

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
1.2. Predmet i problem istraživanja	3
1.3. Cilj rada.....	4
1.4. Glavna hipoteza	4
1.5. Metode rada	4
1.6. Struktura rada.....	4
2. DIGITALNA TRANSFORMACIJA POSLOVNIH BANAKA	5
2.1. Pojam i razvoj digitalne transformacije	5
2.2. Digitalna transformacija banaka	7
2.3. Uticaj novih tehnologija na banke i fintech	10
3. DIGITALNA PROMOCIJA.....	13
3.1. Definisane digitalne promocije	13
3.2. Kanali digitalne promocije.....	16
3.3. Prednosti i izazovi digitalne promocije.....	18
4. UTICAJ DIGITALNE TRANSFORMACIJE NA PROMOCIJU POSLOVNIH BANAKA..	19
4.1. Digitalni marketing u savremenom bankarstvu	19
4.2. Segmentacija korisnika i ponašanje potrošača.....	21
4.3. Glavni kanali prodaje u savremenom bankarstvu	25
4.4. Strategija digitalne komunikacije	27
5. DIGITALNA PROMOCIJA SBERBANK AD BANJA LUKA.....	30
5.1. Sberbank a.d. Banjaluka kao digitalna banka	30
5.2. Digitalna promocija Sberbanke a.d. Banjaluka.....	34
5.2.1. Web stranica Sberbanke a.d. Banjaluka.....	34
5.2.2. Društvene mreže	35
5.2.3. Google oglašavanje	38
5.2.4. Online marketing	40
5.2.5. SMS promocija	41
5.2.6. Newsletter SBER NEWS	41
5.2.7. Oglašavanje na digitalnim uređajima (ATM; DS).....	42
ZAKLJUČAK.....	43
LITERATURA	45