

Kako bi posve iskoristile ovu priliku, tvrtke moraju razumjeti stratešku ulogu koju će digitalna tehnologija imati u njihovoj organizaciji i zatim moraju definirati (odabrati/stvoriti) takovu upravu poduprtu grupom stručnjaka koja će im jamčiti provedbu strategije.

Ona će pomoći tvrtki da utvrdi:

-načine na koje digitalna tehnologija može poboljšati iskustvo kupaca i potrošača u cjelokupnom kupoprodajnom odnosu;

-raspon tehnoloških mogućnosti koje može odabrati danas i koje će moći odabrati u budućnosti;

-odluke o ulaganjima koje mora donijeti, kako bi postigli najveću moguću korist od digitalne tehnologije.

formacijama o proizvodima i vezanim uslugama preko svojih mobilnih - digitalnih uređaja; da svi sudionici upotrebljavaju otvorene standarde kako bi i na taj način osigurali inter-operabilne, skladne i isplative aplikacije, suradničke aplikacije za mobilnu (čitaj) trgovinu u digitalnom dobu koje će omogućiti otvorena infrastruktura. Sve to iz jednostavnog razloga što je *komunikacija* kupac/potrošač - tvrtka u digitalnom dobu više od privilegija i samo tako se ostvaruje svečani čin kupnje.

Geste za lojalnost

Tako tvrtke dokazuju kupcima/potrošačima da ih ne gledaju kao brojke, nego kao ljudska bića. Stoga tvrtke i *brandovi* pri kreiranju svojih strategija (misli se programa lojalnosti) *komunikacije* moraju voditi računa o još nečemu vrlo važnom, a to je da kupci/potrošači svoje vrijedne podatke daju na raspolaganje tvrtkama. To je već u startu prilično visoka cijena i jasno je da će posebno u svi-

jetu digitalnih tehnologija – gdje sve više dolaze do izražaja hakiranja i krađe kupci i potrošači očekivati da će im se ta komunikacija isplatiti, i da će od tvrtke dobiti nešto zbilja vrijedno u zamjenu za vjernost i podatke. S druge strane tvrtke te programe lojalnosti mogu iskoristiti kao element diferencijacije od konkurencije, što se dakako, uvijek višestruko vraća tvrtkama. I to je još jedan razlog više zašto bi programima lojalnosti trebalo posvetiti više pozornosti (vremena) i novca s pozicija *komunikacije*. Kako *Marketing week* objašnjava tvrtke bi stalno morale imati na umu da kupci/potrošači s njima dijele zaista osobne podatke, a i da su u potrazi za iskustvom, ne samo za „golim“ shoppingom. Prema *Marketing weeku*, važno je da tvrtke ne traže od kupaca/potrošača previše (dodatne akcije, korake, podatke) i da u komunikaciji, gdje god mogu zadrže element iznenađenja. Taj neočekivani element iznenađenja koji motivira **Kupci/potrošači i digitalno doba - 1.dio** kupce/potrošače da se ponovo vrate – da postanu lojalni kupci/potrošači često se naziva „*bombonom zadovoljstva*“ - samo zadovoljni kupci postaju lojalni kupci. No, ono što u digitalnom dobu kupci/potrošači očekuju je da taj „*bombon zadovoljstva*“ bude *personaliziran* – jer lijepa gesta se cijeni.

U tom pravcu tvrtke šalju personalizirane darove-nagrade, pisma, poruke, čestitke na adrese kupaca/potrošača, a oni pak, vrlo često taj „*bombon iznenađenja*“ podijele na društvenim mrežama – sve značajnijem obliku komunikacije. I premda takvo nagrađivanje lojalnosti zvuči trivijalno, bazično, previše jednostavno, činjenica jest da kupci/potrošači vole takove poteze tvrtki. Kupci/potrošači moraju znati da se tvrtka brine za njih i ne tretira ih kao brojke već *komunicira*, dijeli i dobro i zlo sa svojim kupcima i potrošačima. ■

NOVA KNJIGA ZA SPORTSKE UDRUGE I SPORTAŠE!



IZ SADRŽAJA KNJIGE IZDVAJAMO:

- Oporezivanje dohotka sportaša i plaćanje doprinosa
- Oporezivanje sportaša prema međunarodnim ugovorima o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja i plaćanje doprinosa
- Sportska dionička društva, sportske udruge i sportaši u sustavu PDV-a
- Osobe koje nisu redovni porezni obveznici i koji su registrirani samo za potrebe PDV-a
- Plaćanje PDV-a na sportska događanja
- Oporezivanje transfera sportaša
- Sportska dionička društva, sportaši i sportske udruge u sustavu poreza na dobit

Broj strana: 280 /Autor: Milivoj Friganović

Narudžbenica

Naziv: _____

Ime i prezime: _____

Adresa: _____

Tel./Fax: _____

e-mail: _____

Da, želim naručiti knjigu **OPOREZIVANJE SPORTAŠA, SPORTSKIH UDRUGA I DRUGIH OSOBA U SPORTU** po jediničnoj cijeni od 240,00 kn

Potpis i pečat:

Ispunjenu narudžbenu molimo dostaviti na fax: 01/48 38 099 ili na e-mail: info@udruga.hr
Više informacija možete dobiti na broju telefona 01/4921-742