

# Uvod v digitalni marketing

Kaj je digitalni marketing?



VM BLED  
VISOKA ŠOLA ZA MANAGEMENT BLED

# Pregled osnov trženja

- Trženje
- Potreba, želja, povpraševanje
- Porabniški in medorganizacijski trgi
- Strateško trženje (segmentacija, ciljanje, pozicioniranje)
- Koncept vrednosti za odjemalca
- Zvestoba in zadovoljstvo
- Storitve
- Trženjski splet



„V luči trženja digitalno pomeni konvergenco socialnih omrežij, trženja na prenosnih napravah in spleta, ki so povzročili korenite spremembe načina kako delujejo podjetja.“

# Web 1.0, 2.0,...

- Web 1.0 – statični splet
  - Prvi banner 1993
  - Statične strani
  - Spletne strani izdelava in pošilja server
- Web 2.0 – socialna omrežja
  - Dinamične strani
  - 1999 MySpace
  - 2007 Facebook
  - 2018 TikTok



# Ključne spremembe zaradi digitalizacije

- big data
- Mobilne aplikacije
- Internet stvari (Internet of Things)
- Avtomatizacija poslovnih procesov
  - Avtomatizirani trženjski procesi, chat-boti, AI
- Umetna inteligenca



# Ključne spremembe zaradi digitalizacije (2)

- Vstopne ovire so se v večini industrij znižale
- Digitalno je enostavno razširljivo (scalable)
- Digitalni poslovni model se hitreje prilagaja spremembam
- Interakcija s kupci se je preselila na splet
- Trženjsko-komunikacijski splet podjetij se je preselil na splet



# Ključne spremembe zaradi digitalizacije (3)

- Globalno povezani
- Zmanjšani poslovni stroški
- Razpoložljivost brezplačnih in plačljivih informacij za odločanje
- Vse manj informacijske asimetrije
- Boljša storitev za stranke
- JIT proizvodnja
- Izjemno hiter razvoj novih izdelkov (inženiring in trženje)
- Distribucija na novo definirana (power shift)



# Realnost

- Potrebna je takojšnja komunikacija
- Preobremenjenost z vsebino
- Vsako uro 15 milijonov slik in 240 milijono všečkov, 4.2 milijona sporočil prek Whatsapp
- Gigabajti podatkov, ki omogočajo neskončne možnosti personalizacije
- Ponudbe morajo biti transparentne
- Vplivneži prevzemajo MCM
- Običajni ljudje postanejo neverjetno vplivni (vendar ne za vse starostne skupine)
- Hiter tempo
- Igranje dohitevanja



# Ne preveč svetla realnost...

- Velika tehnološka podjetja izkoriščajo svoj monopolni status
  - Google, FB, Uber, Airbnb, Booking.com, Amazon so vsi monopolisti
- 50-odstotno razmerje konverzije v Google Ads pomeni, da google prejme 50 % vašega prometa (NE dobička!!, vendar nimajo stroškov!)
  - Vsi jih delamo bogatejše
- Ogromne investicije v IT
- IT je drag in se hitro spreminja ter zahteva več naložb
- Preverite teh 42 trendov:
  - <https://www.singlegrain.com/digital-marketing/digital-marketing-trends/>
- Pogosto zelo nizka donosnost naložbe, a nujna



# Splet v številkah 2025

- Uporabnikov interneta je 5.35 milijard
- Uporabnikov socialnih omrežij 5.04 milijard
- Čas na internetu dnevno 6 ur 47 minut (pred 4 leti 2.5 ur)
  - 16-24: 7,5 ur
  - 55-64: 5 ur
- Internet dnevno predstavlja 40% našega časa
- 60% uporabnikov na spletu išče informacije
  - Google 88 milijard obiskov, 92.21% vseh iskalnikov
- 56% uporabnikov internet uporablja za stik s svojci
- Uporaba prepoznavanja glasu (Alexa, Siri,..) : 23%

Vir: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2023-global-overview-report-summary-version-january-2023-v02>



# Spremembe elementov trženjskega spleta zaradi interneta – Izdelek - Razvoj

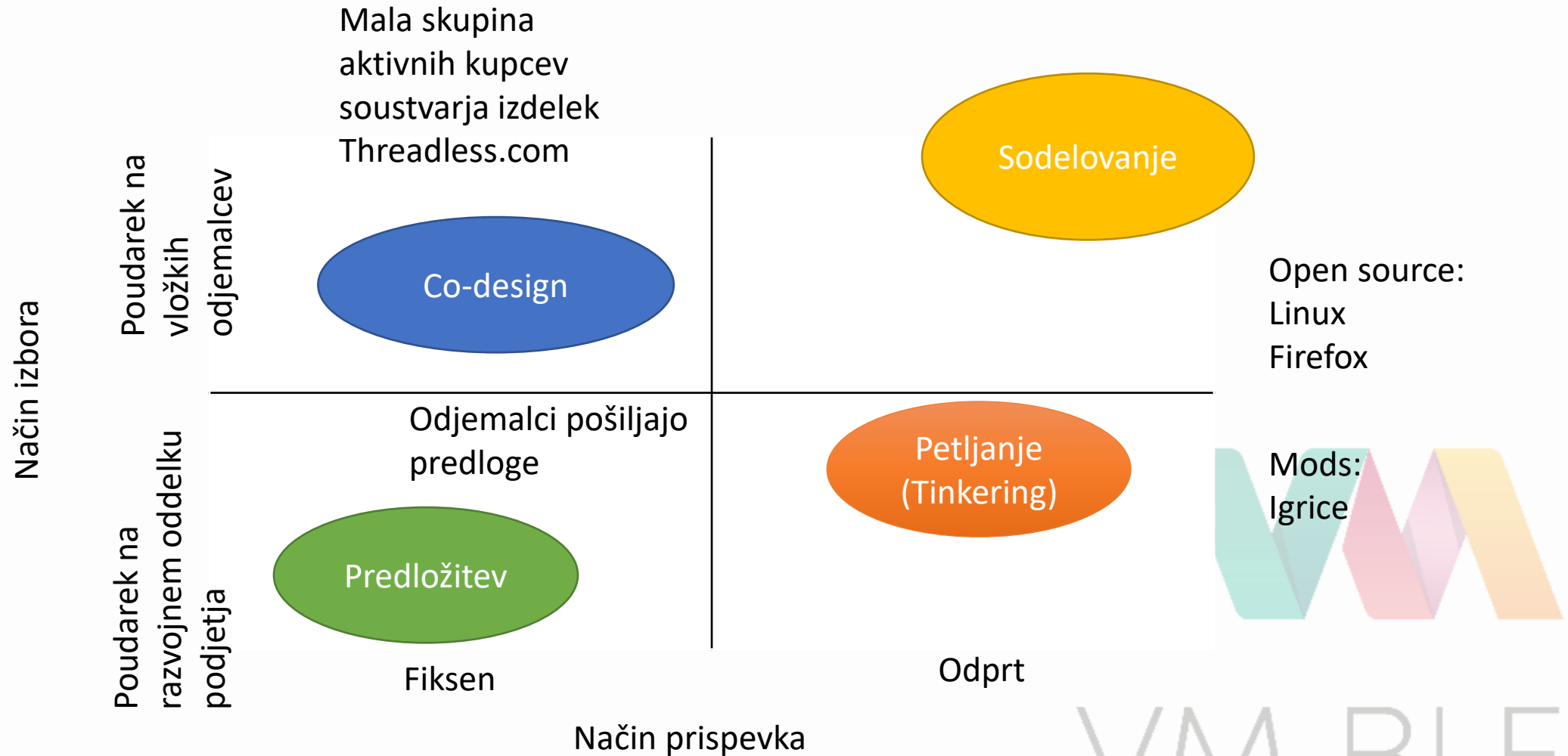
- Največje spremembe pri razvoju novih izdelkov
- Tradicionalno – centralizirano v podjetju
- Z uporabo spleta
  - Uporabnikovo soustvaranje izdelkov in blagovnih znamk, kjer odjemalci igrajo pomembno vlogo v vseh fazah razvoja novega izdelka

Nekaj primerov:

- <https://www.braineet.com/blog/co-creation-examples>



# Tipi soustvarjanja novih izdelkov



# Spremembe elementov trženjskega spleta zaradi interneta – trženjsko-komunikacijski splet

- Tradicionalni
  - Večina proračuna porabljena za oglaševanje
  - Malo alternativ
  - Visoki stroški
- Spletni
  - Novi kanali (socialna omrežja, e-mail marketing, spletne strani)
  - Premik od prodaje izdelkov proti pripovedovanju zgodb
  - Avtomatizacija
  - Analitika
  - Hišne agencije (majhna potreba po zunanjih izvajalcih)

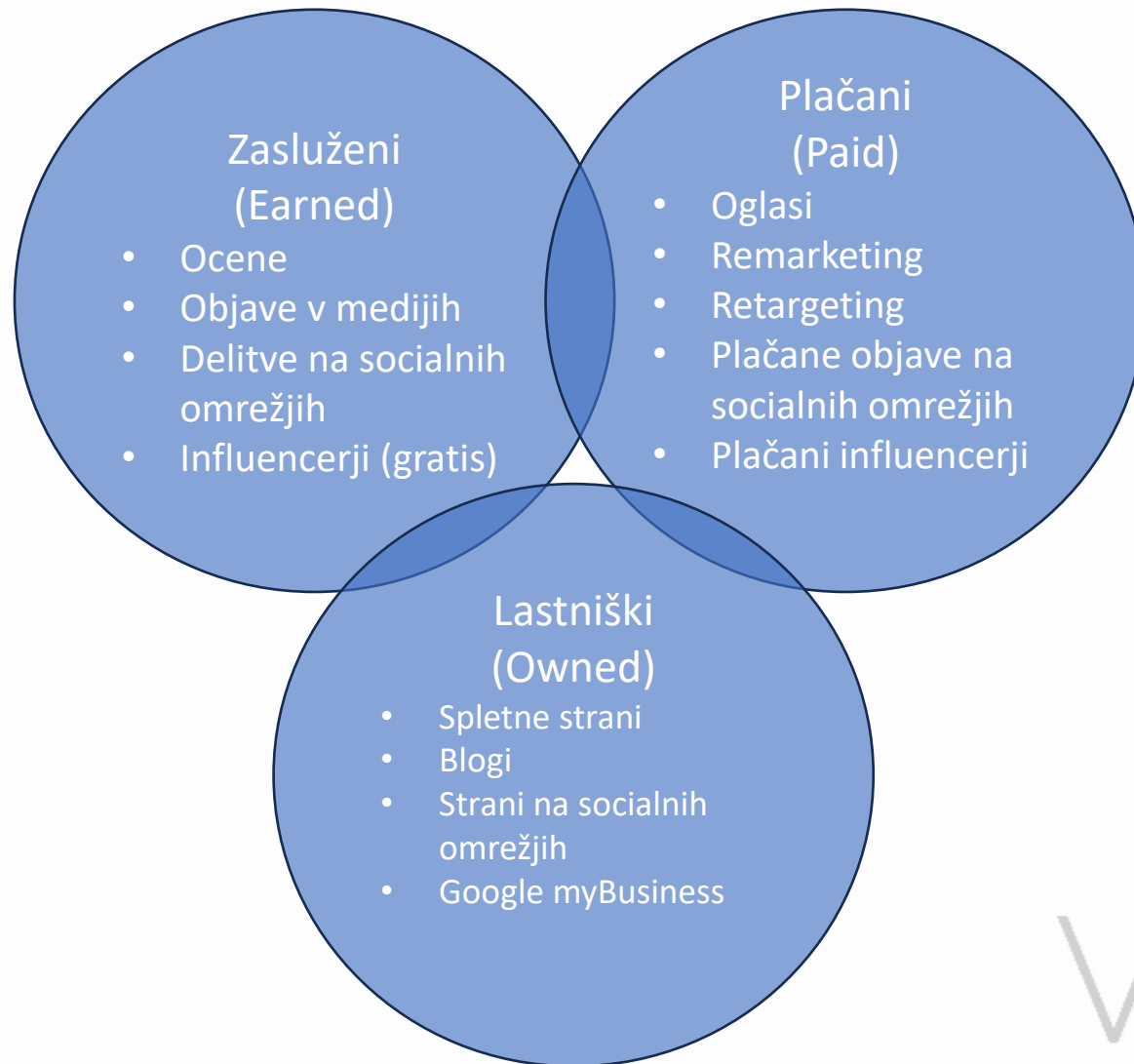


# Ključne razlike med tradicionalnimi in spletnimi mediji

Lastnost	 Tradicionalni	 Spletni
Ciljna skupina	Masovno	Individulano
Aktivnost prejemnika sporočila	Pasivno	Aktivno
Tip sporočila	Širok	Individualen
Način komunikacije	Push	Pull



# Spletni mediji



# Spremembe elementov trženjskega spleta zaradi interneta – cenovni splet

- Enostavna primerljivost izničuje strategije, ki temeljijo na asimetriji informacij
- Dinamično postavljanje cen (Yield pricing)
- Nove cenovne strategije
  - Plačaj kolikor želiš (Pay what you want)
    - Uporabno kot orodje promocije, vendar slabo za profitabilnost
  - Freemium
    - Osnovna funkcionalnost gratis, polna proti plačilu
    - Okoli 5% kupcev mora plačati, da je model ekonomsko vzdržljiv
    - Pozor na učinek „Zero price effect „(ko premium izdelek nima velike dodane vrednosti)
    - Uporabniki gratis verzije so pomembni za pozitivni WOM. Ocenjuje se, da je tak uporabnik dolgoročno vreden 15-25% uporabnika, ki plačuje.



# Spremembe elementov trženjskega spleta zaradi interneta – tržne poti

- Klasične trgovine se zmanjšujejo
- Spletne strani s primerjavo ponudb
- Virtualne trgovine
- Nekateri izdelki (FMCG) še vedno kupujemo v klasičnih trgovinah
- Gamification (virtualizacija), AR in VR
- Spletne trgovine 2024 predstavljajo 21% (13% leta 2019) vseh nakupov, 24 milijonov spletnih trgovin, 33% populacije kupuje prek spleta, 205 milijonov dnevno
- Varnost spletnih nakupov se izboljšuje, poskusi kraje se povečujejo

# Načini poslovanja prek spleta – Rappa model

1. **Brokerski model** – kupci in prodajalci se povežejo prek posredniške platforme. (Ebay)
2. **Oglaševalski model** – Spletna stran vsebuje oglase od katerih lastnih dobi provizijo od nakupa
3. **Posrednik informacij** – stran zbira informacije o uporabnikih in jih proda klientom (bizi.si)
4. **Komercialni model** – Spletna trgovina
5. **Affiliate Model** – Obiskovalce strani se spodbuja k nakupu partnerskih izdelkov (amazon affiliate)
6. **Naročniški model** – Mesečna naročnina na storitve podjetja (semrush.com)

Vir: <https://digitalenterprise.org/models/>