

Novi trendovi s online predznakom



Sve što ima predznak *off* više nije *in*, a biti *in* znači biti u trendu, znati sve što znaju drugi i malo više od toga, s ciljem da bude-
mo vrhunski u onome što radimo. U tom svjetlu, marketing kakav
smo dosad poznavali, tzv. *offline* marketing, više nije dovoljan.
Svijet u kojem živimo posljednjih nekoliko godina iz dana u dan
širi horizonte, one koji ispred svih naziva imaju predznak *online*.



Ivana Šiškić,
Omega software

Sve to već znamo i svjesni smo činjenice koliko je internet zapravo moćan te koliko je iz temelja promijenio svijet u kojem živimo. Već je odavno prežvakana ona već svima dobro poznata rečenica, a ta je, da nikada nije bilo jednostavnije i lakše pristupiti informacijama, komunicirati s ljudima koji su na drugom kraju svijeta ili podijeliti sadržaje koje želimo da netko vidi, uoči, preuzme i distribuira... Ono što je danas impresivno je beskonačan broj tih informacija i sadržaja koji su nam dostupni te koji rapidnom brzinom rastu i ne nazire im se broj.

TEMELJNA ODLIKA INTERNETA JE BRZINA

Brzina kolanja i prenošenja informacija, mogućnost neograničenog pregleda svih mogućih sadržaja koji prije njegova postojanja nigdje nisu bili zapisani. Da nije interneta, ne bi bilo ni kapitalizma u poznatom nam obliku. On je ubrzao i uvelike izmijenio potrošačko društvo kakvo danas poznajemo. Sve što istražujemo i kupujemo, činimo jednim dijelom ili u potpunosti preko Interneta. Ako govorimo o hrvatskom tržištu, tvrtke koje se bave trgovinom, a svoju ponudu nisu kreirale *online*, prema istraživanju GfK agencije danas gube oko 2,2 milijuna korisnika i potencijalnih kupaca, što je 58 posto građana starijih od 15 godina.

Internet je doveo do sve intenzivnijeg povezivanja okruženja u kojem djelujemo, tako da se danas primjerice s prijateljima dru-
žimo češće nego ikad, ali u virtualnom svijetu. Porast korištenja interneta rezultirao je neminovnim padom nekad toliko važnih, danas sve u isti koš „strpanih“ *offline* medija: televizije, radija, novina i časopisa. Tradicionalni mediji ni u kojem slučaju nisu zanemarivi, no njihov značaj uvelike opada paralelno s rastom interneta.

Bit marketinga je komunikacija, a internet je postao središte razgovora. Pristupamo mu bilo gdje i bilo kad, koristeći pametne telefone, prijenosna i stolna računala i to od kuće, iz ureda, iz knjižnice, škole, fakulteta, kafića, ceste... naprosto nema ograničenja. Nije li fenomenalna spoznaja da ukoliko primjerice želite saznati nešto više o *online* marketingu, sve što je potrebno je ukucati taj pojam tražilicu i saznat ćete *online* sve što je o tome ikad ispisan. Internet je ujedno i nepresušno vrelo znanja, bez kojeg se ne bismo imali priliku toliko razvijati kako na osobnoj tako i na profesionalnoj razini.

MARKETING DANAŠNJICE

Online marketing je marketing novog doba, našeg doba. Obuhvaća široku lepezu strategija koje je moguće primjenjivati zasebno, ali i zajednički u cilju fokusa prema potencijalnom korisniku.

Prije svega, važno je utvrditi gdje se nalazimo u tom moru informacija. Ima li naša tvrtka svoje web mjesto te jesmo li definirali njegove ciljeve? Želimo li svoje proizvode i usluge prodavati, moramo biti *online* i kreirati virtualni svijet, tj. tvrtku na webu. Danas je to *must have* ukoliko želimo opstati na tržištu.

Kreirali smo web mjesto, lansirali *web shop*, što dalje? Rezultat *online* marketinga trebao bi biti povećanje vidljivosti našeg web mjesta, komuniciranje marketinških poruka i što bolje pozicioniranje tvrtke unutar populacije koja se koristi Internetom. Na temelju toga ćemo biti u mogućnosti ostvariti inicijalno postavljeni cilj, što bolju prodaju proizvoda ili usluga.

Najznačajniji oblik komunikacije putem interneta danas je zasigurno *social networking* marketing ili marketing društvenih mreža, koji je u posljednjih nekoliko godina doživio ekspanziju i svakim danom sve više raste broj njegovih sljedbenika. Njegov smisao je mnogo više od kreiranja stranice na Facebook-u ili Twitteru, tu se radi o stvaranju povjerenja između nas i javnosti, naših klijenata/kupca te motiviranja istih da dijele pozitivna iskustva suradnje s nama. Tu im se kroz direktnu komunikaciju možemo približiti na osobnoj razini, bolje razumjeti njihov način razmišljanja te dati više od same kupovine, dati svemu *personal touch* kao dodanu vrijednost koju oni i zaslužuju. Da je Facebook kojim slučajem država bio bi treća najveća država svijeta, nakon Kine i Indije jer danas broji preko 500 milijuna aktivnih korisnika. Prema nekim istraživanjima, ljudi na društvenim mrežama prije svega traže ili daju preporuku, zatim mišljenje te nakon toga dijele i izmjenjuju stečeno znanje. Ta usmena predaja prevedena u virtualni svijet interneta je viralni marketing i oduvijek je bio najjači alat za privlačenje klijenata/kupaca.

Želite li da vaša tvrtka bude dijelom marketinga na društvenim mrežama, pripremite se i budite svjesni da on nikad ne spava, ne završava u 17 sati kao vaš uobičajeni radni dan, već radi danonoćno, a vi ste ti koji morate biti spremni dati odgovor i reagirati u najkraćem mogućem roku. U suprotnom, ne okrećite još tu stranicu.