כמה באמת צריך להשקיע כשמתחילים למכור אונליין

רוב בעלי העסקים מגיעים לשאלה הזו אחרי חיפוש קצר בגוגל: כמה עולה לבנות חנות אינטרנטית, ומה כוללת תחזוקה חודשית. המספרים ברשת קופצים בין מאות שקלים לאלפים רבים, והפערים האלה מבלבלים. מהניסיון שלי בליווי עסקים קטנים וחברות צומחות, התקציב הסביר תלוי בשלושה מרכיבים: רמת המורכבות, היקף האוטומציה, והצוות שיטפל באתר לאורך זמן. חנות פשוטה יכולה לצאת לדרך בעלות נמוכה יחסית, אבל אם המטרה היא למכור בהיקפים, לחבר מערכות ולספק חוויית משתמש מוקפדת, התקציב יעלה בהתאם. חשוב לא פחות להבין את עלויות ההפעלה הקבועות, מפלטפורמה ועד תמיכה, כדי למנוע הפתעות.

טווחי עלויות לפי סוג הפרויקט והיקף הפעילות

בואו נניח שלושה מצבים שכיחים. יזם מתחיל שרוצה לבדוק היתכנות, חנות מתפתחת שכבר מוכרת באופן יציב, ומותג מבוסס שזקוק למערך סחר אלקטרוני חכם עם אינטגרציות מרובות. בכל אחד מהמקרים המספרים נראים אחרת. בפרויקטים קטנים, בחירה במערכות נפוצות כמו וורדפרס עם WooCommerce יכולה לחסוך משמעותית בעלויות הפיתוח, במיוחד אם משתמשים בתבנית מוכנה ומבצעים התאמות עיצוביות מושכלות. בפרויקטים מתקדמים, במיוחד כשנדרש חיבור ל-ERP, ניהול מחסנים, POS בסניפים ומודולי תמחור דינמי, המשקל עובר ל **בניית אתרים בקוד** או הרחבות ייעודיות בוורדפרס, יחד עם בדיקות עומסים ואבטחה קפדניות.

מתוך ניסיון בתמחור מאות פרויקטים, אלה הטווחים הריאליים בישראל נכון לשנים האחרונות: חנות בסיסית עם עיצוב ערוך קלות ותוספים סטנדרטיים תעלה לרוב בין 8,000 ל-18,000 ש"ח. פרויקט מותאם, עם אפיון שמכסה חוויית משתמש, מותג, מנגנוני סליקה ומשלוח מתקדמים, צפוי לנוע בין 25,000 ל-60,000 ש"ח. מערכות מסחר מתקדמות שמוגדרות כ **בניית אתרים מתקדמים** או **בניית אתרים חכמים**, הכוללות פיתוח מותאם, קטלוג ענק, אינטגרציות ארגוניות ואופטימיזציה לביצועים, יכולות להגיע ל-80,000 עד 250,000 ש"ח ואף יותר, תלוי בהיקף וביעדים.

מה כולל התקציב הראשוני, ולמה הוא לא רק "בניית אתר מכירות"

העלות הראשונית מתפזרת על כמה שכבות שכדאי להכיר. חלקן נראות מובנות מאליהן, אחרות צצות רק בשלב ההרצה ומכבידות על לו"ז ועל תקציב. מי שיודע להיערך מראש חוסך זמן וכסף.

איפיון ותכנון. אפיון חכם הוא זול יותר מכל פיתוח שנעשה פעמיים. אפיון מקצועי כולל מיפוי של משפכי רכישה, מדיניות תמחור ומבצעים, מדיניות משלוחים והחזרות, ניהול מלאי, תהליכי שירות לקוחות, וצוותי תפעול. העלות נעה לרוב בין 2,000 ל-12,000 ש"ח, בהתאם לעומק ולמורכבות.

עיצוב וחוויית משתמש. כשמדברים על **עיצוב אתרים** לחנות, הכוונה היא לא רק לצבעים ולפונטים. עמוד מוצר, סידור קטגוריות, חיפוש וסינון, פאנל סל, דגש על מובייל, כל אלה משפיעים ישירות על ההכנסות. עיצוב מותאם למותג נע בין 3,000 ל-25,000 ש"ח, בהתאם למספר התבניות והמסכים שיש לעצב ולבדיקות השימושיות.

בחירת הטכנולוגיה. רבים בוחרים **בניית אתרים בוורדפרס** עם WooCommerce בזכות גמישות ומחיר נוח. זה פתרון מצוין לרוב העסקים, כל עוד שומרים משמעת על תוספים, אבטחה ותחזוקה. אם צריך ביצועים קיצוניים, חוויית SPA, או תהליכים עסקיים מורכבים, נשקול **בניית אתרים בקוד** בהתאמה מלאה. הבחירה הזו תגדיל את התקציב הראשוני, אך תאפשר שליטה מלאה בביצועים ובפונקציות.

פיתוח ותוספים. כאן נכללים חיבורי סליקה, משלוחים, מע"מ, הפקת חשבוניות, תמחור לפי כמות, וריאציות מוצר, ניהול חבילות, חיבורי CRM ודיוור. חלק מהתוספים בתשלום שנתי, וחלק דורשים התאמות קוד. הפרק הזה נע בין אלפים בודדים לעשרות אלפים, תלוי בטווח הדרישות.

SEO ותשתית תוכן. אתר בלי תוכן איכותי ותשתית SEO מסודרת יתקשה לצמוח אורגנית. הגדרה נכונה של מבנה קטגוריות ומונחי חיפוש, עמודי בסיס כמו מדיניות משלוחים, מדריכים, בלוג, ומיקרו-דאטה למוצרים, יכולים לחסוך חודשים של עבודה מאוחרת. כאן אפשר להוסיף גם **בניית דפי נחיתה** לקמפיינים ממוקדים, שמסייעים בהמרה מיידית.

תחזוקה חודשית: מה נכנס לחשבון ואיפה לא כדאי לחסוך

תחזוקה של חנות פעילה אינה "עוד שורה תקציבית". מדובר בתנאי סף כדי לשמור על הכנסות. חנות שמדגדגת את קצה הסיבולת, עם תוספים לא מעודכנים וזמני טעינה איטיים, תסרב למכור ברגעי אמת. עלות תחזוקה חודשית סבירה נעה בדרך כלל בין 600 ל-2,500 ש"ח לעסקים קטנים ובינוניים. לחנויות גדולות, עם SLA ואחריות זמינות גבוהה, זה ינוע בין 3,000 ל-10,000 ש"ח, לפעמים יותר. מה מקבלים?

עדכונים ואבטחה. עדכון גרסאות, תוספים, בדיקות תאימות וגיבויים יומיים. זה משעמם עד הרגע שזה מציל את העסק מנפילה של סוף שבוע.

ביצועים וזמינות. ניטור זמני טעינה וזמן פעילות שרת, הטמעת CDN, אופטימיזציה לתמונות, בדיקות Core Web Vitals. שיפור של שנייה אחת בזמן טעינה יכול לייצר קפיצה של אחוזים בהמרה.

תמיכה ותיקונים. חנות חיה משתנה: קטגוריות מתרחבות, קמפיינים רצים, תהליכי סליקה מתעדכנים. מינימום שעות תחזוקה בחודש נותן שקט תפעולי.

ניהול תוכן ותמונות. העלאת מוצרים, עדכון תיאורים, תיוגים וקטגוריות. חלק מהלקוחות מגדירים מכסה קבועה בחוזה חודש.

ליווי שיווקי בסיסי. מעקב אנליטי, זיהוי צווארי בקבוק, הצעות לשיפור. לא מדובר בקמפיינים מלאים, אלא בהכוונה ומדדים שוטפים.

וורדפרס או פיתוח ייעודי: איך לבחור נכון בלי להתאהב בטכנולוגיה

בחירה בין **בניית אתרים בוורדפרס** לבין **בניית אתרים בקוד** צריכה לנבוע מהיעדים העסקיים, לא מהאופנה. וורדפרס מציעה דיפלומה של גמישות, היצע תוספים, וזמני פיתוח קצרים. עסק עם תקציב מוגבל יצליח להגיע לתוצאות מצוינות עם WooCommerce, בתנאי שנזהרים מעודף תוספים ומתכננים היטב את מבנה הנתונים. לעומת זאת, אם מדובר בחנות שמשרתת אלפי משתמשים בו-זמנית, קונפיגורציות מחיר מורכבות לפי פרופיל לקוח, או מסכי ניהול פנימיים שחייבים להיות מדויקים, פיתוח מותאם יהפוך לכלכלי לאורך זמן. השיקול כאן הוא Total Cost of Ownership, לא רק המחיר ההתחלתי.

יש גם מצבים ביניים. למשל, חנות וורדפרס עם רכיבי front-end מתקדמים, או מיקרו-שירותים שמבצעים חישובי מלאי ותמחור מחוץ ל-WP. כך נשמרת מהירות פיתוח לצד יציבות וביצועים. במקרים כאלו נראה עלויות פיתוח ראשוניות גבוהות יותר, אבל תחזוקה שקולה שתומכת בקצב הצמיחה.

מרכיבי תמחור נסתרים שמצדיקים תשומת לב

בהצעות שמגיעות אליכם, חפשו את הפרטים הקטנים. כמה דפי עיצוב כלולים, כמה סבבי תיקונים, מהו היקף האינטגרציות, האם בדיקות עומס כלולות, והאם יש תוכנית התאוששות מאסון. חשוב לבדוק אם בעל המקצוע מתחייב למדדים כמו זמן טעינה עבור סל קניות בעומס, או רמת זמינות של השרת. נקודה נוספת היא ניהול רישיונות תוספים בתשלום: מי אחראי לחדש, מי עוקב אחרי שינויים, ומה קורה אם תוסף מפסיק להתעדכן. הדרישה לשקיפות כאן מוצדקת, כי הפינות האלה מתייקרות בהמשך אם לא מטפלים בהן מראש.

כדאי לשים לב גם לעלויות צד שלישי: סליקה וגובה העמלה, פתרונות תשלומים בפריסה, חברות משלוחים ומסופי ליקוט, שירותי אנטי-פרוד, וכלים לשיפור המרות. כל אחד מהם מוסיף אחוזים קטנים, ובסוף זה מתכנס לשורה תחתונה שמורגשת היטב ברווחיות.

שיקולי UX שמקטינים עלויות שוטפות

חנות שחושבת על חוויית משתמש כבר בשלב האיפיון חוסכת בצוות תמיכה ובתקציב שיווק. מסכים כמו חיפוש עם הצעות אוטומטיות, סננים מהירים למובייל, תיאור מוצר ממוקד, ומדיניות החזרות שקופה בעמוד המוצר, מורידים את

כמות השאלות במייל ובוואטסאפ. אפשר לדמיין שני טפסי קופה: קופה עם הרבה שדות, מנוטרת חלקית ומלאת חיכוך, מול קופה דו-שלבית עם שמירת התקדמות, שיטות תשלום מותאמות למובייל, ותצוגת עלויות מלאה. ההבדל בהמרה יכול להגיע ל-20 עד 40 אחוז, וזה תקציב שמחזיר את עצמו מהר יותר מכל קמפיין.

תוכן, SEO, ודפי נחיתה שמייצרים ביקוש אורגני

גם בחנות מבוססת קמפיינים ממומנים, כדאי לבנות יסודות אורגניים. עבודה יסודית של מחקר מילות מפתח, מבנה קטגוריות תקין, ותוכן שימושי סביב המוצרים דוחפת קדימה. כאן נכנסים לתמונה **בניית דפי נחיתה** לקידום מבצעים עונתיים, מדריכים להשוואת מוצרים, ובלוג שמדבר בשפת הלקוחות. כשמגדירים את הארכיטקטורה נכון, כל דף נחיתה נשען על מבנה לינקים פנימי שמחזק דפים אסטרטגיים. שילוב של סקמות מוצר, ביקורות, שאלות ותשובות בעמוד, ותמונות קלילות ברזולוציות מתאימות, משפר את הנראות האורגנית וגם את שיעור ההמרה.

עסקים שמניחים את האבן הזו מוקדם נהנים מהפחתת תלות בממומן לאורך זמן. זה לא קורה ביום, אבל בתוך חצי שנה עד שנה מתחילים לראות תנועה אורגנית יציבה, שתומכת ביעדי המכירות ומייצרת מרווח לניסוי וטעייה בקמפיינים.

דוגמאות תקציב אמיתיות והחלטות שנלקחו בדרך

סיפור ראשון, סטארט-אפ אופנה מקומי. התקציב הראשוני היה 35,000 ש"ח, כלל עיצוב מינימליסטי, קטלוג של 120 מוצרים, שילוב סליקה ומשלוחים בישראל. בחרנו ב-WooCommerce עם תבנית מותאמת, כמה רכיבי front-end אישיים למובייל, ורכישת שני תוספים בתשלום שנתי. התחזוקה נקבעה על 1,200 ש"ח בחודש וכללה עדכונים, גיבויים וניטור ביצועים. בתוך ארבעה חודשים הוספנו **בניית אתר מכירות** משני עבור קולקציות סופ"ש באמצעות דפי נחיתה ייעודיים, וההכנסה גדלה ב-23 אחוז.

סיפור שני, יבואן ציוד טכני. הארגון דרש מעקב מלאי בזמן אמת וחיבור ל-ERP. האפיון הוביל לפיתוח היברידי: וורדפרס לחזית, מיקרו-שירותים בקוד לצד מערכת ניהול פנימית. העלות הראשונית: 140,000 ש"ח, תחזוקה חודשית: 5,500 ש"ח עם SLA. התוצאה, זמני טעינה מתחת לשתי שניות גם בקטלוג עם 15 אלף מוצרים, וצמצום פניות תמיכה סביב זמינות מלאי ב-37 אחוז.

סיפור שלישי, רשת קוסמטיקה עם שלושה סניפים. הבקשה הייתה חיבור POS, מועדון לקוחות והטבת CashBack. יצאנו לפרויקט של 78,000 ש"ח, כולל עיצוב חווייתי למובייל והטמעת Checkout קצר. בתחזוקה החודשית הוספנו ניהול תוכן וניהול קמפיינים מינורי. יחס ההמרה במובייל זינק מ-1.1 ל-2.4 אחוז, והם יכלו לצמצם עלויות מודעות פר רכישה בכ-18 אחוז.

תמחור הוסטינג, דומיין ותוספים: כמה לשלם ולמי

יש נטייה לזלזל בתשתיות, עד שמתרחשת נפילה ביום מבצע. הוסטינג איכותי לחנות וורדפרס בעברית, עם שרתים באירופה או בישראל, זמין סביב 50 עד 150 ש"ח לחודש לפרויקטים קטנים, ו-250 עד 800 ש"ח לפרויקטים בעלי תנועה גבוהה. כאשר המודל כולל קלאסטר או פריסה בענן עם איזון עומסים, מתקרבים ל-1,200 עד 3,500 ש"ח לחודש. דומיין יעלה לרוב 50 עד 80 ש"ח לשנה, יותר אם מדובר בדומיין יוקרתי. תוספים בתשלום שנתי יכולים להוסיף בין מאות לאלפי שקלים בשנה: מערכות קופות תשלומים, בוררי משלוח מתקדמים, חיפוש חכם, פתרונות אבטחה, ואופטימיזציית תמונות.

במקומות הללו כדאי להעדיף ספקים עם תמיכה והיסטוריה מקצועית. לשלם מעט יותר, אבל לדעת שיש למי לפנות כשיש שינוי API או תקלה אחרי עדכון. זהו ביטוח תפעולי זול יחסית.

מה ההבדל בין אתר תדמיתי לחנות, ולמה זה משפיע על המחיר

רבים משווים מחירי **בניית אתרים** תדמיתיים למחירי חנויות, ומופתעים מהפער. חנות מחזיקה מנועי לוגיקה: מבצעים, מלאי, סליקה, משלוחים, תמחור דינמי, אחריות חוקית על שמירת מידע ותקנות פרטיות. כל רכיב כזה דורש תכנון,

בדיקות, ולעתים אינטגרציה עם גורמי צד שלישי. כשמדובר ב **כמה עולה לבנות אתר מכירות**, הפער מגיע מכמות התרחישים שיש לבדוק ומהאחריות על זמינות ותשלומים.

ניהול פרויקט יעיל שמוריד עלויות

החלק היקר בפרויקטים רבים הוא סבבי השינויים. כדי לצמצם אותם, מומלץ לעבוד עם אבני דרך: אפיון מאושר, עיצוב מאושר, גרסת בטא לבדיקה עם נתונים אמיתיים, והרצה לפני עלייה לאוויר. שימוש בסביבות נפרדות לפיתוח ולסטייג'ינג מונע הפתעות. בנוסף, הקפדה על ספריית רכיבי UI חוזרים ומערכת עיצוב תסגור פערים בין מסכים ותשמור עקביות.

אחרי העלייה לאוויר, מנהלים "מפת דרכים" רבעונית. מסמנים פיצ'רים ומדדים, ומחכים נתונים לפני שמרחיבים. כך לא מפתחים מתוך תחושה, אלא לפי השפעה מוכחת על הכנסות או חוויה.

הבדל בין חד פעמי לשוטף: איך לבנות תקציב שנושם

טעות נפוצה היא להשקיע את רוב התקציב בהקמה ולהשאיר שאריות לתחזוקה. המודל היעיל מחלק את התקציב כך: סכום ראשוני שיביא את החנות ל-MVP איכותי, ואז ריטיינר חודשי שמכסה תחזוקה, שיפורי ביצועים והוספה הדרגתית של יכולות. אם ההכנסות גדלות, מגדילים את הריטיינר ואת קצב הפיתוח. אם יש תקופה חלשה, מאטים את הפיתוח אבל משאירים תקציב לשגרות אבטחה וגיבוי. המטרה היא זרימה רציפה ולא זינוקים שמובילים לשחיקה ולתקלות.

ניהול קטלוג ומלאי: העלויות שמסתתרות מאחורי האקסל

ככל שהקטלוג גדל, עלות הניהול גדלה. מעבר בין ספקי מלאי, קודי SKU לא אחידים, וריאציות צבע ומידה, תצלומים וטיוב נתונים, כל אלה תופסים זמן. כדאי להגדיר סטנדרט שדות בתחילת הדרך, כולל איכות תמונה מינימלית, שיטת מדידה אחידה, ותיאור מוצר תבניתי עם מקום לנקודות ייחוד. תוסיפו חיבורי API לספקים כשאפשר, כדי למנוע טעויות ידניות. כאן נכנס השיקול בין פתרון מדף לבין **בניית אתרים חכמים** שמבצעים סנכרון וטיוב אוטומטי.

תמחור משלוחים, סליקה ומסים: איפה אפשר לחסוך בלי לפגוע בחוויה

מחירי משלוחים וגובה העמלה משפיעים על הרווח כמעט כמו עלויות פיתוח. חבילת שילוח טובה תכלול כמה שיטות, זמני אספקה שקופים, ואפשרות מעקב פשוטה. כדאי לבחון שילוחים לנקודות איסוף מול שליח עד הבית, ולהתאים מחיר לפי גודל סל, אזור גיאוגרפי, וסוג מוצר. בסליקה, לעקוב אחרי שיעורי כשל תשלום לפי כרטיס, להציע ארנקים דיגיטליים במובייל, ולשקול חריגה בשל תשלומים בפריסה כשזה מתאים לקהל. באמצעות ניטור אנליטי קבוע אפשר לזהות איזו שיטה פוגעת בהמרה ואיפה יש עמלות מיותרות.

מתי שווה להשקיע בקוד מותאם, ומתי להסתפק בתוסף

אם אתם חוזרים שוב ושוב לפיצ'ר שדורש קיצורי דרך, הגיע הזמן לשקול פיתוח מותאם. למשל, תמחור מבוסס פרופיל לקוח לפי היסטוריית רכישות וקבוצות נאמנות, או מנגנון הצעות חכמות שמבוסס על צפייה בקטגוריות. תוספים כלליים יכסו 70 אחוז מהצורך, אבל השאר יוביל לעומסים ולסיבוכי תחזוקה. פיתוח ממוקד חוסך שעות תמיכה ונותן חוויה נקייה. מצד שני, לא כל צורך הופך לפיצ'ר קבוע. לפעמים עדיף דף נחיתה זמני, אוטומציה ב-No-Code, או הטמעה פשוטה של שירות חיצוני.

לו"ז ריאלי לעלייה לאוויר ואיך לא לשרוף חודשים

לפרויקט בסיסי, ארבעה עד שמונה שבועות הם יעד ריאלי, אם החומרים מוכנים: לוגו, טקסטים, תמונות, מדיניות, חיבורי סליקה ומשלוחים. לפרויקט בינוני, שלושה עד ארבעה חודשים, כולל אפיון, עיצוב, פיתוח, בדיקות והרצה. לפרויקט מורכב, חצי שנה עד תשעה חודשים, במיוחד כשיש אינטגרציות ארגוניות וצרכים רגולטוריים. לוחות הזמנים תלויים בזמינות של מקבלי החלטות ויכולת לספק תכנים בזמן. בלי בעל בית בצד הלקוח, הכל נמרח.

מדדי הצלחה שמצדיקים את ההשקעה

מעבר לעלויות, חשוב להגדיר יעדים מדידים. שיעור המרה ממוצע לפי מקור תנועה, זמן טעינה ממוצע בדפי מוצר ובקופה, אחוז נטישת סל, אחוזי פתיחה והקלקה בדיוורים, ושווי חיי לקוח. כשמודדים בעקביות, אפשר להחליט איפה להוסיף ברמת פיתוח, איפה להשקיע ב-SEO ואיפה להשאיר למודעות. מדדים ברורים מונעים השקעות מיותרות בפיצ'רים נוצצים שלא מזיזים את המחט.

כמה עולה לבנות חנות אינטרנטית: סיכום מספרי בלי סוכריות

אם אתם מחפשים מספר אחד, הוא לא קיים. אבל אפשר להניח מסגרת. הקמה בסיסית: 8,000 עד 18,000 ש"ח. הקמה בינונית עם עיצוב מותאם ותוספים מתקדמים: 25,000 עד 60,000 ש"ח. הקמה מתקדמת ומותאמת אישית: 80,000 עד 250,000 ש"ח. תחזוקה חודשית: 600 עד 2,500 ש"ח לעסקים קטנים ובינוניים, ו-3,000 עד 10,000 ש"ח ומעלה למערכות עם SLA ותנועה גבוהה. תוסיפו הוסטינג, רישיונות, ותשתיות צד שלישי. תכננו מראש אחוז מהרווח הגולמי שיוקצה לתפעול ולפיתוח שוטף. כך בונים כלי שמייצר https://velolinx.co.il/website-building/ כסף לאורך זמן, לא רק אתר יפה.

מבט לקדימה: בניית אתרים מתקדמים בעידן של אוטומציה

שוק המסחר האלקטרוני נע מהר, אבל העקרונות נשארים: מהירות, אמון, חיכוך נמוך, ותפעול יציב. מי שמשלב **בניית חנות וירטואלית** עם חשיבה מערכתית, אוטומציות מדודות, ותוכן שמדבר ללקוח, ימצה את התקציב טוב יותר. בין אם תבחרו וורדפרס ובין אם פיתוח מותאם, חפשו שותף שמבין שזו ריצה למרחק בינוני, לא ספרינט חד פעמי. השקעה חכמה בהתחלה, תחזוקה שקופה, ושיפור עקבי לפי נתונים, יוצרים נכס שמחזיק שנים.

שאלות נפוצות

האם אפשר להתחיל בזול ולשדרג בהמשך?

כן, אם בונים נכון. חשוב להקפיד על מבנה קטגוריות גמיש, תבנית קלה לשינוי, ובסיס תוספים מצומצם. כך השדרוג לא ידרוש פירוק מלא של החנות.

מה ההבדל בעלות בין WooCommerce לפיתוח מותאם?

ecremmoCooW זול ומהיר יותר להתחלה, מצוין עד רמת מורכבות בינונית. פיתוח מותאם יקר יותר בתחילת הדרך, אך מעניק שליטה וביצועים גבוהים כשיש דרישות ייחודיות או עומסים כבדים.

כמה לשלם על תחזוקה חודשית?

לעסק קטן עד בינוני, 006 עד 005,2 ש"ח יספיקו לרוב. אם יש תנועה גבוהה או ALS, זה יטפס ל-000,3 עד 000,01 ש"ח. בדקו מה כולל הריטיינר בפועל.

האם כדאי להשקיע ב-SEO מהיום הראשון?

כן. ארכיטקטורה נכונה וחומרים בסיסיים יחסכו מאמץ עצום בהמשך. אפשר להתחיל מדפי נחיתה ממוקדים ולהתרחב לתוכן ארוך לפי נתוני חיפוש.

מה משך הזמן עד עלייה לאוויר?

בין חודש לשלושה לפרויקט קל עד בינוני, וחצי שנה פלוס לפרויקט מורכב עם אינטגרציות. תלוי בזמינות התכנים וביכולת קבלת החלטות.

VeloLinx & VeloWeb - פתרונות דיגיטל מתקדמים

איש קשר: רפאל (Refael) הרוש

אזור שירות: אונליין - פריסה ארצית ובינלאומית

טלפון: 050-9122133

אתרי אינטרנט:

VeloLinx - קידום אתרים ואסטרטגיית קישורים | VeloWeb - פיתוח ובניית אתרים

אודות: בית אחד לפתרונות דיגיטל מתקדמים הפועל אונליין בארץ ובעולם. אנו מרכזים מומחיות טכנולוגית ושיווקית מקיפה: VeloWeb מתמחה בפיתוח ובניית אתרים מתקדמים מבוססי קוד בהתאמה אישית מלאה (Custom), בעוד ש-VeloLinx מספקת מעטפת קידום אתרים (SEO) מקצועית ואסטרטגיות בניית קישורים עוצמתיות. יחד, אנו מעניקים לעסקים נוכחות אינטרנטית בולטת, מהירה וממוקדת תוצאות – החל משורת הקוד הראשונה ועד למקומות הראשונים בגוגל.