

## **TYLKO 3 NA 10 SPÓŁEK GIEŁDOWYCH W POLSCE MA STRONY MOBILNE**

..,WWW.PROTO.PL (2013-01-25 00:00:00)

[www.proto.pl/informacje/info?itemId=120794&rob=Tylko\\_3\\_na\\_10\\_spolek\\_gieldowych\\_w\\_Polsce\\_ma\\_strony\\_mobilne](http://www.proto.pl/informacje/info?itemId=120794&rob=Tylko_3_na_10_spolek_gieldowych_w_Polsce_ma_strony_mobilne)

**Jedynie co trzecia spółka notowana na GPW ma stronę przystosowaną do smartfonów i tabletów – wynika z analizy Lizard Mobile przeprowadzonej w styczniu 2013. Według Rzeczpospolitej spółki powoli przekonują się, że warto taki ruch wykonać – głównie ze względów wizerunkowych.**

„Wersje mobilne stron www stają się powoli standardem i nie chcemy tracić dystansu w stosunku do konkurencji, zwłaszcza firm europejskich z naszej branży” – mówi Zbigniew Paruch, główny specjalista ds. PR w Grupie Kęty. Firma niedawno wdrożyła swój serwis i według Parucha „ta inwestycja przede wszystkim ma kapitalne znaczenie wizerunkowe, które rzutuje na postrzeganie nowoczesności i technologicznego zaawansowania spółki”.

Jak tłumaczą eksperci zajmujący się rozwiązaniami mobilnymi, takie wersje stron www różnią się od ich niemobilnych poprzedników ergonomią dostępu do informacji, tzw. user-experience, rozwiązaniami graficznymi oraz nawigacyjnymi. „Ważne jest jednak, aby nie różniły się diametralnie zawartością informacyjną” – czytamy w raporcie Lizard Mobile. Aby to osiągnąć, należy skorzystać z jednego z dwóch najpopularniejszych rozwiązań technologicznych. Pierwszą metodą jest stworzenie dedykowanej wersji mobilnej obok standardowej, dostępnej dla komputerów. Obie wersje stron, tradycyjną i dedykowaną mobilną, można podłączyć do tych samych treści za pomocą CMS’a, czyli systemu zarządzania treścią. Drugim najczęściej stosowanym rozwiązaniem jest metodyka responsive design. Polega na tym, że strona skaluje się automatycznie do urządzenia, z jakiego korzystamy w danej chwili. „Oba systemy stosowane są chętnie przez firmy wchodzące do świata mobilnych technologii, chociaż technologia responsywna mimo, że wymagająca większych umiejętności w projektowaniu, daje większe możliwości adaptacyjne do stale zmieniających się formatów urządzeń mobilnych - smartfonów, tabletów, nawet telewizorów, a co za tym idzie, wymaga mniejszej ingerencji dostosowawczej w późniejszym czasie. Dobór metodyki wdrażania wersji mobilnej zależy od strategii e-marketingowej firmy, budżetu oraz ram czasowych” – tłumaczy Marcin Wieczorek, design manager w Lizard Mobile.

Co istotne, firmy projektujące serwisy i rozwiązania mobilne potrzebują od 3 do nawet 8 tygodni, by przygotować pełną mobilną wersję serwisu www. To wymaga przede wszystkim decyzji, co do struktury i funkcjonalności serwisu, stworzenia interaktywnego prototypu, następnie jego graficznej reprezentacji oraz nawigacji. Samo programowanie to kwestia ok. 2 tygodni. Testy użyteczności na kilku smartfonach oraz tabletach z różnymi systemami operacyjnymi to kolejny etap prac, szczególnie ważny z punktu widzenia końcowego użytkownika. Jakie są koszty? Zgodnie z danymi przedstawionymi przez Rzeczpospolitą, nie powinny przekroczyć kilku lub kilkunastu tysięcy złotych, w zależności od złożoności projektu. (es)