איך לגשת לתמחור אמיתי כשמטרת העל היא SEO חזק

שאלה חוזרת שאני שומע מבעלי עסקים: כמה עולה לבנות אתר עם תשתית לקידום אורגני רציני. קל לזרוק מספר עגול, קשה להסביר למה אתר ב-6,000 ש"ח מתנהג אחרת מאתר ב-60,000 ש"ח. קידום אורגני הוא תהליך, לא תוסף. לכן המחיר נגזר מארכיטקטורת המידע, מתשתית טכנית, מהיקף תוכן, ממשמעת תפעולית, ומהניסיון של מי שבונה את המערכת. אם אתר הוא נדל"ן, אז SEO הוא תשתיות, ביוב, חשמל ועורקי תחבורה. אפשר לגור בלי, אבל לא לגדול.

המאמר מפרק את מרכיבי העלות בצורה פרקטית, שואל איפה כדאי להשקיע בשלב ההקמה ואיפה אפשר להתייעל, ומשווה בין בניית אתרים בוורדפרס לבין בניית אתרים בקוד לפי מטרה וגודל. לאורך הדרך אגע בדוגמאות מתחומים כמו בניית אתר לעורכי דין, בניית אתר לקוסמטיקאיות, בניית חנות וירטואלית, ובניית אתר מכירות ממוקד.

מה באמת עולה כסף: שכבות התשתית שמניעות SEO

ההבדל בין אתר שנראה טוב לבין אתר שמייצר לידים ומכירות מתחיל לפני הפיקסל הראשון. תכנון נכון של ארכיטקטורת מידע, היררכיית קטגוריות, שמות נתיבים, ומדיניות תוכן מאפשר לגוגל להבין את האתר, ולמשתמשים לנוע בו בלי חיכוך. התכנון הזה דורש מחקר ביטויי חיפוש, מיפוי כוונות משתמש, והגדרה של טמפלייטים שיכולים לייצר עשרות עמודים קוהרנטיים לאורך זמן. זה לא שלב שמכניסים כנספח, זו עבודה שמחזיקה שנים קדימה.

אחר כך מגיעים לאפליקציה עצמה: בחירת פלטפורמה, בניית סכמת נתונים, קוד נקי, ביצועים והקשחה. אתר איטי, עם CLS גבוה ושגיאות Core Web Vitals, משלם ריבית סמויה לאורך כל החיים שלו. כל שנייה מיותרת בטעינה שווה המרות שהלכו לאיבוד. זה נשמע טכני, אבל זו אחד ההבדלים המוחשיים ביותר בין בניית אתרים בזול לבין בניית אתרים לעסקים שרוצים להוביל.

טווחי מחיר ריאליים לפי תרחישים

טווחי המחיר בישראל נעים חזק לפי היקף, רמת התאמה, וזהות הספק. סטודיו בוטיק עם מומחיות SEO יעלה יותר מפרילנסר מנוסה, אבל גם יביא יכולת בין תחומית. כדי לתת עוגנים, אלו טווחים שאני רואה חוזרים בפועל, כולל תשתית SEO אמיתית:

אתר תדמית קטן, 5-8 עמודים, תבנית איכותית בוורדפרס, מחקר מילות מפתח בסיסי, היררכיה נכונה, הגדרות טכניות מלאות, מדידה ואופטימיזציה של ביצועים: סביב 9,000 - 18,000 ש"ח. מתאים לעסקים מקומיים, פרילנסרים, בניית אתר לקוסמטיקאיות בתחילת הדרך.

אתר שירותים בינוני, 15-40 עמודים, טמפלייטים לתתי שירותים, אזורי תוכן דינמיים, סכמות מתקדמות, אוטומציות תוכן קלות, עיצוב מותאם למחצה: 20,000 - 45,000 ש"ח. מתאים למשרדי עורכי דין, יועצים, חברות B2B קטנות. בניית אתר לעורכי דין דורשת במיוחד עבודה על ארכיטקטורת פרקטיקות, אזורי תוכן למאמרים ופסיקות, ודפי שאלות ותשובות.

אתר תוכן או בלוג עמוק, עם עשרות קטגוריות ותגיות, רינדור יעיל, נקיון מ-duplicate content, ניהול מחסנית טכנית, ושילוב קל של תוכן שמיוצר לאורך זמן: 30,000 - 60,000 ש"ח. כאן עיקר העלות הוא בתכנון מבני ו-templates לתוכן ארוך.

בניית חנות וירטואלית על WooCommerce, עד 300 מוצרים, תהליכי רכישה מהירים, סרגלי פילטרים יעילים, נתיבי קטגוריות חכמים, סכמה למוצרים, ביקורות, ופתרון מהיר ל-Page Speed: 28,000 - 75,000 ש"ח. כמות פיצ'רים כמו ריבוי מחסנים, אנליטיקה צד שרת, ותמחור דינמי ידחפו למעלה.

בניית אתר מכירות מותאם עם React או Next.js מעל Headless CMS, ביצועים מעולים, SEO טכני מוקפד, שדות תוכן גמישים לעריכה, ומתודולוגיית כתיבה ומדידה: 60,000 - 150,000 ש"ח. מתאים כשיש נפחי תנועה גדולים או מנוע צמיחה אורגני אסטרטגי.

פרויקטים תעשייתיים או אתרי תוכן ענקיים, ייעוץ מידע, אינדוקס מיליוני דפים, תשתיות קאשינג, CDNs, ומודלי הרשאות מורכבים: 150,000 ש"ח ומעלה. זה כבר אימון אחר לחלוטין.

ברוב המקרים, עסק קטן-בינוני שרוצה תנועת חיפוש יציבה צריך להכין תקציב סביב 20,000 - 50,000 ש"ח להקמה, ועוד ריטיינר חודשי ל-SEO ולתוכן. מי שמכוון לשווקים תחרותיים ימצא עצמו קרוב יותר לקצה העליון.

וורדפרס או פיתוח בקוד: לא שאלה דתית, שאלה עסקית

יש מוניטין לוורדפרס כזולה וטובה לקידום. חלק מזה נכון, חלק דורש הסתייגות. וורדפרס מציעה אקו-סיסטם בוגר של תוספים, עריכה נוחה לצוותי תוכן, ומהירות יציאה לשוק. כשבונים נכון, משתמשים בתבנית קלה, ומגבילים תוספים, אפשר להגיע לציוני ביצועים מרשימים ולבסיס SEO מצוין. מי שמחפש בניית דפי נחיתה מהירים בקצב גבוה ייהנה מאוד מהגמישות.

הבעיה מתחילה כשהאתר גדל: יותר פיצ'רים, יותר תוספים, ועוד שכבות CSS ו-JS. כל שכבה כזו מוסיפה חיכוך. פרויקטים שמכוונים לשיא ביצועים, ריבוי תבניות תוכן, או ממשק מותאם עמוק, מרוויחים מפיתוח בקוד על Headless CMS. זה יקר יותר בהקמה, אבל חוסך עלויות תפעול במקרה של צמיחה חדה.

הכלל הפשוט: אם אתם צריכים go-to-market מהיר, צוות שאינו טכני, והיקף בינוני - בניית אתרים בוורדפרס תתאים. אם תשתית אורגנית היא מנוע הכנסות ראשי, ואתם יודעים /https://velolinx.co.il/website-building שתגדילו טווחי תוכן ופיצ'רים, שקלו בניית אתרים בקוד עם ארכיטקטורה מודולרית.

מה נכנס להצעת מחיר שמכבדת SEO

הצעת מחיר טובה לאתר שמוכן לקידום אורגני לא תסתפק בעיצוב ופיתוח. היא תפרט, בשפה פשוטה, את רכיבי ה-SEO On-site והטכני, וגם את גבולות הגזרה. אחרת, הלקוח קונה קופסה שחורה.

מחקר מילות מפתח מבוסס ביטויי זנב ארוך וכוונת חיפוש, מחולק לשכבות תוכן. מסמך ארכיטקטורת מידע, עם היררכיה של קטגוריות, סילואים, וסטנדרט לתבניות כותרות: H1, H2, ועד רמת ה-Meta. מיפוי Redirects במקרה של מעבר אתר, כדי לשמור על סמכות דפים קיימת. תקן טכני לביצועים: זמן ל-CLS נמוך, LCP מתחת ל-2.5 שניות בדסקטופ ונייד, אופטימיזציית תמונות, Preload למשאבים קריטיים. סכמות JSON-LD: Article, Product, FAQ, Organization, Breadcrumb. Sitemap מותאם ודק, Robots.txt עם חוקים ברורים. מדידה: GA4, Search Console, והגדרת אירועים להבנת המרות. דפי נחיתה שנבנים לפי עקרונות CRO וסדר תוכן שמותאם לשאילתות.

כאשר הפרטים האלה מופיעים מראש, כולם עובדים באותו כיוון. אם אתם מקבלים הצעה שמבטיחה "קידום אורגני מובנה" בלי פירוט, זה דגל אדום. בניית אתרים מחיר יושפע ישירות מרמת הדיוק במסמכי היסוד, ולא רק ממספר העמודים.

תוכן: העלות הלא מוצהרת שמכריעה את התוצאות

תשתית מעולה בלי תוכן איכותי היא מנוע ללא דלק. בניית אתר מכירות או בניית חנות וירטואלית דורשת תוכן ברמת מוצר, קטגוריה, שאלות ותשובות, מדריכי שימוש והשוואות. גם אתר שירותים צריך להפיק מאמרים, דפי מקרה בוחן, ודפי שירותים ספציפיים לכל תת נושא. כל זה דורש זמן, ניהול מערכת עריכה, ומדיניות עדכון.

טיפ מעשי: הגדירו מראש מנגנון יצירת תוכן סיסטמטי. לדוגמה, משרד עורכי דין בתחום דיני עבודה יוכל להכין טמפלייטים לפסקי דין, מדריכי "מה לעשות כש", ודפי "שאלות נפוצות" לכל מונח ליבה. לקוסמטיקאית, סדרות של לפני ואחרי, פירוק פרוצדורות, וחומרי הדרכה לשימור תוצאות בבית. העלות החודשית לתוכן איכותי תנוע לרוב בין 2,500 ל-10,000 ש"ח, לפי היקף ועומק. מי שמזניח את זה, ישלם בטראפיק שלא מגיע.

דוגמה מספרית: למה אתר זול לפעמים יקר

חנות קטנה לתוספי תזונה בחרה בפלטפורמה מוכנה וערכה אתר ב-7,500 ש"ח. בלי מחקר מילות מפתח, בלי סכמות, בלי מדידה. אחרי חצי שנה, 400 כניסות אורגניות בחודש והכנסות זניחות. נעשתה העברה ל-WooCommerce עם מבנה קטגוריות חדש, טמפלייטים למוצרים, הטמעת ביקורות ושדרוג ביצועים. עלות הפרויקט 42,000 ש"ח, תוכן חודשי 4,000

ש"ח. אחרי 8 חודשים, 9,000 כניסות אורגניות בחודש, שיעור המרה 1.6%, מחזור אורגני סביב 45,000 ש"ח. לא מספרי חלום, אבל ROI ברור. העלות הראשונה נחסכה לכאורה, אך עלתה שנת פעילות אבודה.

תפעול שוטף: התחזוקה שמחזיקה את הסמכות

SEO נמדד לאורך חודשים ושנים. אחרי ההשקה מתחיל שלב שהרבה עסקים מפספסים. צריך לבדוק Crawl Errors, להרחיב אשכולות תוכן, לנקות דפים שלא מייצרים ערך, לשפר קישורים פנימיים, ולהגן על ביצועים מול תוספים חדשים או הטמעות צד שלישי. חנויות מתמודדות עם פריטי מוצר שיוצאים מהמלאי, וריאציות כפולות ותוכן משוכפל - אלה מפגעים אורגניים ידועים שאפשר למנוע עם כללים עסקיים.

ברמה תקציבית, תכננו ריטיינר חודשי בגובה 1,500 - 6,000 ש"ח עבור אתרי שירותים, ו-4,000 - 12,000 ש"ח עבור חנויות, לפי היקף הקטלוג והקצב. זה כולל ניטור, אופטימיזציה, תוכן מתמשך, ודוחות שמתחברים ליעדים עסקיים ולא לשורות של מיקומים.

מתי לבנות דפי נחיתה נפרדים ומתי להסתפק בעמודי שירות

יש נטייה לשכפל דפי נחיתה לכל ביטוי. זה מתנגש עם מדיניות איכות של מנועי חיפוש ועם חוויית משתמש. הכלל: אם יש כוונות חיפוש שונות מהותית, הפרידו עמודים. אם אלו וריאציות לשוניות של אותה כוונה, בנו עמוד חזק אחד עם מבנה תוכן עשיר. בניית דפי נחיתה חכמה מתיישרת עם היררכיית האתר ולא נלחמת בה.

למשל, בניית אתר לעורכי דין: "עורך דין דיני עבודה" מול "ייעוץ פיטורים" משקפים כוונות שונות. כדאי לבנות שני דפים. לעומת זאת, "עורך דין פיצויי פיטורים" ו"עורך דין פיטורין" דומים מאוד, רצוי לרכז לעמוד יסודי אחד ולסדר את הכותרות הפנימיות בהתאם.

UX, מהירות, ומרות: שלישייה שאי אפשר להפריד

גוגל מתחשב באותות חוויית משתמש. אבל גם בלי גוגל, גולש לא סבלני לא ימתין. מקרי מבחן רבים הראו כי קיצור זמן טעינה מנייד ב-0.7 שניות שיפר המרות ב-10% - 25% בהתאם לענף. זה כסף מיידי. לכן כבר בשלב התכנון צריך להגדיר מדיניות תמונות, לנהוג במשקל פונט באחריות, למתן אנימציות, ולהשתמש רק במה שבאמת מייצר ערך עסקי.

בעסקים קטנים רבים, החיסכון המזויף מגיע מתבניות "כבדות" שמגיעות עם עשרות ספריות. אם החלטתם על וורדפרס, בחרו תבנית קלה, בנו Child Theme, והטמיעו תוספים בודדים ומוכרים. אם הולכים על בניית אתרים בקוד, שמרו על ארכיטקטורה דלה בתלויות, עם חלוקה ברורה לקומפוננטות ושימוש חכם ב-SSR או ISR כשיש נפחי תוכן גדולים.

אבטחה והקשחה: לא רק כדי לישון טוב בלילה

פריצה לאתר היא לא רק נזק תדמיתי. לעיתים קרובות היא גוררת הצפה של דפי ספאם, הפניות זדוניות, ומחיקה של אמון מנועי החיפוש. שיקום אורגני אחרי אירוע כזה יכול לקחת חודשים. לכן כבר בתקציב ההקמה צריך להכניס הקשחה, עדכונים שוטפים, גיבויים חכמים, ומדיניות הרשאות. זה עולה פחות ממה שחושבים ויכול לחסוך הפסדים של מאות אלפי שקלים לאורך חיי האתר.

הבדלים לפי ענף: עורכי דין, קוסמטיקה וחנויות

ענפים שונים, דגשים שונים. בניית אתר לעורכי דין נשענת על אמון, ציטוטים, ותקדימים. עמודי צוות, הכשרות, פרסומים, ומאמרי עומק חשובים כמעט כמו מהירות. בנוסף, ציות לכללי ועדת האתיקה דורש ניסוח מדויק, ומבנה תוכן שמציג ידע בלי הבטחות שאסור לתת.

בניית אתר לקוסמטיקאיות מנצחת עם ויזואליות ותיעוד תוצאות. כאן NLP של גוגל רגיש מאוד לשאלות שגרתיות של משתמשים: "כמה זמן מחזיק", "כואב או לא", "תופעות לוואי". עמודי שאלות ותשובות וסכמות FAQ מעלים CTR

משמעותית. גם הזמנת תורים מהירה מעלה המרות הרבה יותר מכל טריק עיצובי.

בניית חנות וירטואלית דורשת הנדסת קטלוג. פילטרים מהירים, תגיות נכונות, נתונים עשירים למוצר, והתמודדות עם וריאציות. כאן טעות קטנה במבנה URL או בעמודי מיון יכולה לגרום לשכפולים ולבזבוז תקציב זחילה. שווה להשקיע בפתרונות אינדקסציה מראש.

מה מקפיץ את המחיר למעלה, ומה מגביל אותו

פיצ'רים ייחודיים כמו קונפיגורטור מוצר, השוואות דינמיות, אינטגרציות עם ERP או CRM, ותמיכה בריבוי שפות מעלים את המחיר, גם מבחינת פיתוח וגם מבחינת SEO. ריבוי שפות, לדוגמה, דורש Hreflang, תרגום עקבי של סלאגים, והפרדת אינדוקס נכונה. בעולמות B2B, קטלוגי PDF ועמודי מפרטים מוסיפים מורכבות למדידה ולנגישות.

לעומת זאת, חיסכון ריאלי מגיע מפישוט היקף הטמפלייטים, בניית ספריית בלוקים לשימוש חוזר, ואוטומציה מוקפדת לתמונות ו-Meta. אם עושים זאת חכם, חוסכים עשרות שעות ומקבלים אחידות שנראית טוב בעיני המשתמשים ומנועי החיפוש.

איך להשוות הצעות מחיר בלי ללכת לאיבוד

השוואת הצעות בניית אתרים לעסקים דורשת טבלה קטנה של תכולות, לא רק מחיר סופי. כאן לא אפרוס טבלה, אלא אביא סדר השוואה קצר שעובד היטב בפועל:

בדקו האם ההצעה כוללת מסמכי אסטרטגיה כתובים, ולא רק פגישה. ודאו שיש סטנדרט ביצועים מדיד ומוסכם. חפשו דוגמאות לאתרי לקוחות בתחומים תחרותיים, לא רק גלריית עיצוב. ודאו שקיימת חבילת הטמעת מדידה מלאה. בקשו דוגמה לדף תוכן שנבנה עם סכמות וטעינת משאבים נכונה. אם ספק מתחייב למיקומים ספציפיים, זה סימן אזהרה. אף אחד לא מחזיק את האלגוריתם.

לוחות זמנים: כמה זמן לוקח להרים אתר מוכן ל-SEO

הקמת אתר עם תשתית נכונה אורכת יותר ממה שנוח לשמוע, אבל פחות ממה שלעתים חוששים. פרויקט קטן-בינוני ייקח בין 5 ל-10 שבועות, בהתאם לזמינות התוכן והרמות. חנות בינונית עם טמפלייטים מותאמים תתקרב ל-10 - 14 שבועות, בעיקר בגלל סידור קטגוריות, תיאורי מוצרים והגדרות משלוחים ותשלומים. פרויקטים בקוד מותאם עם Headless יכולים לנוע בין 10 ל-20 שבועות.

שווה לזכור: עיכובי תוכן מצד הלקוח הם צוואר הבקבוק המרכזי. מי שממפה מראש את חבילת התוכן לשיגור, מרוויח זמן ומנוע רמזורים ירוקים ב-Search Console מוקדם יותר.

מוקשים נפוצים שמפילם את התוצאות

אתרים יפים מדי. עומס אנימציות ותמונות משקל כבד. דפי תגיות פתוחים לאינדוקס בבלוג שיוצרים אלפי דפים דלים. שימוש בהעתקת תוכן מקטלוגים של יצרנים שמייצר כפילויות מול עשרות חנויות אחרות. חוסר עקביות במבנה כותרות. מבנה URL משתנה ללא הפניות קבועות. וורדפרס עם 35 תוספים, מחמישה בתי תוכנה שונים, וללא קו אחיד. כל אלה מוכרים, וכולם ניתנים למניעה.

תמחור נכון למי שבאמת צריך צמיחה אורגנית

אם תנועת חיפוש צפויה להיות ערוץ משמעותי עבורכם, בנו תקציב דו-שכבתי: הקמה חזקה עם תכולה ברורה, וריטיינר משולב SEO-תוכן ל-6 - 12 חודשים לפחות. כך למדדים יש זמן להבשיל, וניתן לבצע איטרציות על בסיס נתונים, לא תחושות. בניית אתרים מחיר שמותאם 실현ית מאפשר לכם למדוד ROI, להשוות מול מודעות ממומנות, ולהחליט איפה להעצים השקעה.

מתי עדיף לא להשקיע בגדול

יש מקרים שבהם לא נכון להשקיע תקציב כבד בהקמה: מוצר בשלב ולידציה מוקדמת, קמפיין קצר מועד, או עסק מקומי זעיר שמסתמך בעיקר על הפניות. במצבים כאלה, אתר קל ויעיל, עם SEO בסיסי ומינימום תבונה טכנית, יעשה את העבודה. אם תראו traction, אפשר לשדרג תשתית בלי לאבד את המומנטום.

דוגמאות קצרות לפי מודל עסקי

סטודיו בוטיק לעיצוב פנים: אתר וורדפרס מתוכנן היטב, פורטפוליו טעינה עצלה, עמודי אזורי פעילות (לוקאלי), בלוג מדריכים. עלות ריאלית: 18,000 - 28,000 ש"ח. תחזוקה 2,000 - 4,000 ש"ח.

משרד עורכי דין בינוני: ארכיטקטורה לפי תחומי עיסוק, ספריית מאמרים, דפי מקרה, סכמות Person לעורכי דין בכירים, ועמודי שאלות נפוצות. עלות: 28,000 - 55,000 ש"ח. תחזוקה 3,000 - 7,000 ש"ח.

חנות וירטואלית למוצרי עיצוב לבית: WooCommerce, פילטרים חכמים, סכמות מוצר, ביקורות, מדיניות אינדוקס לסינונים. עלות: 35,000 - 80,000 ש"ח. תחזוקה 5,000 - 10,000 ש"ח.

סאס B2B קטן: Headless עם Next.js, דפי פתרונות לפי ענף, דפי תיעוד, ספריית מאמרים, אינטגרציה ל-CRM, טעינה מהירה במיוחד. עלות: 60,000 - 120,000 ש"ח. תחזוקה 6,000 - 12,000 ש"ח.

בדיקות מקדימות לפני חתימה

לפני שמתחייבים, בקשו שיחת סקופ מפורטת עם מי שיכתוב את מסמכי ה-SEO בפועל, לא רק עם איש מכירות. בדקו זמני תגובה ותהליכי QA, הצצה ל-Git או לתיעוד טכני מפרויקט דומה, ויכולת לעמוד ב-SLA תקלות. התעקשו על תוכנית מדידה שמחברת יעדים עסקיים לקלסטרי תוכן. כך תמנעו הפתעות ותכוונו את התקציב לאן שצריך.

שאלות נפוצות

האם חייבים להתחיל עם מחקר מילות מפתח מלא?

כן, אבל אפשר לפצל לשלבים. התחילו ב-20% ביטויים שיוצרים 80% מהערך, הרחיבו אחרי ההשקה. בלי מחקר, תבנו אתר יפה שמדבר בשפה אחרת מהלקוחות.

כמה עמודי תוכן צריך להשקה?

ברוב הפרויקטים, 12 - 30 עמודים איכותיים מספיקים לשלב ראשון: דפי שירות, קטגוריות עיקריות, דפי מכירה חיוניים, ומספר מאמרים לעיגון סמכות. העדיפו עומק על פני רוחב.

האם אפשר להתחיל בוורדפרס ולעבור ל-Headless בהמשך?

כן, אם מתכננים נכון את מבנה התוכן והסלאגים. שמרו על שכבת תוכן נקייה והפרדת היגיון תצוגה, כדי שהמעבר יהיה נקי בהפניות ושמירת סמכות.

מה ההבדל בין בניית אתר מכירות לבין חנות מלאה?

אתר מכירות מתמקד במוצר או שירות יחיד עם מסלולי המרה ברורים ודפי נחיתה מדויקים. חנות מלאה מטפלת בקטלוג רחב, לוגיסטיקה, סינונים, ועומק SEO בקטגוריות ותתי קטגוריות.

איך להעריך ROI מקידום אורגני?

מדדו הכנסות / לידים מאורגני מול הוצאות הקמה וריטיינר, על פני 6 - 12 חודשים. עקבו אחרי מדדים משניים כמו CTR אורגני, זמן שהיה ואירועי מעורבות. ROI אורגני גדל לאורך זמן, לא מיידית.

מילה אחרונה על תיאום ציפיות ושותפות

בניית אתרים לעסקים עם שאיפה ל-SEO רציני היא שותפות. אתם מביאים **בניית אתרים לעסקים** מומחיות בתחום שלכם, אנחנו מביאים ארכיטקטורה, קוד ותוכן. מי שמשתף פעולה על תוכן, תמונות, והבנה של הלקוחות, מקבל אתר שעובד בשבילו, לא רק מציג אותו. בסוף, השאלה כמה עולה לבנות אתר מתחלפת בשאלה כמה האתר יחזיר, וכמה מהר. עם תכנון נכון, תשובה טובה מגיעה מהר מהצפוי.

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.