

Akademia Młodego Ekonomisty



Marketing internetowy

Na czym polega marketing w Internecie?

dr Tymoteusz Doligalski

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

11.05.2010 r.

Co nowego w marketingu internetowym?



- Dostęp do większej liczby klientów, ale...
- Łatwiejszy start, ale...
- Stare/nowe rodzaje firm
- Nowe zjawiska

Nowe / stare rodzaje firm



- Sklepy internetowe
- Serwisy społecznościowe
- Usługi internetowe (e-usługi)
 - bankowość internetowa
 - wyszukiwarki internetowe
 - psychozabawy, psychotesty
 - gry internetowe

Digitalizacja



- Materialne produkty zastępowane są produktami cyfrowymi

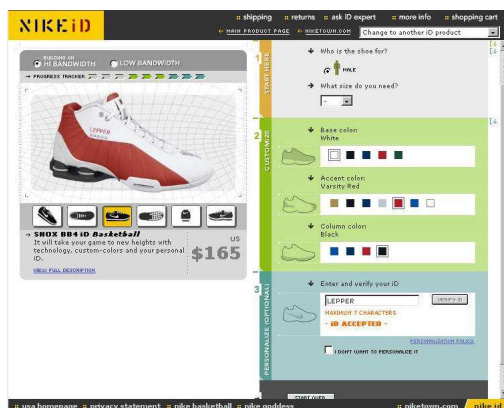
The screenshot shows a Google Books search interface. The search term is 'E-Business'. The results page displays several book entries with their titles, authors, and brief descriptions. The first result is 'E-Business: Key Issues, Applications and Technologies - Page 5' by Ravi Kalra and P. S. Ram. Other results include 'E-Business: Key Issues, Applications and Technologies II: Benefits, Risks and P...' by Ravi Kalra and P. S. Ram, 'E-Business 2.0: Recipes for Success - Page 300' by Ravi Kalra and P. S. Ram, 'E-Business and Distributed Systems Handbook: Applications Module - Page 1-1' by Ravi Kalra and P. S. Ram, 'Start Right in E-Business: A Step-by-Step Guide to Successful E-Business Implementation - Page 3' by Ravi Kalra and P. S. Ram, and 'E-Business@Home: Internet-Based Services and Processes - Page 61' by Ravi Kalra and P. S. Ram. The page also includes a search bar, navigation links, and a 'Sign in' button.

Źródło: books.google.com

Personalizacja



- Produkty dostosowywane są do naszych potrzeb



Źródło: nikeid.com

Personalizacja



- Produkty dostosowywane są do naszych potrzeb

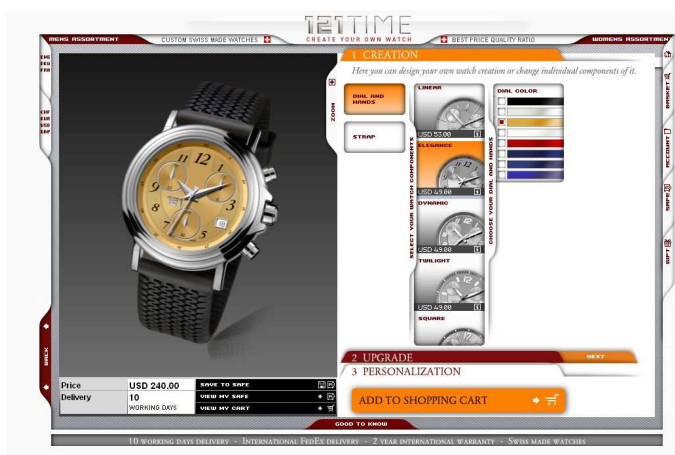


Źródło: fiat500.pl

Personalizacja



- Produkty dostosowywane są do naszych potrzeb

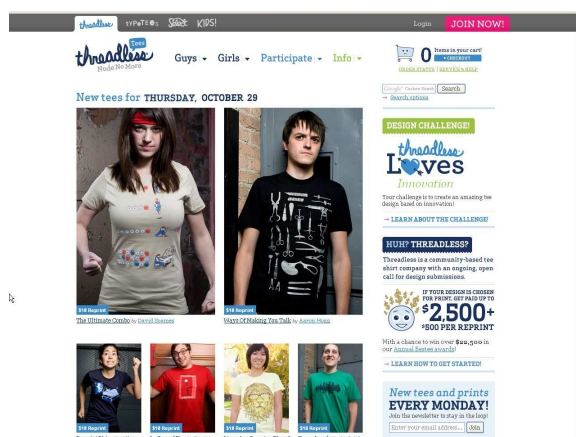


Źródło: 121time.com

Personalizacja



- Produkty dostosowywane są do naszych potrzeb

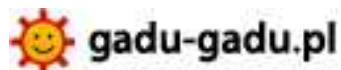


Źródło: threadless.com

Efekt usieciowienia



- Im więcej mamy klientów/użytkowników, tym jesteśmy silniejsi



Plan marketingowy firmy internetowej



- Kim jesteśmy (sklep internetowy, serwis społecznościowy, e-usługa)
- Co oferujemy? Jaki jest nasz produkt?
- Kim są nasi klienci? Jaka jest nasza grupa docelowa?
- Kto jest naszą konkurencją? W czym jesteśmy lepsi od konkurencji?
- Czy oferujemy coś za darmo? A na czym zarabiamy?
- Czy wykorzystujemy digitalizację, indywidualizację, efekt usieciowienia?
- W jaki sposób pozyskujemy klientów?



Dziękuję za uwagę