



WEBIZ EDUKACIJA O POSLOVNOJ PRIMENI INTERNETA

Poslovanje u digitalnoj eri

U odnosu na ekonomski razvijene zemlje, gde je oko 70 odsto trgovanja MSP onlajn, u Srbiji je taj procenat manji od pet odsto. Postoji veliki potencijal za rast a poslovne edukacije omogućavaju MSP da se informišu u kom pravcu mogu da se razvijaju i kako da posluju putem interneta

Digitalna revolucija zahvatila je sve grane industrije. Putem digitalnog marketinga, odnosno povezivanjem firme sa korisnicima uz pomoć digitalnih alata, može se doći do većeg broja potrošača za kratko vreme i na efikasan način. Iskustva korisnika se mogu inkorporirati u brend. Digitalni marketing je prerastao iz nečega što je „dobro imati“ u nešto što se „mora imati“. Korisnici očekuju da imaju onlajn pristup informacijama o proizvodima i uslugama i da će na njihove žalbe biti odgovoreno za nekoliko minuta ili sati, a ne kroz nekoliko dana.

Ovo su neki od stavova koje je na Webiz edukaciji „Kako da poslujemo u digitalnoj sadašnjosti“ izneo profesor Dominik Mahr, sa Maastricht univerziteta iz Holandije, stručnjak u oblasti internet marketinga. On je na skupu, koji je organizovala Webiz konferencija i koji je trajao od 6. do 8. novembra u Subotici, rekao da privrednici ponekad nemaju vremena da uče o novim postignućima. Međutim, upravo poslovni ljudi treba da zastanu i prouče kako njihova firma može da koristi internet. Edukacija je dobra prilika za umrežavanje, uspostavljanje novih kontakata i razmenu iskustava o digitalnom marketingu.

U odnosu na države razvijenih svet-skih ekonomija gde je oko 70 odsto trgovanja MSP onlajn, u Srbiji je taj procenat manji od pet odsto. Vladimir Kovač, projekt menadžer Webiz konferencije, rekao je da i u Srbiji postoji veliki potencijal za rast i da poslovne edukacije omogućavaju MSP da se informišu u kojim pravcima mogu da se razvijaju i kako da posluju putem interneta.

Na Webizu je organizovana radionica Pitajte.rs Registra nacionalnog internet domena Srbije (RNIDS). Jelena



Sa skupa „Kako da poslujemo u digitalnoj sadašnjosti“ u Subotici

Ožegović, iz Sektora za marketing i komunikacije RNIDS-a, rekla je da su ponekad MSP i zanatske firme učaurene i misle da im je određen broj klijenata dovoljan za poslovanje, a internet je pravo mesto za privlačenje novih korisnika. Predstavnik kompanija najviše je zainteresovao da dobiju odgovore o registraciji domena i zaštiti žigova, istraživanja o potrebama potrošača, tržištu, promociji biznisa na društvenim mrežama, ali i kako napisati tekst za sajt i promovirati brendove onlajn.

INTERNET U POSLOVANJU

Vladimir Kovač je rekao da je ideja Webiz projekta da se ljudi podstaknu da shvate značaj korišćenja interneta u poslovanju, od osnovnih znanja do znanja iz oblasti digitalnog marketinga i prodaje. Pored MSP, ovo je prilika da steknu znanja i predstavnici lokalnih uprava, veće kompanije i ostali koji žele da razvijaju veštine ili karijeru. Najveći problem je MSP ubediti da ulože novac u digitalni marketing, iako je to oglašavanje jeftinije a putem interneta može lako da se targetira populacija kojoj se obraćate i mere efekti.

Na poslovnoj edukaciji je istaknuto da digitalne komunikacije ne treba da budu manji i pasivni segment integrisanih kampanja, jer je u toku digitalna era poslovanja. Dušan Stojaković, menadžer za održivi razvoj i korporativni marketing kompanije Hemofarm, rekao je da digitalne strategije treba da budu bazirane na istraživanjima, jer je tako moguće zadovoljiti potrebe kompanije i potrebe onih sa kojima se komunicira. On je predstavio koncept Svako dobro, nastao sa idejom da smo svi različiti, ali je briga o zdravlju ista i da se utiče na razvoj sve-sti o značaju prevencije i brige za zdravlje.

Internet stručnjaci su naglasili da kompanije više treba da koriste prednosti content marketinga, fokusiranog pristupa kreiranju i distribuiranju značajnih sadržaja, sa ciljem da se privuku i zadrže određene ciljne grupe, odnosno da se reklamira određeni proizvod ili usluga na nenametljiv način i stimulišu potrošači da „krenu u akciju“ putem bloga, videa, društvenih mreža.

Digitalne strategije predstavili su NIS, Coca-Cola, Homepage, hotel Galleria i druge kompanije.

M. Vujić