**TEHNIČKO VELEUČILIŠTE U ZAGREBU**

**STRUČNI STUDIJ INFORMATIKE**

E-marketing

Napredno elektroničko poslovanje materijali za usmeni ispit

Sadržaj

[1.Uvod 1](#_Toc343772081)

[2. Tipovi e-marketinga 2](#_Toc343772082)

[3. Poslovni modeli 3](#_Toc343772083)

[4. Pristupi u e-marketingu 4](#_Toc343772084)

[5. Zaključak 5](#_Toc343772085)

[6. Literatura 6](#_Toc343772086)

# 1.Uvod

Internet marketing ili internet oglašavanje,još se i skraćeno naziva i-marketing,web marketing, online marketing, ili e-marketing, jest oglašavanje proizvoda i usluga putem interneta.

Praćenje razvoja novih trendova iznimno je zahtjevan posao i jedan od ključnih faktora uspješne online kampanje. Internet oglašavanje ima nekoliko prednosti u odnosu na konvencionalne oblike. Ključna prednost je njegova daleko niža cijena, a potom dolazi mogućnost preciznog ciljanja željenih skupina te lako mjerljiv povrat na investiciju. 

# 2. Tipovi e-marketinga

**Podjela e-marketinga:**

* **Prikaz oglašavanja:** Korištenje web bannera ili banner oglase postavljene na third-party web stranicu ili blog u svrhu povećanja posjećenosti vlastite web stranice.
* **Search Engine Marketing (SEM):** oblik marketinga koji nastoji promicati web stranice povećanjem njihove vidljivosti u potrazi preko tražilica (SERPs) kroz korištenje bilo plaćeni smještaj, kontekstualno oglašavanje, i plaćeno uključivanje, ili kroz korištenje slobodnog pretraživanja.
* **Search Engine Optimization (SEO):** proces poboljšanja vidljivosti web stranice ili web stranice u tražilicama.
* **Social media marketing:** Proces dobivanja prometa ili pozornosti putem društvenih medija kao što su Facebook i Twitter.
* **E-mail marketing**: izravni marketing preko komercijalnih poruka na grupu ljudi koji koriste elektronsku poštu.
* **Referalni marketing:** metoda promicanja proizvoda ili usluge na nove klijente kroz preporuke.
* **Affiliate marketing:** marketinška praksa u kojima se nagrađuju jedna ili više podružnica za svakog posjetitelja ili kupca koji je doveden po vlastitom affiliate marketinškom naporu.
* **Ulazni marketing**: uključuje stvaranje i slobodno dijeljenje informativnog sadržaja kao sredstvo povećanja kupovine kupca,te povećanja izgleda za ponovnom kupnjom.
* **Video marketing:** Ova vrsta marketinga specijalizirana je u kreiranju videa koji se bave privlačenjem kupaca vodeći ih na proizvod ili uslugu. Online video postaje sve više popularan među internet korisnicima i tvrtkama.

# 3. Poslovni modeli

**Internet marketing je povezan s nekoliko poslovnih modela:**

* **E-commerce:** Model kojim robe i usluge se prodaju izravno potrošaću.
* **Lead-based web stranice:** Strategija kojom organizacija stvara vrijednost po stjecanju prodaje koju vodi sa svoje web stranice. Slično walk-in kupcima u maloprodajnom svijetu.
* **Affiliate marketing:** proces u kojem proizvod ili uslugu koju je razvio jedan entitet prodaje drugi aktivnih prodavač za udio u dobiti osobe koja posjeduje proizvod (npr. prodaja slova, affiliate linkovi, praćenje objekata itd.), međutim, velika većina affiliate marketing odnosa dolaze iz e-commerce tvrtke koje nude partnerske programe.

# 4. Pristupi u e-marketingu

* **Jedan na jedan pristup:** U jedan na jedan pristupu, trgovci ciljaju direktno na jednu osobu koja koristi internet, te stupaju s njom u kontakt.
* **Ciljanje na određene interese:** Kada se poziva ne određene interese, marketingu je cilj staviti naglasak na privlačan sadržaj nekoj skupini ljudi,te je cilj doprijeti što više to ciljane skupine. Npr. ako korisnik traži kave,tražilica objavljuje točno one oglase koji se odnose na kavu.
* **Niche marketing:** Niche marketing pokušava stvoriti izravnu poruku oglašavanja za one koji su predviđeni kao osobe koje su najizgledniji kupci.
* **Geotargeting:** Zemljopisno ciljanje,marketing koji se odnosi prema korisniku na temelju njegove trenutne lokacije, kao što su: zemlja prebivanja,geografska širina i dužina,regija itd.

# 5. Zaključak

Internet marketing je jeftin pri ispitivanju omjera troškova za doseg ciljane publike. Tvrtke mogu doseći široku publiku za mali dio tradicionalnog oglašavanja i proračuna. Omogućuje korisnicima da istražuju i da kupuju proizvode i usluge povoljno. Dakle, tvrtke imaju prednost od povjerenja potrošača u mediju koji može donijeti brzo rezultate.

# 6. Literatura

[1.] <http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_marketing> - E-marketing (19.12.2012)