



RNIDS SVE POČINJE OD DOMENA

P: Kakva je 2015. godina bila za RNIDS?

O: Prethodna godina je bila veoma uspešna za RNIDS. Najviše smo ponosi na odlične odnose sa srpskom internet zajednicom, na priznanja radu RNIDS-a u međunarodnim organizacijama i na brojne skupove koje smo organizovali i suorganizovali.

Ukupni broj domena je u prošloj godini porastao za 5%, što smatramo izvanrednim rezultatom. Ako uzmemo u obzir činjenicu da porast broja domena u Evropi pada još od 2008. (do kad su skoro svi evropski registri uveliko zauzeli svoje pozicije na tržištu, a .RS domen je tek počeo sa registracijom) i da smo na osnovu naše ekonomske situacije očekivali pad broja domena, mogao bih da kažem da je taj porast rezultat edukativno promotivnih aktivnosti i rasta ugleda RNIDS-a i naših domenskih brendova. Ohrabrujuće je to što se korisnici u sve većem broju odlučuju da svoje domene zadrže, tako da kategorija obnovljenih domena iskazuje rast od oko 7% u odnosu na 2014. i oko 16% u odnosu na 2013. godinu. Da bi rezultati bili takvi, pomogle su brojne komunikacione aktivnosti na Internetu (tokom 2015. je generisano 5.140 lidova ka sajtovima ovlašćenih registara kroz brojne plaćene i neplaćene kanale), ali i edukativno-promotivna kampanja koja je po prvi put promovisala .CO.RS i .IN.RS domene, obraćajući se prvenstveno preduzetnicima. Ova kampanja je mnoge potencijalne korisnike po prvi put upoznala sa poddomenima, što je krajem godine dovelo do značajnog povećanja kreiranih naziva domena u

ovim domenskim prostorima.

Osim ovih objektivnih pokazatelja uspešnog poslovanja, moramo biti zadovoljni i unapređenjem poslovanja tokom prošle godine. RNIDS je 2015. završio izradu novog softvera za registraciju naziva domena, koji će unaprediti tehničku osnovu celog sistema za registraciju. Ovo treba da doprinese bezbednijem, sigurnijem i pouzdanijem radu registra, i da stvori tehničke uslove za korišćenje standardnih protokola od strane ovlašćenih registara. Tokom godine smo, kroz poseban program sufinansiranja, pojačali saradnju sa ovlašćenim registratorima u promovisanju kako registracije naziva domena, tako i njihovih usluga vezanih za nacionalne domene.

Osim toga, u saradnji sa partnerima ili sami, organizovali smo veći broj tribina, stručnih skupova i konferencija, a na mnogima smo bili gostujući predavači. Od posebnog interesovanja je bila tema sajber bezbednosti, koja je na šest predavanja održanih u 2015. okupila oko 900 ljudi. U prošloj godini smo uveli i novi format predavanja, „Pitajte.RS“, koji okuplja desetak internet profesionalaca koji iznoseći svoja iskustva i odgovarajući na pitanja publike (uživo i sa društvenih mreža) pomažu zainteresovanima da što kvalitetnije realizuju svoj nastup na Internetu. Na skupovima širom Srbije smo držali edukativne radionice i predavanja o internet poslovanju, net identitetu i promociji na Internetu.

Našu veliku godišnju konferenciju, šestu po redu, DIDS 2015, posetilo je oko 300 ljudi, od kojih je skoro 50 bilo iz me-



Danko Jevtović, direktor RNIDS-a

dija, iz preko 20 medijskih kuća i agencija, a preko 3.500 ljudi ju je pratilo preko Interneta. Prvi put je DIDS trajao dva dana i po prvi put je Konferencija bila podržana od strane ICANN-a, organizacije koja na globalnom nivou upravlja sistemom internet domena. Drugog dana Konferencije je bio Regionalni internet forum, sa gostima iz regiona i globalnih internet organizacija, koji je bio zvanični pripremni sastanak za narednu EuroDIG konferenciju.

P: Zašto se odlučiti za nacionalni domen? I zašto sajt hostovati u Srbiji?

O: Svakoj domaćoj i stranoj kompaniji koja posluje u Srbiji veoma je bitno da i putem Interneta bude maksimalno vidljiva na srpskom tržištu. Po nekim statistikama, 98% svih pretraga u Srbiji se obavlja preko Google-a, što znači da će vas svi oni koji iz Srbije traže nešto na Internetu videti upravo onako kako vas Google vidi. Među nekim korisnicima Interneta u Srbiji postoji pogrešno predrasuda da Google uvek i svuda forsira domene kao što su .COM, .ORG, .NET i slični, što nije tačno. Google-ova osnovna misija je da svojim korisnicima ponudi najrelevantniji mogući sadržaj, i sve je podređeno tome, a prema podacima kojima Google raspolaze, u čak 97% slučajeva to su lokalni sadržaji, namenjeni tržištu zemlje iz koje se vrši pretraga. U skladu s tim, već

nekoliko godina Google favorizuje sajtove na nacionalnim domenima i ljudi iz ove kompanije jasno ističu da se sajtovima na takvim domenima daje malo veća težina u rezultatima lokalne pretrage.

Google počinje pretragu po sajtovima od njihove veb adrese, odnosno od naziva internet domena sadržanog u njoj. Pritom, Google ravnopravno tretira pojmove na cirilici i latinici, bez obzira na to kojim pismom ste upisali traženi pojam prilikom pretraživanja. Shodno tome, potrebno je izabrati adekvatan naziv nacionalnog internet domena, da bi vaša veb adresa sadržala naziv vaše firme, proizvoda ili usluge, ili neki drugi vama bitan pojam koji želite da Google pronađe baš na vašem sajtu i pozicionira ga što bolje. Postoji veći broj parametara na osnovu kojih Google određuje za koje je tržište relevantan sadržaj nekog sajta, a on sam navodi da je najvažniji parametar naziv internet domena, sadržan u veb adresi sajta. Pored toga i lokacija samog veb servera na kome se sajt hostuje, je parametar za određivanje relevantnosti. Ako je u pitanju lokalni domen, a sajt je na lokalnom jeziku i lokalnom hostingu, imaće veće šanse za bolje pozicioniranje u rezultatima pretrage. Za korisnika sajtova je često najvažniji parametar kvalitet servisa i mogućnost dobijanja adekvatne podrške, za šta se uvek savetuje izbor lokalnih kompanija.