איך מחליטים על רמת קידום ומה זה אומר בפועל

כשבעל עסק שואל כמה עולה לבנות אתר, הוא בדרך כלל מתכוון למחיר עיצוב ופיתוח. בפועל, הפערים במחיר נוצרים כמעט תמיד מרמת הקידום האורגני שנכנסת לתוך הפרויקט. אתר יכול להיראות מצוין, לעלות מהר לאוויר, ועדיין לא להופיע בתוצאות החיפוש על ביטויי מפתח חשובים. קידום אורגני הוא לא תוספת קוסמטית, אלא בחירות הנדסיות ותוכנית תוכן שמוטמעות כבר בתכנון. מכאן נגזרות חבילות מחיר שונות, על פי עומק האופטימיזציה, מחקר המילות, מבנה המידע, וכן מידת ההשענות על בניית אתרים בקוד או על בניית אתרים בוורדפרס.

אני נוהג למפות את תחום העלויות סביב שלושה צירים: מורכבות הפלטפורמה, תחרותיות הענף, ושגרת התחזוקה לאחר ההשקה. חנות עם מאות מק"טים, למשל, דורשת שרשרת עבודה אחרת מזו של בניית דפי נחיתה לקמפיין קצר. בניית אתר לעורכי דין, שוק צפוף ובעל שפה רגולטורית, תהיה שונה מהותית מבניית אתר לקוסמטיקאיות, שבו התוכן הוויזואלי, חוות דעת ותורניות זמינות משפיעות יותר.

השפעת בחירת הפלטפורמה על מחיר ותוצאות

אין פלטפורמה אחת שהיא תמיד זולה או תמיד מניבה. וורדפרס מציעה ספריית תוספים רחבה, זמן פיתוח קצר יחסית, ואקוסיסטם נגיש. היא מתאימה למרבית האתרים התדמיתיים, לבלוגים, וגם לחנויות בקנה מידה קטן עד בינוני באמצעות WooCommerce. בניית אתרים בקוד, לעומת זאת, מאפשרת לשלוט בקילוגרמים מיותרים של קוד, להתאים את ביצועי השרת והפריסה, וליצור ארכיטקטורה מדויקת ל-SEO. העלות ההתחלתית גבוהה יותר, אך עבור אתרי תוכן גדולים או פרויקטים מורכבים של בניית אתר מכירות עם אינטגרציות מיוחדות, ההשקעה חוזרת בדמות מהירות, אבטחה וגמישות.

הבחירה תשפיע ישירות על מנועי החיפוש. מהירות טעינה, מבנה DOM נקי, ורמת השליטה במטה-דאטה וברכיבי סכמה הם פרמטרים מעשיים. בוורדפרס אפשר להוביל תוצאות מצוינות אם שומרים על משמעת: מעט תוספים, תבנית קלה, אופטימיזציה לתמונות ושרת ראוי. בקוד ייעודי אפשר לצמצם תלות בתוספים ולהטמיע פונקציות מדויקות, אך צריך תקציב תחזוקה ומפתחים זמינים.

שלוש חבילות מדורגות לפי עומק קידום

לנוחות ההשוואה, הנה מסגרת תמחור ריאלית כפי שאני פוגש בעסקים קטנים ובינוניים בישראל. המספרים אינם מחירון אחיד, אך הם משרטטים סדרי גודל. חשוב לזכור שבתוך כל חבילה יש טווחים: עיצוב ייחודי, מספר שפות, אינטגרציות ורגולציה ענפית יכולים להעלות את העלות.

חבילת בסיס - נוכחות דיגיטלית עם אופטימיזציה ראשונית

מיועדת לעסקים בתחילת הדרך, או למי שמכוון לביטויי זנב ארוך עם תחרותיות נמוכה. בדרך כלל מדובר בבניית אתרים בוורדפרס, עם עיצוב תבנית מותאמת קלות, חמישה עד שמונה עמודים, בלוג התחלתי ומודול יצירת קשר. ברמת ה-SEO נכללים מחקר מילות ראשוני, מיפוי מבנה עמודים, כותרות ומטה-תגים, והטמעת סכמה בסיסית של ארגון ובמאמרים. מבוצעת עבודה על מהירות טעינה הוגנת, דחיסת תמונות, והקשחה אבטחתית מינימלית.

טווח השקעה משוער: 6,000 עד 12,000 ש"ח לאתר תדמית פשוט. אם מדובר בבניית דפי נחיתה לקמפיין, כל דף נע בין 1,500 ל-4,000 ש"ח לפי מורכבות, אנליטיקה ואוטומציות. זמני אספקה אופייניים: שלושה עד שישה שבועות, בכפוף לזמינות התכנים.

חבילת צמיחה - אופטימיזציה מעמיקה ותשתית תוכן

מתאימה לעסקים עם תחרות בינונית שרוצים תכנית תוכן ומעקב מדויק. כאן משלבים עיצוב מותאם אישית, ספריית רכיבים לשכפול עמודים, ומודול בלוג עם קטגוריזציה נכונה. ב-SEO נכנס מחקר מילות מלא לפי מקטעי קהל והיררכיית

כוונות חיפוש, מפת אתר לוגית, יישום סכמה מתקדמת לעסק מקומי, שירותים, שאלות נפוצות, ובנייה של קישורים פנימיים לפי אשכולות נושא.

ברמה הטכנית מתבצעת הקשחת ליבה, מטמון צד שרת, תמיכה ב-Lazy Loading, בדיקות CWV ושיפורים לפי דוחות Lighthouse. אם האתר חיצוני, כמו בניית חנות וירטואלית קטנה, ייכנסו עמודי קטגוריות ומוצרים, פילטרים, סליקה, וסכמה של מוצר כולל נתוני מחיר ומלאי. זהו המקום שבו גם מתחילים לתכנן מדור משאבים: מדריכים, השוואות, ועדויות לקוח.

טווח השקעה משוער: 15,000 עד 40,000 ש"ח לאתר תדמית רחב או חנות קטנה. עבור בניית אתר מכירות עם 50 עד 200 מוצרים, בדרך כלל 30,000 עד 70,000 ש"ח, תלוי באינטגרציות ל-ERP, משלוחים ומערכות דיוור. זמני אספקה: שישה עד שתים עשרה שבועות.

חבילת תחרות גבוהה - אדריכלות SEO, פיתוח מותאם ו-Content Engine

זהו מרחב עבודה למותגים שמתמודדים מול שחקנים ותיקים, או לאתרים המבוססים על טראפיק אורגני כערוץ עיקרי. לעיתים נעשה מעבר לבניית אתרים בקוד, או ל-Headless WordPress כדי להרוויח מהירות וגמישות. מוקם תהליך תוכן סדור: מיפוי קלסטרים, תכנון פורמטים חוזרים, אופטימיזציה לפי SERP Features, ולפעמים גם ניסויי A/B בכותרות ובסכמות. הטמעת נתוני סכמה מותאמים אישית, יומני שגיאות, מעקב אחרי לוגים וניתוח Crawl Budget מאפיינים את השכבה הזו.

טווח השקעה משוער: 60,000 עד 180,000 ש"ח בהקמה, לעתים יותר כשנכנסות שפות נוספות, אינטגרציות מורכבות, או התאמות אבטחה לפי תקן. חנויות עם אלפי מוצרים וזרימות קופון מתקדמות יכולות לחצות את 250,000 ש"ח. זמני אספקה: שלושה עד שישה חודשים, עם אבני דרך מוגדרות.

מה משפיע על המחיר מעבר ל-SEO

גם כשמדברים על בניית אתרים מחיר לפי קידום, יש רכיבים שאינם בהכרח SEO, אך משפיעים מאוד על העלות ועל התועלת. עיצוב ייחודי דורש אפיון UX, מחקר משתמשים, ויתכן גם אבטיפוס אינטראקטיבי. עבור בניית אתר לעורכי דין, אזור לקוח מאובטח, טפסים דינמיים ומדיניות פרטיות מוקפדת הם כמעט חובה. עבור בניית אתר לקוסמטיקאיות, חשוב בדרך כלל מודול הזמנות, גלריות איכותיות ותצוגת ביקורות עם אימות.

היבטי נגישות לפי התקן הישראלי עולים זמן וכסף, אך משפרים חוויית משתמש ותורמים ל-SEO עקיף. תמיכה בשתי שפות ומעלה דורשת פתרון נכון של hreflang וניהול תבניות, לעיתים עם צוות תרגום. כשמדובר בבניית אתרים לעסקים עם פעילות אופליין חזקה, יש משקל לאינטגרציות לקופה, משלוחים, ו-CRM. כל נקודת חיבור מוסיפה שעות פיתוח, בדיקות, ותיעוד.

איכות התוכן וההשפעה על ההחזר

כמה עולה לבנות אתר היא שאלה חסרה בלי לשאול כמה עולה למלא אותו. עלות כתיבה, צילום ווידאו מהווה לעיתים שליש מהפרויקט. תוכן טוב לא רק מדרג, הוא גם ממיר. במקרים רבים, עסק שהשקיע עוד 8,000 עד 20,000 ש"ח בתוכן ייעודי ראה הכפלה ביחס המרות. הטריק איננו לכתוב עוד מאמרים, אלא לשלב חומרים שמשרתים את כוונת המשתמש: מדריכים קצרי מטרה, טבלאות השוואה שקופות, תשובות אמיתיות לשאלות נפוצות, והדגמה של תהליך העבודה.

באתרי שירותים מקצועיים כדאי לצרף עמודי מקרי בוחן כולל מספרים, טווחי זמן ותמונות לפני ואחרי. בחנויות, עמוד מוצר שמכיל מפרט אמיתי, תמונות קונטקסט, ומשלוח מגובה מידע, ינצח תיאור כללי. תוכן שנכתב על ידי בעל מקצוע או נערך על ידו מחזק אמון ומעלה זמן שהייה. מנועי החיפוש נוטים לפרגן לעמודים כאלה, במיוחד בענפים של מומחיות ואמינות.

דוגמאות ענפיות והשלכות על תמחור

אתר למשרד עורכי דין

שוק תחרותי עם מונחים יקרים. נדרש מחקר מילות עמוק, היררכיה לפי תחומי התמחות, עמודי שירות ארוכים עם אסמכתאות משפטיות, וסכמה ספציפית ל-FAQ ולארגון. במקרים רבים מתווספת מערכת לקביעת פגישות ותיאום שיחות. טווחי המחיר לרוב שייכים לחבילת צמיחה ומעלה: 25,000 עד 70,000 ש"ח, בהתאם לעומק התוכן, מספר הדפים והדרישה לעיצוב פרמיום.

אתר לקוסמטיקאית או קליניקה אסתטית

הצלחת האתר תלויה בוויזואליות ובאמון. יש צורך בגלריות איכותיות, הזמנות אונליין פשוטות, עמודי טיפול עם פירוט תוצאות וזמני התאוששות, ועדויות וידאו. התחום לא פחות תחרותי במקומות מסוימים, אך לעיתים ניתן להמריא עם חבילת בסיס מחוזקת בתוכן ויזואלי. טווחי מחיר שכיחים: 12,000 עד 35,000 ש"ח, עם עלייה אם נכנסת חנות מוצרים משלימה.

אתר מסחרי עם עגלת קניות

בניית חנות וירטואלית נשענת על ארכיטקטורת קטלוג נכונה, סכמה למוצר, חיפוש פנימי טוב, ופילוח עמודי קטגוריה לפי כוונות חיפוש. כשיש מלאי גדול, כדאי להשקיע בקוד מותאם או בוורדפרס מוקשחת היטב. המחירים קופצים בגלל אוטומציות: סנכרון מלאי, משלוחים, ועדכוני מחיר. פרויקטים אלה נעים מאוד בין 40,000 ל-150,000 ש"ח, לפי היקף המוצרים וריבוי המחסנים.

אילו טעויות מייקרות את הפרויקט בדיעבד

הטעות הכי נפוצה היא הזמנת עיצוב לפני אפיון SEO. עץ אתר שלא נבנה לפי מחקר מילות יוביל לשינויים מאוחרים: העתקת תבניות, יצירת קטגוריות מחדש, ושכתוב כתובות. טעות שנייה היא התקנת עודף תוספים בוורדפרס. כל תוסף משמעו קוד נוסף, תחזוקה ועדכונים, ופוטנציאל פגיעות. שלישית, הזנחת ביצועים מאיטית בקצה השרת. שרת זול שחוסך 40 ש"ח בחודש יכול לעלות המרות באחוזים דו ספרתיים.

פרויקטים רבים נתקעים גם על חוסר בתוכן. אם אין מי שיכתוב, לערב עורך תוכן בשלב ההצעה. אחרת, לוחות הזמנים מתארכים, ומחיר כולל עולה. לבסוף, מעקב אנליטיקה שלא הוגדר נכון מהיום הראשון יוצר עיוורון. בלי אירועים והמרות נקיות קשה למדוד ROI ולכן קשה להצדיק הזרמה של משאבים לתוכן או לביצועים.

מה מקבלים בכל רמת קידום - תמונה תמציתית

הבחירה בין הבסיס, הצמיחה והתחרות הגבוהה צריכה להיגזר מיעדי העסק לשנה הקרובה ומהכנסות המצופות מהערוץ האורגני. אם העסק נשען על הפניות מפה לאוזן ורוצה תשתית נוכחות, אפשר להתחיל בקטן. אם היעד הוא לתפוס נכסים אסטרטגיים בגוגל, נדרש להשקיע בארכיטקטורה, בביצועים ובקבלת החלטות מבוססות נתונים.

השוואה קצרה בין וורדפרס לפיתוח ייעודי

לוורדפרס יתרון בזמן לשוק ובעלות הקמה נמוכה יחסית. היא מצוינת לבניית אתרים לעסקים ולפרויקטים שבהם רוב הפונקציונליות מוכרת. עם זאת, צריך יד מקצועית שתשמור על משקל קל וסט תוספים מצומצם. בניית אתרים בקוד מעניקה דיוק, אך דורשת צוות velolinx.co.il מנוסה ותיעוד לטווח ארוך. באתרים עם תעבורה גבוהה, הרינדור בצד השרת, קאשינג חכם והפרדת שכבות יתנו שקט תפעולי ו-SEO יציב.

ברוב המקרים, פתרון היברידי עובד היטב: וורדפרס כ-Headless לניהול תוכן עם חזית קלה ומהירה, או שילוב רכיבי React לנקודות כבדות. העלות גבוהה יותר בהקמה, אך תחזוקה נכונה מאזנת זאת לאורך זמן.

היבטי תחזוקה והתקציב השוטף

פרויקט בנייה מצליח נמדד שנה אחרי ההשקה. עלויות חודשיות כוללות שרת והאקוסיסטם שלו, רישוי, עדכוני אבטחה, גיבויים, ושעתיים עד ארבע שעות שיפור ביצועים או פיתוח זעיר. אם יש תוכנית SEO פעילה, מצרפים מחקר מילות מתמשך, הרחבת תוכן, בניית קישורים נקודתית וניתוח דוחות. עסקים קטנים משקיעים לרוב 800 עד 2,500 ש"ח בחודש בתחזוקה בסיסית. בתחרות בינונית, 3,000 עד 8,000 ש"ח לחודש לכמות שעות המספיקה לייצר מומנטום. בזירות תחרותיות, ריטיינר חודשי של 10,000 עד 25,000 ש"ח איננו חריג.

חלק משמעותי מה-ROI מגיע מהקפדה על קריאות נתונים. כדאי לוודא שיש תיוג אירועים עקבי, דאשבורד ברור למכירות ומובילים, ושהצוות מבין מה נחשב המרה איכותית. ללא זה, קל להשקיע בתוכן שלא מזיז מחט.

מתי לבחור דף נחיתה על פני אתר מלא

בניית דפי נחיתה היא פתרון נקודתי כשיש קמפיין ממוקד או מוצר בודד. העלות נמוכה יותר, זמן ההקמה קצר, והמדידה מדויקת. הבעיה: ה-SEO מוגבל מאוד. גוגל מתגמל אתרי תוכן עם היררכיה והיסטוריית עדכונים. דף נחיתה לבד יתקשה לתפוס ביטויים משמעותיים לאורך זמן. לכן הוא מתאים למהלכים ממומנים או כנדבך טקטי בתוך אתר קיים. עסקים שמסתמכים רק על דפי נחיתה מוצאים את עצמם תלויים בתקציב פרסום, ללא נכס אורגני מתפתח.

עלויות נסתרות שכדאי לתכנן מראש

בניית אתרים לעסקים כוללת פריטים קטנים שמסתכמים לסכומים לא קטנים: כתיבה משפטית לתנאי שימוש ומדיניות פרטיות, צילום מקצועי, סשן מיתוג או רענון לוגו, מיקרו אנימציות ושיפורי UX, והטמעת כלי נגישות. פרויקטים עם הגירה מאתר ישן דורשים גם ניהול הפניות 301, ניקוי תוכן כפול, ולעיתים בניית מפה ידנית של מאות כתובות. שורה תחתונה, גם אתר קטן יכול להרוויח מתקציב כרית של 10 עד 20 אחוז בלתי צפוי.

מדידת הצלחה והחזר השקעה

הצלחה אורגנית נמדדת בשלושה אופקים. בטווח הקצר, שיפור במדדי Core Web Vitals, ירידה בזמן טעינה וזחילה תקינה של עמודים. בטווח הבינוני, עלייה בדירוגים לביטויי זנב ארוך, גידול בכניסות איכותיות, ושיעור המרות יציב. בטווח הארוך, כיבוש קטגוריות תחרותיות ושיפור יחס ההכנסה להוצאה. כדי להגיע לשם, צריך לוח חום של ביטויי מפתח, מעקב שבועי על תנועות, ובדיקות רבעוניות של תוכן וביצועים.

מה שונה בפרויקטים מרובי שפה

אתרים הפועלים בעברית ובאנגלית, ולעיתים גם בערבית או רוסית, דורשים שכבת ניהול נוספת. יש לטפל ב-hreflang, בדיקת תוכן מקומי אמיתי ולא תרגום אוטומטי גס, ותכנון מילות מפתח לכל שפה. מחירי הפקה עולים בשל הצורך במתרגמים מקצועיים, או בעריכה של כותב מקומי. מבחינת SEO, תחרות וביטויים משתנים מתרבות לתרבות. גם המדדים עשויים להשתנות, למשל זמן שהייה שונה לחלוטין בין שווקים.

מתי לבחור בסוכנות ומתי בפרילנסר

פרילנסר מנוסה מתאים לפרויקטים בהיקף מוגדר וברמת מורכבות נמוכה עד בינונית. היתרון הוא זמינות ישירה וגמישות תקציבית. סוכנות נותנת בית שלם: אסטרטג, מעצב, מפתח, כותב, מקדם. בפרויקטים של בניית חנות וירטואלית עם ריבוי מערכות, האופרציה של סוכנות מקצרת זמן סך הכל. מאידך, עסקים קטנים נהנים לעיתים מיחסי עבודה קרובים עם פרילנסר שמלווה לאורך שנים. הבחירה צריכה לשקף את הצורך בקצב, בעומק ובמגוון המקצועות הנדרשים.

טווחי מחיר לפי סוגי אתרים - רפרנס מהיר

אתר תדמית קטן, מבוסס וורדפרס, עם אופטימיזציה ראשונית: 6,000 עד 12,000 ש"ח. אתר תדמית בינוני עם עיצוב מותאם ואופטימיזציה מתקדמת: 15,000 עד 40,000 ש"ח. בניית אתר מכירות קטן עד בינוני: 30,000 עד 70,000 ש"ח. חנות

גדולה עם אינטגרציות ומחסנים: 80,000 עד 180,000 ש"ח ומעלה. פיתוח ייעודי לקצבי תעבורה גבוהים או לפיצ'רים ייחודיים יכול לעלות מעבר לכך. אלו מספרים שמסייעים לשרטט תקציב, לא תקן מחייב.

בדיקת היתכנות לפני שמתחייבים

לפני חתימה, אני ממליץ לבצע בדיקת היתכנות קצרה. תהליך כזה אורך כשבועיים, בעלות קטנה יחסית לפרויקט, ומניב מסמך אפיון, מחקר מילות עיקרי, מיפוי היררכיה ותוכנית תוכן לחודשיים הראשונים. פעמים רבות הבדיקה חושפת צורך בפיצ'רים שלא עלו בשיחה הראשונה, או לחלופין מפשטת את הפרויקט וחוסכת עשרות שעות. זהו כלי ממושמע שמקטין סיכון ומיישר ציפיות.

שאלות שכדאי לשאול לפני שמתחילים

הפרויקט התקין בנוי על שאלות ברורות מראש. מי ייצור את התוכן, כמה, ובאיזה קצב. מהי התחרותיות המעשית על שלושת העשירונים הראשונים של ביטויי המפתח. מי אחראי על אנליטיקה, GDPR וטפסי הסכמה. האם יש מערכות צד שלישי שצריך לשלב וכיצד בודקים אותן בסביבת **בניית אתרים לעסקים** בדיקות. מהו SLA לתמיכה אחרי ההשקה וכמה שעות מוקצות לשיפורים.

רשימת בדיקה קצרה לבחירת חבילה

1. הגדירו טווח הכנסות מצופה מהערוץ האורגני בשנה הקרובה, כדי להבין תקציב המצדיק את עצמו.
2. בדקו תחרות על חמישה ביטויי ליבה, כולל ניתוח עמודים זוכים של המתחרים המובילים.
3. דרשו מדגם דוחות CWV ורשימת שיפורי ביצועים שהספק מתכנן ליישם בפועל.
4. מפו אינטגרציות קריטיות מראש, כולל API, משלוחים, סליקה ו-CRM.
5. בדקו תוכנית תחזוקה, גיבויים, והגדרת אירועי המרה לפני עלייה לאוויר.

טעימות מהשטח: מתי להשקיע יותר ומתי לחסוך

סטודיו לעיצוב פנים שביקש אתר תדמית השקיע בעיקר בצילום ותוכן, בעוד שהפיתוח נשמר רזה. התוצאה, הובלה על ביטויי זנב ארוך עם יחס המרה גבוה, בעלות פרויקט בינונית. לעומת זאת, חנות חלקי חילוף נכנסה לתחרות קשה על ביטויי מוצרים גנריים. שם נדרש פיתוח מותאם של סינונים, עשיית אינדוקס חכמה לעמודי פירוט, ואופטימיזציה של חיפוש פנימי. ההשקעה הגבוהה בפיתוח וב-SEO הטכני החזירה את עצמה לאחר כחמישה חודשים.

שאלות נפוצות

האם אפשר להתחיל בזול ולשדרג אחר כך

כן, אם מגדירים נכון את שכבת היסוד. רצוי לבנות תבנית מודולרית, לשמור על שמות כתובות יציבים, ולהימנע מתוספים שאין להם חלופה בקוד. כך השדרוג לא יתורגם להריסה ובנייה מחדש.

כמה זמן לוקח לראות תוצאות אורגניות

בענפים דלי תחרות ניתן לראות תנועה אורגנית משמעותית תוך חודשיים עד שלושה. בשווקים צפופים, פריצות דרך מגיעות לרוב אחרי חצי שנה עד תשעה חודשים, בתנאי שמתמידים בתוכן ושיפורים טכניים.

מה עדיף לחנות קטנה, WooCommerce או פיתוח מותאם

לרוב WooCommerce יספיק עד כמה מאות מוצרים. אם יש לוגיקה מורכבת של תמחור, מלאי רב מחסנים או צורך בביצועים חריגים, פיתוח מותאם או פתרון היברידי יהיה נכון יותר.

כמה עולה ניהול SEO חודשי

טווחים מקובלים הם 2,500 עד 8,000 ש"ח לעסקים בינוניים, ו-10,000 עד 25,000 ש"ח בזירות תחרותיות מאוד. הסכום תלוי בהיקף התוכן, בבניית קישורים ובשעות ניתוח ובדיקות.

האם דפי נחיתה מתקדמים תורמים ל-SEO

ככלי עצמאי, תרומתם מוגבלת. בתוך אתר חי, דפי נחיתה מדויקים תומכים בהמרות ויכולים לשרת קמפיינים ממומנים, אך ה-SEO יבוא מהמעטפת של תוכן מתמשך ומבנה תקין.

מבט מפוכח על התקציב והבחירות

כששואלים כמה עולה לבנות אתר, התשובה הנכונה מתחילה ביעדים. אם האורגני הוא ערוץ ליבה, צריך להסתכל מעבר למחיר ההקמה ולהקצות מסגרת לתחזוקה ולתוכן. אם המטרה מינימלית, אפשר להתחיל קטן, אך להקפיד שהבסיס נכון. הפרויקט המוצלח הוא זה שמייצר ודאות: מבנה מדויק, ביצועים תחת שליטה, ותוכנית תוכן שאפשר למדוד. כך גם חוסכים כסף בהמשך וגם בונים נכס דיגיטלי שמחזיק שנים.

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.