

7 criterii pentru alegerea serviciului de găzduire web – fundatia unui magazin online



1 Disponibilitatea site-ului (uptime)

Cel mai important criteriu poate fi explicat cel mai simplu: magazin indisponibil înseamnă zero vânzări. Verifică care este nivelul de disponibilitate a serviciului de găzduire oferit de furnizor și dacă este garantat prin „Termeni și condiții”. Acest nivel este de obicei în jur de 99,9% pe an. Adică pe parcursul unui an, magazinul va fi indisponibil cel mult 0,1% din timp, adică cel mult 8,76 ore. Vezi mai jos, la „Reputație”, cum să vezi feedbackul oferit de clienții furnizorului și cât de frecvent au fost probleme în trecut.

2 Performanță

Un studiu Google arată că 53% din vizitatorii unui site vor închide o pagină dacă aceasta nu se încarcă în 3 secunde, iar la fiecare secundă suplimentară de întârziere a încărcării se pierde 7% din conversiile unui magazin online. E clar de aici că viteza de încărcare a paginilor magazinului, determinată și de găzduirea web, trebuie să facă parte din strategia de marketing. Pentru ca paginile magazinul tău să se încarce cât mai repede, platforma de e-commerce trebuie să aibă implementate o serie de optimizări, pachetul de găzduire trebuie să fie potrivit pentru nivelul de trafic, iar furnizorul trebuie să se asigure că serverele nu sunt supra-încărcate. Un calcul economic ne arată că performanța serviciului de găzduire este de obicei (deși, nu întotdeauna) direct proporțională cu prețul serviciilor de găzduire.

Asistența tehnică

Magazinele online trebuie să funcționeze non-stop. Infrastructura noastră este gândită să funcționeze fără întreruperi și am ales să oferim la Hosterion serviciul de asistență tehnică non-stop prin e-mail și telefonic. Chiar înainte de a alege un furnizor, verifică prin câteva e-mailuri și câteva telefoane la diferite ore și în diferite zile cât de repede primești un răspuns și cât de facil este să comunici cu angajații respectivei companii de hosting. E posibil să ai nevoie să rezolvi de urgență o situație tehnică ce afectează funcționarea magazinului tău și trebuie să știi că te poți baza pe suportul furnizorului.

Protecția la atacuri informatice

Atacurile informatice sunt o constantă în zilele noastre. Contrar așteptărilor, nu doar marile magazine și marile branduri sunt ținta atacurilor informatice. Orice site este ținta unor astfel de atacuri pentru că ele se fac în mod automat prin intermediul unor roboți care încearcă în mod constant să găsească vulnerabilități în orice site publicat și să exploateze aceste vulnerabilități. Riscul este să dobândească acces neautorizat la codul și baza de date a site-ului, fie pentru a lansa atacuri către alte ținte folosind contul de găzduire compromis, fie să obțină baza de date cu adresele de e-mail și datele clienților. Un alt tip de atac este DDOS (Distributed Denial of Service), care trimite un număr foarte mare de cereri către contul de găzduire pentru a epuiza resursele și pentru a face site-ul indisponibil. O parte a protecției la astfel de atacuri trebuie făcută la nivelul platformei de e-commerce, iar o altă parte trebuie să fie asigurată de furnizorul de găzduire web prin software care filtrează cererile nelegitime către site și printr-un serviciu anti-DDOS. Asigură-te că furnizorul tău de găzduire web are infrastructura necesară pentru protejarea magazinului tău.

5

Copii de siguranță (backup)

Se spune că sunt două tipuri de oameni: cei care fac backup și cei care vor face backup. Dacă ai făcut o modificare nedorită, dacă ai șters din greșeală informații din magazinul tău sau dacă a apărut o defecțiune la hardware-ul de găzduire (chiar dacă acesta e un incident extrem de rar), trebuie să ai o modalitate de a recupera acele date. Ai nevoie de un furnizor care face backup cel puțin zilnic la baza de date și la fișierele magazinului. De cele mai multe ori, restaurarea din backup se face gratuit, verifică și acest aspect. Suplimentar, recomandarea noastră este să îți faci și tu propriile copii de siguranță.

6

Tehnologie

Investiția în tehnologie modernă și facilitățile incluse sunt semne ale seriozității cu care furnizorul tratează buna funcționare a magazinului tău. Te vom scuti aici de înșiruirea unor acronime tehnice și îți recomandăm să ceri ajutorul unui prieten IT-ist care să studieze elementele cu care furnizorul se ocupă de principalele probleme tehnice: uptime, performanță și siguranța datelor.

Cel mai bun predictor al rezultatelor viitoare ale unei persoane sau al unei organizații este comportamentul anterior. Din fericire, astăzi este foarte simplu să verifici online recenziile clienților unui furnizor de găzduire web. Poți vedea review-urile căutând pe Google numele companiei respective și verificând pagina de Facebook a companiei. Mai mult, ai șanse să găsești cunoscuți de-ai tăi printre cei care au lăsat recenzii și poți astfel să le ceri în privat mai multe informații despre comportamentul acelei companii. Media notelor acordate de clienți este o parte semnificativă din imagine, dar important este și cum a reacționat acel furnizor în momentul în care au apărut probleme. Ce fel de probleme au fost? Cât de frecvent? Cum a remediat furnizorul acele probleme? Cum a comunicat cu clienții nemulțumiți? Vei obține astfel o imagine destul de clară despre furnizorul de găzduire web studiat.

După cum observi, prețul nu se află printre cele șapte criterii de alegere a unui furnizor de găzduire web. Evident că trebuie să ții costurile sub control în afacerea ta. Din fericire, industria de găzduire web este una extrem de competitivă, iar prețurile sunt foarte accesibile, chiar și pentru o afacere mică. Ca o recomandare finală, nu alege cel mai ieftin furnizor posibil. E greu de crezut că un furnizor ieftin va putea oferi parametri de mai sus la un nivel ridicat pe termen lung. Ai la dispoziție în România furnizori de găzduire web profesioniști, cu un preț accesibil și cărora le poți încredința funcționarea magazinul tău.