

SADRŽAJ

1.	UVOD	5
2.	ŠTA JE DIGITALNI MARKETING?.....	6
2.1.	Kanali digitalnog marketinga	8
2.1.1.	Marketing pomoću veb stranice.....	8
2.1.2.	Oglašavanje sa plaćanjem po kliku (PPC).....	8
2.1.3.	SEM - Marketing putem pretraživača.....	9
2.1.4.	SEO optimizacija	10
2.1.5.	Marketing pomoću kreativnog sadržaja.....	11
2.1.6.	SMM - Marketing društvenih medija	11
2.1.7.	Marketing putem e-pošte	12
2.1.8.	Partnerski marketing	13
2.1.9.	Video marketing.....	13
2.1.10.	SMS i online poruke.....	13
2.1.11.	Viralni marketing	14
2.1.12.	Radio oglašavanje	15
2.1.13.	Televizijsko oglašavanje	15
2.2.	Principi digitalnog marketinga.....	17
2.2.1.	Iniciranje	17
2.2.2.	Ponavljanje.....	17
2.2.3.	Integracija	18
3.	CILJEVI DIGITALNOG MARKETINGA	19
3.1.	Pretvaranje potencijalnih kupaca u stvarne potrošače.....	19
3.2.	Povećavanje vrijednosti ostvarenih kupaca.....	20
3.3.	Povratak izgubljenih i neaktivnih kupaca	20
3.4.	Specifični ciljevi digitalnog marketinga	20
3.4.1.	Povećavanje prodaje	21

3.4.2.	Poboljšati stopu konverzije	21
3.4.3.	Procenat povratnih posjetilaca	21
3.4.4.	Organski obim prometa.....	22
3.4.5.	Smanjiti stopu odbijanja	22
4.	DIGITALNA KAMPANJA I POSTUPCI PLANIRANJA.....	23
4.1.	Izgraditi profil ličnosti kupaca.	23
4.1.1.	Kvantitativne i demografske informacije.....	24
4.1.2.	Kvalitativne i psihografske informacije.....	24
4.2.	Identifikacija ciljeva i alata potrebnih za digitalni marketing.....	25
4.2.1.	3. Procijeniti postojeće digitalne kanale i sredstva.....	25
4.2.2.	Vlastiti kanali medija	26
4.2.3.	Zarađeni ili stečeni kanali medija	26
4.2.4.	Plaćeni mediji.....	26
4.2.5.	4. Procijeniti postojeće digitalne kanale i sredstva	27
4.2.6.	Revidiranje postojećeg sadržaja.....	27
4.2.7.	Utvrditi praznine u postojećem sadržaju.....	28
4.2.8.	Stvoriti plan stvaranja sadržaja.	28
4.2.9.	Revidiranje i planiranje zarađenih medijskih kampanja	29
4.2.10.	Revidiranje i planiranje plaćenih medijskih kampanja	30
4.2.11.	Sklapanje digitalne marketinške kampanje.....	30
5.	PRIMJERI DIGITALNOG MARKETINGA	31
5.1.1.	GoPro - Medijski video sadržaji koje postavljaju korisnici.....	31
5.1.2.	Delta Air Lines: Priče na Twitteru.....	32
5.1.3.	Geico: YouTube plaćeni oglasi.....	33
5.1.4.	Wayfair: Oznake na Instagramu	34
5.1.5.	Mastercard: Blogovi o putovanjima.....	35
5.1.6.	ETF Securities: sponzorisan sadržaj na LinkedIn-u	35

5.1.7.	Red Bull: Vesti o životnom stilu i sponzorstva	36
5.1.8.	Bic - Pogrešne poruke	37
5.1.9.	Lunya - Loša procjena	38
5.1.10.	Cinnabon - Loš tajming.....	39
6.	BUDUĆNOST DIGITALNOG MARKETINGA	41
6.1.	AI i automatizacija	41
6.2.	Chatbotovi	43
6.3.	Glasovna pretraga.....	43
6.4.	Neuromarketing.....	44
6.5.	Blockchain tehnologija.....	44
6.6.	Proširena stvarnost	44
7.	ZAKLJUČAK.....	45
8.	BIBLIOGRAFIJA.....	46