

Internet marketing

Sve počinje ovako 😊

Internet marketing predstavlja posebnu granu marketinga u kojoj se internet koristi kao osnovni medij za komunikaciju.

Internet marketing omogućava da čak i kompanije koje ne spadaju u red velikih, internacionalizuju svoje poslovanje i budu konkurentne poslovnim gigantima.

Obuhvata korišćenje web prezentacija, pretraživača, društvenih mreža i drugih web instrumenata u svhu stvaranja profita.

Internet marketing predstavlja primenu Interneta, prateće digitalne tehnologije i servisa radi postizanja marketinških ciljeva.



Web prezentacija predstavlja reklamu koja ima suštinske razlike u odnosu na druge vrste reklame kao što su reklamni video spotovi (TV reklame), audio reklame ili štampani vidovi reklama (oglasi, novinske reklame, brošure, katalozi i sl).

Web prezentacija može biti interaktivna (može komunicirati sa ciljnim grupama kojima je namenjena) i za razliku od ostalih, nije nametnuta već *zainteresovani klijenti ili potrošači sami dolaze do nje* što njen efekat čini uveliko jačim (razmislite koliko puta prebacite kanal kada su na redu reklame!)

Porast broja web prezentacija je posledica činjenice da internet postaje najmasovniji medij i da ga s razlogom nazivaju medijem budućnosti!

Već je postao standard da se sva preduzeća (privatna i javna), preduzetnici i organizacije pojavljuju se na internetu ne samo u kontekstu sajtova strukovnih i prodajnih prezentacija već i sa svojim zvaničnim prezentacijama urađenim po svim profesionalnim standardima.

Međutim, postavkom prezentacije na internet ne završava se priča o web marketingu! Naprotiv, adekvatnu Internet prezentaciju treba da prati kontinuirani niz drugih aktivnosti poput opimizacije – **SEO** (Search Engine Optimization) koja podrazumeva niz praktičnih aktivnosti i trikova koji se preduzimaju zarad bolje pozicije u rezultatima pretraživača, zatim, promocije web prezentacija, reklamiranje na drugim web prezentacijama (razmena banera, linkova i sl.), E-časopisi (popularno zvani newsletters ili mailing liste), diskusije i ostali alternativni načini Internet marketinga koji su adekvatni poslovanju određene kompanije.

Neophodno je planski i promišljeno preduzeti sve akcije u vezi s internet marketingom ukoliko se žele postići pozitivni poslovni rezultati.

Za dobar marketing nisu najvažnija velika finansijska sredstva, već znanje i ideje.

Marketing se bavi pitanjima tržišta, potreba na tržištu i načina zadovoljavanja tih potreba, to je proces sticanja lojalnih kupaca za vaše proizvode i usluge u dovoljnom broju i dovoljno brzo da vaše preduzeće postane profitabilno.

Marketing zahteva kontinuiranu analizu, istraživanje, planiranje i praćenje rezultata korišćenjem različitih metoda.



Eksplozivan rast onlajn populacije koja kupuje robu i usluge preko Interneta, uticao je na potrebu za unapređenjem tradicionalnih tehnika direktnog marketinga koje se koriste na ovoj elektronskoj mreži, ali i na pojavu novih oblika tehnika. Stalan rast Internet populacije uticao je na rast obima onlajn transakcija. Globalni prihodi od prodaje robe i usluga putem Interneta beleže konstantan rast, što ovu elektronsku mrežu čini tržištem budućnosti i primorava današnje marketare da fokus njihovih marketinških aktivnosti bude marketing putem Interneta.

Tehnike direktnog marketinga na Internetu razlikuju se od tehnika klasičnog marketinga po tome što propagandu i reklamiranje proizvoda ili usluga ne mora pratiti „treća strana” tj. određeni medij kao što su radio, televizija, novine itd. Umesto toga, prodavac se pre opredeljuje za direktnu komunikaciju sa kupcem pomoću direktne elektronske pošte, elektronskih kataloga, onlajn oglasa itd.

Gore navedene činjenice jasno govore da primenom Internet marketinga, prodavac može izbeći usluge posrednika koji bi vršili reklamiranje i promociju proizvoda ili usluga prodavca. *Izbegavanjem posrednika u lancu, prodavac značajno može da smanji troškove marketinga.*



Merljivost rezultata Internet marketinga

Internet marketing je atraktivan za mnoge online prodavce zbog toga što su **rezultati njegove primene direktno merljivi**. Na primer, ako određena kompanija pošalje 10.000 elektronskih poruka online korisnicima i ako na pomenute poruke odgovori 500 potencijalnih kupaca, onda je potpuno jasno da se u ovom slučaju primena direktnog marketinga na Internetu može izmeriti. Za razliku od većine tehnika direktnog marketinga na Internetu, merenje rezultata ostalih klasičnih tehnika marketinga mora biti indirektno i u većini slučajeva je jako teško ostvarivo.

