

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Marketing internetowy
Na czym polega marketing w Internecie?
dr Dariusz Perto

Uniwersytet w Białymstoku
24 października 2013 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIWERSYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIWERSYTET-DZIECIĘCY.PL

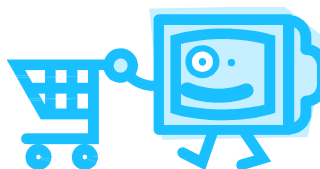
Definicja marketingu tradycyjnego

Marketing to proces społeczny i zarządczy, dzięki któremu jednostki i grupy poprzez wymianę dóbr i wartości uzyskują to, czego pragną.

Marketing to zyskowe zaspokajanie potrzeb.

Marketing internetowy

Forma marketingu, używająca jako medium Internetu.



Badania marketingowe

- Uporządkowany proces zbierania informacji i ich przetwarzania podejmowany w celu zmniejszenia ryzyka podejmowanych decyzji marketingowych.
- Celem badań rynku jest zdobycie informacji o kształtowaniu się mechanizmów rynkowych takich, jak popyt, podaż, ceny, zachowania i preferencje konsumentów, działania konkurencji, funkcjonowanie systemu dystrybucji, sprzedaży itp.



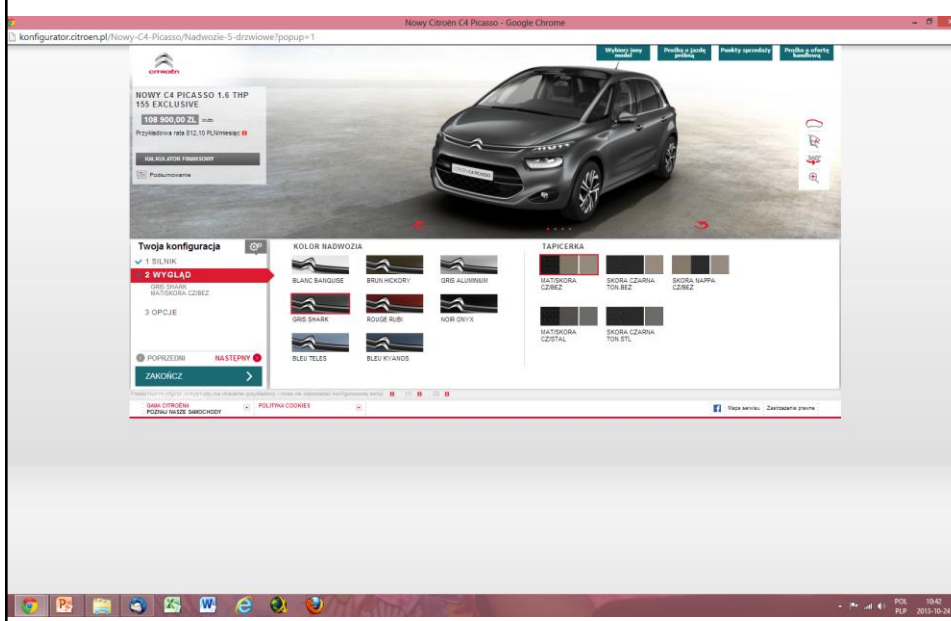
Instrumenty marketingu (marketing-mix)

- Produkt
- Cena
- Dystrybucja
- Promocja

PRODUKT

Personalizacja – dostosowanie produktu, jego ceny, sposobu promocji lub dystrybucji do indywidualnych potrzeb klienta na podstawie informacji zgromadzonych przez organizację.

Personalizacja



Produkt

- **Wirtualizacja produktu** – całkowita lub częściowa zamiana „tradycyjnej”, fizycznej postaci produktu na formę elektroniczną (cyfrową).
- **Wirtualizacja produktu** to także wzbogaceni dodatkowe :
którym potr
(pełniej) zas



ki
ą lepiej

Marketing internetowy

Dystrybucja

Rozwiązania e-commerce:

- sklepy internetowe
- pasaż handlowe
- aukcje internetowe
- serwisy ogłoszeniowe
- porównywarki cenowe
- katalogi sklepów internetowych
- rynki elektroniczne B2B



DYSTRYBUCJA

HELIOS Białystok - Helios Biala
Systemy zarządzania biletami on line

Krok 1: Wybór miejsca Krok 2: Potwierdzenie Krok 3: Dane osobowe Krok 4: Podsumowanie

3D Kumba
data: 24.10.2013 / godzina: 11:30 / sala: 6

EKRAN

1	10	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	8	1		
2	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2
3	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	3
4	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	4
5	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	5
6	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	6
7	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	7
8	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	8
9	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	9
10	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	10

Miejsce wolne
 Miejsce zajęte
 Miejsce wybrane
 Miejsca dla niepełnosprawnych
 Kiosky podwojne

Ilość wybranych miejsc: 0 Powrót **Dalej** →

Autorem Modułu Sprzedażowego jest Group Vector Software

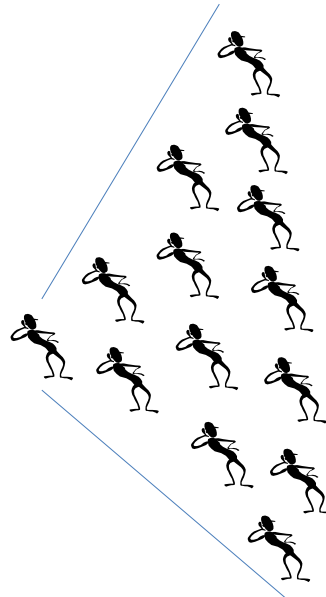
Promocja

Najpopularniejsze formy reklamy online:

- **Banner** - graficzny element reklamowy umieszczony w górnej części strony
- **Button** – odpowiednik banera w formie małego obrazka, po kliknięciu w obszar którego użytkownik zostaje przeniesiony na stronę reklamodawcy
- **Pop-up** – wyskakujące okienka przesłaniające widok strony
- **Pop-under** – wyskakujące okienka, okno z reklamą otwiera się pod bieżącym oknem
- **Overlay (popover, floater)** - reklama pływająca.

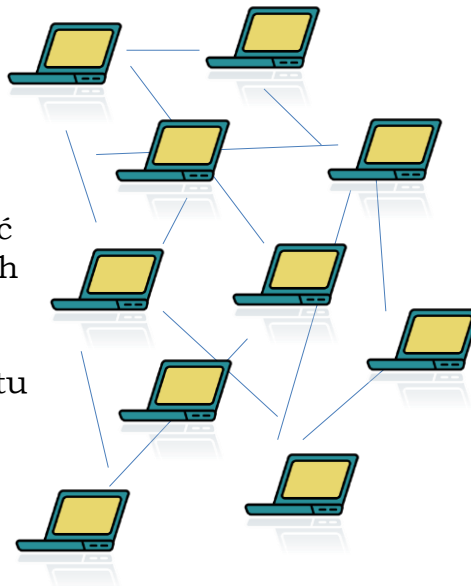
PROMOCJA

VIRAL MARKETING – REKLAMA WIRUSOWA to rodzaj działań marketingowych polegający na zainicjowaniu sytuacji, w której potencjalni klienci będą sami między sobą rozpowszechniać informację na temat firmy czy produktu.



Efekt usieciowienia – pojawia się, gdy każdy użytkownik pewnego produktu tworzy wartość tego produktu dla innych użytkowników.

Wartość danego produktu rośnie gdy coraz więcej ludzi z niego korzysta.



Podsumowanie – zalety marketingu internetowego

- Globalny charakter
- Brak ograniczeń strefowych i czasowych
- Możliwość pozyskania nowych rynków zbytu
- Łatwy i ciągły kontakt z klientami
- Skuteczne formy prezentacji
- Relatywnie niski koszt