

Kraków, 22.05.2018r.

Nazwa.pl wycofuje z oferty sklepy internetowe

Największy w Polsce rejestrator domen i dostawca usług hostingowych wycofuje z oferty sklepy internetowe. Posunięcie to zaskakuje tym bardziej, że polski rynek e-commerce z roku na rok rośnie, a jego wartość w 2018 roku przekroczy 40 miliardów złotych. Dlaczego nazwa.pl wycofuje się z dostarczania tego typu usług?

U podstawy decyzji leżą dane z polskiego rynku, światowe trendy w zakresie e-commerce oraz zmiany wymuszone dostosowaniem do wymagań europejskiego rozporządzenia w zakresie ochrony danych osobowych – RODO. Jak podkreśla zarząd firmy, wszyscy Klienci, którzy przeszli audyt dotyczący oceny zgodności z unijnym rozporządzeniem, mogą nadal korzystać z usług sklepów internetowych zakupionych za pośrednictwem nazwa.pl. – *Podjęliśmy decyzję o wycofaniu z oferty usługi sklepu internetowego – mówi Krzysztof Cebrat, prezes zarządu nazwa.pl. – Niska rentowność tego produktu, konieczność nieustannego dostosowywania mechanizmów sprzedażowych do zmieniających się przepisów prawa podatkowego oraz narzucone przez europejskie rozporządzenie przepisy z zakresu ochrony danych osobowych, powodują duże ograniczenie w zakresie skali rozwoju tego typu usług. Spółka nie może pozwolić sobie na półśrodki i oferować produktów, które nie są w stanie sprostać obecnym przepisom i regulacjom, stąd nasza decyzja – tłumaczy Cebrat.*

Rosnące wymagania wobec dostawców

Nowe przepisy dotyczące przetwarzania danych osobowych zaczną obowiązywać od 25 maja i będą dotyczyć wszystkich podmiotów przechowujących takie informacje. Wiąże się to z dodatkowymi kosztami, na co zwracali uwagę już na początku tego roku autorzy raportu „E-commerce 2018”, sporządzonego przez portal Interaktywnie.comⁱ. Warto dodać, że naruszenie przepisów może wiązać się z nałożeniem znaczących kar finansowych. Ich wysokość będzie zależała od tego, który zapis prawny zostanie naruszony, jednak widełki, w jakich porusza się ustawodawca, pokazują powagę zagadnienia. Kary mogą wynieść od 10 do 20 milionów euro lub od 2 do 4% wartości rocznego światowego obrotu przedsiębiorstwaⁱⁱ.

Jednak regulacja RODO to tylko jeden z powodów, dla których nazwa.pl wycofuje z oferty sklepy internetowe. – *Nazwa.pl, jako firma nr 1 w Polsce, dostarcza usługi o najwyższym poziomie jakości oraz bezpieczeństwa, wytwarzane i administrowane przez wysokiej klasy specjalistów i inżynierów pracujących dla spółki. W przypadku aplikacji sklepowych konieczna jest jednak współpraca z zewnętrznymi, wyspecjalizowanymi Partnerami dostarczającymi oprogramowanie, co niesie ze sobą różne ryzyka w zakresie działania tych aplikacji, oraz profesjonalizmu obsługi posprzedażowej oferowanej Klientom nazwa.pl. Z jednej strony przyzwyczajamy Klientów do najwyższych standardów świadczonych usług, takich jak hosting czy VPS, z drugiej zaś - w przypadku sklepu - nie mamy wpływu na jakość samego oprogramowania oraz jego wsparcia posprzedażowego oferowanego przez Partnerów, co dla spółki nazwa.pl jest nieakceptowalne z uwagi na naszą dbałość o poziom dostarczanych usług* – dodaje Krzysztof Cebrot.

Sklep internetowy to duża inwestycja

Właściciele sklepów, aby móc realnie konkurować z największymi, muszą cały czas inwestować zarówno w szeroko rozumiany marketing, jak i rozwiązania wspierające bezpieczeństwo. Jak pokazują wyniki „Raportu z polskich sklepów internetowych 2017”ⁱⁱⁱ, w związku z ostrzeżeniem Google o niewyświetlaniu „niebezpiecznych” stron, prawie połowa badanych sklepów wprowadziła certyfikat SSL, który stanowi realny koszt dla właściciela sklepu. A to nie koniec wydatków. Nowoczesny marketing, odświeżenie wizualne sklepu oraz oczekiwania Klientów, takie jak darmowa przesyłka, znacząco obniżają rentowność przedsięwzięcia, co w szczególności odczuwają małe podmioty. Najwięcej, bo aż 40%, sklepów działa poniżej 1 roku, a zaledwie 10% prowadzonych jest od 4 do 5 lat^{iv}.

Kurczący się rynek

Jak wskazują dane, przychody ze sklepu internetowego w początkowym okresie jego działalności dla większości właścicieli są dodatkową formą zarobku^v. – *Rynek e-commerce należy do dużych graczy: Allegro, Amazon, Zalando, to przykłady platform, które zapewniają zarówno jakość, jak i bezpieczeństwo świadczonych usług. Te podmioty inwestują w rozwiązania z zakresu wsparcia sprzedaży oparte o sztuczną inteligencję i sieci afiliacyjne. Mogą także oferować darmową dostawę i szereg innych udogodnień, które są poza*

zasięgiem małego sklepu. Dominacja dużych platform handlowych oraz polityka sprzedaży sklepów sieciowych, ukierunkowana na synergiię wszystkich kanałów w postaci strategii omnichannel, wskazują na kurczenie się rynku małych sklepów internetowych – tłumaczy Cebrat. Nie dziwi zatem fakt, że nazwa.pl wycofała się z oferty sklepów internetowych. Czy wpłynie to na działalność spółki?

Bezpieczeństwo i jakość usług

Zarząd firmy jasno określił kierunek, w jakim będzie systematycznie podążać. Jest to przede wszystkim bezpieczeństwo infrastrukturalne, systemowe i prawne. Takie podejście ma zapewnić firmie odpowiednią skalę działalności. – *Skupienie na szeroko rozumianym bezpieczeństwie to zauważalny trend zarówno na świecie, jak i w Polsce – tłumaczy Cebrat. – W tym obszarze nie idziemy na kompromis, co doceniają nasi Klienci – dodaje. Jak widać po ostatnich działaniach, nazwa.pl skutecznie realizuje przejętą strategię. W ostatnim czasie firma podpisała wszystkie nazwy domen swoich Klientów protokołem DNSSEC, pokrywając tym samym ponad 90% rynku domen w Polsce zabezpieczonych za pomocą tego rozwiązania. Kolejnym elementem są inwestycje infrastrukturalne gwarantujące podwyższenie poziomu bezpieczeństwa świadczonych usług hostingowych oraz łączny wzrost mocy wszystkich Data Center firmy do wartości 41 MW. A to nie koniec planów firmy związanych z rozwojem. – Skupiamy się na najważniejszych dla nas kwestiach, czyli bezpieczeństwie, jakości oferowanych usług i rozbudowie infrastruktury, która umożliwi nam ciągły rozwój, nie tylko na polskim rynku – mówi Krzysztof Cebrat, prezes zarządu nazwa.pl.*

Nazwa.pl sp. z o.o.

Nazwa.pl to numer 1 w Polsce w zakresie rejestracji domen i świadczenia usług hostingowych. Firma jest także liderem w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań technologicznych, które przyspieszają i ułatwiają przedsiębiorcom rozwijanie profesjonalnego biznesu w Internecie. Od 1997 r. z usług firmy skorzystało ponad 1 000 000 klientów, rejestrując ponad 3 500 000 domen i uruchamiając ponad 500 000 usług hostingowych. Priorytetem firmy jest zapewnienie najwyższego poziomu bezpieczeństwa danych klientów, dlatego serwery nazwa.pl umieszczone są w jednym z najnowocześniejszych Data Center w Polsce.

ⁱ www.interaktywnie.com/biznes/raporty

ⁱⁱ <https://www.pwc.pl/pl/artykuly/2017/kary-finansowe-rodo.html>

ⁱⁱⁱ <https://www.shoper.pl/static/raporty/raport-shoper-2017.pdf>

^{iv} [Idem](#)

^v [Idem](#)