

Da li su svi marketinški stručnjaci lažovi

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 10

UVOD

Osnovni teorem reklamnih stručnjaka "da percepcija pobjeđuje stvarnost".

Marketinški stručnjaci zapravo ne lažu. Oni su samo pripovedači. Uspešni reklamni stručnjaci ne govore o prednostima određenog proizvoda u odnosu na druge. Oni osmišljavaju priče kojima potrošači žele poverovati.

Fokus na potrošača je još uvek dosta usredotočen kroz sam proizvod - mnoge kompanije gledaju na tržište kroz prizmu svog proizvoda ocenjujući kojim klijentima prodati, kako najlakše dopreti do njih. Sledeća generacija radiće posao prema uslovima potrošača.

Da li su svi marketinški stručnjaci lažovi?

U stvari, marketinški stručnjaci nisu lažovi. Oni su samo pripovedači. Potrošači su oni koji lažu. Kao potrošač. Oni svakoga dana uveravaju sebe u laži. O tome kako se odevaju, gde živimo, kako glasaju na izborima i šta radie na radnom mestu.

Uspješni stručnjaci za marketing prosto smišljaju priče u koje potrošači žele da poveruju.

Dobra priča je izvor pravog potrošačkog zadovoljstva. Ona je izvor rasta i dobiti, ali i budućnosti svake organizacije.

Evo zbog čega to deluje: zbog bezrezervne predanosti i potpunog prihvatanja kojim se priča živi njihova priča.

Kako je voda "Fidži" postala jedan od nauspešnijih marki flaširane vode u SAD, mada istovremeno i najskuplja? Da li je zaista tako ukusnija i hranjivija? Naravno da nije. "Fidži" pobeđuje jer njena boca nudi svoju priču.

Marketinški stručnjaci na internetskim društvenim mrežama

Velika marketinška zajednica deluje na internetskim društvenim mrežama već nekoliko godina. Ali nisu svi marketinški stručnjaci isti – barem ne na internetu.

Mnogi stručnjaci tvrde kako novim marketinškim stručnjacima koji pristupaju internetu neće biti lako.

Online sukobi veterana i početnika

S rastućom popularnošću Facebooka i drugih društvenih mreža raste mogućnost osnovnih marketinških pogrešaka na internetu.

Logika je sledeća:

Prva grupa online marketinških stručnjaka sastojala se od ljudi koji su odrasli s internet marketingom i izgradili karijeru na online savjetovanju. Oni imaju dosta iskustva i suočili su se s brojnim pogreškama u radu. Znaju kako se treba ponašati na internetu i pogreške im se više ne bi trebale događati.

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com