

adrese na koje se šalju poslovne ponude, informacije i ponude o novom proizvodu ili usluzi. Konkretno, *mailing* liste su velike liste e-mail adresa na koje se šalje promotivna ponuda artikla ili usluge koju tvrtka nudi.

Prijašnja varijanta obavješćivanja potencijalnih kupaca i klijenata je bila slanje pisanog oblika ponude koja je oduzimala puno vremena te je poprilično koštala.

Dok se u digitalnoj verziji slanja „digitalnog pisma“ putem *mailing* liste koriste programi za slanje masovnih e-mail poruka gdje korisnik formira digitalno pismo koje se šalje po željenim grupama korisnika, koje se definira prilikom unosa e-mail adresa u listu. Kada se jednom unesu sve e-mail adrese i postave u grupe, dalje ide sve jednim klikom.

Interaktivne zgrade

Digitalni paneli su segment digitalnog marketinga u velikim i razvijenim zemljama koji se ne smiju zanemariti pošto su postali neizostavni dio u poslovanju moderne firme.

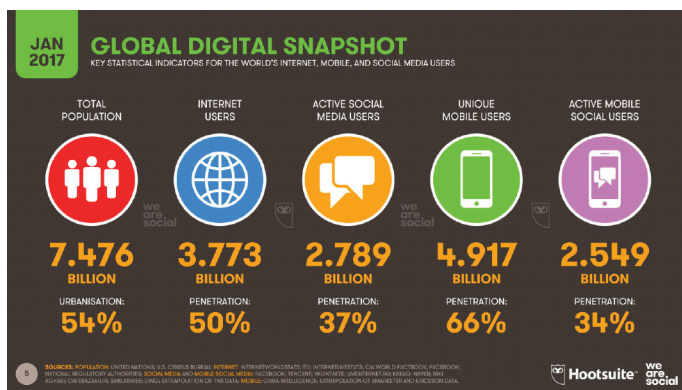
Ono što je bitno naglasiti jest da su u gradovima poput Tokija i New Yorka digitalni paneli izuzetno prisutni i istaknuti iz razloga velike koncentracije stanovnika odnosno prolaznika kroz dijelove grada gdje se svi žele koristiti još jednim alatom digitalnog marketinga.

U RH nije još toliko razvijen ovaj segmenta kao u većim stranim zemljama, ali sam princip je postavljanja digitalnih panela na visoko prometnim mjestima gdje će što veći broj prolaznika vidjeti Vašu marketinšku poruku.

Jedan od primjera digitalnog panela su zračne luke, autobusni kolodvori, željezničke stanice u kojima su digitalni paneli potvrđeni kako isplativ element oglašavanja.

Opojna moć društvenih mreža

Društvene mreže su one platforme koje skupljaju veliki broj pojedinaca, koji imaju mogućnost međusobne interakcije.



Podatci s početka 2017. godine da je ukupan broj populacije 7.476 biliona ljudi od kojih 54% živi u urbanim sredinama. Broj korisnika interneta je bio 3.773 biliona stanovnika odnosno 50% ukupne populacije, 4.917 biliona ljudi su korisnici mobitela odnosno 66% ukupne populacije te broj korisnika društvenih mreža iznosi 2.789 biliona odnosno 37% ukupne ljudske populacije.

Moramo naglasiti da se broj korisnika društvenih mreža povećao spram godine prije za 10%. Mislim da vam ovi podatci govore upravo koliko je zaista veliko tržište koje možete osvojiti putem digitalnog marketinga.

Društvene mreže su upravo one koje sa svojim sadržajem privlače

veliki broj korisnika te unutar njih postoji mogućnost oglašavanja i reklamiranja, a imaju mogućnost podešavanja, odnosno targetiranja kupaca, upravo onih koji su najzanimljiviji tržištu.

Društvene mreže koje su najkorištenije su: Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Snapchat i Pinterest.

Facebooka koji je kod nas najrasprostanjeniji prilagodio se te se na njemu možete oglašavati, te tako doprijeti i doći do vaših potencijalnih kupaca ili novih poslovnih partnera. Zanimljivo je koliko je Facebook omogućio zanimljivih opcija marketinškim stručnjacima koji kreiraju kampanju. Kada kreiram facebook kampanju moram znati da li želim brendirati proizvod, informirati postojanje proizvoda-usluge ili prodaju proizvoda jer unutar sučelja facebooka imam pregršt opcija koje treba pravilno postaviti. Točno se može odrediti kome će vaš oglas biti plasiran, znači osobama od koliko do koliko godina, kojeg spola, kojih interesa, geo-lokacije i još dosta drugih koji su na kraju vaši potencijalni kupci kojima će oglas biti prikazan.

Tražilice

Tehnologije pretraživanja su jedan od najmoćnijih alata u digitalnom marketingu. Najpoznatiji pretraživači interneta su Google, Yahoo, Bing. Upravo oni se sve više razvijaju i šire iz jednostavnog razloga, najbolje i najbrže mogu unovčiti sve alate koje integriraju, a većina se koristi za digitalni marketing.

Svaki korisnik ih koristi kada želi nešto pretraživati na internetu, i to je ono što je njihova najveća prednost. Korisnik upisuje točan pojam svoga interesa, te mu internet tražilica na samom vrhu rezultata ispisuje plaćene oglase.

Tvrtke imaju običaj koristiti ovu vrstu digitalnog marketinga jer se sam broj prikazivanja oglasa ne naplaćuje sve dok korisnik klikne na oglas koji ga vodi na web stranicu ili web shop tvrtke gdje je taj proizvod ili usluga opisana. Ovim načinom tvrtka je sigurna da korisnik koji koristi internet tražilicu je pravi potencijalni kupac za njegov proizvod ili uslugu.

Bila vaša firma ona s dugogodišnjom tradicijom ili je tek osnovana, digitalni marketing je bitan faktor ostanka-napredovanja, razvoja ili širenja vaše firme. Vaša usluga ili vaš proizvod je odličan, kvalitetan bez premca, ali jednostavno vaši potencijalni kupci ne znaju za vas. Upoređujući klasične načine marketinga, digitalni marketing je cjenovno najprihvatljiviji, a najtočniji u *targetiranju* Vaših potencijalnih kupaca-korisnika.

Domagoj Zušćak, certificirani Google Adwords stručnjak



Digitalni marketing - marketing novog doba

Obratite nam se i zaplovite u marketing novog doba, gdje će Vam Google Adwords certficirani stručnjak napraviti analizu i ponudu.

www.pyrius-informatika.hr, e-mail: domagoj.zuscak@pyrius-informatika.hr, mob: 092/308-4765