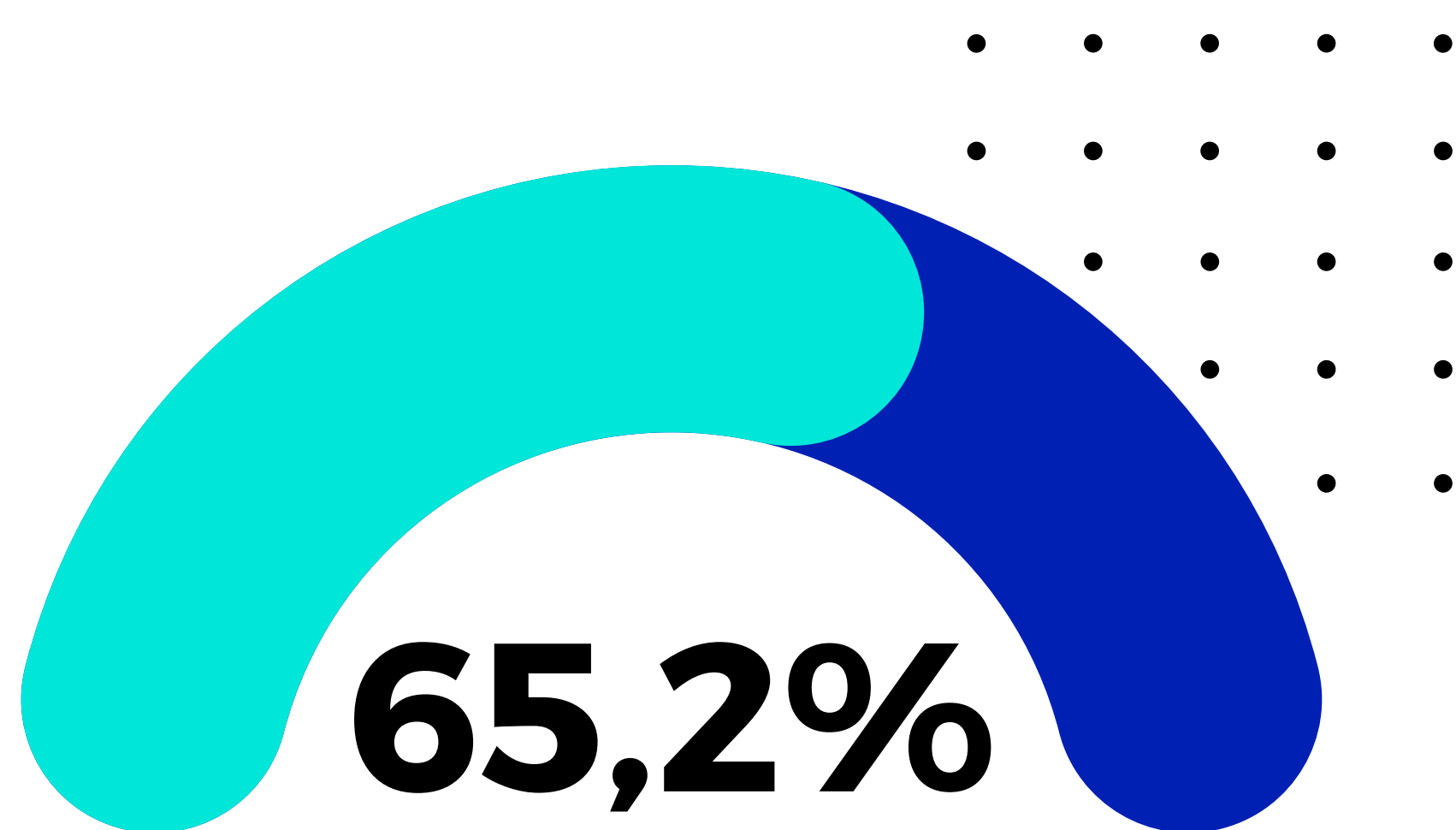
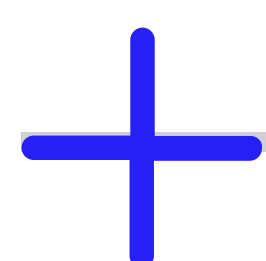


osób planujących zlecenie ocenia podpisanie umowy z wykonawcą jako niezbędne do rozpoczęcia współpracy

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

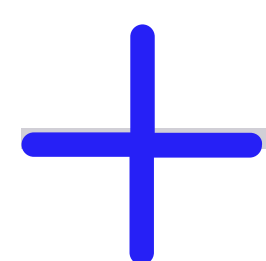


# Czy wyobrażasz sobie w przyszłości współpracę bez podpisania umowy?



zlecających nie wyobraża sobie kolejnej współpracy bez podpisania umowy

## Aż połowa ankietowanych nie podpisuje umowy



Tylko 50,7% osób, które zleciły wykonanie strony WWW, podpisało umowę przed rozpoczęciem prac. Nie inaczej jest w przypadku osób, które dopiero planują zlecić stronę - tylko 48,6% z nich uważa podpisanie umowy za niezbędne.

To wskazuje, że tylko połowa klientów zabezpiecza swoje interesy formalizując współpracę na piśmie. Większą chęć podpisania umowy wykazują Ci, którzy mają już doświadczenie we współpracy. **65,2% zlecających nie wyobraża sobie ponownej współpracy bez podpisania umowy.** To pokazuje, że doświadczenie z poprzednich zleceń wpływa na postrzeganie znaczenia umowy i świadomość konieczności jej zawarcia.



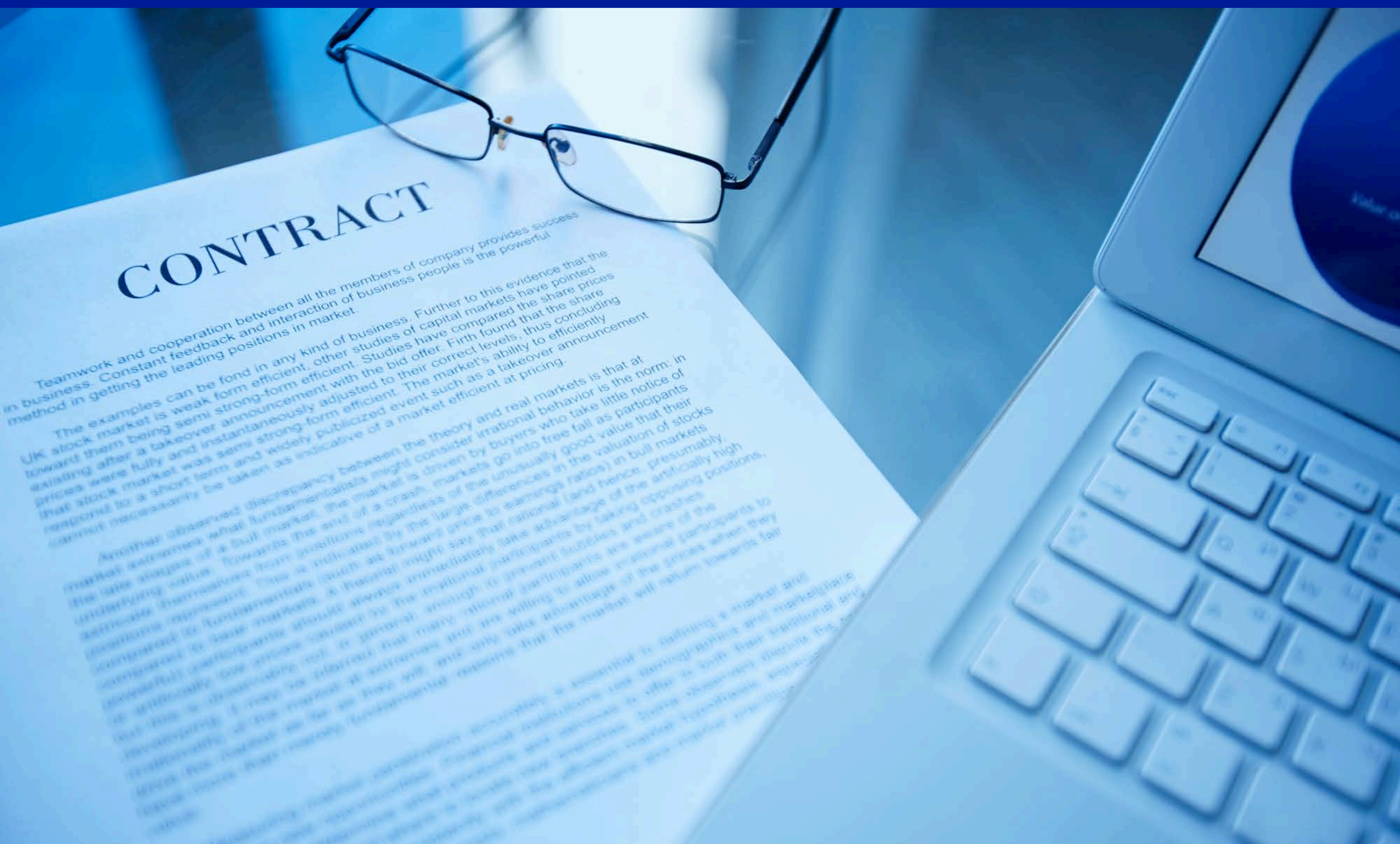
# Zabezpiecz interesy obu stron i podpisz umowę! Skorzystaj z darmowego generatora umów!

Umowa jest niezwykle ważnym elementem współpracy między twórcą strony, a zlecającym. Pozwala lepiej wycenić projekt, ustalić ramy współpracy i zaoszczędzić kłopotu obu stronom.

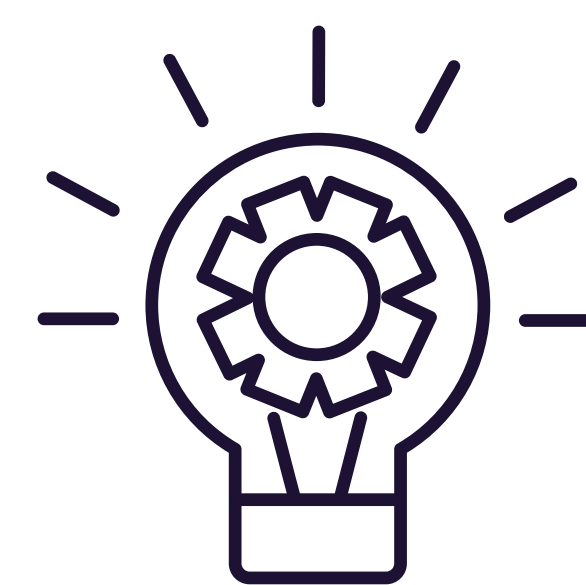
- ✓ Wygeneruj umowę za darmo przy użyciu naszego generatora!
- ✓ Uzyskaj gotową do podpisania umowę, która zabezpieczy Twoje interesy

Wygeneruj umowę już teraz:

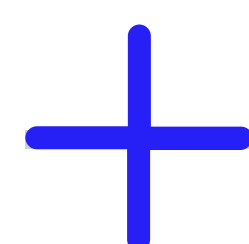
[lh.pl/generator-umowy/strona-www](https://lh.pl/generator-umowy/strona-www)







# Jakie znaczenie ma podpisane umowy dla twórcy oraz klienta?



Zawarcie umowy o wykonanie strony internetowej zdecydowanie powinno być rzeczą, od której twórca strony i jego klient rozpoczynają swoją współpracę. Niestety, w wielu przypadkach tak się nie dzieje, co łatwo może wygenerować problemy.

Z perspektywy twórcy strony, dobrze napisana umowa zapewnia przede wszystkim komfort pracy oraz chroni przed nieuzasadnionymi zarzutami klienta. Jeżeli chodzi zaś o klienta, dzięki umowie zyskuje on pewność co do końcowego rezultatu prac i związanych z nimi kosztów.

Aby umowa była rzeczywistym zabezpieczeniem interesów obu stron, powinna określać co najmniej parametry strony internetowej, harmonogram prac, procedury wprowadzania poprawek oraz zasady rozliczeń. Bardzo ważne jest również uregulowanie kwestii praw autorskich do poszczególnych elementów strony (kodu źródłowego, grafik itd.).

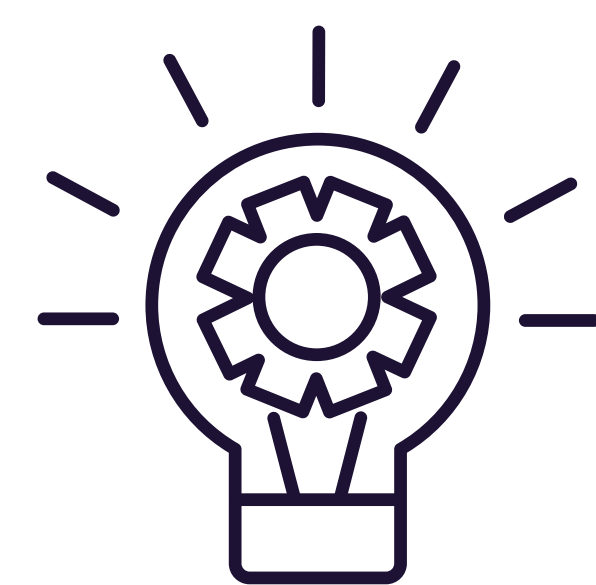
Jeżeli powyższe elementy zostaną dobrze opisane, prawdopodobieństwo wystąpienia sporu między stronami będzie minimalne, a pomyślnego rezultatu współpracy – wysokie.

**Konrad Cichoń i Arkadiusz Szczudło**

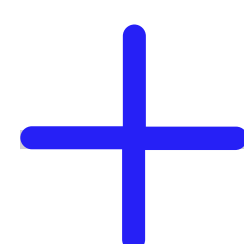
Creativa Legal







# Czy podpisanie umowy powinno być standardem w branży?



*Podpisanie umowy jest kluczowym krokiem w procesie realizacji projektu, niezależnie od jego skali. Umowa niesie ze sobą szereg korzyści i zabezpieczeń oraz prawa i obowiązki wynikające z umowy dla Zleceniodawcy i dla Wykonawcy.*

*Umowa określa zakres prac oraz definiuje oczekiwania dotyczące funkcjonalności strony, jej wyglądu i terminów realizacji. Określa również koszty projektu oraz sposób płatności. Umowy często zawierają także klauzule dotyczące praw autorskich, które precyzyjnie określają, kto będzie właścicielem strony po jej ukończeniu. Z podpisaniem umowy wiąże się również klarowność dotycząca zakresu wsparcia technicznego i gwarancji.*

*Podpisanie umowy to forma zabezpieczenia przed nieuczciwymi praktykami. Wydaje się jednak, że rzeczywistość wygląda inaczej, szczególnie przy zleceniach na Facebooku lub OLX. Często zarówno Zleceniodawca, jak i Wykonawca nie chcą podpisać umowy. Obie strony w ten sposób mogą bez zobowiązań wycofać się z takiej niedookreślonej współpracy, nie ponosząc żadnych konsekwencji.*

*Jeżeli planujesz stworzenie strony internetowej, zadбай o współpracę z zaufanym wykonawcą i podpisanie umowy dotyczącej projektu.*

**Tomasz Gałązka**

THE NEW LOOK





## Klienci stron WWW

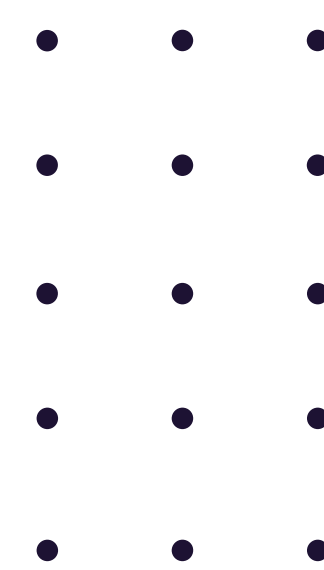
Moduł 5.

# Wycena, materiały i poprawki

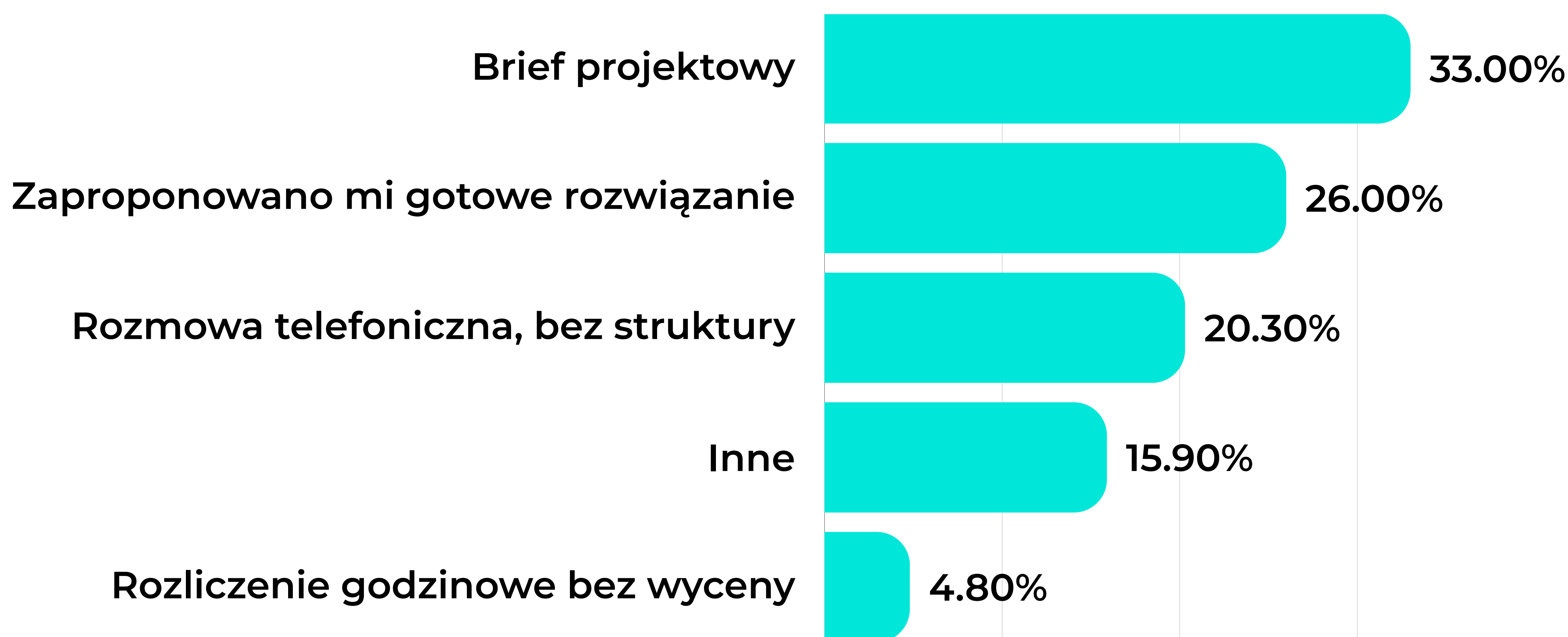
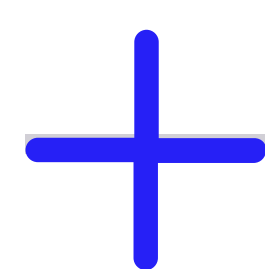
Wycena projektu, organizacja materiałów potrzebnych do budowy strony oraz możliwość wprowadzenia poprawek to istotne elementy procesu tworzenia strony internetowej. W tej sekcji analizujemy, w jaki sposób klienci otrzymali wycenę swojego projektu oraz jak przebiegała komunikacja dotycząca organizacji materiałów i kosztów. Przyglądamy się również, czy wykonane strony wymagały poprawek po ich odbiorze i jakie są oczekiwania klientów dotyczące możliwości wprowadzania zmian.



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

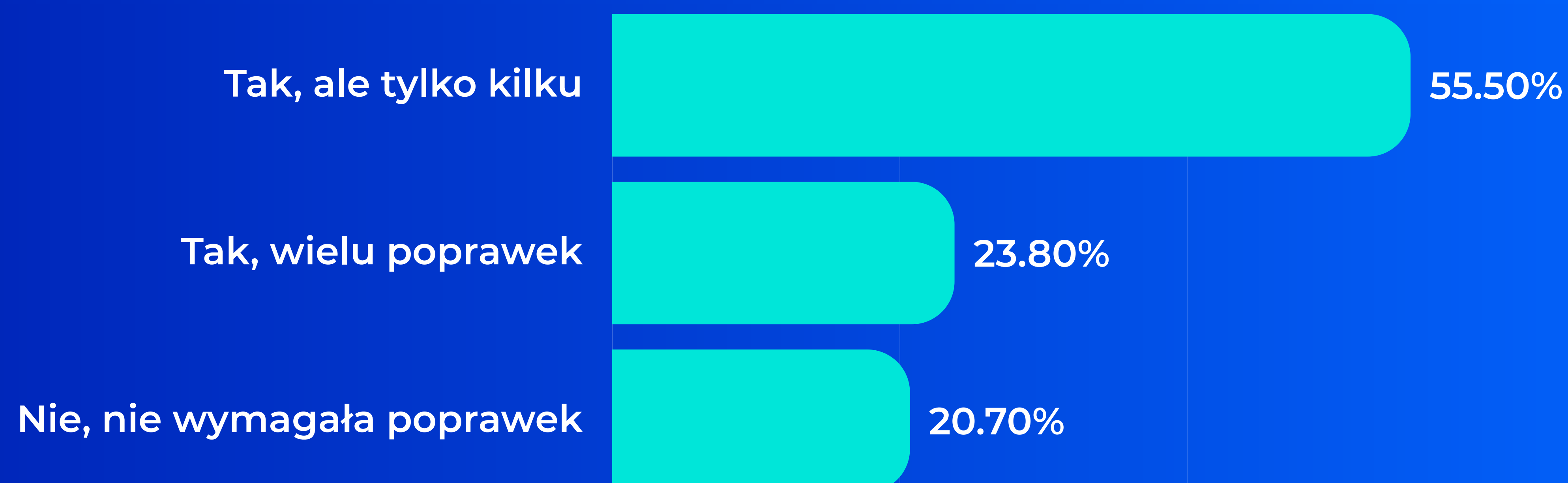
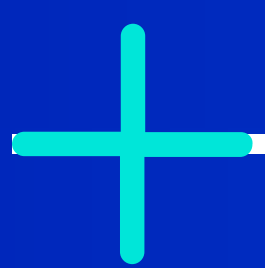


# Jak dokonano wyceny strony internetowej?

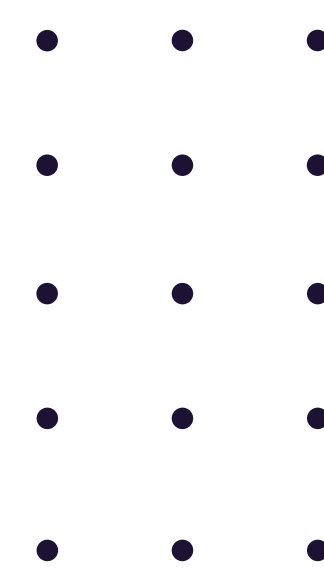


Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

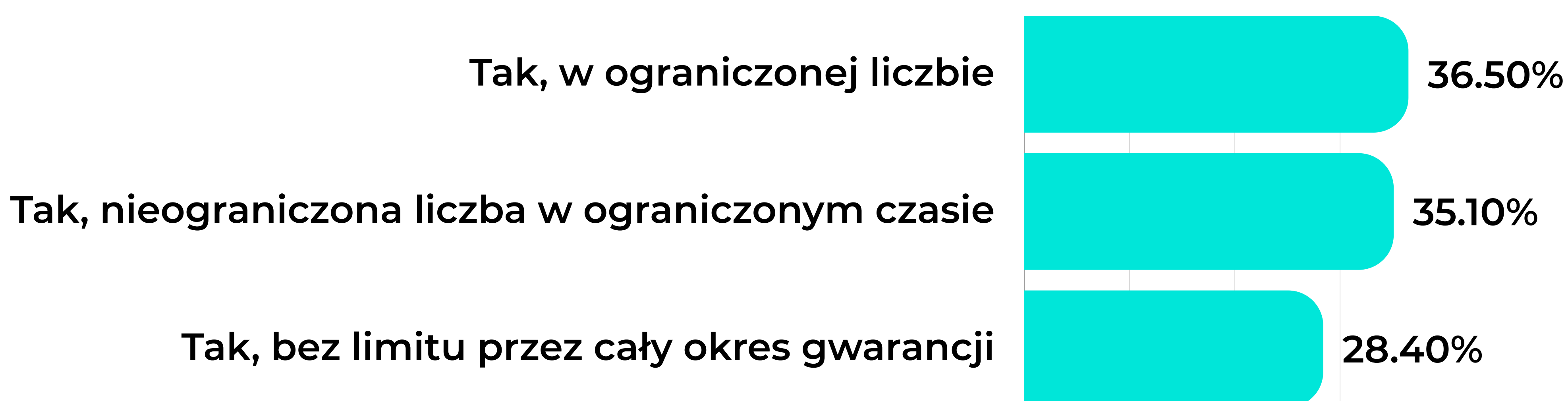
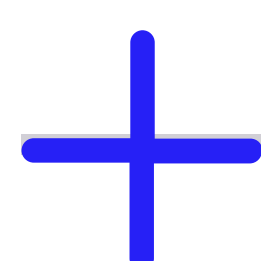
# Czy strona wymagała poprawek po odebraniu?



Osoby planujące zlecenie strony WWW

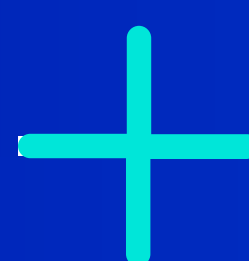


# Czy wykonawca strony powinien oferować Ci możliwość wprowadzenia poprawek?



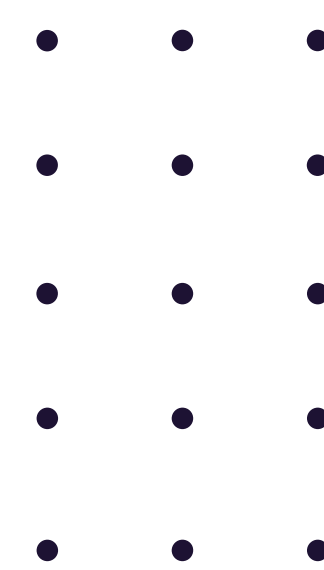
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Czy uważasz, że poprawki powinny być płatne?

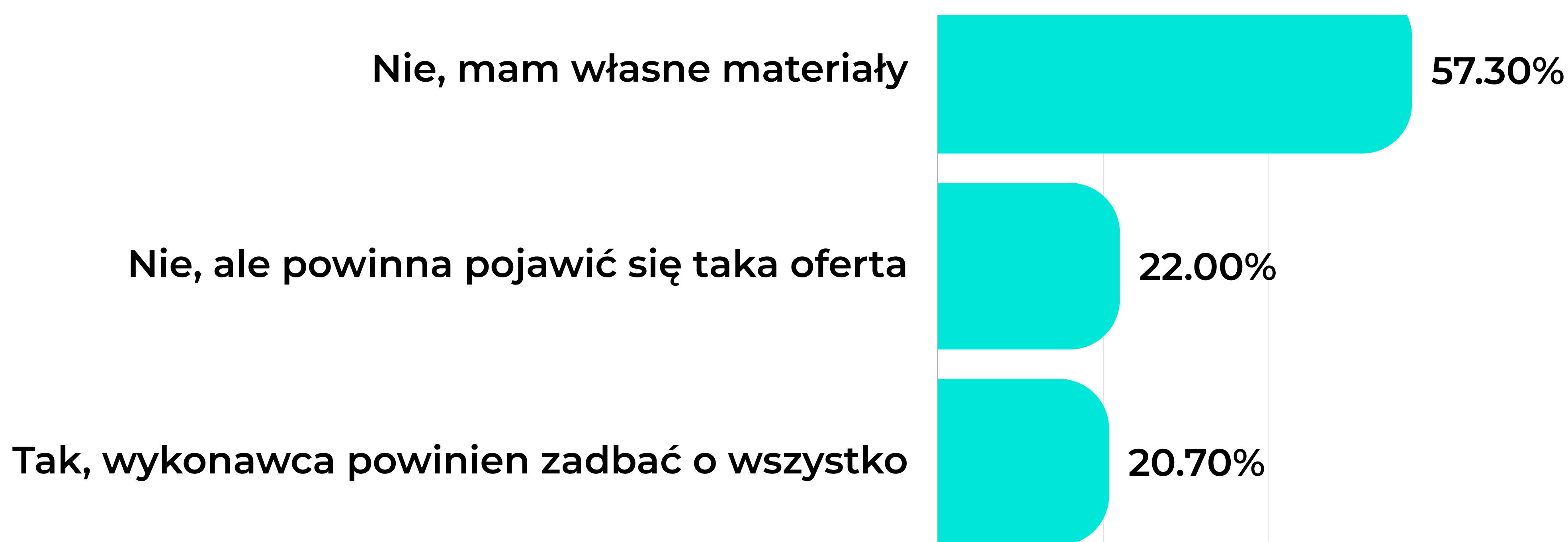
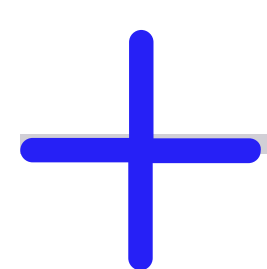




Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

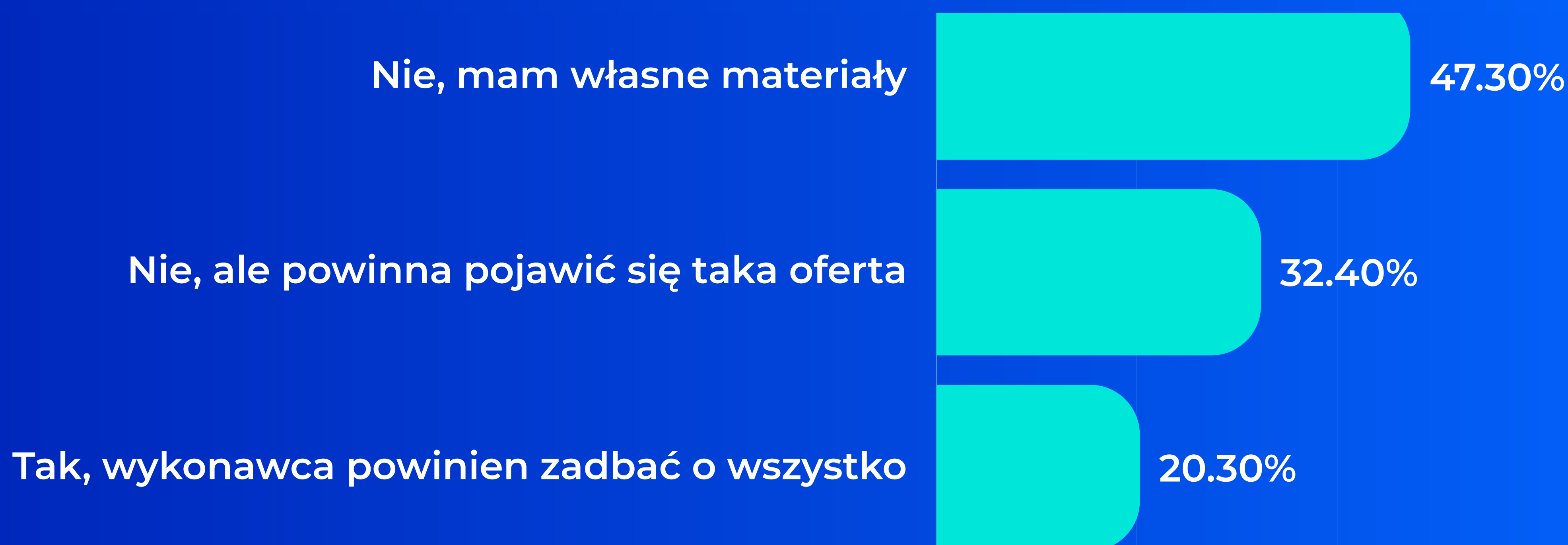
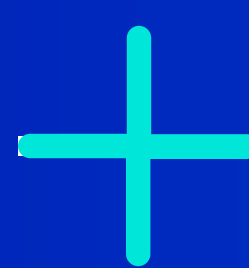


# Czy oczekiwałeś/aś, że twórca zadba o materiały na stronę (grafika, teksty)?

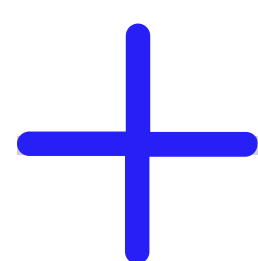


Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Czy oczekujesz od twórcy, że zadba o takie materiały?



# Wycena i poprawki - oczekiwania klientów



**Wycena oparta na briefie projektowym (32,9%) jest preferowana**, co wskazuje na potrzebę jasnej i szczegółowej komunikacji przed rozpoczęciem prac. Wykonawcy powinni zwracać uwagę na dokładność w przygotowaniu briefów, aby lepiej dopasować ofertę do oczekiwań klientów. **Warto inwestować w rozwój umiejętności tworzenia szczegółowych briefów i edukować klientów o ich znaczeniu, co może zwiększyć zaufanie i satysfakcję z usług.**

## Koszty poprawek

Większość stron wymaga poprawek po odbiorze (54,1% kilku, 24,6% wielu), co może sugerować potrzebę lepszego testowania lub lepszej komunikacji między twórcami a klientami. **Zdecydowana większość klientów (75,7%) uważa, że poprawki powinny być bezpłatne w określonej liczbie lub czasie.**

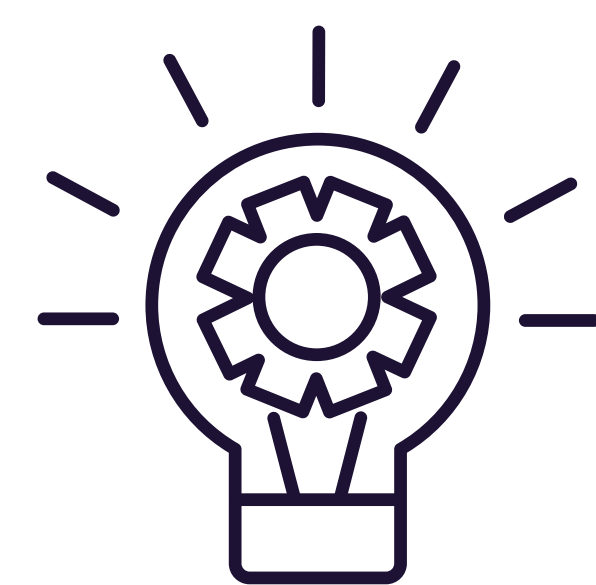
## Oczekiwania dotyczące materiałów

Większość klientów ma **własne materiały (58,9%)**, ale znacząca część **oczekuje, że wykonawca zadba o wszystko (20,3%)** lub przynajmniej oferuje taką **opcję (20,8%)**.

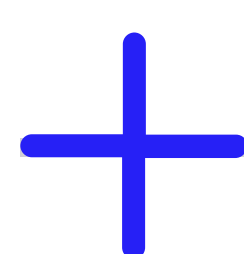
Twórcy stron powinni oferować elastyczne usługi związane z tworzeniem i organizacją materiałów, co może przyciągnąć klientów, którzy potrzebują kompleksowej obsługi. Twórcy stron powinni rozważyć wprowadzenie pakietów usług, które obejmują pomoc w tworzeniu treści, grafiki i innych materiałów, aby lepiej odpowiadać na potrzeby rynku. Opcja ta może być promowana jako dodatkowa usługa, co pozwoli na zwiększenie przychodów.







# Brief projektowy przepustką do trafnej wyceny strony internetowej



*Podstawą wyceny jest u mnie brief – bez tego ani rusz : ) Brief pozwala mi poznać potrzeby klienta – szczególnie te, które dotyczą funkcjonalności strony www, bo w dużej mierze od nich właśnie zależy u mnie wycena strony www. Im większe potrzeby, bardziej zaawansowane funkcjonalności, bardziej rozbudowana www, tym cena wdrożenia będzie wyższa. Zwykle też spotykam się z potencjalnym klientem na wirtualnej kawie, by doprecyzować jego potrzeby, odpowiedzieć na jego pytania, omówić pomysły/możliwości i przy okazji sprawdzić, czy będziemy nadawać na tych samych falach.*

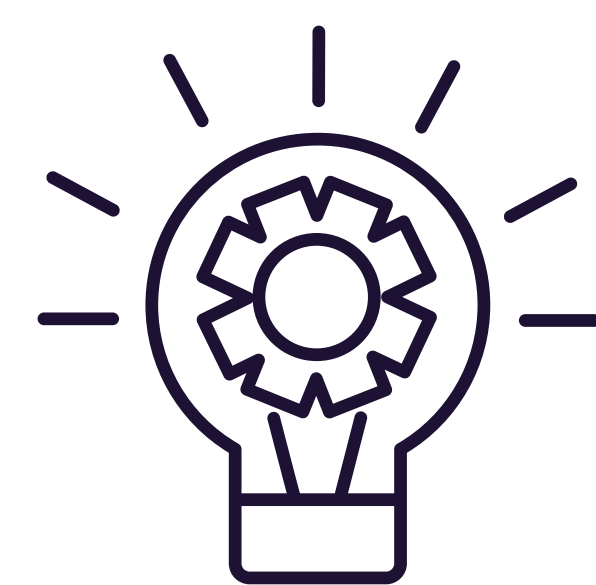
*Kluczem do prawidłowej wyceny, moim zdaniem, jest właśnie poznanie potrzeb klienta, wyciągnięcie od niego informacji, czego oczekuje od strony, jaka to w ogóle ma być strona, jakie ma mieć opcje, możliwości, funkcjonalności. Jeśli chodzi o najlepsze praktyki, to tu się powtórzę – zdecydowanie warto zacząć od briefu / ankiety / formularza zamówienia czy chociażby właśnie rozmowy z klientem, podczas której wy pytamy go o jego potrzeby i wszystko to sobie spisujemy.*

*Na pewno nie róbmy wyceny w ciemno, bo przecież klient napisał, że potrzebuje prostą stronę www – to bach – od razu napiszę mu 1000 zł. Dlaczego? Bo może się okazać, że prosta strona to dla klienta coś na wzór Allegro czy Facebooka.*

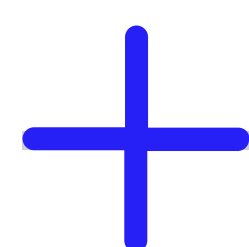
**Sylwia Stein**

13Design

**13DESIGN**



# Jakie formy kontaktu z klientem i sposób wyceny są najlepsze i dlaczego?



*Z moich obserwacji wynika, że proces handlowy i wycena różnią się w przypadku stron internetowych i sklepów. W przypadku stron klienci często korzystają z portali ofertowych. Regułą jest oczekiwanie, aż klient zadzwoni. Ja w tym momencie robię odwrotnie i czekam, kto wyjdzie z inicjatywą do gorącego leada. Weryfikuję w ten sposób wykonawcę, bo wiem, że brak komunikacji i chęci „zabija” wiele projektów.*

*Druga weryfikacja to oferta i jej warunki wobec obietnic. To, jak wygląda wycena, zależy od tego, jakie informacje i w jaki sposób firma zbiera od klientów. Idealna opcja to taka, że klient przesyła analizę przedwdrożeniową i plik z wymaganiami opisanymi wg MoSCoW, a wykonawca odnosi się do wymagań w wycenie.*

*Wycena zawsze powinna być pisemna, możliwie szczegółowa i z rozbiciem na różne kategorie kosztów. W rzeczywistości jest z tym różnie. Jeśli wycena powstała na podstawie „opowieści” lub tzw. standardu, dolicz do niej min. 20%. Pamiętaj o podpisaniu umowy i przeniesieniu autorskich praw majątkowych.*

## **Barbara Tatar**

BARTADO Barbara Tatar



**BARTADO**  
Barbara Tatar





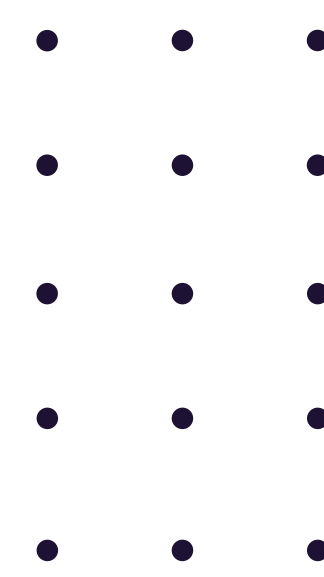
## Klienci stron WWW

Moduł 6.

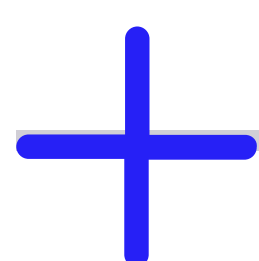
# Dodatkowe usługi i szkolenia

Dodatkowe usługi i szkolenia oferowane przez wykonawców stron internetowych są ważnym elementem, który może znacząco wpływać na satysfakcję klientów i długoterminową współpracę. W tej sekcji analizujemy, czy wykonawcy proponowali klientom dodatkowe usługi w modelu abonamentowym oraz czy oferowali szkolenia z obsługi stron po ich przekazaniu. Przyglądamy się również oczekiwaniom klientów dotyczącym stałej opieki nad stroną oraz szkoleń. Zrozumienie tych potrzeb pozwoli web developerom dostosować ofertę usług dodatkowych i zapewnić klientom kompleksową opiekę oraz wsparcie, co jest kluczowe dla budowania trwałych relacji i zwiększenia zadowolenia z oferowanych rozwiązań.

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

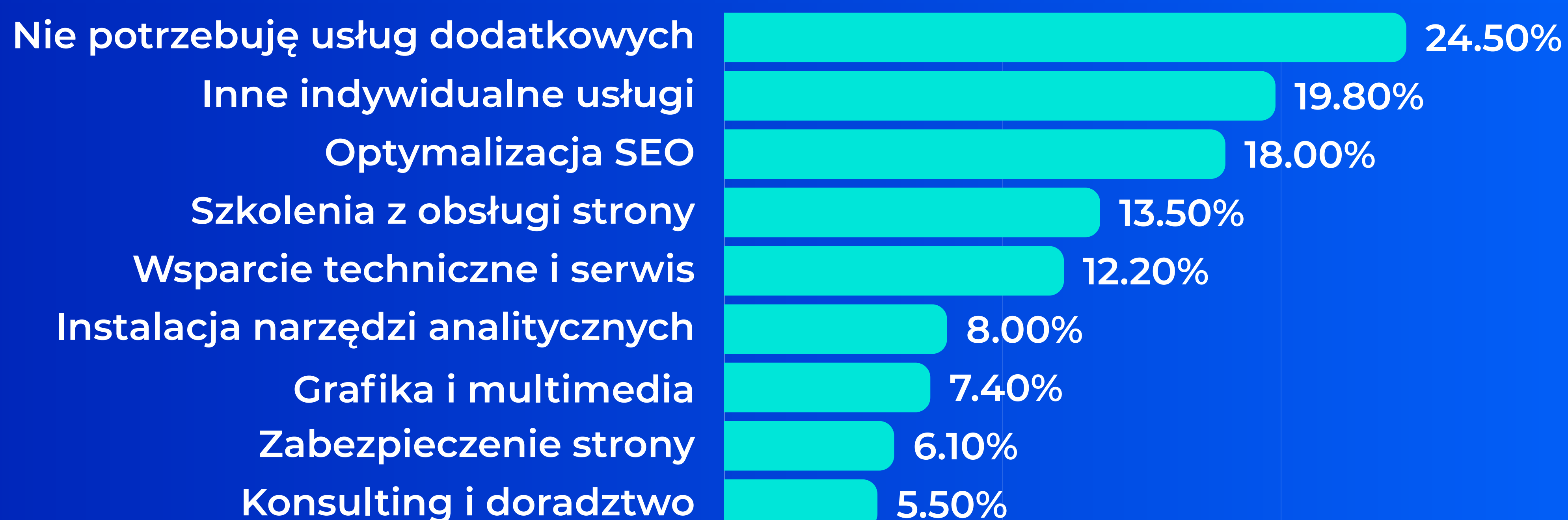
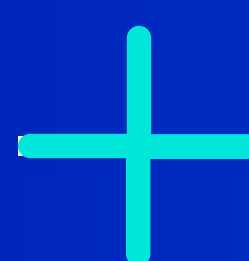


# Jakie dodatkowe usługi zostały Ci zaoferowane?



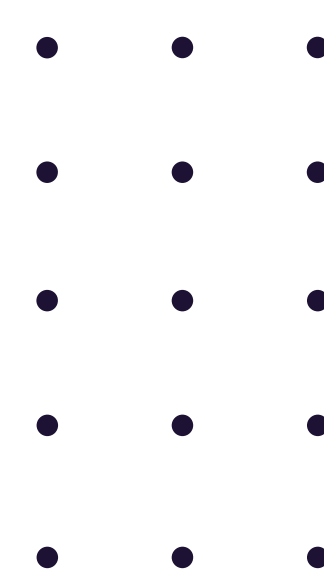
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Jakie dodatkowe usługi chcesz aby Ci zaoferowano?

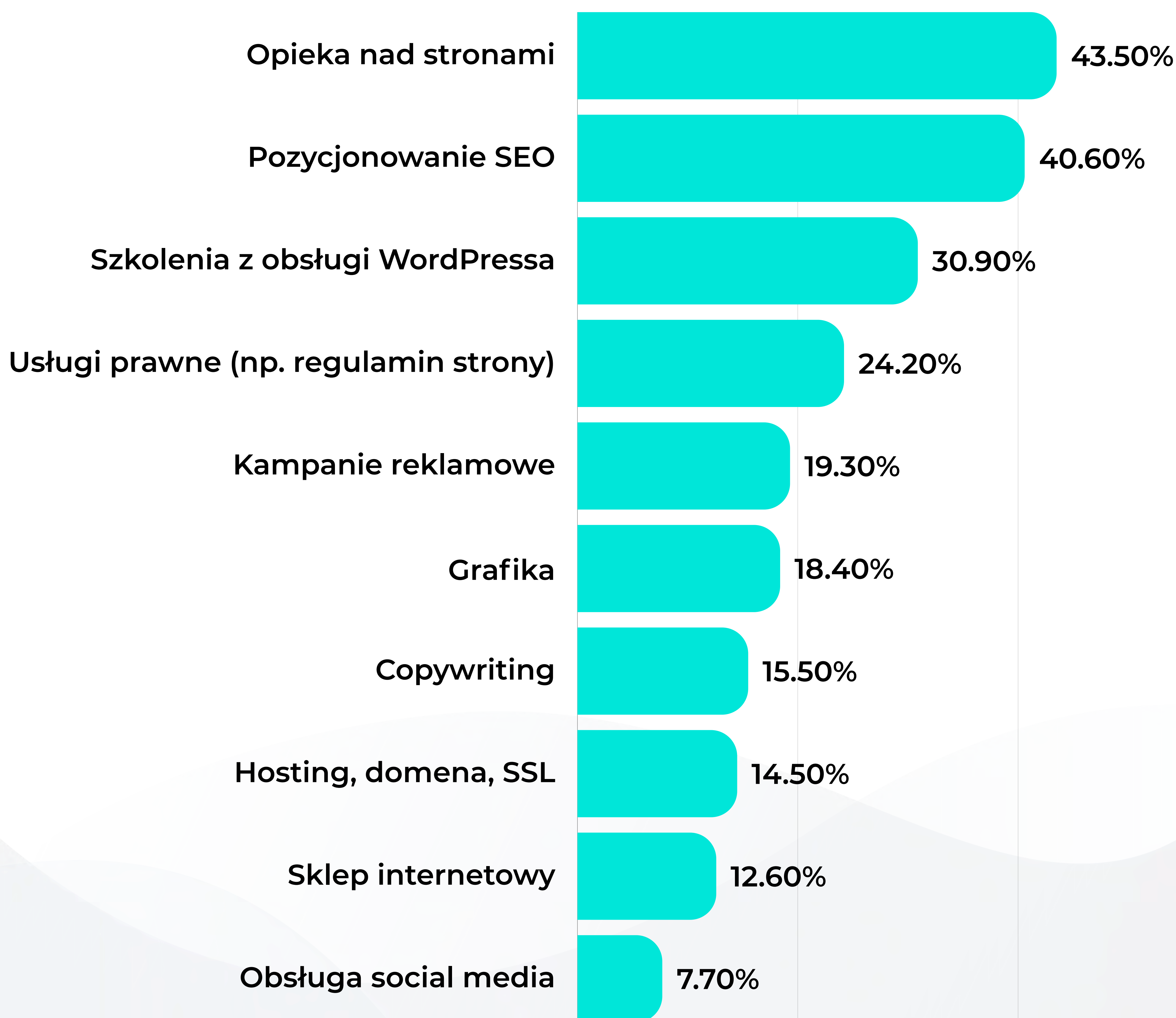
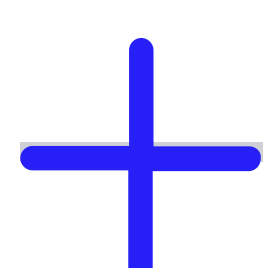




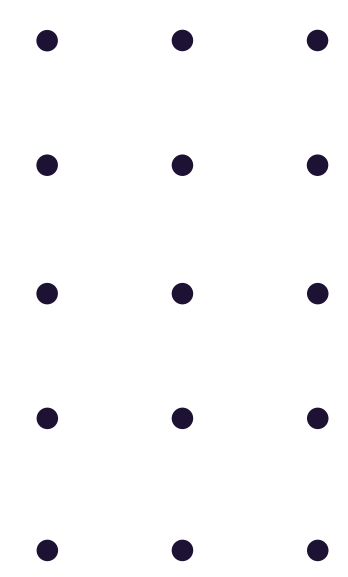
Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



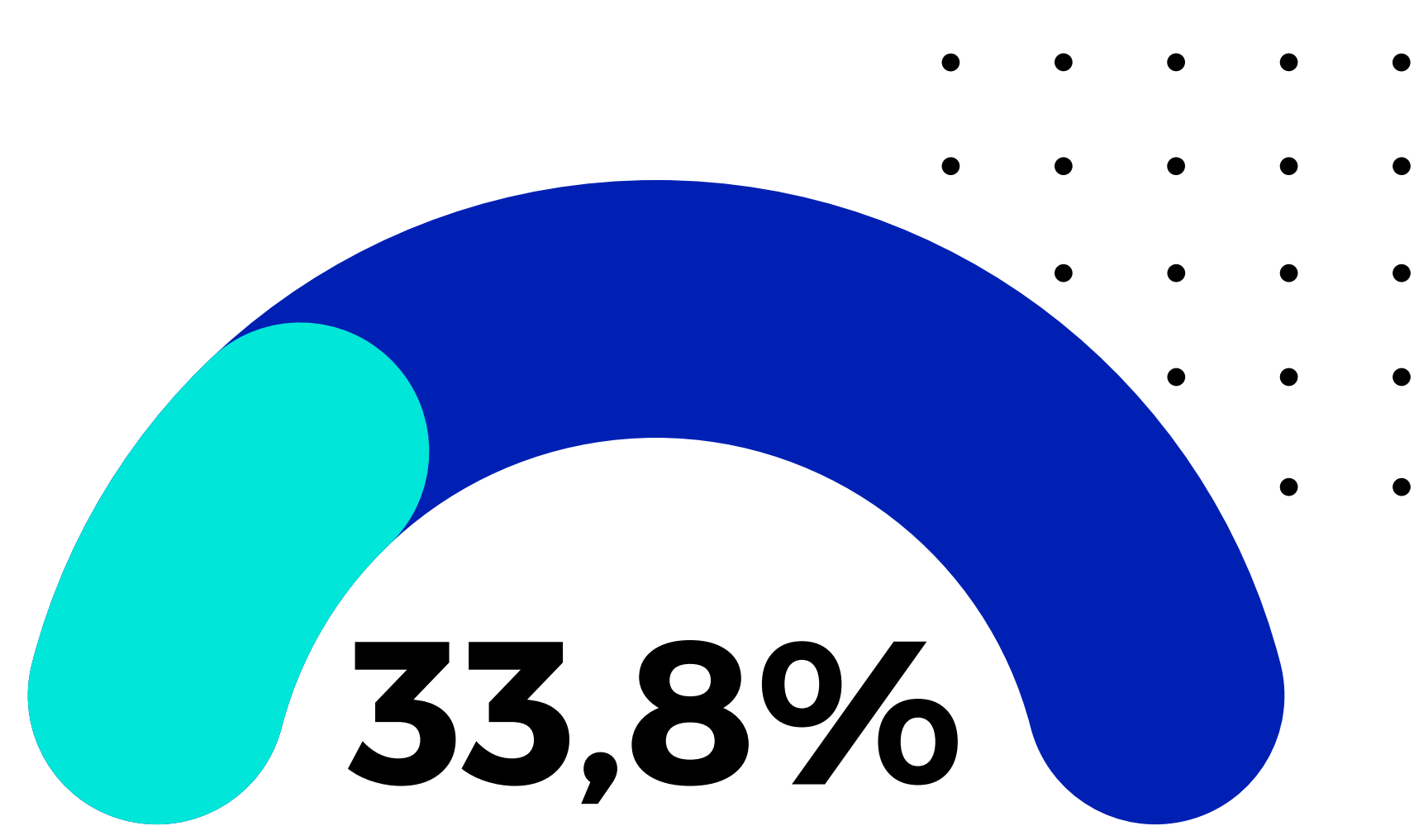
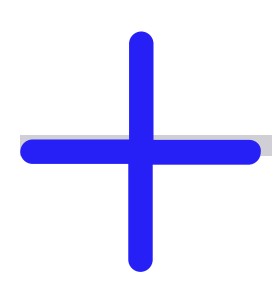
# Jakie usługi Twoim zdaniem Twój webdeveloper powinien świadczyć, ale nie zostały Ci zaproponowane?



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



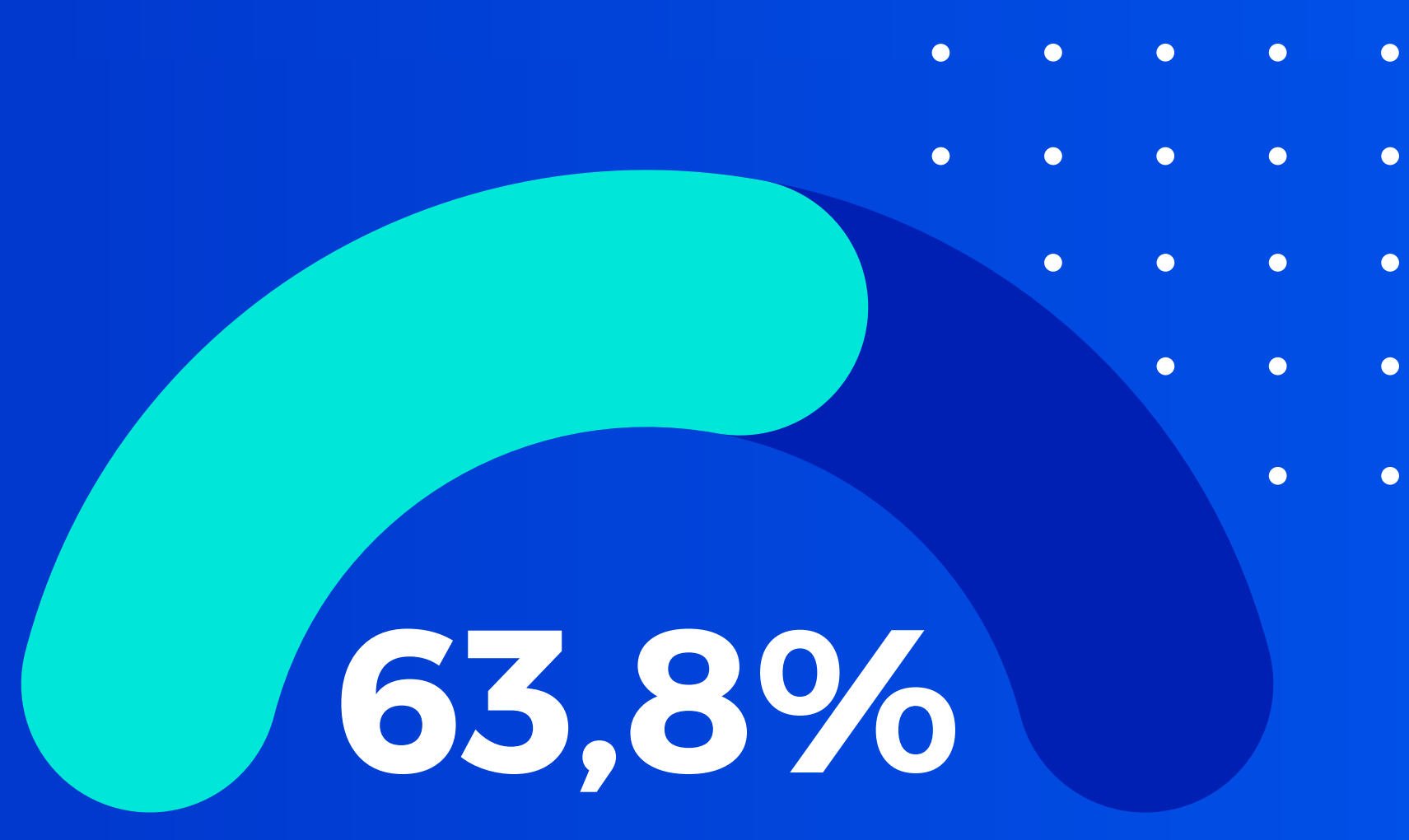
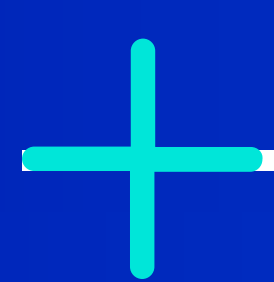
# Czy wykonawca zaproponował Ci usługi w modelu abonamentowym?



twórców zaproponowało usługi subskrypcyjne, co oznacza, że aż 66.2% wykonawców nie zaoferowało żadnej usługi abonamentowej

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

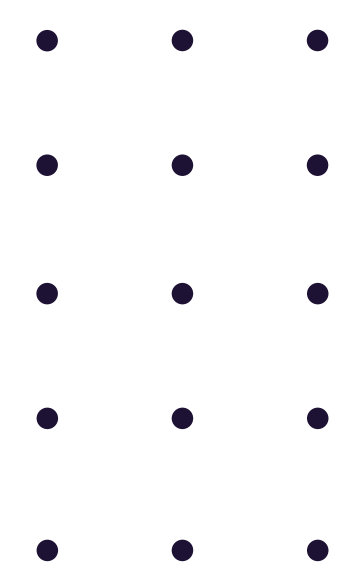
# Czy potrafisz samodzielnie obsługiwać swoją stronę?



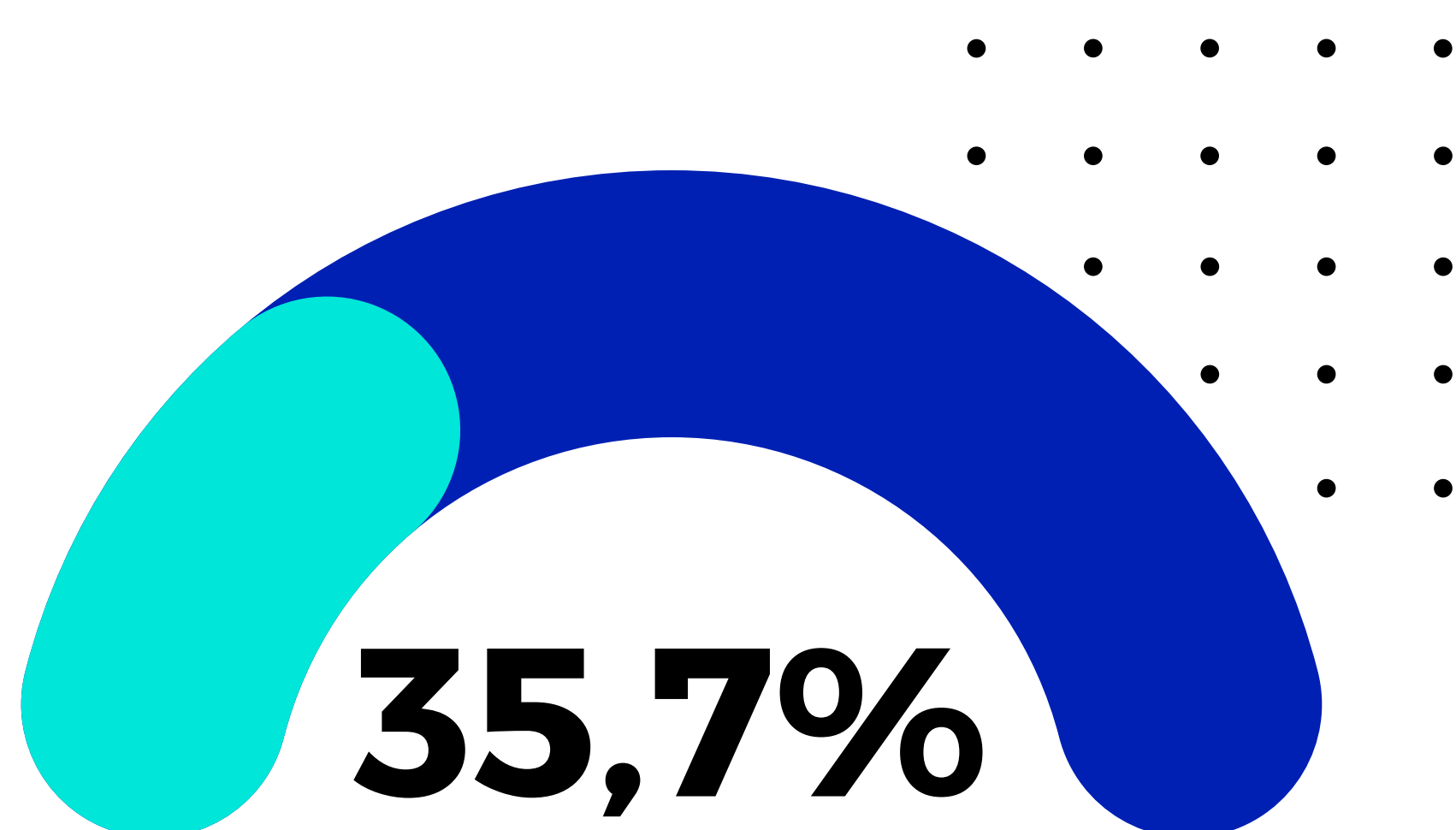
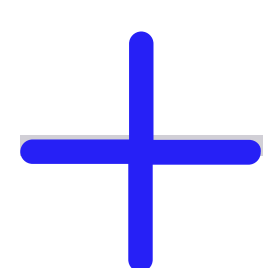
zlecających potrafi obsługiwać otrzymaną stronę, podczas gdy 27.5% określa swoje zdolności jako umiarkowane, a 8.7% nie umie obsługiwać strony



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



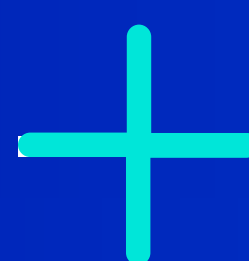
# Czy otrzymałeś/aś propozycję dodatkowych usług po odebraniu strony?



zlecających otrzymało ofertę dodatkowych usług, co oznacza, że **aż 64.3%** twórców nie oferuje klientom dodatkowych usług po oddaniu strony

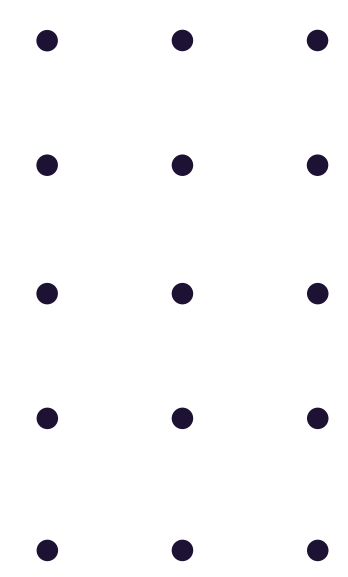
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Czy zainteresowałaby Cię stała opieka nad stroną?

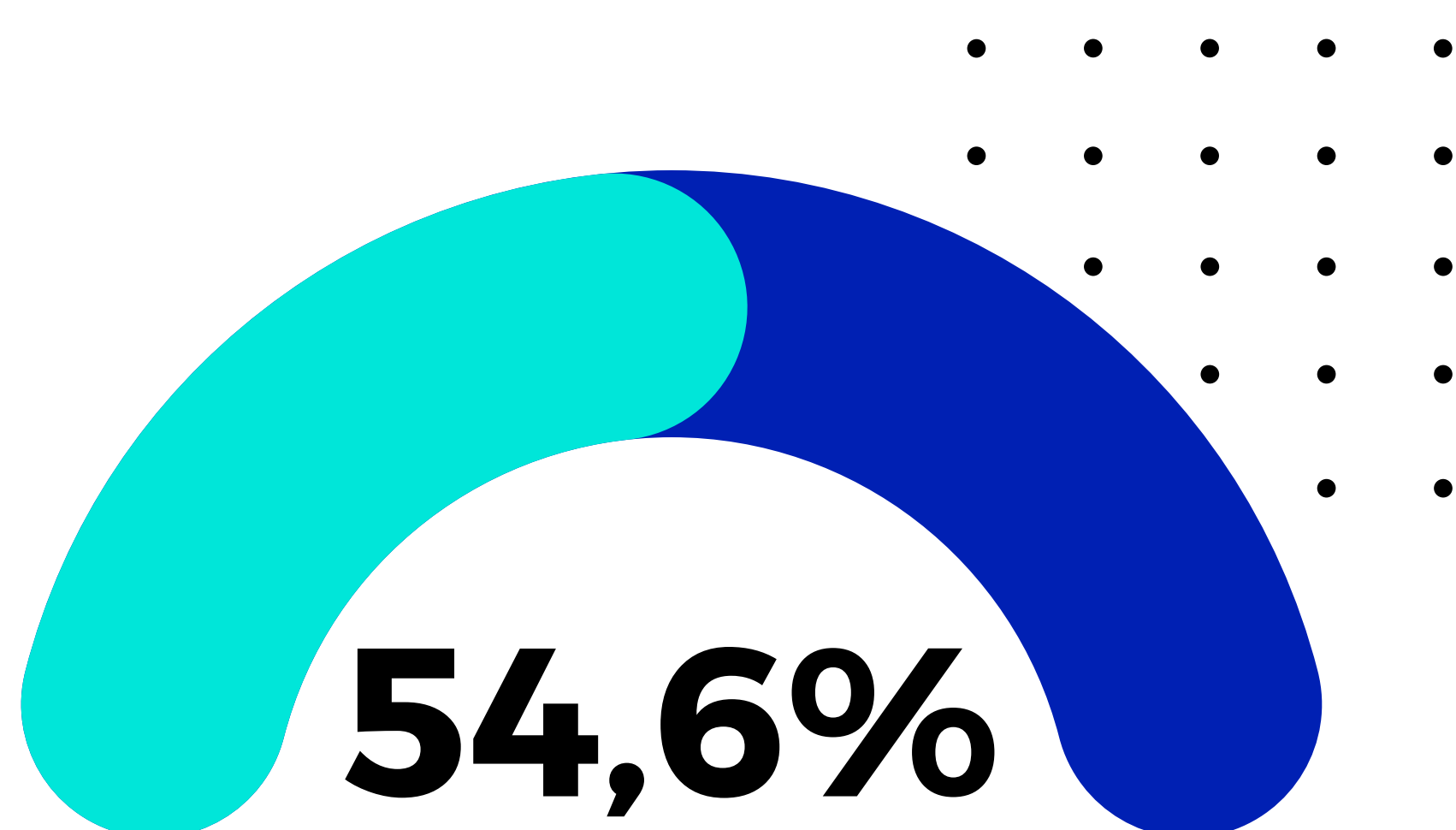
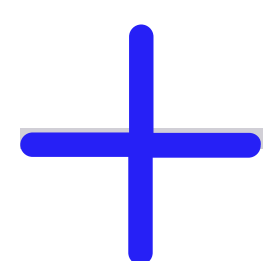


przyszłych klientów jest zainteresowanych stałą opieką nad stroną w modelu abonamentowym / subskrypcyjnym

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



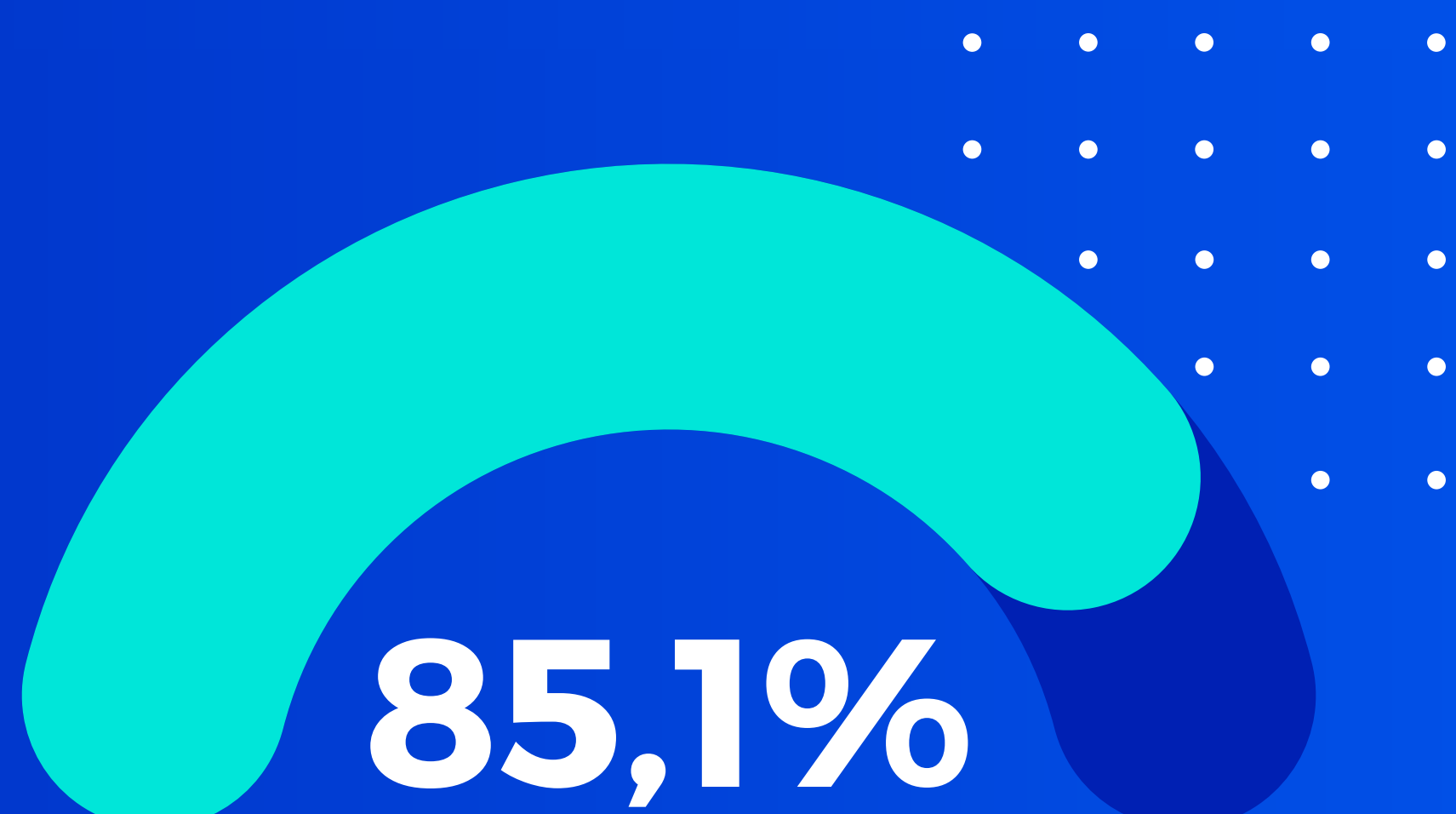
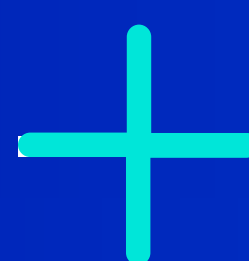
# Czy po oddaniu strony wykonawca zaproponował Ci szkolenie z jej obsługi?



zlecających otrzymało od wykonawcy propozycję szkolenia z obsługi strony internetowej

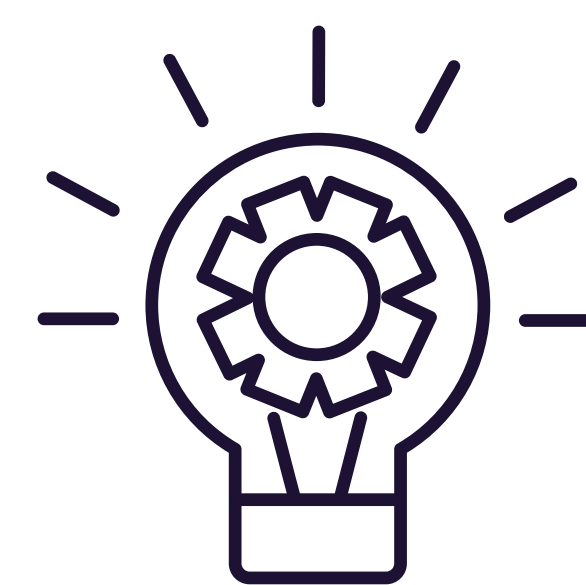
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Czy wykonawca powinien nauczyć Cię obsługi strony?

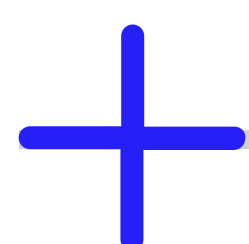


przyszłych klientów uważa, że twórca strony powinien zaoferować szkolenie z obsługi strony





# W jaki sposób uczyć obsługi strony i oferować wsparcie?



*Podczas tworzenia strony www klienci otrzymują od nas nagranie wideo z podstawową obsługą strony, dzięki czemu sami mogą zdecydować, czy to im wystarczy. Do umowy wpisujemy także 30-dniowy okres wsparcia po zakończeniu prac.*

*Jeżeli świadczymy usługę opieki i coś nie zagra, klient może zrezygnować ze współpracy w tym samym miesiącu, ponieważ nie mamy kilkumiesięcznego okresu wypowiedzenia.*

*Dodatkowym plusem jest to, że niezależnie od tego, czy ktoś jest naszym klientem, zawsze może napisać bezpośrednio do mnie na Instagramie i otrzymać pomoc.*

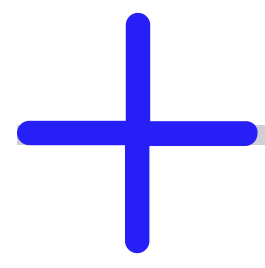
**Klaudia Łapa**

Proximus Gradus SP. Z O.O.

**pani od  
KLIKANIA** 



# Klienci stron WWW oczekują usług abonamentowych



**85,1% przyszłych klientów oczekuje, że twórca strony zaoferuje szkolenie z jej obsługi, co podkreśla kluczową rolę edukacji w budowaniu trwałych relacji z klientami.**

## Znaczenie wsparcia i serwisu posprzedażowego

Tylko 29,5% klientów otrzymało propozycję wsparcia i serwisu posprzedażowego. **Aż 64,3% nie otrzymało żadnej oferty dodatkowych usług po odebraniu strony.** Twórcy stron internetowych powinni aktywnie oferować wsparcie posprzedażowe, aby zwiększyć długoterminową satysfakcję klientów i generować dodatkowe przychody.

## Popyt na szkolenia z obsługi strony

54,6% klientów otrzymało propozycję szkolenia z obsługi strony, ale to potencjalnie wciąż za mało. **Aż 85,1% przyszłych klientów jest zainteresowanych takim szkoleniem.** Oferowanie szkoleń z obsługi strony powinno być standardową praktyką, ponieważ klienci oczekują wsparcia w nauce zarządzania stroną.

## Ponad połowa przyszłych klientów jest zainteresowana opieką w modelu abonamentowym!

33,8% klientów otrzymało propozycję usług w modelu abonamentowym, ale statystyki pokazują, że nawet 55,4% przyszłych klientów jest zainteresowanych stałą opieką nad stroną w takim modelu. **Twórcy stron powinni rozwijać i promować oferty abonamentowe.** Klienci wskazali, że brakowało im takich usług jak opieka nad stroną (43,5%), pozycjonowanie SEO (40,6%), i szkolenia z obsługi WordPressa (30,9%). Wykazują także zainteresowanie różnorodnymi dodatkowymi usługami, w tym instalacją narzędzi analitycznych (8%), grafiką (7,4%) oraz zabezpieczeniem strony (6,1%).







## Klienci stron WWW

Moduł 7.

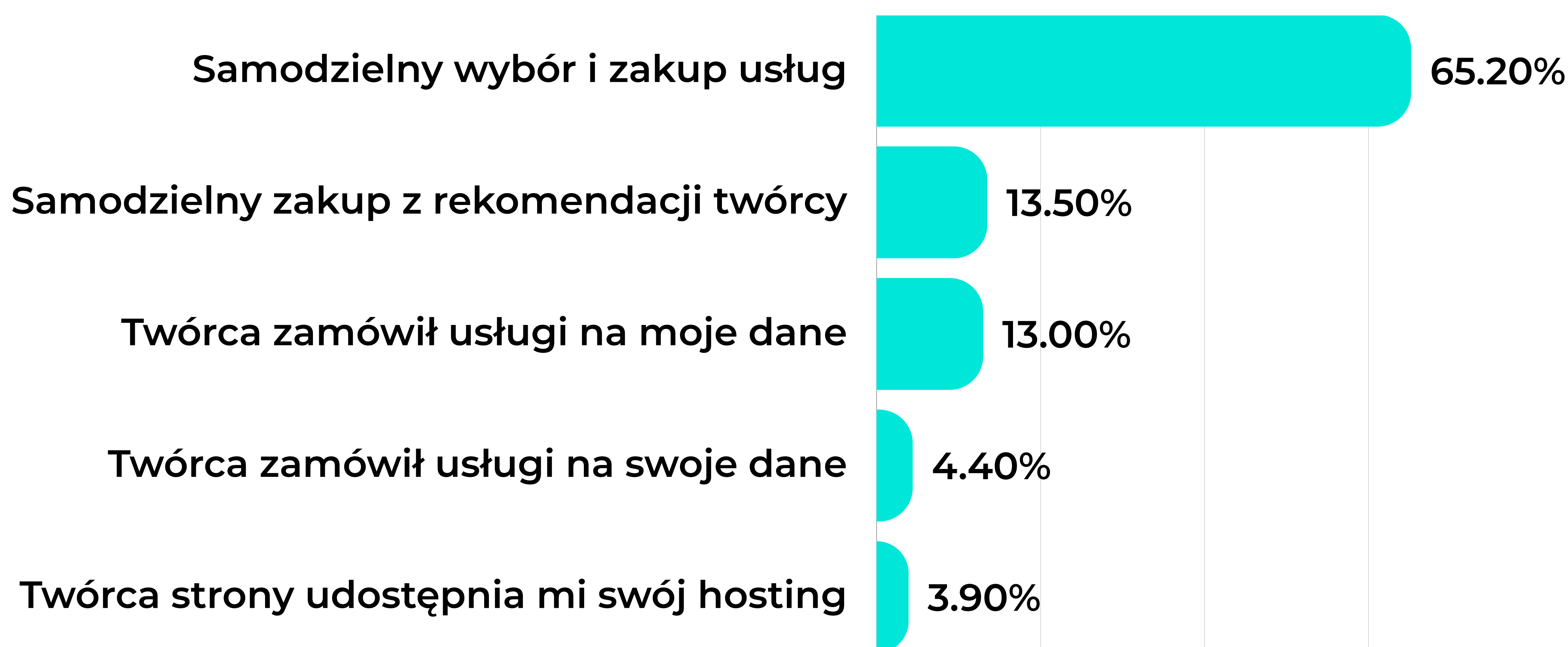
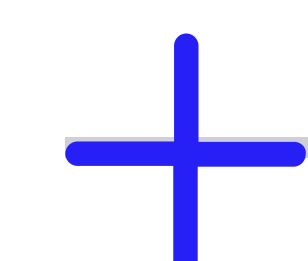
# Hosting i oprogramowanie

Hosting i wybór odpowiedniego oprogramowania to fundamenty każdej strony internetowej. W tej sekcji analizujemy, w jaki sposób klienci hostują swoje strony internetowe oraz dlaczego zdecydowali się na wybór WordPressa jako silnika swojej witryny.

Przyglądamy się preferencjom i potrzebom klientów w zakresie hostingu, a także czynnikom, które przekonują ich do wyboru WordPressa.

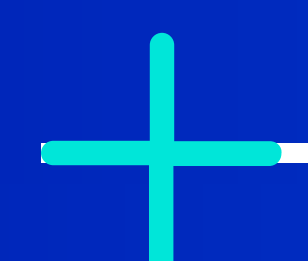
Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

# W jaki sposób hostowana jest twoja strona WWW?



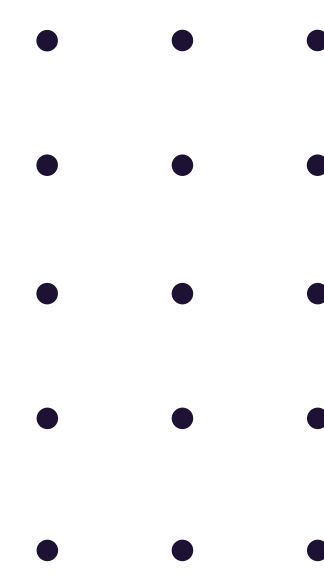
Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Jak chcesz zakupić domenę i hosting dla strony?

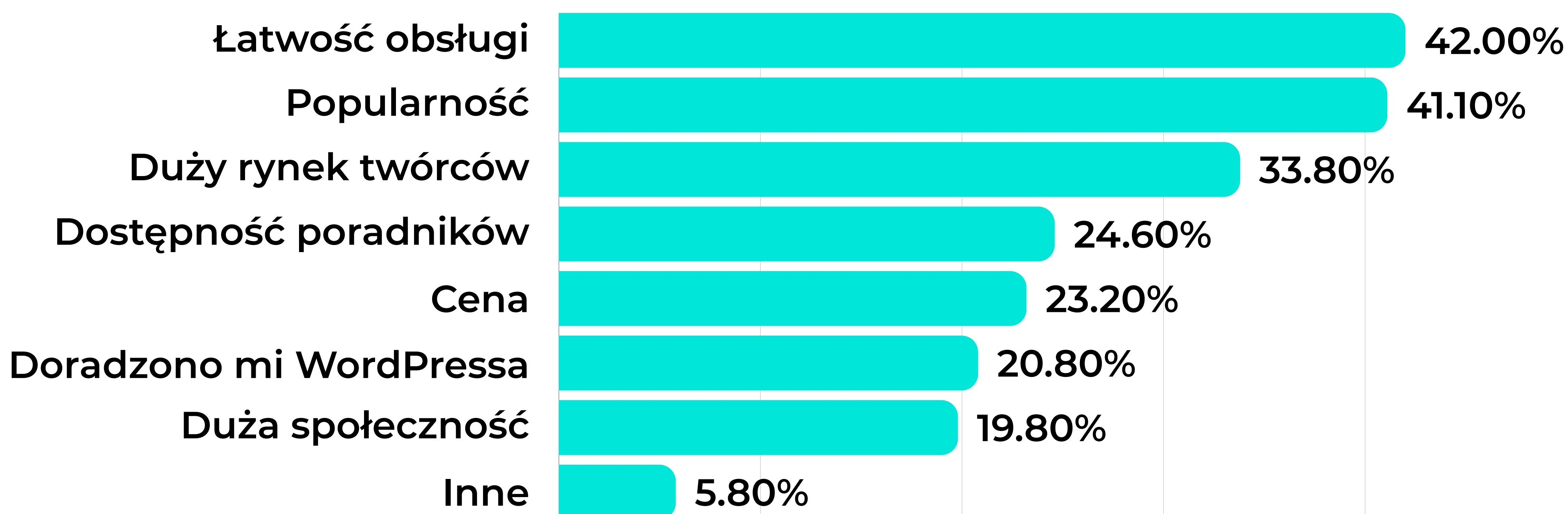
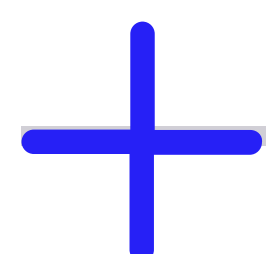




Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

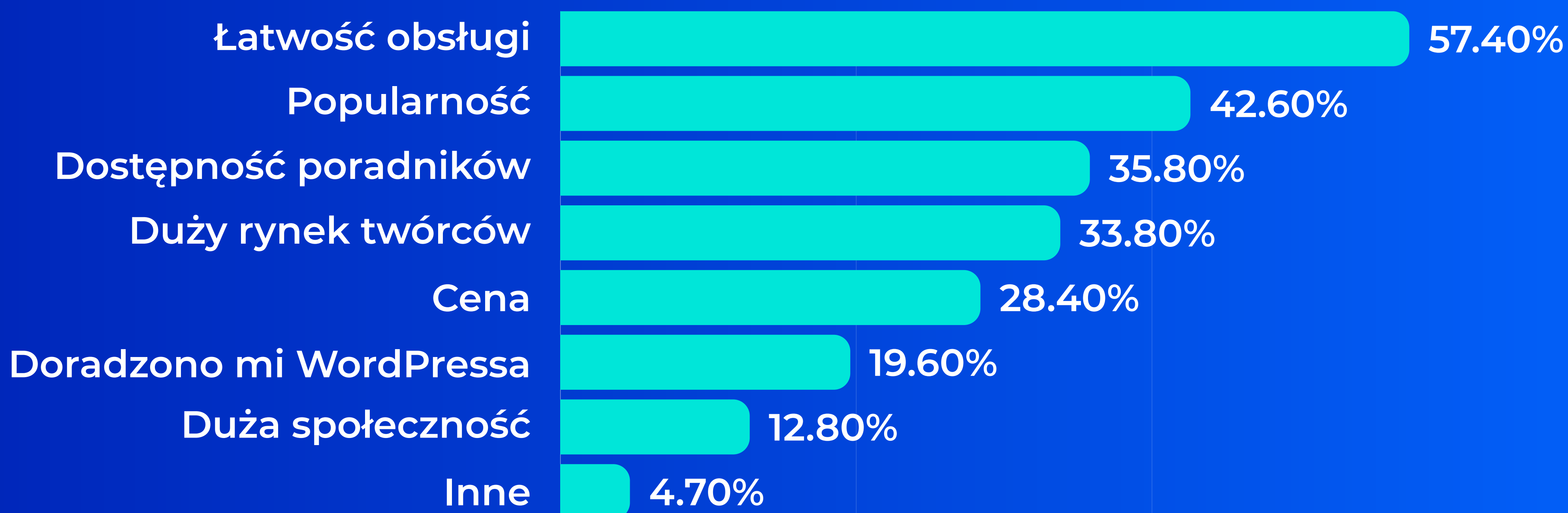
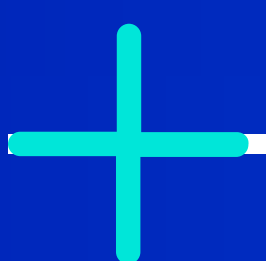


# Dlaczego zdecydowałeś/aś się na wybór WordPressa?

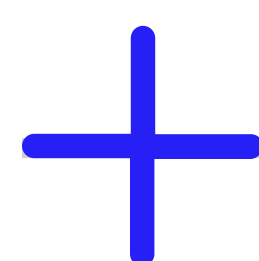


Osoby planujące zlecenie strony WWW

# Dlaczego chcesz zamówić stronę na WordPressie?



# Niemal 40% przyszłych klientów oczekuje rekomendacji hostingodawcy



65,2% klientów dokonało samodzielnego wyboru i zakupu usług hostingowych i domeny, co jest zgodne z dobrą praktyką rejestracji usług na właściciela strony. 13,5% klientów samodzielnie kupuje usługi na podstawie rekomendacji twórcy, a 39,2% oczekuje rekomendacji w wyborze usług.

Twórcy stron powinni edukować klientów na temat korzyści płynących z samodzielną rejestracją usług, aby zapewnić pełną kontrolę nad ich zasobami. **Twórcy mogą połączyć przyjemne z pożytecznym - mogą wykorzystać tę okazję do tego, aby zaoferować dobrej jakości usługi hostingowe i zyskać polecenie w programie partnerskim, w którym uczestniczą.**

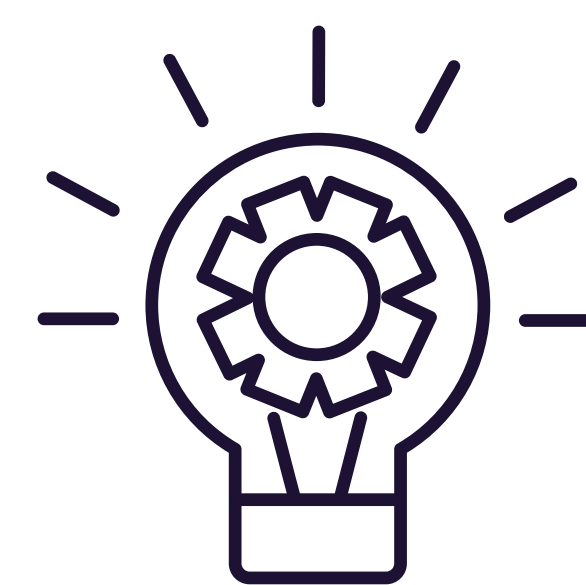
Twórcy stron powinni promować rejestrację usług na dane klientów i unikać sytuacji, w których sami rejestrują usługi na swoje dane, aby zapewnić większe bezpieczeństwo i niezależność klientów. **Klienci powinni być zachęceni do utrzymywania własnego hostingu, aby zapewnić pełną niezależność i łatwiejsze zarządzanie stroną.**

## Popularność WordPressa

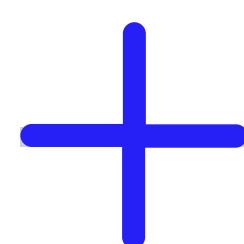
Łatwość obsługi (42%) i popularność (41,1%) są głównymi czynnikami przekonującymi klientów do wyboru WordPressa. Dostępność poradników (24,6%) i duży rynek twórców (33,8%) również wpływają na decyzję o wyborze WordPressa. Cena (23,2%) jest ważnym czynnikiem dla klientów decydujących się na WordPressa.







# WordPress jest świetny dla osób bez technicznej wiedzy!



*WordPress jest wszechstronny i elastyczny. Oferuje ogromną ilość wtyczek i motywów, co umożliwia dostosowanie strony do specyficznych potrzeb, bez konieczności pisania kodu od podstaw.*

*Poza tym, WordPress jest open-source, co oznacza, że jest stale rozwijany przez globalną społeczność programistów, designerów i użytkowników. Dzięki temu narzędzie to jest nieustannie aktualizowane i ulepszone, zapewniając najwyższe standardy bezpieczeństwa i wydajności.*

*Ja widzę, jak z biegiem lat się rozwinął. Jego intuicyjny interfejs sprawia, że zarządzanie treścią jest proste nawet dla osób bez technicznego doświadczenia, co jest kluczowe w mojej idei dzielenia się wiedzą.*

*Dodatkowo, możliwość tworzenia w pełni responsywnych stron internetowych, które działają płynnie na wszystkich urządzeniach, jest nieoceniona w dzisiejszym mobilnym świecie.*

*WordPress to nie tylko narzędzie do tworzenia stron – to cały ekosystem wspierający rozwój, innowacje i niezależność w świecie cyfrowym. Dlatego właśnie zdecydowałam się na nim skupić moją działalność.*

## **Ola Gościńskiak**

Jestem Interaktywna



**jestem  
interaktywna.**



## Klienci stron WWW

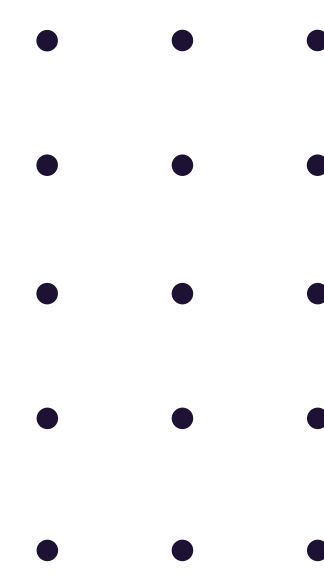
Moduł 8.

# Doświadczenia i przyszłe plany

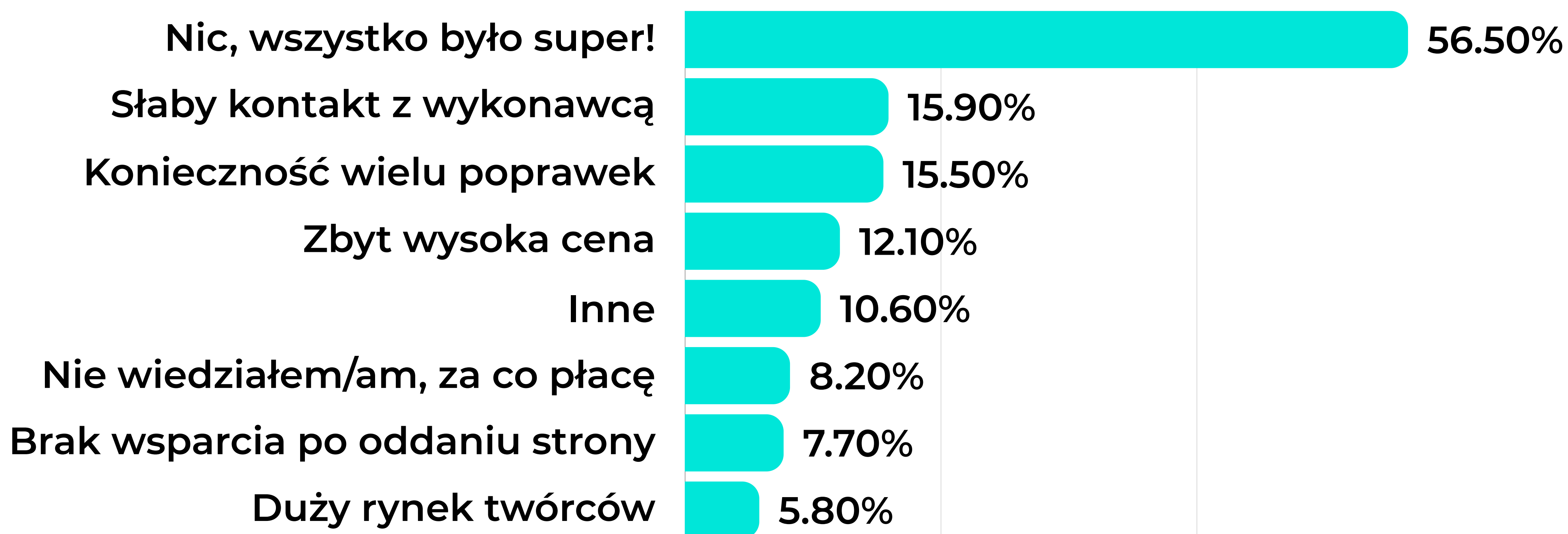
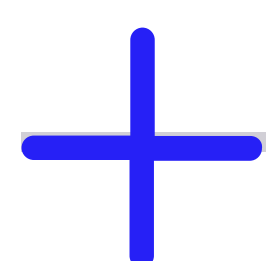
Doświadczenia klientów z przeszłości oraz ich przyszłe plany związane z tworzeniem stron internetowych dostarczają cennych informacji na temat ich potrzeb i oczekiwań. W tej sekcji badamy, czy klienci próbowali samodzielnie tworzyć strony internetowe w przeszłości oraz czy planują to zrobić w przyszłości. Te informacje pomogą nam lepiej zrozumieć, jakie wyzwania napotykają klienci oraz jakie mają oczekiwania wobec przyszłych współprac z web developerami, co jest kluczowe dla dostosowania oferty do ich potrzeb. Dane z tego rozdziału pozwolą web developerom podjąć decyzję, czy tworzenie materiałów edukacyjnych o WordPressie jest dobrym kierunkiem rozwoju.



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

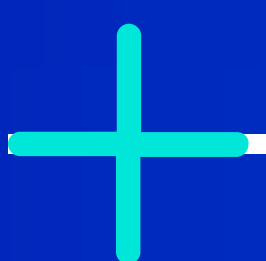


# Czy coś stanowiło dla Ciebie wyzwanie we współpracy z wykonawcą?

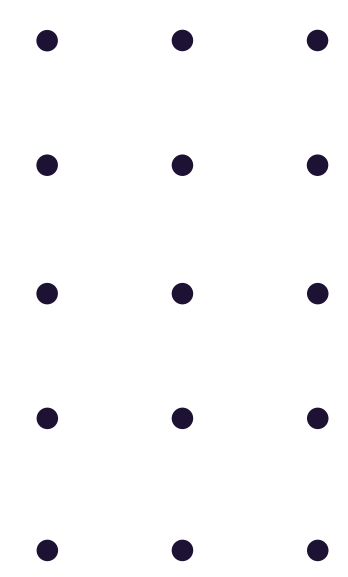


Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

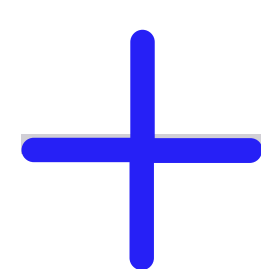
# Czego brakowało Ci przy współpracy z developerem?



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

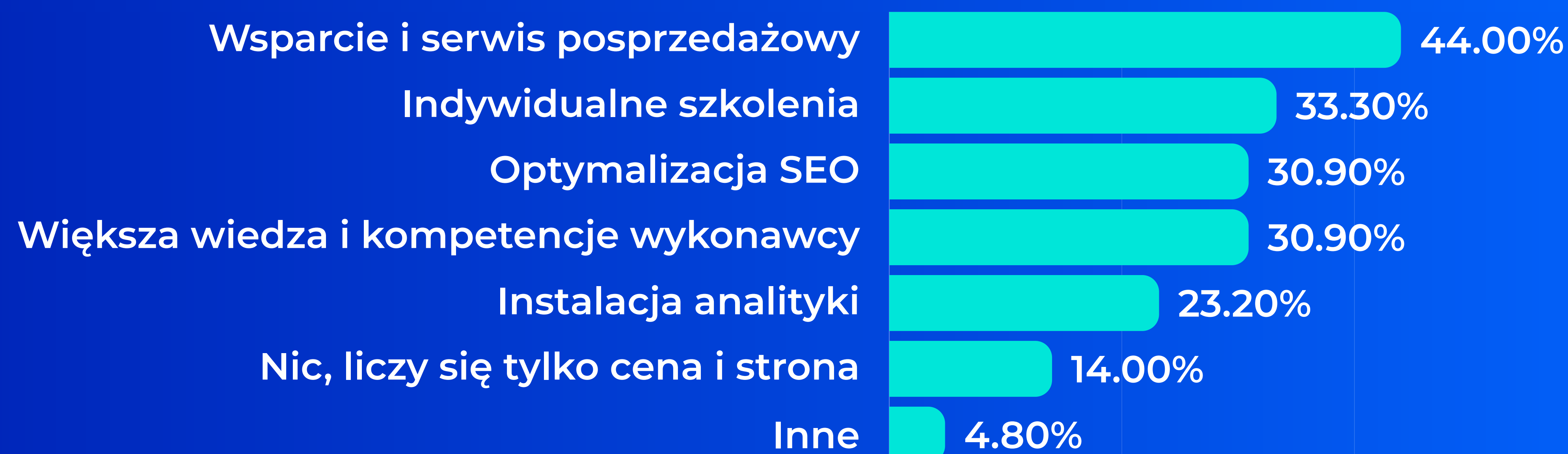
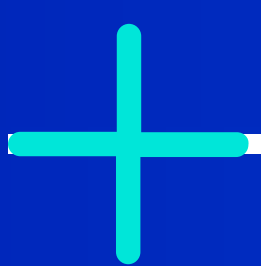


# Gdybyś zlecał/a stronę ponownie, co byś zmienił/a?



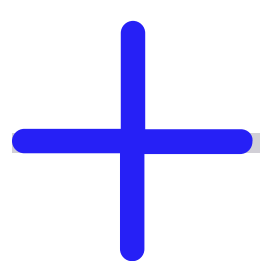
Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

# Co skłoniłoby Ciebie do zwiększenia budżetu przy kolejnym zleceniu?





# Niesatysfakcjonujący kontakt z wykonawcą jednym z największych wyzwań dla klientów



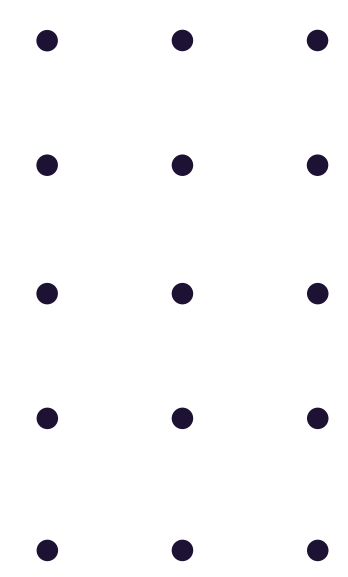
Najczęściej wskazywanymi brakami we współpracy były **brak kontaktu/komunikacji** (23%) oraz **brak sugestii i podpowiedzi** (12,5%). Twórcy powinni być bardziej proaktywni w komunikacji i oferować swoje sugestie oraz podpowiedzi, aby lepiej wspierać klientów w procesie tworzenia strony. Brak dobrej komunikacji przekłada się na wiele trudności podczas budowania strony, dostarczania przez klientów potrzebnych materiałów, czy uzyskiwania płatności za kolejne etapy prac. Słaba komunikacja to także mniejsza szansa na rekomendowanie usług web developera przez klienta. Biorąc pod uwagę, że rekomendacje stanowią najważniejszy czynnik wyboru, zaniedbanie tego obszaru współpracy może znacząco pogorszyć wyniki finansowe i zmniejszyć szansę na pozyskanie nowych projektów.

## Czynniki skłaniające do zwiększenia budżetu

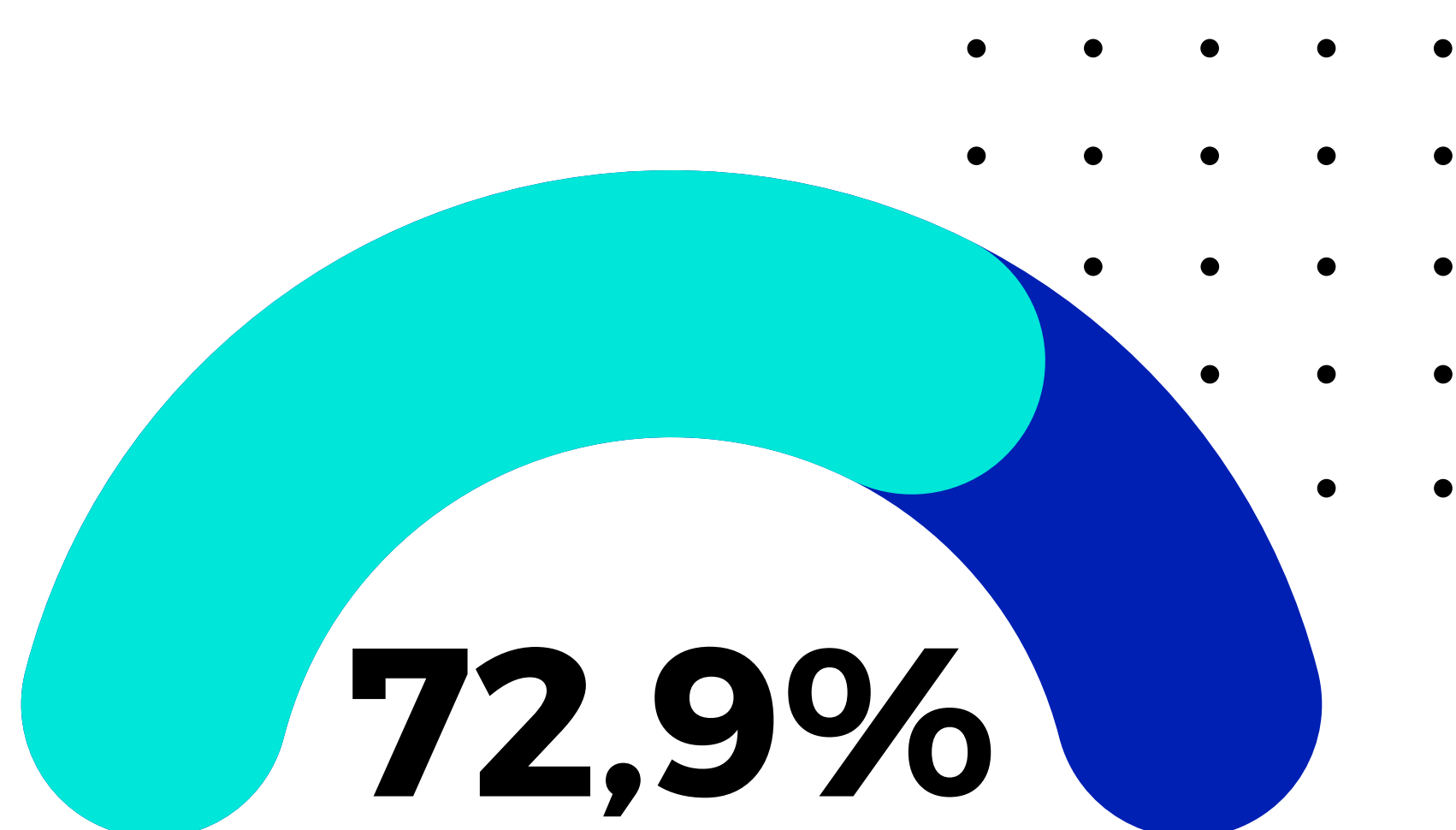
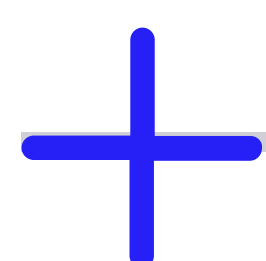
Nie tylko o komunikację warto odpowiednio zadbać. Wsparcie i serwis posprzedażowy (44%) oraz indywidualne szkolenia (33,3%) są głównymi czynnikami, które mogłyby skłonić klientów do zwiększenia budżetu. To pokrywa się z poprzednimi pytaniami, z których można było odczytać oczekiwanie tego typu usługi ze strony klientów. Oferowanie wsparcia posprzedażowego i szkoleń z obsługi strony może zwiększyć gotowość klientów do inwestowania większych kwot w swoje projekty.



Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW



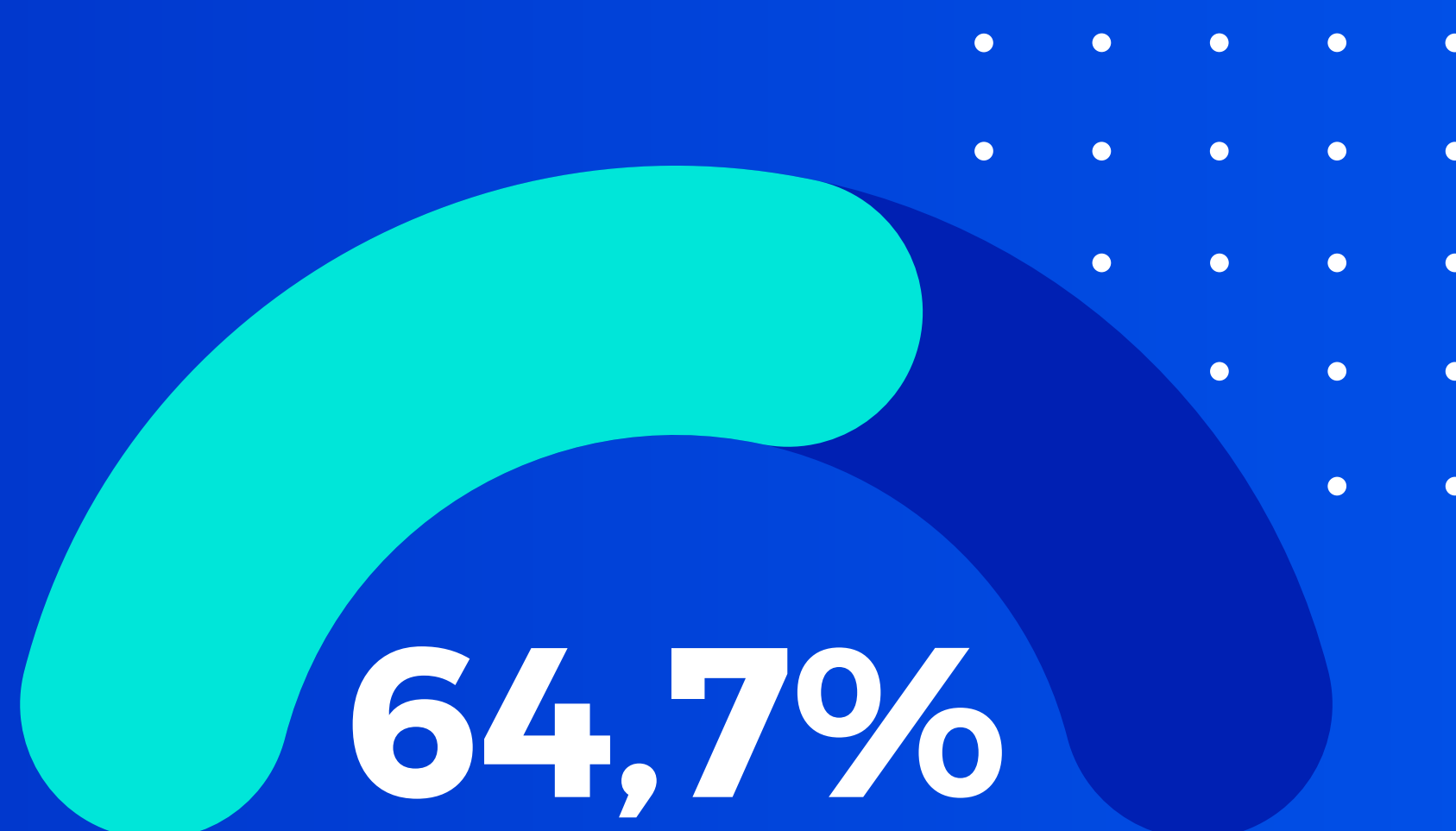
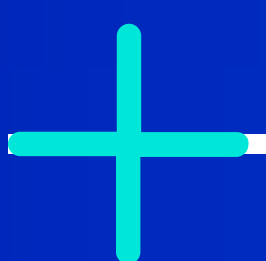
# Czy w przeszłości próbowałeś/aś zrobić stronę samodzielnie?



zlecających próbowało w przeszłości stworzyć stronę samodzielnie

Osoby, które zleciły wykonanie strony WWW

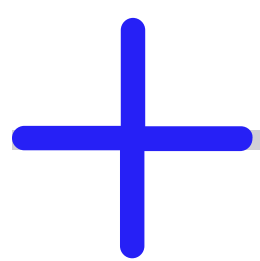
# Czy w przyszłości chcesz zbudować stronę samemu?



zlecających chce w przyszłości zbudować kolejną stronę samodzielnie



# Popyt na wiedzę i materiały edukacyjne o WordPressie nie słabnie

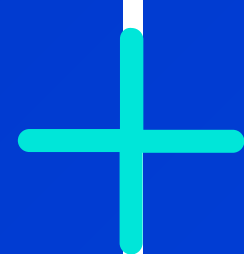


72.9% klientów próbowało stworzyć stronę samodzielnie w przeszłości, a 64,7% planuje zrobić to w przyszłości. **Mimo że klienci są na ogół zadowoleni z usług wykonawców, wielu z nich nadal chce spróbować zmierzyć się z tym wyzwaniem samodzielnie.** Taki stan rzeczy może wynikać z chęci zdobycia nowych umiejętności, ale także niedoceny wiedzy, umiejętności i kompetencji wykonawców. Większość klientów przeznaczyło lub planuje przeznaczyć na wykonanie strony dość niską kwotę (od 1500 do 3000 zł). Usługa, jaką ci klienci otrzymują nierzadko także jest niskiej jakości - klienci narzekają na komunikację, brak proaktywnej postawy, brak kompleksowego wsparcia i szkolenia posprzedażowego. Taki zbiór doświadczeń może nakłaniać ich do podjęcia decyzji o wybudowaniu kolejnej strony własnymi siłami. Innym powodem może być chęć zaoszczędzenia pieniędzy, choć czas, który laik poświęci na wybudowanie strony na WordPressie może być znacznie bardziej kosztowny niż wydane na ten cel pieniądze.

## **Samodzielne budowanie stron WWW to nie tylko zagrożenie, ale przede wszystkim duża szansa dla web developerów**

Popyt na kursy online to ogromna szansa dla wykonawców stron WWW. Mają oni bowiem wiedzę i kompetencje, którą mogą podzielić się z potencjalnymi klientami, osvajając ich przy okazji z marką, wzbudzając zaufanie i budując listę newsletterową, która w przyszłości może wspomóc sprzedaż. Warto podkreślić, że nie każda osoba, która planuje zbudować stronę samodzielnie finalnie tego dokona. Ponadto, aż 72.9% klientów, którzy zdecydowali się na zlecenie strony profesjonalście, miało na swoim koncie samodzielne próby. Klient, który we własnym zakresie zaznajomił się ze środowiskiem WordPressa, potrafi dodawać, edytować treści, czy rozumie działanie tego CMSa może być także bardziej wartościowym i świadomym klientem web developera.





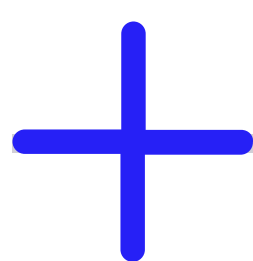
Podsumowanie

# Twórcy i klienci stron na WordPressie





# Kilka słów na koniec



Badanie rynku WordPressa w Polsce jest dla nas ogromnym wyzwaniem. Staraliśmy się przyrzeć dokładnie zarówno rynkowi twórców, jak i klientów, decydując się w II edycji badania na zbadanie potrzeb zarówno tych klientów, którzy mają doświadczenie ze zleceniem strony WWW, jak i tych, którzy dopiero ten krok planują.

Wierzmy, że dane zgromadzone w raporcie stanowią solidną pigułkę wiedzy na temat potrzeb i oczekiwań klientów oraz realnie wspomogą twórców stron w bardziej celnym kreowaniu ofert i budowaniu relacji biznesowych.

**Dziękujemy naszym Partnerom, Klientom oraz wszystkim osobom, które zdecydowały się uzupełnić badanie ankietowe.** To dzięki Wam udało nam się zgromadzić liczbę reprezentacyjną każdej z badanych grup i sprawić, by wyniki jak najlepiej oddawały istniejące na rynku trendy.

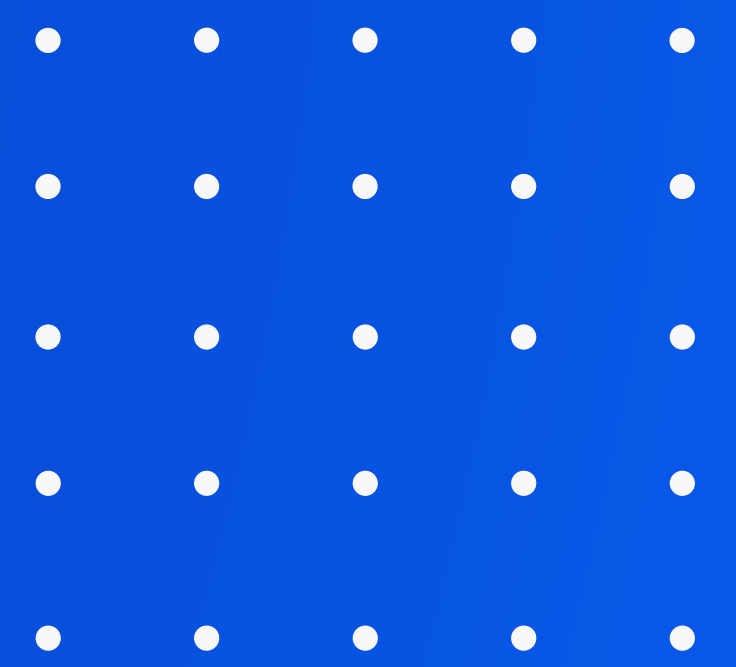
**Dziękujemy także wszystkim Partnerom raportu, którzy udzielili wypowiedzi eksperckich, trafnie komentując wyniki badania.**

Zachęcamy, by puścić raport w świat! Pragniemy, by dotarł on do wszystkich zainteresowanych, w tym przede wszystkim do osób, które stawiają pierwsze kroki w dziedzinie budowania stron internetowych.

Wierzmy, że dane zgromadzone w badaniu wspomogą także naszą misję edukacyjną w zakresie stosowania dobrych praktyk na rynku twórców i klientów stron WWW.

Zachęcamy do udostępniania wniosków z badań na profilach w Social Mediach, blogach, czy newsletterach i stymulowania twórczej dyskusji, w której i my także chętnie weźmiemy udział czując się częścią rynku WordPressa w Polsce.





**LH.pl**  
**partner@lh.pl**

LH.pl Sp. z o.o.  
ul. ks. Jakuba Wujka 7/26  
61-581 Poznań

LH.pl Sp. z o.o.  
© Wszystkie prawa zastrzeżone