

# Sadržaj

<b>UVOD</b>	<b>5</b>
<b>1 ŠTA JE DIGITALNI MARKETING?</b>	<b>8</b>
1.1 RAZVOJ DIGITALNOG MARKETINGA	8
1.2 POTREBA ZA DIGITALNIM MARKETINGOM	10
<b>2 VIZUALNI IDENTITET U POSLOVANJU</b>	<b>13</b>
2.1 BOJE U VIZUALNOM IDENTITETU BRENDA	13
2.2 LOGOTIP U VIZUALNOM IDENTITETU BRENDA	15
2.3 PORUKA U VIZUALNOM IDENTITETU BRENDA	16
2.4 TIPOGRAFIJA U VIZUALNOM IDENTITETU BRENDA	17
2.5 PRIMER VIZUALNOG IDENTITETA U VIDU TELEKOMUNIKACIONE KOMPANIJE M:TEL	19
<b>3 ALATI DIGITALNOG MARKETINGA</b>	<b>21</b>
3.1 WEB SAJT	21
3.2 CMS-(ENGL. CONTROL MANAGEMENT SYSTEM)	22
3.2.1 RAZLIKA IZMEĐU CMS-A I WCM-A	23
3.2.2 WORDPRESS	23
3.2.3 JOOMLA!	26
3.2.4 DRUPAL	28
3.3 INTERNET TRGOVINA	30
3.4 UTICAJ PANDEMIJE COVID 19 NA INTERNET KUPOVINU	31
3.5 SEO-(ENGL. SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)	35
3.6 DRUŠTVENE MREŽE	36
3.6.1 RAZVOJ DRUŠTVENIH MREŽA	37
3.6.2 POTREBA I ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U MARKETINGU	39
3.7 FACEBOOK MARKETING	40
3.7.1 FORMATI FACEBOOK MARKETINGA	41
3.8 TWITTER MARKETING	42
3.9 INSTAGRAM MARKETING	44
3.10 YOUTUBE MARKETING	46
3.10.1 KREIRANJE YOUTUBE KANALA ZA POSAO	47
3.10.2 SAZNAVANJE INFORMACIJA O PUBLICI	47
3.10.3 ISTRAŽITI KONKURANCIJU	47
3.10.4 UČITI OD OMILJENIH KANALA	48
3.10.5 OPTIMIZACIJA VIDEO SNIMAKA U CILJU DOBIJANJA PREGLEDA	48
3.10.6 OTPREMANJE I ZAKAZIVANJE VIDEO ZAPISA	49
3.10.7 OPTIMIZACIJA KANALA ZA PRIVLAČENJE PRATILACA	49
3.10.8 ISPROBATI YOUTUBE OGLAŠAVANJE	50
3.10.9 NASTOJANJE DA SE OSTVARI SARADNJA SA UTICAJNIM KORISNIKOM	51
3.10.10 ANALIZA I PRILAGOĐAVANJE	51
<b>4 POGLED U BUDUĆNOST</b>	<b>52</b>

