



ЕДУКАЦИЈА О ОСНОВАМА ИНТЕРНЕТ ПОСЛОВАЊА

ЧИЈЕ ЈЕ ОНО ШТО ИМАМО НА МРЕЖАМА

Информативни, промотивни, продајни и комбиновани садржај

Фондација „Регистар националног интернет домена“ (**РНИДС**), Регионална развојна агенција „Јужни Банат“ и компанија „MadNet“ у сарадњи с Регионалном привредном комором Јужнобанатског управног округа спровеле су 28. новембра једнодневну бесплатну едукацију о основама интернет пословања за привреднике из Панчева и околине. Овај догађај је још један у низу које Фондација **РНИДС** организује широм Србије, а домаћин овог скупа био је „MadNet“, **овлашћени регистар** националних интернет домена, испред кога је присутне поздравио Ненад Орлић, власник и директор компаније.

Око 80 предузетника и заинтересованих појединаца имало је прилику да на четири предавања сазна који су потенцијали интернета и како им он може помоћи да покрену нове послове или развију постојеће.

Брисање без најаве

Предраг Милићевић, руководилац Сектора маркетинга и комуникација у РНИДС-у, започео је предавање оригиналним речима:

– Они који мисле да је то што имају на друштвеним мрежама њихово – дубоко се варају. Свако ко поверује да је нешто на адреси facebook.com његово, нек провери ко је власник тог домена. Јер власник домена је и власник оног што је на њему. Свака друштвена мрежа има свог власника, који у сваком тренутку може да промени услове коришћења и да, због тога, поносни „власник“ фан странице остане без ичега на интернету.

Милићевић је подсетио на пример једног писца и уметника из Америке који је остао



без свега на чему је радио четрнаест година, када му је „Гугл“ без икакве најаве избрисао блог и лични налог. Додао је да је право време за регистрацију домена тренутак у ком човеку пословна идеја падне на памет, а да све након тога може бити касно.

Да пословни веб-сајт треба да буде основа нечијег пословања на интернету, нагласио је и Драган Варагић, блогер, онлајн стратег, професионални предавач и консултант из области пословне примене интернета.

– Најчешћа грешка привредника је да скоро сав новац потроше на израду сајтова и забораве да је тај сајт потребно и промовисати како би га људи посећивали не би ли се путем њега остваривала продаја. Техничка израда сајта и почетно креирање садржаја не треба да чине више од 30 одсто укупног буџета за сајт! Преостало треба уложити у промоцију и маркетинг – рекао је Варагић.

Посебно је нагласио важност садржаја и истакао да се он може поделити на четири основна типа: информативни,

промотивни, продајни и комбиновани. Зависно од тога шта су циљеви нечијег пословања, треба примењивати (или комбиновати) ове типове садржаја на пословним сајтовима.

Пажња траје осам секунди

Милоје Секулић, оснивач и власник агенције „Notepage“ и члан УО РНИДС-а, сложио се да је садржај важан за нечије пословање, али подсетио је на то да га треба објављивати и на друштвеним мрежама.

– На улици и у кафићима се дружимо – па тако и на друштвеним мрежама. У канцеларијама радимо, а у радњама купујемо – па тако и на нашим веб-сајтовима. Људи на друштвеним мрежама јесу, а на сајтове долазе. Наша ужа и шира породица, друштво из средње школе, колеге с посла – све су то неке наше микро друштвене мреже. Управо то нас подсећа да су њихова основна људи и да у пословању најпре треба бринути о људима и њиховим потребама, а затим о технологији – рекао је он.

Управо је брига о људима најтежи део када су промоција бизниса и оглашавање на интер-

нету у питању. Јелена Ожеговић, сарадница за маркетинг и комуникације у РНИДС-у, објаснила је то на следећи начин:

– Веома је тешко привући пажњу потенцијалних купаца у мору информација којима су људи свакодневно изложени. Посебно ако имамо у виду да је просечно трајање људске пажње једва осам секунди, што је краће и од пажње златне рибице. Током једне секунде на интернету обави се више од 40.000 „Гугл“ претрага и чак 15 одсто њих је потпуно ново. Постоји пут одлучивања који купци пролазе од момента када схвате да им одређени производ или услуга треба, па до саме онлајн или офлајн куповине. У свакој од ових фаза с купцем је могуће комуницирати на различите начине. Зато је постављање циљева и планирање можда и најважнији део свих промотивних активности једног бизниса.

Програм предавања који је одржан у Панчеву, током 2017. године имали су прилику да чују и привредници из Бора, Лесковца и Врњачке Бање.

С. Трајковић