

Pôsobíte v drevospracujúcom priemysle?

**Hľadáte najefektívnejší spôsob
ako dostať vašu ponuku do povedomia?**

**Kam investovať? Ktorá reklama sa oplatí?
Internet, tlač, billboard, výstava?**

Máte kontrolu nad tým, za čo platíte?

Neplaťte, keď nemusíte!

**Nie ste na prvej strane medzi výsledkami
vo vyhľadávačoch?**

**Nemáte čas sa venovať marketingu
alebo zadávať inzerciu?**

Potrebujete radu alebo pomoc?

Každá spoločnosť preferuje svoj vlastný spôsob prezentácie a propagácie. Niekomu vyhovujú reklamné billboardy, niekomu grafika v časopise, inému účasť na výstave alebo platené odkazy vo vyhľadávačoch.

Každá z týchto foriem má svoje výhody, ale je finančne a časovo limitovaná!

**Prezrite si možnosti portálov DREVARI a Timberpolis,
o ktorých ste možno netušili a ktoré tieto limity takmer úplne rušia!**

Kam investovať?

Ktorá reklama sa oplatí?

Internet, tlač, billboard, výstava?

Hovorí sa, že "reklama je navoňaná zdochliná", pravdou ale zostáva, že bez propagácie a oslovenia trhu nie je možné sa presadiť. Platí obligátne - čím viac ciest smeruje k Vám, tým je šanca na úspech väčšia. Možností prezentovania je v súčasnosti veľa a viac menej jediným limitom sú financie.

Každá spoločnosť preferuje svoj vlastný spôsob prezentácie a propagácie. Niekomu vyhovujú reklamné billboardy, niekomu grafika v časopise, inému účasť na výstave alebo platené odkazy vo vyhľadávačoch.

Reklama v tlači má svoje tradičné miesto, no nie je možné ju časom zmeniť, doplniť a taktiež jej účinnosť je problematicky merateľná. Jej rozsah je obmedzený na určitú plochu a svojou statickosťou nemusí vždy osloviť na prvý pohľad.

Stánok na výstave poskytuje cenný osobný kontakt s potenciálnym klientom. Výstavy ale nie sú trvalou udalosťou a patria medzi časovo a hlavne finančne najnáročnejšie.

Platené odkazy vo vyhľadávačoch sú rýchle, umožňujú dodatočné úpravy a poskytujú prehľad účinnosti. Predplatenie najzaujímavejších kľúčových slov je drahé a problémom býva aj vyselektovanie len skutočných záujemcov od tých, ktorí klikli omylom či náhodne.

Kompletný výpočet predností / slabín médií a prezentácií by bol veľmi dlhý, no aspoň taký základný prehľad nájdete v tabuľke nižšie. Ako zo skráteného zoznamu (a tabuľky nižšie) vyplýva, každá z foriem reklamy má svoje výhody (a nevýhody) a záleží na viacerých faktorov (ako je napr. komodita, segment, oblasť podnikania, lokalita, obdobie) pri výbere toho najvhodnejšieho reklamného média.

Spoločným problémom spomínaných foriem prezentácií je to, že sú časovo a finančne limitované.

Konečné rozhodnutie, aký spôsob oslovenia trhu firma využije je len na nej samotnej. Prezrite si ďalšie stránky tohto PDF súboru, možno Vám pomôžu sa inšpirovať.

Stručný prehľad charakteristík médií

	Tlač / odborné periodiká	Billboardy	Výstavy	Platené odkazy	Drevari / Timberpolis
Potenciál oslovenia trhu	Limitované nákladom, distribúciou a počtom predplatiteľov	Závislé od lokality a umiestnenia	Bez limitu	Limitované predplateným kreditom	Bez limitu
Cielené zameranie na odbornú verejnosť	Cielené publikum	Nie je	Cielené publikum	Nie je (prip. čiastočne nastaviteľné)	Cielené publikum
Priame pôsobenie	1 mesiac (pri mesačnikoch)	Obmedzené dobou prenájmu	Cca 4 dni (štandardne)	Limitované predplateným kreditom	1 rok prip. neobmedzene
Priestorové pôsobenie	Obmedzené distribúciou	Len na danom mieste	V určitom rádiuse	Neobmedzené	Neobmedzene
Rozsah predávanej informácie	Obmedzené veľkosťou plochy	Obmedzené veľkosťou plochy	Nebmedzené	Minimálna	Veľký
Dodatočná úprava	Nie je možná	Nie je možná	Možná úprava	Možná úprava	Možná úprava
Rýchlosť nasadenia	Obmedzené kvôli uzávierke, tlači a distribúcií	Závislé od tlače a polepu	Obmedzené poriadanim výstavy	Okamžitá	Okamžitá
Priame sledovanie účinnosti	Nie je	Nie je	Priame / osobné	Online štatistika	Online štatistika
Finančná náročnosť	Stredná až vysoká	Stredná až vysoká	Vysoká	Stredná	Nízka až stredná

Zopár d'alších dôvodov prečo myslieť na internet

Časy, keď internet bol považovaný za hudbu budúcnosti, sú už dávno preč. Internet má spomedzi médií mimoriadne veľa pozitívnych vlastností a ponúka možnosti, ktoré tu doteraz neboli. To naznačuje aj tabuľka z predchádzajúcej stránky. Okrem týchto predností sú zaujímavé aj tieto ďalšie.

80% VYHLADÁVANÍ INFORMÁCIÍ JE CEZ INTERNET

Podiel internetu na vyhľadávaní informácií je drtivých **80%**. Internet sa stal najdôležitejším a hlavne najrýchlejším zdrojom informácií. Hľadanie v hrubých katalógoch z minuloročnej výstavy, listovanie v Zlatých stránkach, pátranie po letáku, vizitke alebo vytelefonovanie ustupuje pohodlnému klikaniu po internete.

Tento významný podiel internetu z roka na rok rastie, je potrebné to využiť.

50-60% PRVÝCH KONTAKTOV JE OPÄŤ CEZ INTERNET

Ankety spoločností a PR agentúr na otázku - "ako ste sa dozvedeli o našej firme a ponuke" - hovoria o tom, že respondenti sa k informáciám dostávajú väčšinou cez internet (cca v **50 - 60%** prípadoch). Teda viac ako každý druhý potenciálny klient, predtým ako oslovil dotyčnú firmu, najskôr pátral na internete alebo si pozrel webovú stránku. **Je to absolútny podiel a snáď už ani neexistuje seriózna firma, ktorá by nemala vytvorenú vlastnú www stránku, dokonca e-shop.**

50-70% NÁVŠTEVNÍKOV PRICHÁDZA Z INÝCH STRÁNOK

Podľa všeobecných výsledkov online štatistík platí staré známe *čím viac ciest smeruje k Vám, tým viac ľudí si Vás nájde*. Aj keď nie každý návštevník www stránok znamená zrealizovaný obchod alebo spoluprácu, je zrejmé, že **s vyššou návštevnosťou takýto potenciál rastie**. A čo je rovnako dôležité, s každou návštevou narastá aj povedomie o firemnej ponuke medzi možnými záujemcami, čo môže v budúcnosti priniesť svoje ovocie formou zrealizovaného obchodu alebo doporučenia.

Odborné portály a vyhľadávače a patria medzi najlepšie trvalé zdroje návštevností, keďže selektujú návštevníkov výhradne z odboru alebo so špecifickým záujmom.

Máte kontrolu nad tým, za čo platíte?

Možností prezentácie produktov a služieb je v súčasnosti k dispozícii mnoho. Stačí si vybrať reklamné médium, ktoré najviac vyhovuje a zaplatiť poplatok. Predtým by si ale mali inzerenti ustrážiť niekoľko podstatných vecí, aby neplatili za niečo, za čo nemusia.

NÁKLAD NIE JE ČÍTANOSŤ!

Mnohé tlačové periodiká (platí obdobne aj pri letádoch a pod ...) prezentujú svoju pôsobnosť / efektívnosť / účinnosť svojím nákladom. Teda čím je väčší náklad, tým väčšia je čítanosť. Je to akiste pravda, ibaže nie úplná. **35 000 výtlačkov sa nerovná 35 000 čítaní!** V prípade nákladu ide iba o **hypotetické číslo**, nie reálne či odmerané. Náklad ani zďaleka neodzrkadľuje počet čitateľov, ktorí si danú reklamu skutočne pozreli. Tiež sa zabúda na tzv. **remitendu**, teda nepredané výtlačky, ktoré sa počas výstav zadarmo dorozdávajú pri vchodoch pavilónov a stávajú sa žiadaným (ale zbytočným) suvenírom "zberačov". V prípade letákov sú ich plné koše a chodníky výstavniska. **Skutočná čítanosť sa zisťuje dlhodobo formou prieskumov!**

KLIKY A PLATENÉ KLIKY



Google Adwords a eTarget ponúkajú reklamu formou *sponzorovaných odkazov*. Ich výhodou je, že si stačí predplatiť kredit a určiť, pri ktorých kľúčových slovách vo vyhľadávaní sa má stránka zobrazovať. Mnohí inzerenti si ale predplácajú kľúčové slová, za ktoré **platia zbytočne**. Všeobecné výrazy (ako napr. "drevo", "drevoobrábacie stroje") nevyhľadávajú skutoční záujemci z fachu, ale skôr náhodní klikajúci príp. študenti pátrajúci po informáciách pre svoje referáty. Profesionáli by zadali minimálne výraz "smrekové rezivo cenník" či "formátovacia píla s predrezom" a pod. No internet je otvorené médium a preto neexistuje spôsob, ktorý by eliminoval kliky náhodných návštevníkov, ktorí "iba skúšajú".

Druhým problémom je, že odkaz si môže objednať ktokoľvek a preto býva relevantnosť a váha sponzorovaných odkazov pre užívateľov internetu **nižšia ako sú prirodzené výsledky**.

A v neposlednom rade v boji inzerentov o lepšiu pozíciu sa môže cena vyšplhať aj na 1 - 5 Eur za klik. Pre firmy so širokým záberom by pokrytie všetkých významných kľúčových slov znamenalo mať mesačne predplatený niekoľko tisícový kredit. **Riešenie existuje a našu radu ako na to, nájdete na nasledujúcej stránke.**

ŠPECIALIZOVANÉ ALEBO VŠEOBECNÉ PORTÁLY?

Internet je posledné roky zaplavený množstvom portálov, či už kedysi adresármi firiem (WLW ...), neskôr nastúpili dopytové a ponukové (123dopyt, požiadavka, bazos), potom zľavové atď... Každý z týchto druhov priniesol niečo nové, čo poskytlo užívateľom novú službu. Ale práve ich súčasná masívnosť (ich počet sa ráta na desiatky) a tiež všeobecné zameranie (všetky tovarové a priemyselné kategórie) z nich vyformovalo skôr občianskú "všehochuťovú" inzerciu. Aj podľa skúseností našich užívateľov, takáto *všehochuť* síce prináša návštevnosť, ale **nie kvalitu, odbornosť a konečný efekt**. Ponuka nových formátovacích píl vyznie dosť odlišne pri záplave inzerátov s amatérsky vyrobeným 30-ročným cirkulárom. **A práve špecializované portály kvôli svojmu špecifickému obsahu oslovujú výhradne tých najzaujímajších návštevníkov.**

Neplat' te, keď nemusíte!

Portály DREVARI.SK a DŘEVĀŘI.CZ (neskô Timberpolis) pôsobia na trhu už 9 rokov a tento čas pre svojich užívateľov pripravili niekoľko služieb, ktoré maximálne využívajú prednosti internetu a ktoré umožňujú **trvalo, bezplatne** niekedy **aj bez akejkoľvek** námahy oslovovať trh.

PRVÁ STRÁNKA VO VYHLADÁVAČI Google YAHOO! bing Zoznam.sk SEZNAM.CZ

Ak sa opýtate odborníkov na internet, prečo vaše stránky nie sú veľmi navštevované, zvyčajne Vám odpovedia skratkou **SEO (Search engine optimization)**, teda optimalizáciou pre vyhľadávače. Je to súbor pravidiel a faktorov, ktoré pomáhajú vyhľadávateľovi pochopiť, že vašou hlavnou činnosťou nie je výraz "hlavná stránka", ale "predaj pásových pí" a že vaša stránka stojí za to, aby bola nájdená.

KLÚČOM SÚ KLÚČOVÉ SLOVÁ I ODKAZY

Správne kľúčové slová si každý majiteľ webovej stránky môže zvoliť a nastaviť viac menej sám. No zvlášť v posledných rokoch sú jedným z hlavných faktorov tzv. **spätne linky**, odkazy z iných ale relevantných stránok. To danej stránke dodáva virtuálnu dôležitosť a veľkou mierou prispieva v konečnom umiestnení. Správne nastavenie týchto SEO faktorov dokáže **behom mesiaca zdvihnúť návštevnosť aj o 100%**.

Portály DREVARI a TIMBERPOLIS sú jedny z **mála voľne prístupných médií** a ich obsah je okamžite dostupný aj **bez registrácie, predplatenia alebo prihlásenia** každému návštevníkovi. Túto otvorenosť využívajú aj tzv. *roboty vyhľadávateľov*, ktoré sledujú obsah internetových stránok a informácie o tom predávajú samotným vyhľadávateľom. Ak napríklad firma XYZ uverejní článok na portáli DREVARI o formátovacích píloch a v článku sa objavuje takéto kľúčové slovo "formátovacím pílam", "formátovacej píly", Google a ďalšie vyhľadávače zaindexujú spojitosť medzi kľúčovým slovom "formátovacia píla" a webovou stránkou firmy XYZ uvedenej pri článku. Preto, ak niekto vo vyhľadávateľovi zadá "formátovacia píla", webová stránka firmy XYZ má šancu získať oveľa výhodnejšiu pozíciu vo výsledkoch aj vďaka tomu, že **portály DREVARI a TIMBERPOLIS sú hodnotené ako významný zdroj informácií**.

Nie je výhodnejšie byť automaticky medzi prvými vo výsledkoch, ako si takúto pozíciu draho a permanentne predplácať?

PRÍLIŠ MNOHO BALASTU A REGISTRÁCIÍ

Internet je zaplavený zmesou dopytových, ponukových portálov s rôznou kvalitou a ich počty sa rátajú na desiatky. Takmer všetky vyžadujú registráciu s registračným poplatkom. Mať predplatený prístup do každého z nich a sledovať aktuálnu inzerciu by bolo **časovo ale aj finančne veľmi náročné**. Z tohto dôvodu redakcia portálov DREVARI sleduje inzerciu na týchto stránkach a inzerenta každého zaujímavého no hlavne aktuálneho inzerátu **osobitne oslovuje**. Aj keď nie je možné úplne zabezpečiť, aby sa každá ponuka / dopyt, ktorá sa objaví na slovenskom a českom internete, uverejnila aj na stránkach portálov DREVARI, vo väčšine prípadov sa to ale dá. **Ušetríte nielen na poplatkoch, ale hlavne na svojom vlastnom čase!**

Nemáte čas sa venovať marketingu alebo zadávať inzerciu?

Veľkým problémom mnohých firiem býva **nedostatok času**. Doba je rýchla, nároky stúpajú, konkurencia tlačí, ale deň má stále 24 hodín. Je pochopiteľné, že aj na potrebné záležitosti ostáva menej času. Z tohoto dôvodu DREVARI vychádzajú v ústrety svojim užívateľom a to dokonca dvomi spôsobmi.

DAJTE NÁM PODKLADY, ZVÝŠOK NECHAJTE NA NÁS

Pomerne často sa na nás obracajú naši užívatelia s tým, že majú k dispozícii bohatý textový, obrazový či dokonca video materiál, ale kvôli zaneprázdnenosti im chýba čas ho zverejniť. DREVARI a TIMBERPOLIS preto takýmto užívateľom ponúka možnosť zadávania informácií (či už PR článkov, inzercií alebo akciových ponúk) miesto nich. Túto extra službu využíva v súčasnosti vyše 20 klientov. **Preto, pošlite nám materiály, informácie, ktoré Vám zbytočne ležia v šuflíku alebo v počítači a zvyšok už nechajte na nás. Jednoduchšie to už ozaj nejde!**

STAČÍ ZADAŤ IBA RAZ!

Veľkou nevýhodou takmer všetkých inzertných portálov je to, že každá ponuka, dopyt či informácia sa **postupom času stráca** a ustupuje do úzadia na nižšie a menej dostupné pozície. Firmy to riešia viacerými spôsobmi. Buď predplatením *top pozície* na danom portáli, čo síce dočasne prinesie žiadaný efekt, ale je finančne náročný a na druhej strane zmení prvé strany inzercie na nudný zoznam top ponúk. Alebo to riešia nekonečným a opakovaným zadávaním inzercie dookola.

Existuje ale viacero riešení, ktoré na portáloch DREVARI a TIMBERPOLIS ponúkame. Jednak tým, že vieme zadávať pravidelne inzerciu miesto klienta (viď odsek vyššie *DAJTE NÁM PODKLADY...*) alebo aj úplne iným spôsobom zobrazovania inzercie, aký nájdete na našom novom systéme TIMBERPOLIS. "Klesanie" inzercie je riešené tabuľkami, preto aj staršie inzeráty sú po základnom vytriedení žiadanej kategórie okamžite k dispozícii. **Inzerciu v projekte TIMBERPOLIS stačí zadať iba raz a po určitom období a po upozornení jedným klikom obnoviť ... a to je všetko!**

Hľadáte **súrne pomoc** alebo potrebujete radu?

VŽDY PRIPRAVENÍ A K DISPOZÍCIÍ!

Ako jediný drevársky portál na Slovensku a v Čechách sme Vám temer kedykoľvek k dispozícii pomôcť a poradiť. V júni 2012 sme totiž zriadili **online nápovedu** a tak 1 klikom sa môžete s nami spojiť. Túto online nápovedu nájdete vpravej časti našich stránok úplne dole. **Kliknite a napíšte, ako Vám môžeme pomôcť!**

OSOBNÉ STRETNUTIE

Mnohokrát e-mailová alebo telefonická komunikácia nestačí a je potrebné **osobné stretnutie**. Naši obchodní zástupcovia v takýchto prípadoch nemajú žiadny problém Vás navštíviť. Častokrát našim klientom pomáhame nielen v otázkach prezentácií alebo využívanie našich služieb a funkcií portálov, ale aj v otázkach mimo týchto činností. **Naše skúsenosti a znalosť trhu Vám môžu byť užitočné viac akoby ste očakávali.**

7 dobrých dôvodov prečo reklamné články

PRESNE CIELENÝ a MASÍVNY OKRUH ČITATEĽOV

Vďaka úzkej špecializácii sú portály DREVARI a TIMBERPOLIS navštevované **výhradne** ľuďmi z drevárskeho, lesníckeho a nábytkárskeho segmentu. Preto informácie na týchto stránkach sleduje ten **najvhodnejší** okruh užívateľov internetu. Mesačne štatistiky návštevnosti sa pohybujú v rozmedzí od **70 - 100 000** návštev a počet zobrazení stránok je približne **350 000**. **Takúto sledovanosť neposkytuje žiadne iné elektronické alebo printové médium na Slovensku a v Čechách.**

ZDROJ INFORMÁCIÍ PRE VYHLADÁVAČE



Portály DREVARI a TIMBERPOLIS sú jedny z mála **voľne prístupných médií** a ich obsah je **okamžite dostupný** aj bez registrácie, predplatenia alebo prihlásenia každému návštevníkovi. Túto otvorenosť využívajú aj tzv. roboty vyhľadávačov, ktoré sledujú obsah internetových stránok a informácie o tom predávajú samotným vyhľadávateľom. Ak napríklad firma XYZ u nás uverejní článok o *formátovacích pilách* a v článku sa objavuje takéto kľúčové slovo - "*formátovacím pílam*", "*formátovacej píly*", Google a ďalšie vyhľadávače zaindexujú spojitosť medzi kľúčovým slovom "*formátovacia píla*" a webovou stránkou firmy XYZ uvedenej pri článku. Preto, ak niekto vo vyhľadávачi zadá "*formátovacia píla*", webová stránka firmy XYZ má šancu získať **oveľa výhodnejšiu pozíciu vo výsledkoch** aj vďaka tomu, že portály DREVARI a TIMBERPOLIS sú hodnotené ako významný zdroj informácií.

Nie je výhodnejšie byť automaticky medzi prvými vo výsledkoch, ako si takúto pozíciu draho a permanentne predplácať?

SPÄTNÁ VÄZBA

Reklamné články sú **voľne prístupné** komukoľvek aj bez registrácie, predplatenia alebo prihlásenia. V každom článku je uvedený autor aj spolu so svojim celým kontaktom, čo umožňuje záujemcom sa **priamo a okamžite spojiť**.

ŠTATISTIKY ČLÁNKOV

Elektronické médiá na rozdiel od printových vedia **presne určiť počet zhladnutí** daného obsahu. Tlačené periodiká uvádzajú iba počet distribuovaných výtlačkov, čo je zavádzajúce číslo označujúce hypotetický potenciál, nie však realitu.

Štatistický systém portálov DREVARI a TIMBERPOLIS umožňuje **priame online sledovanie** záujmu navštevovníkov o obsah článku, čo môže byť dôležitá informácia a ktorú je možné neskôr využiť v celení mediálnych kampaní.

AVÍZO UVEREJNENIA

Každý článok, okrem samotného uverejnenia na stránkach DREVARI, je spropagovaný aj v newslettery formou avíza a to niekoľkokrát. Newsletter - DREVÁRSKA POŠTA - sa odosiela 2x týždenne na e-mail **17 000 ľudí** z drevárskeho odboru.

Rozoslať informáciu o článku v 34 000 (a viac) e-mailoch najzaujímavejšiemu okruhu ľudí môže viac ako len pomôcť.

NEOBMEDZENÁ DOBA UVEREJNENIA

Hovorí sa, že nie je nič staršie ako včeraššie noviny. No na rozdiel od tlače, vo svete internetu to až tak úplne neplatí. Novinka na trhu, prevratná technológia je aktuálna a zaujímavá pre potenciálnych záujemcov aj niekoľko mesiacov po uvedení.

No kto si dodatočne spomenie, v ktorom čísle (alebo roku) bol článok o tom uverejnený? A komu sa podarí ten pravý výtlačok aj nájsť? Portály DREVARI a TIMBERPOLIS **neobmedzujú dobu uverejnenia článkov**, až kým ich samotný autor neoznačí za neaktuálne.

Preto aj články, ktoré sú publikované rok a viac a sú stále aktuálne, vykazujú bez akejkoľvek dodatočnej námahy odozvu.

JEDNODUCHÉ A RÝCHLE NAHODENIE

V rámci svojich služieb a pre maximálny komfort užívateľov zabezpečí uverejnenie článku redakcia portálov.

Stačí poslať podklady - text a obrazové prílohy - a zvyšok zariadime sami.

9 dôvodov prečo je Timberpolis iný

1 registrácia 31 portálov

Jedinou registráciou je užívateľ automaticky zaregistrovaný na 31 portáloch naraz !

Timberpolis.cz, Timberpolis.pl, Timberpolis.hu, Timberpolis.de, Timberpolis.com, Timberpolis.fr ...

30 jazykov 100% preklad

Každý inzerát a informácia o užívateľovi je automaticky preložená do 30 jazykov, a to 100% presne!!!

Angličtina, španielčina, ruština, poľština, čeština, nemčina, maďarčina, čínština, hindu, francúzština ...

TABUĽKOVÁ inzercia

Kvôli maximálnej prehľadnosti a komfortu sa inzeráty zobrazujú v **tabuľkách**. Preto aj staršie inzeráty sú

vždy plne k dispozícii a hneď zobrazené. Teda sa časom "nestrácajú", ako je to pri iných inzertných systémoch.

VŠETKY formy ponuky a dopytu

Nielen klasický predaj a nákup, ale aj **aukcia, tender, barter** ...

VÝBER LOKALITY cieľového trhu

Každý užívateľ môže určiť vlastný cieľový trh, teda krajiny, pre ktoré je jeho inzercia určená. Firmy pôsobiace

medzinárodne tak majú možnosť inzerovať aj mimo hraníc, firmy s domácou pôsobnosťou môžu inzerovať len **lokálne**.

AKTUÁLNE inzeráty KONKRÉTNE informácie

Uverejnenie inzerátov je časovo obmedzené. Pre opätovné uverejnenie musí byť inzerát po uplynutí platnosti

zaktivovaný užívateľom. Systém umožňuje zadávať konkrétne informácie, nie všeobecný balast typu "sušíme rezivo" ale presné informácie napr. "od 12.júla do 31.augusta máme voľnú kapacitu sušiarne".

NEWSLETTER notifikácie

Automatické zasielanie upozornení na vybraný druh komodity. Na nový inzerát z vybraného okruhu príde užívateľovi upozornenie.

OTVORENÝ systém ŽIADNE reštrikcie a blokovania

Celá inzercia ako aj kontaktné údaje inzerentov sú **plne k dispozícii** aj neregistrovanému návštevníkovi, čím je dosiahnutá najvyššia možná rýchlosť vzájomnej komunikácie a maximálna efektivita.