



BIZNIS MLADIH

Program edukacije i
mentorstva za mlade
preduzetnike



DIGITALNI MARKETING

Ovaj e-book uradjen je kroz projekat Biznis mladih - Program edukacije i mentorstava za mlade preduzetnike koga realizuje Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) u saradnji sa Unijom mladih preduzetnika Crne Gore.



Objavljeno zahvaljujući podršci Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID) kroz projekat Regionalni ekonomski rast (Regional Economic Growth - REG) AID-OAA-C-13-00139.

Stavovi iznijetiu ovoj publikaciji su stavovi autora i ne moraju obavezno da odražavaju stavov Agencije SAD za međunarodni razvoj.

DIGITALNE VJEŠTINE

Kao alat za marketing u bilo kojoj poslovnoj industriji.

Razvoj savremenih internet tehnologija danas omogućuje jednostavno i brzo usvajanje potrebnih znanja iz bilo koje oblasti. U tom kontekstu, potrebno je upoznati osnovne načine prepoznavanja i upotrebe jednostavnih pravila korišćenja važnih dostupnih tehnologija, da bi se brzo i efikasno usvojila znanja iz oblasti marketinga. Pogrešno je misliti da su digitalne vještine važne samo za specifične poslove kao što su web development (razvoj) ili web design. Ipak, prije nego što odlučite da je digitalni marketing prava stvar za vas, morate da razumijete šta on zapravo predstavlja, uključujući i ono što ga razlikuje od tradicionalnog marketinga, neophodne vještine, ali i način na koji možete da ih steknete.

Digitalni marketing je oblast marketinga koja se prevashodno bavi kreiranjem onlajn strategije u cilju brendiranja i pospješivanja vidljivosti neke kompanije na internetu.

Takođe podrazumijeva promociju korišćenjem digitalnih komunikacionih kanala kako bi određena poruka došla do primarne publike.

Ukoliko pratite određene brendove ili influencersere na instagramu to znači da svakog dana imate priliku da doživite digitalni marketing. Isto važi i kada uđete u Google pretragu. Marketing se oduvijek odnosio na vezu sa publikom, na pravom mjestu, u pravo vrijeme. Danas, to znači da moraš da se sastaneš sa njima tamo gdje najviše vremena provode- na internetu. S obzirom da je internet jedno ogromno, virtuelno mjesto, digitalnim marketingom se bave svi oni koji koriste veb sajt za reklamiranje svojih proizvoda. Pravilo broj jedan koje se tiče marketinga je to da morate znati kako da napravite pravu ponudu i da je predstavite u najboljem mogućem trenutku. Digitalni marketing vam pomaže da sve to uradite i da dođete do vaših idealnih kupaca tamo gdje oni već jesu. (onlajn)

DIGITALNI I TRADICIONALNI MARKETING

Digitalni i tradicionalni marketing imaju istu fundamentalnu misiju a to je identifikovanje ciljne grupe i njihovih potreba, te povezivanje te iste ciljne grupe sa proizvodima koji ispunjavaju te potrebe. Međutim, povezivanje sa kupcima u virtuelnom prostoru podrazumijeva različite metode povezivanja od tradicionalnog marketinga. Digitalni marketing zamijenio je većinu tradicionalnih marketinških taktika jer je dizajniran tako da dopre do današnjih potrošača.

On predstavlja promovisanje i prodaju proizvoda i usluga koristeći onlajn marketing kao npr. marketing na društvenim mrežama, pretraživački marketing ili e-mail marketing. Razmislite o poslednjoj važnoj kupovini koju ste obavili. Možda ste kupili kuću, ili pak pozvali majstora da vam popravi krov... Bez obzira na to šta je u pitanju, vjerovatno ste počeli tako što ste pretraživali po internetu kako biste saznali više

o dostupnim rješenjima, ko ih je obezbijedio i koje su to najbolje ponuđene opcije. Vaša konačna odluka o kupovini se zasnivala na recenzijama koje se pročitati, kao i karakteristikama i cijenama koje ste istražili. Većina odluka o kupovini počinje onlajn.

PROMOCIJA I PRODAJA PUTEM DIGITALNIH MEDIJA

Digitalni marketing se i ne razlikuje toliko od običnog maketinga, razlika je samo u alatima koji se koriste kako bi se došlo do kupaca. Alati digitalnog marketinga pružaju brojne prednosti u odnosu na stare metode marketinga.

U oba slučaja (digitalnog i običnog marketinga), organizacije nastoje razviti uzajamne korisne odnose sa potencijalnim klijentima.

MEDIJI ZA OGLAŠAVANJE

Google pretraga za vama najvažnije ključne riječi je inače najjednostavniji način za pronalaženje vama najvažnijih medija za oglašavanje. Vama najvažniji mediji za oglašavanje za većinu bitnih ključnih riječi se nalaze na prvim stranama rezultata pretraživanja.

PRIMJER 1: Vašu ponudu proizvoda postavite na platforme za prodaju, kao što su Amazon, E-bay, Limundo... Vašu ponudu usluga postavite na najveće onlajn poslovne adresare. Možete koristiti različite tipove internet oglasnika, kao što su PolovniAutomobili.com, Poslovi.Infostud.com..., ako vaša ciljna grupa prati takve oglasnike.

PRIMJER 2: Ako je vaša ciljna grupa aktivna na društvenim medijima, kreirajte vaše naloge na platformama kao što su Fejsbuk, Instagram... Za korišćenje društvenih medija je potrebno više znanja iz oblasti onlajn komunikacije nego što je to potrebno za platforme preko kojih se mogu direktno prodavati proizvodi i usluge. Društveni mediji nisu svim firmama najvažniji način promocije. Neki društveni mediji daju veće, a neki manje efekte. Testirajte ih!



STRATEGIJA DIGITALNOG MARKETINGA

Važno je razviti strategiju digitalnog marketinga koja vas stavlja u sva mjesta na kojima se vaši pratioci već druže.

U digitalnom marketingu način na koji izvršavate vašu strategiju je ključan.

Rad na kompjuteru ne može se naučiti tako što se „nabifla“ određeni broj knjiga – potrebno je raditi na kompjuteru da bi se sve to naučilo. Isto važi i za sve vezano za internet, uključujući i digitalni marketing.

Koristite platforme preko kojih možete brzo i lako doći do ciljnih grupa vaše kompanije. Vama najvažnije onlajn platforme se nalaze među prvima na pretraživačima za vama najvažnije ključne riječi.

Najvažniji alati za početak korišćenja interneta u poslovne svrhe na sopstvenom veb sajtu su Google Analytics, Google Search Console, Campaign URL Builder, SimilarWeb, ...

Na osnovu testiranja ovakvih alata vidjećete koji od njih odgovaraju vašim potrebama, a koji ne.

PRIMJER: McDonalds nije primarno u poslu kreiranja brze hrane, već u poslu iznajmljivanja nekretnina. Ova firma je vlasnik svih nekretnina u kojima se nalazi McDonalds po svijetu. Preporuka je da pogledate film “The Founder”.

Dalje, proučavajte šta rade na različitim internet servisima (društvenim medijima) druge kompanije, pojedinci, prijatelji... Izdvojite ono što vam se dopada, pokušajte da razumijete zašto vam se to dopada, i pokušajte to da primijenite kod vas i u vašoj kompaniji. Isto tako, proučite šta vam se ne dopada šta rade ove kompanije i pojedinci, pokušajte da razumijete zašto vam se to ne dopada - i onda to nemojte ni koristiti.

OSNOVNO PRAVILO KOMUNIKACIJE NA INTERNETU GLASI: „NEMOJTE DRUGIMA RADITI ONO ŠTO NE ŽELITE DA DRUGI RADE VAMA“.

Da biste naučili kako se rade određene tehnike promocije koristite Jutjub tutorijale, različite tekstove, onlajn obuke, seminare. Toga ima na svim jezicima, samo treba biti uporan. Važno je da naučeno isprobate. Možete npr. napraviti lični blog i tamo probati naučeno. U knjizi Digitalni Pre-Marketing je objašnjeno kako da veoma brzo shvatite da li je određeni izvor učenja dovoljno dobar za vas ili ne.

Možete naučiti da koristite besplatne onlajn alate za izradu veb sajta (npr. Blogger.com), kao i alate za praćenje efekata onlajn aktivnosti.

BENEFITI DIGITALNOG MARKETINGA

Digitalno prisustvo će vam pomoći na sledeće načine:

- Pomoći će vam da pretvorite nove kupce u ljude koji kupuju više, sve češće
- Kupac će uštedjeti svoje vrijeme, tako što ćete mu vi predstaviti pravu ponudu u pravo vrijeme

Da li je važnije da prodate proizvod ili uslugu na određeni način, ili da prodate to? Korisnicima je važnije da oni svoj posao urade na njima najjednostavniji način. Nije im važno da to urade na vama najefikasniji način.

PRIMJER: Kada se insistira da korisnici popune formular na sajtu, umesto da podatke izdiktiraju telefonom.

- Prema Filipu Kotleru "Marketing predstavlja zadovoljenje potreba i želja kroz proces razmjene"
- Prema referentnoj instituciji AMA „Marketing je skup aktivnosti, strategija i procesa kreiranja, komunikacije, isporuke i razmjene ponuda koje imaju vrijednost za kupce, klijente, partnere i društvo u cjelini“.
- Chartered Institute of Marketing definiše marketing kao „Menadžment proces odgovoran za profitabilno identifikovanje, predviđanje i zadovoljavanje potreba kupaca“.

Bez obzira na definiciju, komunikacija je ključni segment marketinga jer da bi potencijalni kupci razumjeli koju vrijednost vi njima nudite da bi oni zadovoljili svoje želje i potrebe - tu vrijednost morate da im komunicirate! Drugim riječima kvalitet komunikacije između kompanije i korisnika definiše uspjeh prodaje određenog proizvoda i usluge.

Marketing se može posmatrati kao proces upravljanja očekivanjima korisnika tokom cjelokupnog ciklusa komunikacije sa korisnikom. U kontekstu posmatranja marketinga iz perspektive komunikacije, može se reći sledeće: Branding predstavlja odnos između mišljenja korisnika o obećanju koje kompanija daje svojim promotivnim porukama prije prodaje, sa iskustvom korišćenja proizvoda i usluga nakon prodaje.

Digitalni marketing se može posmatrati i kroz marketinške aktivnosti koje se sprovode preko novih komunikacionih medija (mobilni telefon, internet, video igre). Možda i najbolja (manje poznata) definicija marketinga glasi:

“MARKETING JE PONAŠANJE KOMPANIJE NA TRŽIŠTU.”



ČETIRI GLAVNE KOMPONENTE MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI

Kada se sve "sabere i oduzme" za shvatanje oblasti marketinga potrebno je razumjeti 4 glavne komponente ove aktivnosti koje se provlače kroz skoro sve definicije marketinga:

1. Potrebe i želje kupaca- Da bi bilo prodaje, mora da postoji potreba i želja. Ako ne postoji, ta potreba ili želja se mora generisati.
2. Vrijednost- Da li i kako korisnik razumije vrijednost proizvoda u kontekstu zadovoljavanja njegovih/njenih želja i potreba.
3. Komunikacija- Na koji način kompanija razumije potrebe i želje korisnika za kreiranje i plasiranje vrijednosti proizvoda u očima korisnika, i kako korisnik razumije tu vrijednost u odnosu na mogućnost zadovoljavanja potreba i želja.
4. Profitabilna razmjena- Da li su poslovne aktivnosti oko kreiranja i plasiranja proizvoda održive, pod kojim uslovima i u kom roku su one održive.

U savremenom poslu iz oblasti marketinga najvažnije je poslovno razumjeti rezultate promotivnih aktivnosti. To se postiže korišćenjem alata kao što je Google Analytics za definisanje i praćenje različitih metrika koje lako pokazuju naredne korake u poboljšanju promotivnih aktivnosti.



IPER - Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj

Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj (IPER) je ekonomski think tank koji pruža podršku razvoju preduzetništva i privatnog sektora u Crnoj Gori. IPER sprovodi istraživanja u oblasti najvažnijih društvenih i ekonomskih tema, priprema preporuke za razvoj politika, sprovodi aktivnosti edukacije i mentorstva, i na taj način doprinosi povećanju kvaliteta života crnogorskih građana. Misija IPER-a je da kroz programe, projekte i aktivnosti zastupanja promoviše i realizuje u Crnoj Gori ideje slobodnog tržišta, preduzetništva, privatnog vlasništva u otvorenom, društveno odgovornom i demokratskom društvu sa vladavinom prava.

Od 2011. godine, IPER je registrovan kod Ministarstva nauke kao naučno-istraživačka organizacija.

Više detalja na: www.iper.org.me

UMP - Unija mladih preduzetnika

Unija mladih preduzetnika Crne Gore postoji radi podsticanja preduzetništva među mladim ljudima u Crnoj Gori, starosne granice do 35 godina.

Vizija UMPCG je nova Crna Gora u kojoj svi mladi ljudi dostižu svoj puni potencijal i sami oblikuju svoju budućnost svojom snagom i samopouzdanjem.

Unija podstiče pravi duh preduzetništva stvaranjem okruženja u kojem mladi preduzetnici mogu da se povežu i podrže jedni druge, čime bi doprinijeli razvoju sopstvenih preduzeća, a pod uticajem najmoćnijih izvora informacija i motivacija na raspolaganju.

Misija Unije jeste da se uspostavi nacionalna komunikaciona i resursna mreža za sve mlade preduzetnike, koja bi ih povezivala i kojom bi se svim mladim preduzetnicima obezbijedile relevantne i pravovremene informacije, koje i jesu najveći alat za jačanje poslovanja.



Dizajn:



QQRIQ