

**Digitalni marketinški posrednici** u oblasti predstavljanja, IMK-a i prodaje su:

- **Direktorijumi** – strukturisani onlajn imenici registrovanih sajtova po određenim kategorijama; mogu da budu opšti, komercijalni i specijalizovani (npr. Yahoo! Directory <http://dir.yahoo.com/>, Poslovni direktorijum <http://www.poslovnidirektorijum.com/>).
- **Pretraživači** (npr. Google <https://www.google.com/>, Bing <http://www.bing.com/>, Yahoo <http://www.yahoo.com/>, Krstarica <http://www.krstarica.com/>).
- **Portali – „onlajn izdavači“** (*online publishers*) koji deluju kao „prolaz“ ka informacijama i uslugama raspoloživim na internetu koje pružaju pretraživači i direktorijumi ka drugim uslugama kao što su personalizovane vesti, besplatni imejl i sl. (Chaffey and Ellis-Chadwick, 2012). Portali obuhvataju više različitih delova koji posetiocima pružaju brojne informacije i usluge iz različitih izvora. Korisnike preusmeravaju ka sopstvenim i/ili sadržajima drugih onlajn aktera. Razlikuju se sledeći portali:
  - ✓ Horizontalni ili funkcionalni portal – pruža niz usluga, kao što su: pretraživač, direktorijum, vesti, upravljanje ličnim informacijama, kupovina itd. (npr. Yahoo! <http://www.yahoo.com/>);
  - ✓ Vertikalni portal – obuhvata određeno tržište, kao što je građevinarstvo, nekretnine itd. sa novostima i dodatnim servisima (npr. Srbija-Nekretnine.org <http://srbija-nekretnine.org/>);
  - ✓ Medijski portal – u fokusu su vesti o potrošačima, biznisu ili zabavi (npr. Google News <https://news.google.com/>, Naslovi.net <http://www.naslovi.net/>, YU Portal <http://mediji.yuportal.com/>, Puls <http://www.pulsonline.rs/>);
  - ✓ Društvene mreže (Fejsbuk, Linkdin, Gugl+);
  - ✓ Geografski portal – može da bude horizontalni i vertikalni (npr. verzije Jaha! po zemljama);
  - ✓ Obrazovni portal – može da bude horizontalni i vertikalni (npr. Educomp <http://www.educomp.rs/>);
  - ✓ Portal za pretragu – u fokusu je pretraga, odgovori na pitanja poput portala Ask.com <http://www.ask.com/> (prvobitno pod nazivom Ask Jeeves) (npr. Google <https://www.google.com/>);
- **Partnerske organizacije** (*affiliates*) – onlajn posrednici promovišu prodavca obično na osnovu ugovora o proviziji ili direktno na osnovu partnerske mreže (npr. portal Srbija-Nekretnine.org <http://srbija-nekretnine.org/> nudi mogućnost partnerske pretplate agencijama za nekretnine);
- **Internet i mobilne verzije tradicionalnih medija** – novina, časopisa, radija, TV-a itd. (npr. Politika Online <http://www.politika.rs/>, Taboo časopis sveta marketinga <http://www.taboomagazine.org/>, Radio-televizija Srbije <http://www.rts.rs/>).
- **Onlajn-mediji na koje organizacije uglavnom ne mogu direktno da utiču**, kao što su npr. mediji koje kreiraju potrošači (*user-generated media*), društveni mediji (npr. forumi, društvene mreže – Fejsbuk, Tvi-ter, Linkdin, blogovi), klubovi potrošača (npr. Ford Club Serbia <http://www.fordclubserbia.org/forum/>).
- **Agencije za digitalni marketing** (npr. MRM Worldwide <http://www.mrmbelgrade.com/>, Fastbridge <http://www.fastbridge.rs/>, WEBelgrade <http://webelgrade.com/sr/>, HUGE media <http://hugemedia.rs/>, Digital ST <http://www.digitalst.rs/>).
- **Sajtovi koji omogućavaju poređenje** cena, karakteristika i ukupne vrednosti proizvoda različitih organizacija – agregatori/pretraživač cena (*aggregators/price engine*) za jednu ili veći broj kategorija proizvoda (npr. Eponuda.com <http://www.eponuda.com/>, Bolja Veza <http://boljaveza.rs/>, MojNoviAuto.com <http://www.mojnoviauto.com/>, PriceGrabber.com, Inc. <http://www.pricegrabber.com/>).
- **Sajtovi koji omogućavaju ocenjivanje i komentare** (npr. Oцени <http://www.oceni.rs/>, TripAdvisor [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com/), forumi, blogovi, društvene mreže i ostali društveni mediji).
- **Virtuelni – onlajn distributeri** koji se dalje mogu klasifikovati:
  - ✓ **onlajn prodavci šireg asortimana** (npr. Amazon <http://www.amazon.com/>, Net kupovina <http://www.netkupovina.net/>, eKupi [www.ekupi.rs](http://www.ekupi.rs/), OdlgleDoLokomotive.rs <http://www.odlgledolokomotive.rs/>, Robna-kuca.rs <http://robna-kuca.rs/>, Robna kuća <http://www.robna-kuca.com/>, Euro Market <http://www.euromarket.rs/>).
  - ✓ **onlajn specijalizovani prodavci jedne ili manjeg broja kategorija proizvoda** – npr. onlajn knjižare (npr. Dobra knjiga <http://www.dobra-knjiga.com/>), onlajn prodaja mobilnih telefona, opreme i servisa (Mobilnionline.com <http://www.mobilnionline.com/>), onlajn prodaja obuće (npr. Obuća.NET <http://www.obuca.net/>), onlajn prodaja patika (npr. Sportizmo.rs <http://www.sportizmo.rs/>), onlajn prodaja kozmetike (npr. Saloninfo.rs <http://www.saloninfo.rs/>), onlajn prodaja guma (npr. IPG – Internet Prodaja Guma <http://www.internet-prodaja-guma.com/>), onlajn prodaja alata (npr. MašinelAlati.com <http://www.alatiimasine.com/>), onlajn prodaja avionskih karata (npr. Aerogaga.com <http://www.aerogaga.com/>), onlajn prodaja karata za koncerte (npr. CS Eventim d.o.o. <http://www.eventim.rs/rs/>), onlajn prodaja karata za pozorišta, koncerte, sportske i druge događaje (npr. Tiket klub <http://www.tiketklub.com/>, Ticketing <http://www.ticketline.rs/>), onlajn prodaja ribolovačke opreme za pecaroše (npr. Topfish <http://www.topfish.rs/>) itd.;
  - ✓ **onlajn specijalizovani maloprodavci za određene ciljne grupe** – npr. onlajn prodaja za bebe i njihove roditelje (npr. Babyonline.rs <http://www.babyonline.rs/>).

komunikacija. Konačno, određeni segmenti potrošača više koriste oflajn medije i komunikacije, a svi potrošači su bar u pojedinim situacijama izloženi uticajima oflajn medija i komunikacija. U cilju jedinstvenog i integrisanog predstavljanja organizacije, treba integrisati onlajn i oflajn marketinške komunikacije. U daljem tekstu se opisuju navedeni oblici komunikacija u okviru Fejsbuka.

Organizacije uglavnom kreiraju **stranu** (*page*) radi predstavljanja na Fejsbuku. Neke organizacije kreiraju **Fejsbuk grupu** (*Facebook Group*) umesto strane ili kao dodatak. Ključna razlika između grupa i stranice je što je grupa zajednica ljudi sa zajedničkim interesovanjima, dok strana predstavlja brend ili organizaciju ili neki drugi subjekt korisnicima od kojih su neki „fanovi” (HubSpot, 2012a).

## Digitalni marketing u praksi – primer

### Komunikacije internet knjižare Dobra knjiga putem Fejsbuka

**Dobra knjiga** (<http://www.dobra-knjiga.com/>) je internet knjižara za onlajn naručivanje knjiga.

**Fejsbuk stranicu Dobre knjige** (<https://sr-rs.facebook.com/dobraknjiga>) prati više od 32.000 korisnika navedene društvene mreže, a broj pratilaca se stalno povećava (slika 4.74). Dobra knjiga koristi Fejsbuk kao mogućnost da prati i sluša utiske, komentare i želje svojih korisnika;

angažuje ih (izražavanjem „svidanja”, deljenjem sadržaja i sl.) i prihvata sugestije.

**Sadržaj** Fejsbuk strane *Dobre knjige* prilagođen je korisnicima kojima se obraća. Na Fejsbuk strani *Dobre knjige* su osnovne informacije o knjižari, knjigama u ponudi, dešavanjima, najčitanijim knjigama, književnim nagradama; preporuke za čitanje; akcije; nagradne igre, itd. To sve doprinosi i boljoj prodaji knjiga preko internet knjižare, budući da su u porudžbenicama često knjige koje se preporučuju na Fejsbuk strani.

**Jezik** za komunikacije na Fejsbuku nije isti kao jezik kojim se pišu članci za zvanični sajt ili blog. S obzirom da se sadržaj zasniva na dvosmernoj komunikaciji sa korisnicima jezik mora da bude jednostavan i razumljiv, jer ljudi u svoje slobodno vreme ne žele da slušaju/čitaju zvanične govore.

Izvor: Dobra knjiga, 2014.

Kontinuirano prikupljajte i analizirajte **informacije o marketinškim mogućnostima i opasnostima**, da biste brže i efikasnije, efektivnije i profitabilnije od konkurencije donosili i primenjivali marketinške odluke.

Posle kreiranja strane, sledi promocija radi privlačenja fanova. **Preporuke za promociju kreirane strane su:**

- Stvaranje stranice koja podstiče angažovanje korisnika – korišćenje aplikacija, kao što su diskusione table i okvira za video sadržaje na Jutjubu omogućavaju dodavanje interesantnijeg sadržaja i veće



Slika 4.74. Fejsbuk stranica Dobre knjige

Izvori: Facebook i Dobra knjiga, 2015.

## Digitalni marketing u praksi – primer

### Ljudi, proces pružanja usluga i 10 „zapovesti” internet knjižare Dobra knjiga

Dobra knjiga (<http://www.dobra-knjiga.com/Home.asp>) se bavi izdavaštvom, knjižarstvom i internet prodajom. To je mlada izdavačka kuća, ali jedna od prvih i vodećih internet knjižara u zemlji i regionu, sa preko 16.000 naslova u ponudi. Ono što Dobru knjigu izdvaja od konkurenata jeste prvenstveno odnos prema kupcima, brza i kvalitetna usluga kao i raznovrsna ponuda knjiga.

Jedan od primarnih ciljeva Dobre knjige je zadovoljstvo kupca, tako da je poslovanje usmereno ka kupcima, počevši od naprednog, preglednog sajta, koji je jednostavan za korišćenje, preko stručnog tima zaposlenih koji je na raspolaganju za bilo kakva pitanja, pomoć ili sugestiju, do brze i sigurne isporuke knjiga kupcima. Zaposleni u Dobraj knjizi znaju da se svet konstantno menja, kao što se menjaju i načini komunikacije i poslovanja, te se stalno usavršavaju unapređujući svoj rad i prateći svetске trendove.

Kako je internet kupovina u našoj zemlji još uvek u povoju, i to najviše stoga što se ljudi plaše novina, Dobra knjiga je na svom sajtu predstavila 10 razloga zašto kupovati na internet knjižari, kao i odgovore na pitanja i dileme sa kojima se suočavaju kupci dok se odlučuju za onlajn način kupovine. Da li će knjige stići u predviđenom roku? Da li izgledaju isto kao u datom opisu? Koliko je bezbedno plaćati preko interneta? Da li je cena knjige jednaka onoj koja piše na sajtu? Šta ako u ponudi nema neke knjige koja je potrebna kupcu?

#### Spisak razloga – „Zašto kupovati u internet knjižari Dobra knjiga”:

- **Odnos sa kupcima**  
Tim Dobre knjige čine vredni ljudi koji svojim znanjem, entuzijazmom i ljubaznošću doprinose najboljoj usluzi kupaca. Nama su kupci na prvom mestu. Uvek smo tu za sva Vaša pitanja, sugestije, da predložimo knjige za čitanje... više od 11 godina.
- **Najpovoljnije cene, redovne akcije i dodatni popusti**  
Na internet knjižari Dobra knjiga, cene knjiga su najpovoljnije na tržištu. Radeći sa malim razlikama u ceni učinili smo knjigu dostupnijom za kupovinu i omogućili smo Vam da kupite više knjiga. Obradovaće Vas redovne akcije kao i dodatni popusti za verne kupce. Povremeno podelimo i neki poklon.
- **Najbolja ponuda knjiga na jednom mestu**  
Na internet stranama Dobre knjige pronaći ćete veliki izbor knjiga, biografije Vaših omiljenih pisaca, ažurnu top-listu najprodavanijih knjiga i preporuku za čitanje. Imamo razvijenu saradnju sa preko 500 izdavača i kod nas možete pronaći bukvalno sva dostupna izdanja srpske izdavačke produkcije. Postoji i

mogućnost poručivanja knjiga iz inostranstva, kao i nabavka knjiga na stranim jezicima.

- **Brza i sigurna isporuka knjiga u sve zemlje sveta**  
Svakodnevno šaljemo pošiljke standardnom i brzom poštom u Srbiji i u inostranstvo. Naša usluga je brza jer se Vaše porudžbine odmah realizuju. Profesionalno pakovanje pošiljki kao i saradnja sa vodećim firmama iz oblasti transporta garantuju sigurnu isporuku. Postoji i mogućnost ličnog preuzimanja knjiga u našoj knjižari u Beogradu.
- **Besplatna dostava za porudžbine preko 5.000 dinara**  
Za sve porudžbine iz Srbije koje su veće od 5.000 dinara, knjige dostavljamo o našem trošku.
- **Više opcija za plaćanje** – izaberite onu koja Vam najviše odgovara.  
Kupovinom u internet knjižari Dobra knjiga možete platiti knjige na nekoliko načina: kao fizičko ili pravno lice, pouzećem, karticom, u banci, pošti, preko Western Union-a, Pay Pal-a.
- **Sigurnost ličnih podataka kupca prilikom plaćanja karticama i kupovine**  
Sigurnost Vaših ličnih kao i podataka o kupovini za nas prioritet. Naš partner za obradu kartica je jedna od vodećih svetskih firmi, 2Checkout. Kompletan proces naplate obavlja se na zaštićenim stranicama. Nijednog trenutka podaci o platnoj kartici ne mogu se zloupotrebiti.
- **Mogućnost reklamacije i vraćanja novca**  
Reklamacije se mogu podneti u slučaju kada je isporučeni proizvod oštećen, nekompletan ili ne odgovara specifikaciji narudžbine.  
U slučaju da je reklamacija kupca na kupljeni proizvod opravdana i da se Dobra knjiga i kupac ne mogu drugačije dogovoriti, kupac može da vrati proizvod, dok će Dobra knjiga vratiti novac.
- **Mogućnost nabavke knjiga koje nisu u ponudi, antikvarnih i stranih izdanja**  
Ukoliko preko pretrage ne pronađete neku knjigu u našoj ponudi (novo, antikvarno ili strano izdanje), a želeli biste da je kupite ili se informišete o ceni, možete nam poslati zahtev za nabavku, a mi ćemo se svim snagama potruditi da pronađemo tu knjigu za Vas (ako postoji jedan jedini primerak, biće Vaš ☺).
- **Možete kupovati 24h dnevno**  
U našoj internet knjižari možete kupovati 24 sata dnevno, 7 dana u nedelji, a mi ćemo sve Vaše porudžbine realizovati u najkraćem roku.

Izvor: Dobra knjiga, 2015.

Kontinuirano prikupljajte i analizirajte **informacije o marketinškim mogućnostima i opasnostima**, da biste brže i efikasnije, efektivnije i profitabilnije od konkurencije donosili i primenjivali marketinške odluke.