



## Słowa – klucze do wykładu „Marketing internetowy”

**Wirtualizacja produktu** – całkowita lub częściowa zamiana „tradycyjnej”, fizycznej postaci produktu na formę elektroniczną (cyfrową). Pojęcie to obejmuje również wzbogacenie produktu o dodatkowe informacje, dzięki którym potrzeby klientów są lepiej (pełniej) zaspokajane (np. informacja o tym gdzie aktualnie znajduje się wysłana przez nas paczka, dostępna na stronie internetowej firmy kurierskiej).

**Personalizacja** – dostosowanie produktu, jego ceny, sposobu promocji lub dystrybucji do indywidualnych potrzeb klienta na podstawie informacji zgromadzonych przez organizację. Gdy organizacja nie ma informacji o potrzebach konkretnego odbiorcy może przedstawić mu rozbudowany katalog opcji do wyboru – tak, aby to klient stworzył indywidualny produkt w pełni spełniający jego oczekiwania. Wówczas mówimy o kustomizacji oferty.

**Efekt usieciowienia** – pojawia się, gdy każdy użytkownik pewnego produktu tworzy wartość tego produktu dla innych użytkowników. Jeżeli mamy do czynienia z efektem usieciowienia wartość danego produktu rośnie gdy coraz więcej ludzi z niego korzysta. Przykłady: sieć telefoniczna, komunikator internetowy.