

S A D R Ź A J

1. UVOD	1
2. DIGITALNI MARKETING	3
2.1. Šta je digitalni marketing?	4
2.1.1. Definicija digitalnog marketinga	4
2.1.2. Istorija digitalnog marketinga	5
2.2. Razlika između tradicionalnog i digitalnog marketinga	6
2.2.1. Prednosti i nedostaci tradicionalnog marketinga	7
2.2.2. Prednosti i nedostaci digitalnog marketinga	7
2.2.3. Kako organizacije mogu koristiti obe vrste marketinga?	9
3. POTREBA ZA DIGITALNIM MARKETINGOM	10
3.1. Zašto je digitalni marketing važan?	11
4. BITNOST VIZUELNOG IDENTITETA	13
4.1. Šta je vizuelni identitet?	13
4.2. Vizuelni identitet poslovnog subjekta	14
4.2.1. Prednosti vizuelnog identiteta poslovnog subjekta	14
4.2.2. Logo i njegova uloga	15
4.2.2.1. Elementi logotipa	16
4.3. Vizuelni identitet proizvoda	21
4.3.1. Važnost identiteta brenda	22
4.4. Prednosti snažnog vizuelnog identiteta	24
5. ALATI DIGITALNOG MARKETINGA	25
5.1. Web	25
5.1.1. Web stranica i web lokacija	25
5.1.2. Web baneri	26
5.1.3. Web imenik	27
5.2. Socijalne mreže	28
5.2.1. Platforme za socijalne mreže	29
5.2.1.1. Facebook	30
5.2.1.2. Instagram	31
5.2.1.3. YouTube	31
5.2.1.4. LinkedIn	32

5.3. Komunikacija i interakcija sa korisnicima	33
5.3.1. Interaktivnost	34
5.4. Analitika.....	35
5.4.1. Alati i tehnologija.....	36
5.4.1.1. Web analitika	36
5.4.1.2. Socijalna analitika	37
5.4.1.3. SEO analitika	39
5.4.1.4. Korisničko iskustvo.....	40
5.5. Optimizacija	41
6. DIGITALNA TRANSFORMACIJA DRUŠTVA	45
6.1. Web shop.....	46
7. POZITIVAN PRIMJER DIGITALNOG MARKETINGA.....	49
8. NEGATIVAN PRIMJER DIGITALNOG MARKETINGA	51
9. ZAKLJUČAK.....	53
LITERATURA.....	55