

B2B DIRECT MARKETING TECHNIQUES

B2B PRODAJA KORIŠĆENJEM TEHNIKA DIREKTOG ONLINE MARKETINGA

Marketing na osnovu dozvole (Permission Marketing)

Kvalitetna poslovna komunikacija email servisom podrazumeva prethodno dobijenu dozvolu. Naime, korisnik daje dozvolu da na njegovu email adresu stižu poruke (korisnik se dobrovoljno prijavljuje da prima određene sadržaje). Ovaj sistem poslovne komunikacije naziva se marketing na osnovu date dozvole (Permission Based Marketing).

Obzirom na dalekosežne posledice pojave spama, izrađen je marketinški model koji se zasniva na dozvoli datoj firmi da oglašava svoj proizvod. Ovaj kvalitetni iskorak u svetu marketinga, inicirao je kvalitetnije promotivne ponude koje realno zanimaju kupca. Ako ga poruke ne zanimaju, neće se prijaviti da prima marketinške poruke na svoj email.

Ovakva postavka slanja email poruka dovela je do posebne kategorizacije prijavljivanja i ođavljivanja korisnika, pod nazivom Opt-in i Opt-out servisi.

Opt-in servis - korisnik dobija poslovne email poruke isključivo ako se dobrovoljno prijavio da ih prima. Kad se prijavi da želi ovakve poruke da prima, dodatno mora da potvrdi svoju odluku. Neki autori ovaj vid servisa nazivaju Double Opt-in, da bi se korisnik obavezao na potvrdu prijavljivanja za primanje email poruka.

Double Opt-in servis jedini je ispravan način prijavljivanja korisnika, jer je isključena mogućnost da treća osoba prijavi email adresu koja nije u njenom vlasništvu. Double Opt-in servisom se, takođe, automatski proverava ispravnost unete korisničke email adrese.

Opt-out servis je "blizanac" prethodnog servisa. Omogućava jednostavno napuštanje primanja Opt-in poruka. Pravilan marketing na osnovu dozvole obavlja se isključivo korišćenjem i Double Opt-in i Opt-out servisa. Naravno, u praksi nije sve tako jednostavno. Korisnici spam (Bulk) marketinga koriste ovu diferencijaciju servisa i lažno predstavljaju svoje poruke kao legalne, mada su stigle na nelegalan način (npr. njihovi tvorci tvrde da su email adresu dobili od nekog Opt-in servisa na koji je korisnik možda prijavljen).

Šta je spam?

Spam (junk email, unsolicited email, bulk messages) prosto rečeno znači - neželjeni sadržaj. U zavisnosti od servisa imamo i različite vrste spama.

Spam na email servisu je svaka email poruka koju korisnik dobija, a koja nema direktne ili indirektna veze sa njim.

Pod direktnim vezama se podrazumevaju osobe i firme (servisi) s kojima korisnik komunicira.

Pod indirektnim vezama se podrazumevaju osobe i firme (servisi) koje se pozivaju na direktne veze, a koje direktne veze mogu potvrditi.

Jednostavnije rečeno, svaka pošta koja nema razloga da se pojavi u mail boxu (sandučetu) korisnika predstavlja spam.

Neželjena elektronska pošta, raširila se internetom u tolikoj meri da je američka Federalna komisija za trgovinu organizovala u maju 2003. g. trodnevnu konferenciju sa temom suzbijanja spama.

Po mišljenju najjemenitnijih stručnjaka za internet, ako se nešto ne učini spam bi u dogledno vreme mogao da obesmisli elektronsku poštu kao vid komunikacije, a štete se već sada mere u milijardama dolara.

Veruje se da spam čini četrdeset odsto svih elektronskih poruka, što zagušuje internet linije i, što je još gore, poslovnim ljudima kojima je e-mail postao osnovni vid komunikacije, oduzima dragoceno vreme.

Prodaja korišćenjem metoda direktnog online marketinga

Da bi se ostvarila kvalitetna poslovna komunikacija s potencijalnim korisnicima putem nekog od servisa Interneta mora postojati opravdani razlog za to, a sam način uspostavljanja kontakta mora biti odobren od korisnika s kojim se zahteva komunikacija.

U slučaju direktne online komunikacije s krajnjim korisnicima (B2C) postoji samo dva načina pravilnog uspostavljanja poslovne komunikacije na osnovu dozvole:

- korisnik je samoinicijativno ostavio svoju email adresu (direktno ili putem Web prezentacije),
- korisnik se dobrovoljno prijavio na neki servis sa saznanjem da će dobijati komercijalne ponude na koje može ali ne mora da odgovori (komercijalne mailing liste, email časopisi, besplatni servisi tipa Yahoo mail, i sl.)

Drugim rečima, postojanje online masovne komunikacije s krajnjim korisnicima uslovljeno je postojanjem sopstvene ili iznajmljene mailing liste korisnika koji su dobrovoljno prijavljeni za precizno određeni tip sadržaja i usluga koji se šalje tim mailing listama.

Za slučaj direktne online komunikacije s poslovnim korisnicima (B2B), pored navedenih dozvoljenih načina komunikacije, postoji još jedan način, mada veoma diskutabilan – korišćenje email adrese sa sajta firme s kojom se želi da se uspostavi poslovni kontakt.

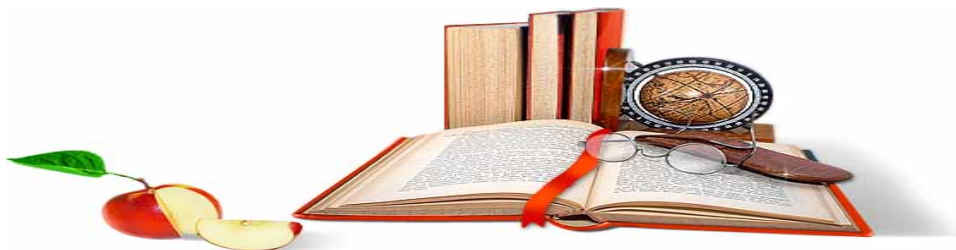
Problem kod ovog vida komunikacije predstavlja činjenica da najveći broj spam poruka potiče od email adresa koje su putem nekog programa »skinute« sa velike količine sajtova. S druge strane, veliki broj programa kojima se šalju spam poruke poseduje određeni nivo personalizacije, što dodatno zbunjuje vlasnike napadnutih email adresa. Ova pojava za posledicu donosi otežanu komunikaciju u slučaju kada postoji opravdana potreba za komunikacijom putem email adrese koja je ostavljena za kontakt na nekom sajtu.

Navedeni načini online poslovne komunikacije s krajnjim i poslovnim korisnicima uslovljavaju i kvalitet prodaje koji se ostvaruje dozvoljenim metodama direktnog marketinga. Dodatni problem ovog vida komunikacije predstavlja činjenica da veliki broj osoba u svom poslu koristi klasične masovne poruke koje stižu poštom krajnjim korisnicima i firmama, gde ne postoje barijere kao u slučaju online komunikacije. Ovi korisnici se obično čude kada saznaju da ne mogu ista pravila koristiti i u online okruženju. Ovakva situacija dodatno komplikuje ostvarivanje uspešne prodaje korišćenjem online metoda direktnog marketinga.

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