



softconsulting

Internet marketing strategija

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.
Konsultant za poslovni razvoj

Uvod

- Dobar marketing postaje sve važniji dio poslovnog uspjeha.
- Marketing duboko utječe na naš svakodnevni život.
- Kvalitet prisustva na Internetu isključivo zavisi od znanja i sposobnosti angažovanih za taj posao (in-house/outsource).
 - Poznati marketinški principi iz realnog poslovnja uglavnom veoma dobro funkcionišu i na Internetu.
 - Odrediti potrebnu dobitnu kombinaciju različitih marketinških strategija.
- Koraci do prisustva na internetu:
 - Stvaranje “vidljivosti” na Internetu
 - Stvaranje online kredibiliteta
 - Ostvarivanje veza sa zainteresovanim korisnicima.





softconsulting

Ciljevi kvalitetnog prisustva na Internetu

- Prisustvo na Internetu ima smisla i donijeće uspjeh ako je adekvatno osmišljena strategija marketinga.
- Cilj kvalitetnog prisustva na Internetu treba koncipirati kao stalnu komunikaciju sa:
 - Potencijalnim, ostvarenim i stalnim klijentima
 - Poslovnim partnerima
 - radi poboljšanja prodaje proizvoda i usluga.
- Postavljanje nove web prezentacije ili jednostavno zakupljivanje e-mail adrese nikom ništa ne znači sve dok se takvi događaji adekvatno ne objave (propagiraju)-

Konceptualna struktura NOVE e-konomije



- Imati pravu informaciju, u pravo vrijeme, u pravom formatu znači imati:
 - Hardware - fizički dio IS
 - Software - programski dio IS
 - Lifeware - ljudi koji koriste (i kreiraju)IS
 - Dataware - način skladištenja podataka
 - Netware - komunikacijska mrežna rješenja
 - Orgware - organizacioni metodi povezivanja svih prethodnih elemenata u jedinstvenu cjelinu
- Konceptualna struktura i ljudsko znanje
 - materija bez suštine nije ekonomski korisna kategorija

Interaktivnost i holistički pristup

- Interaktivnost - osnovno obilježje interneta
 - omogućena je nova dimenzija kontakata svih sudionika na tržištu, uz poseban naglasak na međusobno povezivanje potrošača
- Nova dimenziju ključnih područja marketinga
 - istraživanje tržišta
 - analiziranje ponašanja potrošača
 - upravljanje marketinškim miksom
 - mjerenjem učinkovitosti marketinških aktivnosti
- Holistički pristup upravljanju aktivnostima internet marketinga na razini svih elemenata marketinškog miksa



Značaj ulaganja u e-poslovanje

- Ulaganja u e -poslovanje
- Kontinuirano se povećavaju
- Procjena učinkovitosti primjene e-poslovanja
- Da li se visokim ulaganjem u e - poslovanje postiže iskorištenje njegovog potencijala?
- Kakav je odnos između ulaganja u e – poslovanje i efekata njegove primjene?
- Uočeni problemi
- Nelogičnost u odnosima između ulaganja i učinaka e-poslovanja
- Neadekvatne metode za procjenu učinkovitosti

Prednosti e - poslovanja

- Povećanje EKONOMIJE (rada i rezultata rada)
- Proširuje se krug potencijalnih klijenata
- Smanjuju se transakcijski (operativni) troškovi
- Kraće je vrijeme trajanja prodajnog procesa
- Smanjuju se troškovi radne snage i resursa
- Poboljšava se kvaliteta usluga
- Dostupnost - 24 sata/7 dana/365 dana
- Interaktivnost

Tržišna konkurentnost i internet

- Prisustvo na Internetu
 - sve važnije i neophodnije
 - skoro sve socijalne i poslovne akcije
 - izvode mnogo brže i efektivnije
- Internet tržište
 - predstavlja zonu u kojoj najčešće nema ograničenja koja nameće klasično (tradicionalno) poslovanje
- Pozicioniranje i povećanje
 - aktivnosti Internet poslovanja predstavljaju neophodnost i potrebu savremenog poslovanja



Marketing alati i internet poslovanje

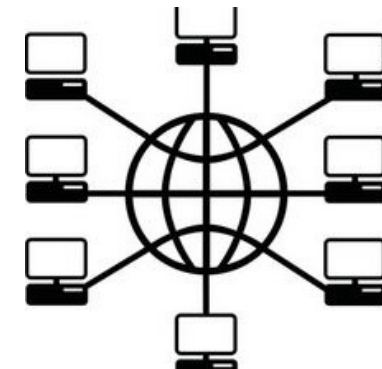


- Internet = glavni alat za dostavu informacija
- Online (internet) marketing: povećanje svijesti o poslovanju preduzeća.
- U današnje vrijeme ako nisi na internetu kao da te nema
- Internet marketing: omogućava mjerenje efektivnost oglašavanja i kvalitetu marketinških kampanja.



Modeli e - poslovanja

- Model poslovanja kompanija sa potrošačima
 - (engl. Business-to-Customer, B2C)
- Model poslovanja među kompanijama
 - (engl. Business-to-Business, B2B)
- Model međusobnog poslovanja pojedinaca
 - (engl. Customer-to-Customer, C2C)
- Model poslovanja javnog i privatnog sektora
 - (engl. Government-to-Business, G2B)
 - (engl. Business-to-Government, B2G)



Cloud computing i e-poslovanje

- Usluga dijeljenja resursa, softvera i informacija obično putem interneta
- Marketinški naziv za tehnologije koje osiguravaju računare, softver, pristup podacima i usluge pohrane podataka
 - ne zahtijevaju krajnjem korisniku dodatno znanje, fizičku lokaciju i konfiguraciju informatičkog sistema: poslovni softver i podaci pohranjeni na serverima na udaljenom mjestu, a aplikacija je dostupna preko interneta

Automatizacija poslovanja

- Ulaganjem u e-poslovanje rijetko se postižu značajniji rezultati ukoliko se pri tome koriste kao osnova zastarjeli poslovni procesi
 - Neuspjeh automatizacije uslijed neizvršena istovremenog reinženjeringa postojećih poslovnih procesa
 - Neadekvatni rezultati automatizacije uslijed neblagovremenog sagledavanja željenih koristi
 - Zastarjela promišljanja i navike ljudi nisu dovoljno dobar motiv za automatizaciju poslovanja

Zaključak

- Tehnološka revolucija
 - bazirana prije svega na IT-a, određuje i mijenja temeljne odrednice modernog društva koje u svim svojim aspektima postaje sve više globalno i međuzavisno, pa je nemoguće govoriti o razvoju određenih segmenata bez poveznica sa trendovima u drugim segmentima.
- Naglasak
 - na interaktivnosti, umrežavanju i individualizmu (personalizaciji) danas je odrednica razvojnih trendova u sferi tehnologije kao i društva.