

Lejla Softić, dipl.oec.¹

Značaj web stranice u implementaciji marketing strategije

"It feels better to be more connected to all these people. You have a richer life."

- Mark Zuckerberg

Cijelu sedmicu sam se bavila izmjenama na redizajniranoj web stranici www.savjentik.ba, kao jednom od „tekućih“ aktivnosti. Partneri na ovom projektu su učinili sve da mi „olakšaju“ prijenos cjelokupnog sadržaja, sa postojeće verzije web stranice, na novu web platformu. Pokušavam „zamisliti“: kako bi sve to bilo i izgledalo da nisam imala njihovu podršku? Nagovijestila sam prethodnog mjeseca ove aktivnosti, kroz temu o značaju redizajna. Ukoliko ste pomislili da se sve to dešava na ENTER, onda bi u ovom tekstu trebalo da pronađete neke korisne savjete KAKO je ovom procesu potrebno pristupiti. Ukratko, izaberite poslovne partnere u koje možete imati PUNO POVJERENJE da će ove aktivnosti izvršiti onako kako Vi to želite. Zašto? Zato što će te sve što je dogovoreno, morati dodatno prilagoditi izmjenjenim okolnostima: novoj tehnologiji/alatima, novom dizajnu itd. Tokom procesa kreiranja/izmjene web stranice ne zaboravite na ranije kreiranu ili novo kreiranu marketing strategiju. Zašto? Naime, svjesna činjenice da su za kreirane poslovne procese potrebne dodatne promjene, iste nisam mogla izvršiti u jednom koraku. Zato sam ovaj posao podijelila na 2 koraka: redizajn sa prijenosom sadržaja na „novu“ web stranicu, te naknadno uređivanje baze podataka. To da će „uređivanje“ postojeće baze podataka biti sastavni dio redizajnirane marketing strategije, nisam mogla „objašnjavati“ IT partnerima na ovom projektu. Zato, u ovom trenutku, pišem o tome na ovom mjestu. Zašto? Sa nadom da će Vam moja iskustva u redizajnu vlastite web stranice pomoći u Vašem budućem „uređivanju“ Vašeg virtuelnog okruženja.

1. Definicija pojma: web stranica i web dizajn

Web stranica² je izvor informacija koje možete vidjeti ili pročitati na internetu koristeći internet pregledač. Najčešće su u HTML ili XHTML formatu i većinom sadrže linkove preko kojih možete posjetiti neku drugu web stranicu. Web stranice mogu biti smještene na lokalnom računaru, intranet serveru ili na web serveru. Većinom su kombinacija teksta i slika i „uljepšane“ su web dizajnom, a neke od njih sadrže i audio ili video fajlove.

Web dizajn³ je disciplina dizajna koja se bavi izradom web stranica, portala i drugih web rješenja. Predstavlja zahvat koji, po nekim pravilima, u sebe uključuje: grafički dizajn odnosno teoriju boja, tipografiju, dizajn informacija, hipertekst teoriju, sistemski dizajn, programiranje, dizajn procesa, dizajn mreže i servera, poslovni model, reklamu, dizajn korisničkog interfejsa i menadžment projekta. Web dizajn može se posmatrati (kao pojam) dvojno: izrada vizuelnog rješenja web sajta, izradu i implementaciju vizuelnog rješenja web sajta. U drugom slučaju koji je sveobuhvatniji podrazumijeva se da "web dizajner" posjeduje dovoljno iskustva u jeziku namijenjenom web preglednicima u HTML jeziku.

Iako pišem o internet marketingu, web stranicama i web dizajnu nisam specijalista za „tehničku“ stranu ovog projekta, nego za biznis stranu i ono što web stranice „znače“ krajnjim korisnicima. To znači da sam i sama KORISNIK alata koje mi ponude IT specijalisti/konsultanti. Ali, to i dalje znači da marketinšku stranu web stranica poznajem „prilično“ dobro. To da sam segment migracije podataka, što znači cjelokupno prethodno objavljene sadržaje na web stranici, dodatno „upoznala“ kroz redizajn vlastite web stranice (www.savjetnik.ba) daje mi za pravo da napišem ovaj tekst.

1 SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 (BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: lejla.softic@savjetnik.ba

2 Izvor: http://bs.wikipedia.org/wiki/Web_stranica

3 Izvor: http://bs.wikipedia.org/wiki/Web_stranica

2. Zašto je potrebno imati web stranicu ?

Može zvučati „grubo“, ali i nakon skoro pola decenije afirmacije virtuelnog poslovanja u realnom sektoru u BiH, još uvijek nailazim na veliki broj privrednih subjekata koji nemaju vlastitu web stranicu. U 21. stoljeću tj. vremenu DIGITALNE ekonomije meni je to NEZAMISLIVO. Međutim, saznajem da je to „određenoj“ vrsti poslovnih ljudi u BiH sasvim normalno. Uobičajeni odgovori na pitanje: Zašto nemate web stranicu? ...bili su: Nama to ne treba. Slijedeće pitanje, za one koji imaju web prezentaciju...ali istu nisu „osavremenili“ prilično dugo je bilo: Zašto nije urađen redizajn web stranice? Odgovor možete već i sami znati: Nama to ne treba.

Ukoliko ste USTRAJNI da „proširite“ vidike...i jednih ..i drugih....kao što ja to činim....pokušati će te na ovako definisan odgovor ...dati određenu ARGUMENTACIJU....koju će „druga“ strana... prije shvatiti kao KRITIKU, a ne kao dobornamjerni SAVJET. Koja je bila moja argumentacija? Prvo, što sam znala navesti jesu ulaganja tih privrednih subjekata u FIZIČKU imovinu društva i obrazloženje koliko je „malo“ finansijskih resursa neophodno za jedno ulaganje u web stranicu.....te prednosti da za Vaše poslovanje saznaju ŠIROM SVIJETA. Što INTERNET kao medij u svojoj suštini JESTE! Druga argumantacija je bila da KLIJENTI trebaju, sukladno savremenoj marketinškoj praksi, biti INFORMIRANI o svim novostima (npr. novoj ponudi i ostalim novim tehnologijama i alatima koji se koriste u njihovom servisiranju), a kako bi mogli izabrati „pravog“ ponudjača. Priznajem, javno, da moja argumentacija NIJE urodila plodom. Nakon, više od pola decenije, djelovanja kao KONSULTANTICA, u pripremi za ovaj tekst „osvrnula“ sam se i još jednom pogledala oba navedena slučaja, te utvrdila da nisu izvršili nikakve „promjene“ u svom internet poslovanju. Da, naglasim...riječi KVALITET, DIZAJN, MARKETING ...su prisutne u oba slučaja. Samo KONSTATUJEM činjenično stanje! Valjda su „velike“ riječi, danas, puno važnije od KONKRETNIH djela.



Bez da PUNO „pričam“ o potrebnim promjenama u SVIJESTI BH preduzetnika, naročito onih koji nastoje druge EDUCIRATI o nečemu što i sami ne primjenjuju u vlastitoj poslovnoj praksi, u ovom poglavlju ću navesti slijedeće:

- web stranica je POTREBNA jer
 - o je to ZNAK da postojite ne samo u fizičkom, nego i u virtuelnom smislu
 - o svaki privredni subjekt treba da ima određeni „oblik“ promocije, a internet prezentacija putem web stranice/a je „najisplativija“ investicija
 - o Vaše klijente TREBATE kontinuirano OBAVJEŠTAVATI o novostima u Vašem poslovanju: primjenom vlastitog ili „tuđeg“ medija komunikacije
 - o sve Vaše poslovne procese u upravljanju odnosima sa klijentima možete automatizirati kroz ovaj komunikacijski kanal
 - o na taj način možete RAZVIJATI vlastito poslovanje, ne samo na lokano-regionalnom, nego i na INTERNACIONALNOM tržištu.

Ukoliko Vam je i nakon ovih 5 argumenata, neophodna dodatna argumentacija, tada Vam web stranica NIJE POTREBNA, tada Vam je potrebna dodatna EDUKACIJA o savremenim IT i marketing alatima u digitalnoj ekonomiji.

3. „Umrežavanje“ web stranice sa društvenim mrežama

Ono što me POZITIVNO iznenađuje na „domaćem“ tržištu jeste činjenica da se sve više BH privrednih subjekata u vlastitim promotivnim aktivnostima „okreće“ komunikaciji sa klijentima putem društvenih mreža. Također, dodatno želim naglasiti da su „manji“ BH privredni subjekti „prije“ prepoznali PREDNOSTI društvenih mreža za vlastitu promociju, tako da „prepoznajem“ njihovu marketing strategiju i opredjeljenje da izaberu OUTSOURCING usluge društvenih mreža kao model vlastitog prisustva tj. jednog oblika „iznajmljene“ web stranice na „tuđoj“ web platformi. U prethodnom poglavlju, svjesno nisam navela argumentaciju o NEOPHODNOSTI web stranice u smislu: Ako je web platforma „dobra“ za poslovanje Mark Zuckerberg-a, trebala bi da je „dovoljno“ dobra i za BH privrednike. Zato ovu argumentaciju „koristim“ na ovom mjestu, a kako bih ISTAKNULA potrebu ne samo kreiranja vlastite web stranice, nego i njenog povezivanja sa drugim PROFESIONALNIM web stranicama namjenjenim za kreiranje VIRTUELNE ZAJEDNICE organizacije.



Zašto je potrebno „umrežavanje“ vlastite web stranice sa društvenim mrežama? ...bilo bi pitanje ..ukoliko su društvene mreže i same web stranice. Ukoliko ovu virtuelnu „priču“ premjestimo u „fizičko“ okruženje onda bi odgovor mogao biti slijedeći: Privredni subjekti se u fizičkom tj. formalno-pravnom smislu organizuju/registuju kao samostalni subjekti, ali se sa ciljem ostvarivanja zajedničkih interesa i međusobno „povezuju“ u odgovarajuća strukovna udruženja/komore. Isti je slučaj i sa privrednim subjektima u virtuelnom/internet okruženju. Vlastita web prezentacija je neophodna za određene „samostalne“ ciljeve privrednog subjekta, a prezentacija privrednog subjekta na društvenim mrežama je potrebna za ostvarenje određenih tzv. „grupnih“ ciljeva. U te „grupne“ ciljeve može se ubrajati razvoj novih alata koje prepuštate da „razvijaju“ IT specijalisti odgovarajuće društvene mreže(npr. mogućnost upućivanja grupnih poziva na određeni društveni/promotivni događaj i sl.).

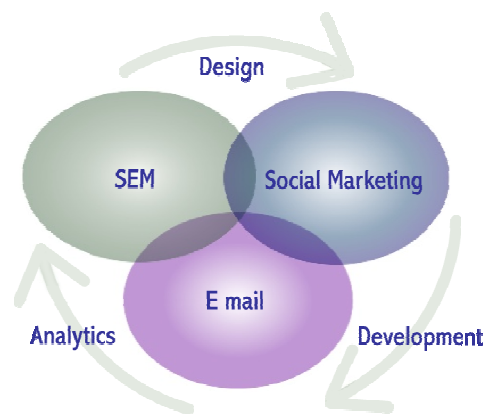
Također, društvene mreže kao BIZNISI zasnovani na web platformi sve više se razvijaju odnosno postoje različiti/specifični vidovi pojedinih društvenih mreža. Da bi privredni subjekt „izabrao“ odgovarajuću kombinaciju društvenih mreža sa kojima će „umrežiti“ vlastitu web stranicu neophodno je izvršiti istraživanje virtuelnog tržišta i izabrati onu/e društvene mreže za koje se očekuje „najbolji“ odziv postojećih „članova“ društvene mreže. Primjećujem, što znači da PROAKTIVNO istražujem i pratim dešavanja na društvenim mrežama, da je kod BH privrednih subjekata najaktuelniji FB. Sa druge strane, „primjećujem“ da je Twiter IN društvena mreža na INO tržištima. Tako je npr. „Selfie“ sa ovogodišnjeg Oscara postao najgledaniji tweet koji je pogledan 780.000 puta. Nadam se da je ova argumentacija o prednostima društvenih mreža i POTREBI privrednih subjekata iz BiH da budu prisutni i na ovom DIGITALNOM mediju dovoljno dobar argument za Vaše „umrežavanje“ web stranice sa društvenim mrežama. Posebnu argumjentaciju za „umrežavanje“ virtuelnog savjetnika (www.savjetnik.ba) sa 3 društvene mreže nisam „tražila“. Iako, marketing strategija koju realiziram nije usmjerena na MASOVNO tržište, nego na CILJANI tržišni segment, opredjelila sam se za FB prisustvo jer je to društvena mreža koja se najviše koristi u BiH, za Twiter jer je to trenutno IN-na „globalnom“ tržištu i LinkedIn jer na toj društvenoj mreži imam „najduži“ profesionalni staž/profil. Da li će to biti Vaš izbor? Da li je to „puno“ za Vaše poslovanje? ...potrebno je da procjenite samostalno. Ali prije toga, ne zaboravite da i te STRANICE...neko treba da UREĐUJE i AŽURIRA !

4. Promocija redizajnirane web stranice

Ima li kraja toj PROMOCIJI?...možete se zapitati. Odmah ću Vam odgovoriti: NEMA ! Upravo zato što nema „kraja“ promociji, prije nego KRENETE u bilo kakve promotivne aktivnosti (virtualne ili klasične) napravite MARKETING STRATEGIJU I PLAN. Ono što „primjećujem“ jeste slijedeće: ukoliko se privredni subjekti opredijele za redizajniranje web stranice, to „obično“ ne izvrše istovremeno OGLAŠAVANJE ovih aktivnosti. Tačnije, ne informišu CILJANU JAVNOST da su izvršili ove aktivnosti i šta to ZNAČI u njihovom budućem poslovanju npr. nova marketing/razvojna strategija i slično. Također, „primjećujem“ da IT kompanije koje se bave ovim uslugama, ne OBAVIJESTE, širu CILJANU JAVNOST o svom poslovnom poduhvatu kojeg su izvršili sa postojećim/novim klijentima. To mi govori da je odgovarajuća MARKETING strategija i planiranje „izostalo“ na obje strane u poslovnom odnosu: dobavljač/klijent redizajnirane web stranice. Takav slučaj u našoj partnerskoj relaciji, pri redizajnu www.savjetnik.ba, NIJE bio MOGUĆ. Tačnije, prije nego što smo dogovorili detalje oko redizajna....utvrdili smo da ćemo ZAJEDNO uskladiti promotivni tekst/obavijest o izvršenom redizajnu web stranice. Da, dogovorili smo i da ćemo pri tome koristiti ZAJEDNO...vlastite baze podatka. To znači da smo imali kreiranu marketing strategiju i plan PRIJE nego smo „krenuli“ sa procesom redizajniranja web stranice. Slike su manje-više preuzete sa interneta, ne kako bih „prevodila“ njihov sadržaj i značenje, nego kako bih NAJKRAĆE PREZENTIRALA:šta i kako smo mi to uradili/radimo.



INTERNET MARKETING PLAN



U razvoju internet marketing strategije, da bi to bio HOLISTIČKI KONCEPT, trebate imati više od jedne strategije. Tačnije neophodno je kreirati strategiju za svaki od INTERNET segmentata koje će te koristiti. Nemam „tajnu“ kada je u pitanju marketing strategija virtuelnog savjetnika, jer je CJELOKUPNI POSLOVNI KONCEPT objavljen na samoj web stranici www.savjetnik.ba, ali za pojedine sadržaje morate biti „ovlašteni“ da ih koristite. Pojedine sadržaje, vlastite marketing strategije, sam „svjesno“ IZOSTAVILA da budu „vidljivi“ svim posjetiocima web stranice. Zašto? Zato jer sam „uočila“ da se pojedini sadržaji sa web stranice www.savjetnik.ba preuzimaju bez navođenja izvora odnosno krši se Zakon o autorskim pravima. Upravo zato ću u promociji redizajnirane web stranice, u narednom periodu naglasiti i ovu činjenicu. Naime, novi LOGO/ŽIG zbog kojeg je izvršen redizajn web stranice je prijavljen kod Instituta za zaštitu intelektualnog vlasništva. Iako će cjelokupni proces ZAŠTITE trajati do početka naredne godine, nadležna lica iz Instituta su naglasila slijedeće: „Ukoliko neko pod Vašim ŽIGOM naruši Vaša autorska/intelektualna prava možete na osnovu Zahtjeva za priznanje žiga tražiti PRAVNU ZAŠTITU.“ To je slijedeći element kojeg želim da naglasim u trenutku kada Vam savjetujem da se opredjelite za internet prezentaciju i korištenje web stranice u vlastitoj marketing strategiji. Od samog početka, na vidnom mjestu istaknite da je sadržaj web stranice Vaše VLASNIŠTVO. Tu mislim od samog naziva izabrane domene, preko objavljenih sadržaja na web stranicama, do baze podataka i poslovnih procesa/tehnoloških postupaka rada koje koristite pri tome. Internet je „moćan“ alat, naročito ukoliko se bavite pružanjem INTELEKTUALNIH usluga na BH tržištu. Zato savjetujem u ovoj oblasti dodati „oprez“ kako u promociji, tako i u ZAŠTITI autorskih i svih drugih prava korištenja web stranice kao jednog od promotivnih alata za vlastito poslovanje.

5. Zaključak

Zaključak bih ovaj puta mogla završiti samo sa slikama. Naime, toliko je mogućih RJEŠENJA koja se za pojedine privredne segmente mogu KORISTITI putem WEB platforme da se ne bih usudila pokušati napisati sve moguće varijacije na zadanu temu. Ono što ću se usuditi napisati u Zaključku ovog teksta jeste slijedeće: veoma malo je kreativnosti i eksperimentiranja u web marketing nastojanjima BH preuzetnika. Da li je to nedovoljno ZNANJE, ISKUSTVO...ili je možda „strah“ od svih MOGUĆNOSTI koje MARKETING i WEB okruženje PRUŽAJU !...još uvijek NE ZNAM.

Baveći se pružanjem konsultantskih usluga, za UNAPREĐENJE i RAZVOJ poslovanja klijenata, zasnovanog na primjeni savremenih tehnologija NEMAM „otpor“ prema...NOVITETIMA..i svemu što je EKSPERIMENT. Mogla bih reći da sam i previše „otvorena“ za NOVITETE i istraživanje svih prednosti koje isti omogućavaju. Također, svjesna sam i rizika koji idu sa uvođenjem noviteta, ali nekako je IZAZOV za primjenom NOVIH RJEŠENJA ..naročito u virtuelnom okruženju... puno veći od „opasnosti“ koje vidim u tom procesu TRANSFORMACIJE sa „klasične“ na digitanu marketing strategiju.



Da ne bih bila pre-optimistična, na samom kraju, želim naglasiti i slijedeće: uže specijalizacije u oblasti primjene digitalnih medija će biti oblast u kojoj će OBRAZOVNI SISTEM(formalni/neformalni) u BiH morati dodatno „uložiti“ napore ukoliko se želi postići konačan cilj. Naime, prema trenutnim saznanjima najveći broj web stranica koje su DINAMIČKE, još uvijek ADMINISTRIRAJU/edituju sadržaje na njima IT specijalisti. Nekada to čine „kao vlastitu uslugu“, umjesto da kreiraju edukativne programe i KVALITETNO obuču korisnike web stranica za samostalno upravljanje svim sadržajima. U određenoj mjeri se i KORISNICI tj. klijenti MORAJU željeti „osamostaliti“ za obavljanje ovih poslovnih aktivnosti odnosno upustiti u IZAZOV samostalnog administriranja vlastite web stranice. Nadalje to znači da su trenutni web alati nedovoljno KLIJENTSKI orjentisani na način da „svako“ može na jednostavan način koristiti web platformu kao marketing alat za vlastito poslovanje.

Zato, u ovom trenutku i na ovom mjestu želim NAGLASITI da imam „sreću“ biti poslovni partner koji je razvio novi produkt koji rješava upravo ovaj problem. Naime, prije godinu dana su mi poslovni partneri prezentirali svoj novi projekat koji je bio u fazi razvoja, a koji je trenutno u komercijalnoj upotrebi: www.mojweb.ba. Upravo ta „neformalna“ prezentacija ovog projekta u razvoju, bila je dodatni motiv za mene da krenem, prošle godine, u pripremu i stvaranje preduslova za realizaciju naredne razvojne fazu u implementaciji vlastite marketing strategije kroz: redizajn i rebranding virtuelnog savjetnika. Ukoliko sve ovo dobro „isplanirate“ onda nije „slučajnost“ da se ove aktivnosti realiziraju u mjesecu kada obilježavate četvrtu godinu poslovanja.

Sa nadom da ste u cijelosti pročitali ovaj tekst, zahvaljujem Vam se za ukazano povjerenje i podršku razvojnim aktivnostima u BH privrednom okruženju.

Šta reći za kraj ovog teksta: želim da u narednom periodu budete u ON-LINE-REAL-TIME-u !..jer tome služe web i drugi digitalni alati u implementaciji marketing strategije u virtuelnom okruženju.