

E-mail marketing na domaćem tržištu

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 34 | Nivo: FON

Uvod

Naša osnovna ideja ovog seminarskog rada bila je da prikazemo ideje, metode, strategije, pojmove koncepta e-mail marketinga. Takođe dali smo prikaz savremenih svetskih trendova iz ove oblasti, čijom bi primenom koncept e-mail marketinga na domaćem tržištu mogao da pretrpi velike pozitivne promene i da dostigne značajan napredak i široku primenu u oblasti marketinga.

U drugom poglavlju ovog seminarskog rada dat je kratak osvrt na revoluciju u marketingu kojoj je doprinela pojava interneta, osnovni servisi interneta, kao i prikaz nekoliko osnovnih pojmova internet marketinga. Takođe, u ovom poglavlju smo detaljnije prikazali svrhu i značaj e-mail marketinga kao dela internet marketinga i osnovne principe njegovog uspešnog korišćenja.

U trećem poglavlju dali smo prikaz nivoa korišćenja internet marketinga na domaćem tržištu. Tu smo dali prikaz i statističkih podataka značajnih za ovu oblast, kao i mogućnosti kojima primena koncepta e-mail marketinga raspolaže.

U četvrtom poglavlju dali smo prikaz trenutnog stanja u Srbiji u oblasti e-mail marketinga. Ukazali smo na neiskorišćene potencijale koje domaće kompanije ne koriste, a koje bi im donele daleko niže troškove i efikasnost primene marketing koncepta. Takođe, dali smo prikaz nekih statističkih podataka koji mogu ukazati na velike probleme u ovoj oblasti. U ovom poglavlju dato je i par primera uspešne prakse e-mail marketinga na domaćem tržištu.

U petom poglavlju dat je primer jedne od najvećih i najuspešnijih svetskih praksi u svetu, Green Card Lottery.

U šestom poglavlju data su dva konkretna primera iz prakse, Top Shop i Puzzle Group, njihovi problemi, rešenja njihovih problema kao i uspešnost tih rešenja.

U poslednjem, sedmom, poglavlju ukratko je sumirana celokupna tematika ovog seminarskog rada kao i moguće perspektive daljeg razvoja ove oblasti.

2. Uticaj razvoja interneta na e-mail marketing

Osnovu razvoja savremenog poslovanja i marketinga čini razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija. Ove savremene (digitalne) tehnologije pokreću prelazak iz industrijski bazirane ekonomije ka informaciono baziranoj ekonomiji istovremeno stvarajući globalno tržište, međunarodni proizvodni sistem i informacionu ekonomiju sa globalnim marketingom.

Posledice pojave i masovog korišćenja Internet-a u poslovne svrhe na savremeno poslovanje i marketing su ogromne i skoro nepojmive. Globalna računarska mreža (Internet) omogućava korišćenje informacija koje se odnose na globalni ekonomski sistem i globalno tržište, a mogu se upotrebiti u realnom vremenu od strane velikog broja pojedinačnih korisnika sa geografski udaljenih lokacija. Globalne komunikacije svojom prenosivošću čini geografsku lokaciju nevažnom, pa se postiže ekonomska nevažnost položaja same kompanije u smislu lokacije i dostupnosti korisnicima ili drugim kompanijama. Internet praktično eliminiše prostorna i vremenska ograničenja tržišta, pre svega u prometu nematerijalnih dobara, tako da tržište postaje globalno, tj. ono je ceo civilizovani svet.

Pored toga što je mreža računarskih mreža, mnogo važnije je šta Internet može da pruži poslovnom procesu i marketingu, jer Internet je izazvao pravu revoluciju u marketingu, obezbeđujući mnogo više od samog medija preko koga kompanije komuniciraju korisnicima (potrošačima) i sa drugim kompanijama. Internet predstavlja pokretač promena u tradicionalnom pristupu marketingu donoseći novi način razmišljanja, novi masovni medij i novu kulturu ponašanja i pristupa, nešto što nikada ranije nije bilo viđeno u marketingu.

...

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

www.maturskiradovi.net

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