

SEMINARSKI RAD IZ PREDMETA
MARKETING

Tema : INTERNET MARKETING

SADRŽAJ:

Sadržaj.....	2
Uvod u internet marketing.....	3
Strategije internet marketinga.....	3
Internet promocija.....	4
E-mail marketing.....	5
Optimizacija e-mail marketinga.....	6
E-mail marketing na osnovu date dozvole.....	7
Direktni e-mail.....	7
Spam (neželjena pošta).....	9
Pisanje e-mail poruke.....	10
B2C ; B2B koncepti.....	11
Zaključak.....	12

<http://www.MATURSKIRADOVI.NET/>

Uvod u internet marketing

Internet marketing uopšteno predstavlja korišćenje pretraživanja i prezentovanja na Internetu u cilju sticanja profita. Prezentovanje na internetu predstavlja reklamu koja ima bitne razlike u svim segmentima reklamiranja u odnosu na standardno reklamiranje.

Internet je stvorio virtualno i globalno tržište oslobođeno granica vremena i prostora. Doprineo je i promeni forme marketinga, od tradicionalnog (masovnog) sa "prosečnim potrošačem" i njemu prilagođenim instrumentima marketinga u marketing miks, u pravcu individualiziranog, prilagođenog (customized), ciljnog (one to one) marketinga. Nova forma marketinga usmerena je na individualiziranog internet potrošača putem neposredne interakcije.. Umesto masovnog marketinga na internetu nastaje marketing mase individua, a oglašavanje se transformiše u izbor informacija.

Novo područje marketinga sa istom suštinom su pojmovi online marketing, internet marketing, marketing na internetu. Najčešće se definiše kao zadovoljenje potreba i zahteva potrošača za informacijama, proizvodima ili uslugama, uz adekvatnu finansijsku nadoknadu. Pretpostavka uspešne primene online marketinga je znanje o osnovama sistema i procesa marketinga ili često sad već nazvanog tradicionalnog marketinga. To podrazumeva znanja iz područja marketing istraživanja, planiranja i razvoja proizvoda, distribucije i promocije kao aktivnosti marketinga i o instrumentima marketinga. Dakle, principi i metodi online marketinga potiču od tradicionalnog marketinga a osnovna razlika rezultira u **interaktivnosti**. Naime, subjekti na strani potrošnje i ponude realizuju dvosmerno komuniciranje. Prodavac bilo kada i bilo gde može da stigne do potrošača: na radnom mestu, kod kuće i sl, kao što i potrošač ima daleko veće mogućnosti za kontaktiranje prodavca.

Strategije internet marketinga

Koriscenje mogucnosti Interneta u razvijanju koncepta marketinga (popularno nazivan Internet Marketing) nije nista drugo nego prihvatanje specificnosti koje donosi online pristup za razliku od tzv. off-line ili tradicionalnog pristupa. Zato pod pojmom Internet marketinga podrazumevamo tzv. online marketing koji se odnosi na sprovođenje marketing zamisli koriscenjem javne medjunarodne kompjuterske internet mreze

Poslovni ljudi i biznismeni svoj nastup na Internetu moraju pažljivo planirati u vidu velikog broja različitih davalaca informacija koji su prisutni. Potrebno je obratiti pažnju na intenzitet saobraćaja posetilaca, kvalitet i kompatilnost sa ostalim sadržajima na lokaciji internet reklame, dostupnost te lokacije i veličinu i strukturu određenog tržišnog područja.

Prisustvo na internetu u vidu savremenijeg oglašavanja i na novom mediju se primenjuje u cilju da se podstaknu posetioci koji surfuju Internetom da obrate pažnju na reklamu i da na osnovu te reklame putem **e-mail pošte**, telefonom ili nekim drugim vidom komunikacije stupe u kontakt sa kompanijom.

Transakcije u Interaktivnoj komunikaciji dopustaju obavljanje različitih aktivnosti kao što su **dijalog, prikupljanje informacija, sirenje obavestenja o proizvodima, resavanje odredjenih trzisnih problema i prikupljanje kvalifikovanih adresa kupaca i proizvođača**. Konacno, u interaktivnoj komunikaciji je moguće i zakljuciti prodaju što je cilj svih uspesnih kompanija.

Internet je medij marketinga koji funkcioniše uz najniže i najveće iskorišćenje troškova. **Poruke su dostupne na svakoj tački zemljine kugle uz mogućnost uspostavljanja i održavanja ličnih kontakata sa trenutnim i potencijalnim potrošačima.**

Stoga fenomen Interneta sa stanovišta njegove primene u okvirima sopstvenog marketing koncepta svake organizacije treba posmatrati pre kao revoluciju u komunikacionom nego u tehnoloskom kontekstu. Iz svega prethodnog proizilazi definicija Internet marketinga :

Internet marketing se može predstaviti kao proces planiranja i izvršavanja koncepcije, cena, promocije, distribucije ideja, robe i usluga, pod uslovom prilagođenja komunikacionim aspektima Interneta, u cilju stvaranja razmene koja zadovoljava **ciljeve firme.**

Akcent se mora postaviti na činjenicu da se određeni broj nematerijalnih roba, usluga i ideja može distribuirati putem Interneta, dok se distribucija materijalnih roba organizuje klasičnim sistemima upravljanja transportnim lancima.

Internet promocija

Postoje više vidova Internet promocija , najčešći su :

Web prezentacija

E-mail marketing

Prvi korak u ostvarenju marketinskog nastupa na Internet-u jeste posedovanje prezentacije. Web prezentacija je predstavljanje firme na internetu putem stranica koje sadrže informacije o istoj. Reklama na bilo kom segmentu Internet-a treba da vodi korisnika do prezentacije na kojoj ce potencijalni kupac moci detaljnije da sazna o cemu se radi i da, ako je zainteresovan, komunicira sa dotičnom firmom prvenstveno preko **e-mail** servisa.

E-mail marketing

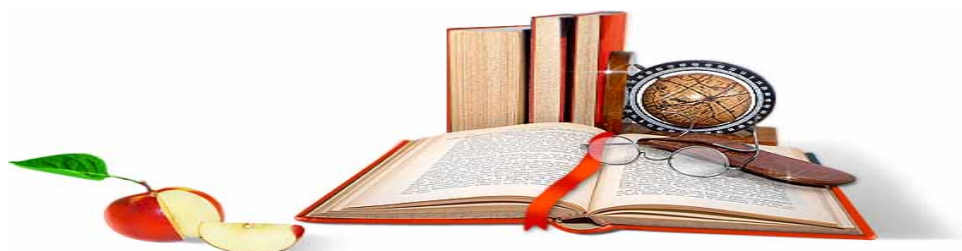
E-mail marketing predstavlja direktnu komunikaciju sa korisnikom (*direktan marketing*). S obzirom na tehnicke (*graficko-multimedijalne*) nedostatke e-maila, njegovu veliku ispomoc cini adekvatna Web prezentacija. U obrnutom slucaju, Web prezentacija proizvoda ili usluga ne moze da pruzi mogucnost direktne dvosmerne komunikacije sa korisnikom koji je eventualno zainteresovan za proizvod ili uslugu.

Ono sto pružaju Web i e-mail servisi Interneta jesu neograničene mogućnosti vezane za poducavanje eventualnih klijenata o proizvodu ili usluzi, pružanje vesti vezanih za tematiku kojom se firma bavi, pružanje vesti o novim proizvodima,

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com