

**PRISTUPNI RAD IZ RELACIONOG  
MARKETINGA NA TEMU:**

*Društveni mediji i uticaj društvenih medija na  
potrošače*

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

## Sadržaj

<i>Uvod</i> .....	3
<b>1. Komunikacija od usta do usta (Word of Mouth- WOM)</b> .....	4
<b>2. Definisane društvenih medija</b> .....	5
<b>3. Izazovi i mogućnosti društvenih medija</b> .....	9
3.1. Kolaborativni projekti.....	9
3.2. Blogovi.....	9
3.3. Sadržaj zajednice.....	10
3.4. Društveno umreženi sajtovi.....	11
3.5. Virtuelni svetovi igara.....	13
3.6. Virtuelni društveni svetovi.....	13
<b>4. Upravljanje društvenim medijima</b> .....	15
<b>5. Marketing društvenih medija</b> .....	17
<b>6. Saveti kompanijama koje odluče da koriste društvene medije</b> .....	19
<b>6.1. Načini korišćenja medija</b> .....	19
6.1.1. <i>Mnogobrojnost aplikacija društvenih medija</i> .....	19
6.1.2. <i>Odabrati program, ili napraviti vlastiti</i> .....	20
6.1.3. <i>Usklađivanje aktivnosti</i> .....	20
6.1.4. <i>Integracija konvencionalnih i društvenih medija</i> .....	20
6.1.5. <i>Pristup svima</i> .....	21
<b>6.2. Smernice o tome kako biti „društven“</b> .....	21
6.2.1. <i>Biti aktivnan</i> .....	21
6.2.2. <i>Biti zanimljiv</i> .....	22
6.2.3. <i>Biti skromnan</i> .....	22
6.2.4. <i>Biti »neprofesionalan«</i> .....	23
6.2.5. <i>Biti iskren</i> .....	23
<b>7. Mobilni društveni mediji</b> .....	24
<b>ZAKLJUČAK</b> .....	26
<i>Literatura</i> .....	27

## Uvod

*Nove tehnologije su dovele do velikih promena u obavljanju poslovanja. Konkurentska prednost preduzeća se u takvim uslovima zasniva na sposobnostima razvijanja personalizovanog marketing programa i specifičnih poruka koje su usmerene na precizno definisane ciljne grupe i pojedince. Uspostavljanje procesa interakcije sa potrošačima i njihovo integrisanje u poslovni proces zahtevaju marketing miks koji je fokusiran na kontinuirani razvoj odnosa sa potrošačima i ostvarenje dugoročnog profita. Redefinisani marketing miks polazi od stvarnih potreba i želja potrošača koje definišu zajedno preduzeće i potrošač.*

*Okosnica takvog marketing programa koji je usmeren na uspostavljanje dijaloga i razvijanje odnosa sa potrošačima predstavlja direktno i interaktivno komuniciranje. Ona se ostvaruje ne samo između preduzeća i potrošača, već i između samih potrošača. Proces jednosmerne komunikacije je zamenjen novim, kontinuiranim, fer i korektnim dijalogom. Potrošač je aktivan činilac takvog komunikacionog procesa, koji inicira i razvija. Koristi od interaktivnog komuniciranja su mnogobrojne: personalizacija, konzistentnost i nepristrasnost marketing poruke, bolje korišćenje medija, veća marketing preciznost, pokrivenost auditorijuma, operativna efikasnost, integrisanje komunikacionih aktivnosti. Značajno mestu u miksu interaktivnih medija koja preduzeće koristi za prenošenje marketing poruka zauzimaju tzv. društveni mediji. Oni postaju značajan način na koji ljudi komuniciraju, ostvaruju kontakte, prate dešavanja i povezuju se sa ljudima oko sebe.*

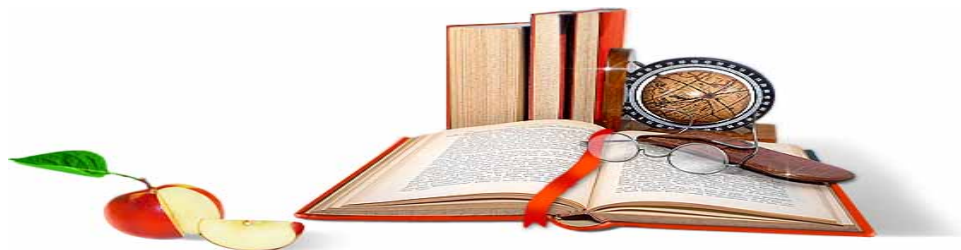
**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE  
PREUZETI NA SAJTU [WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET) ----**

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST**

**RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA**

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)**  
**[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)**  
**[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://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](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**