

DIGITALNI MAREKTING U FUNKCIJI DIGITALNE TRANSFORMACIJE OBRAZOVNIH PROCESA

Brankica Todorović

Univerzitet Privredna akademija, Fakultet savremenih umetnosti, Beograd, Srbija

brankica.todorovic@fsu.edu.rs

Kratak sadržaj: Digitalna transformacija obrazovnih procesa je nužnost savremenog obrazovnog sistema. Upotreba IT i analitičkih alata, pored, osavremenjivanja nastave doprinosi i bržem uključivanju studenata u realni privredni sistem. Evolucija marketinga od 1.0 do marketinga 4.0 nametnula je potrebu razvoja kurikuluma i nastavnih tema koji povezuju ishode da tendencijama u digitalnom marketingu i okruženju. U radu se analiziraju teme digitalnog marketinga u kontekstu razvijenosti digitalnih alata, doprinosa digitalnoj transformaciji obrazovnog procesa i prilagođavanju novim poslovnim potrebama na tržištu rada.

Ključne reči: digitalni marketing, digitalna transformacija, marketing kampanja, obrazovni procesi

DIGITAL MARKETING IN THE FUNCTION OF DIGITAL TRANSFORMATION OF EDUCATIONAL PROCESSES

Abstract: The digital transformation of educational processes is a necessity of the modern educational system. The use of IT and analytical tools, in addition to modernizing teaching, also contributes to faster integration into the real economic system. The evolution of marketing from 1.0 to marketing 4.0 has imposed the need for the development of curricula and teaching topics that connect outcomes with trends in digital marketing and the digital environment. This paper analyzes the topics of digital marketing in the context of the development of digital tools, their contribution to the digital transformation of the educational process, and the adaptation to new business needs in the labor market.

Key Words: digital marketing, digital transformation, marketing campaign, educational processes

1. UVOD

Digitalni marketing ili marketing 4.0 nastaje zahvaljujući promenama u tehnologiji i uticaju tehnoloških promena na potrošače [1]. Široka primena i rasprostranjenost digitalnog marketinga nametnula je potrebu uvođenja Digitalnog marketinga kao nastavnog predmeta. Studenti master akademskih studija, studijskih programa: Kreativne komunikacije i Menadžment u kreativnim industrijama, u mogućnosti su da prate nastavne teme u okviru nastavnog kurikuluma razvijenog za Digitalni marketing. Nastavne teme su usklađene sa potrebama primene digitalnih alata i automatizovanih sistema za razvoj i primenu marketing strategija što omogućava transformaciju obrazovnog procesa i povezivanje digitalnih veština i marketinga. Primena ovih alata i sistema omogućava efikasnije obavljanje pojedinih marketing aktivnosti, kao što su: segmentacija tržišta, generisanje mejlova i slanje korisnicima, kreiranje automatizovane marketing kampanje, aplikacija i drugo. U radu će se analizirati automatizovani servisi i alati koji se bave imejl marketing kampanjom. Imejl marketing je područje marketinga koje donosi najveće koristi uz najmanje troškove.

2. KONCEPT DIGITALNOG MARKETINGA I IMEJL MARKETING

Koncept digitalnog marketinga se zasniva na 6L elemenata [2]:

Interaktivnost: Kupac započinje kontakt u digitalnom okruženju, traži informacije, pronalazi sajt ili informaciju, a zatim kompanija prikuplja informacije o kupcu i šalje mu odgovor. U ovom procesu uzimaju se u obzir pojedinačne potrebe kupaca.

Prilagođenost pojedincu: Globalizacija i Internet su stavili potrebe kupaca na prvo mesto. Tako, kupci automobila Tesla Model S mogu da konfigurišu automobil u jednoj od preko 1.500 različitih kombinacija [3].

Pametni podaci: Pametni podaci se odnose na kontekstualne zaključke i tumačenja određenih fenomena koji pomažu marketarima da donose poslovne odluke. To su podaci koji se koriste za personalizovanje marketinške komunikacije i strategija.

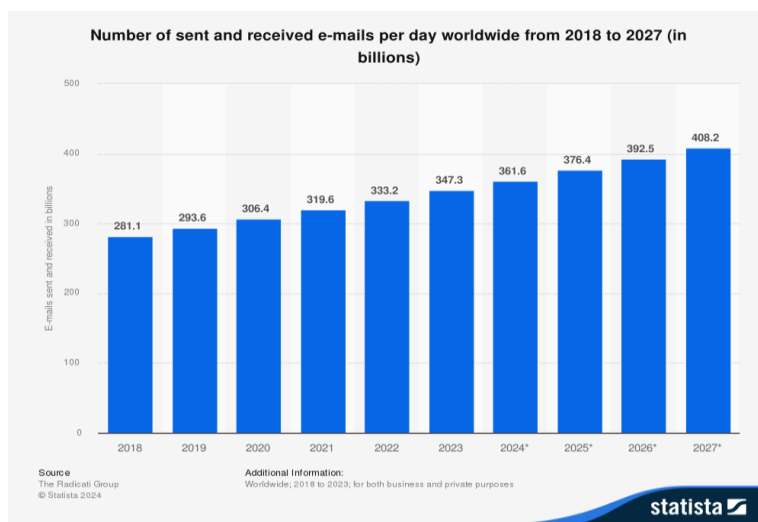
Integracija: Integracija se odnosi na objedinjavanje različitih kanala komunikacije. Putem integracije, tradicionalna komunikacija kompanije sa kupcima može da se nastavi i dopuni na Internetu.

Restrukturiranje industrije: Restrukturiranje ili promena industrije odnosi se na mogućnost da proizvod stigne do potrošača pomoću digitalnih kanala. Industrije se transformišu i prilagođavaju novim i digitalnim metodama poslovanja.

Nezavisnost od lokacije: Internet omogućava povezivanje proizvoda i potrošača širom sveta. Na ovaj način proizvodi stižu do globalnih potrošača bez geografskih ograničenja.

Navedeni elementi koncepta digitalnog marketinga pogoduju razvoju imejl marketinga, posebno sa aspekta prilagođenosti pojedincu: kreiranju personalizovanih poruka i integraciji gde se imejl poruke koriste za promovisanje aplikacija, društvenih mreža kompanije i drugo.

Imejl oglašavanje je centralni oblik digitalne komunikacije čija upotreba se neprekidno povećava. Broj imejlova koji se šalju i primaju širom sveta raste svake godine. U 2022. godini procenjeno je da je širom sveta dnevno poslato i primljeno 333 milijarde imejlova. Očekuje se da će ovaj broj porasti do 2026. godine na 392,5 milijardi dnevno [4]. Do 2025. godine očekuje se da broj globalnih korisnika imejla dostigne ukupno 4,6 milijardi, što je približno povećanje od 600.000 korisnika, u poređenju sa 4 milijarde korisnika u 2020. godini [5] (Slika 1).



Slika 1. Kretanje broja korisnika imejla

Efikasnosti imejl marketing kampanje doprinosi marketinška automatizacija. Marketinška automatizacija je postala ključna funkcija u alatima stručnjaka u marketingu. Implementacijom različitih sistema i softvera, marketinški profesionalci mogu da pojednostave procese, prikupe i analiziraju podatke korisnika, pošalju odgovarajuće imejlove u pravo vreme i maksimiziraju efikasnost kampanja. Digitalni korisnici žele da primaju poruke od brendova sa doslednim i proverenim iskustvom uz uključivanje neke vrste koristi (npr. nagrade za lojanost). Stabilnost i bolje targetiranje imejl marketinga može da se ostvari uz veštačku inteligenciju (AI): automatsko generisanje sadržaja slika, personalizovani sadržaji i newslettere.

3. AUTOMATIZOVANI SERVISI ZA SPROVOĐENJE IMEJL KAMPANJA

Automatizovani servisi za sprovođenje imejl kampanja obuhvataju dizajniranje, organizovanje, slanje i praćenje imejl kampanja. Servisi se razlikuju prema vrsti usluga koje nude, kao i po cenama za korišćenje određenog paketa ponude. Servisi obavljaju segmentaciju tržišta koja deli korisnike na osnovu skupa karakteristika na osnovu kojih se šalju ciljani imejlovi. Automatsko slanje imejllova se obavlja na osnovu specifičnog događaja ili više okidača kao što je klikanje na link ili popunjavanje obrasca. Najpoznatiji automatizovani servisi za sprovođenje imejl kampanja su: Sendinblue, AWeber, Mailchimp, ConvertKit, Hubspot, MailerLite, Klaviyo i ActiveCampaign. U nastavku rada će biti predstavljeni servisi pomoću ponuda za automatizaciju digitalnog marketinga: Sendinblue, Aweber i Mailchimp. Sendinblue je platforma za automatizaciju digitalnog marketinga koja je dizajnirana da pomogne rastu biznisa pretvaranjem slučajnih posetioca u pretplatnike, a pretplatnika u lojalne kupce. Dok se mnoge platforme za automatizaciju marketinga fokusiraju samo na imejl marketing, Sendinblue je svestrana platforma koja omogućava kreiranje automatizovanih imejllova, SMS i WhatsApp kampanje. Takođe, nudi funkciju za Live Chat koju se može dodati na sajt, omogućavajući komunikaciju posetiocima sajta i kupcima u realnom vremenu, kao i četiri različita paketa ponude [6] (Tabela 1).

Tabela 1 - Ponuda Sendinblue platforme

Besplatni paket	Početni paket	Poslovni paket	Paket za preduzeća
0 dolara/mesečno	16 dolara/mesečno	40 dolara/mesečno	Prilagođena cena
300 imejllova dnevno Prilagođeni imejl templajt Drag & Drop editor SMS i WhatsApp kampanje	Ponuda Besplatnog paketa 20.000 imejllova mesečno Osnovni izveštaji i analitika Imejl podrška	Ponuda Početnog paketa i 20.000 imejllova mesečno Marketing automatizacija A/B test Napredna statistika Automatizacija slanja imejllova Podrška putem telefona	Ponuda Poslovnog paketa i Personalizovana ponuda Fleksibilni ugovor Napredna integracija

Aweber je softver za imejl marketing za mala preduzeća. Softver pruža 24/7 korisničku podršku i različite obrazovne resurse. Ponuda obuhvata četiri različita paketa. Za razliku od Sendinblue platforme, definisana je maksimalna cena paketa od 899 dolara mesečno, dok prethodna platforma nudi mogućnost kreiranja personalizovane ponude putem prilagođene cene i ponude. [7] (Tabela 2).

Tabela 2 - Ponuda AWeber platforme

Besplatan paket	Paket Lite	Plus	Neograničeno
0 dolara/mesečno	12,5 dolara/mesečno	20 dolara/mesečno	899 dolara/mesečno
Do 500 pretplatnika 1 Lista e-pošte 1 Odredišna stranica 1 Automatizacija e- pošte Osnovna podrška putem e-pošte	Do 10.000 pretplatnika 3 Lista e-pošte 3 Odredišna stranica 3 Automatizacija e- pošte Napredna analitika poruka Podrška 24/7	Neograničene liste e-pošte Neograničene odredišne stranice Neograničene automatizacije e-pošte Neograničeni prilagođeni segmenti Neograničeni korisnici Prioritetna 24/7 podrška Napredno izveštavanje i analitika Napredne funkcije odredišnih stranica Praćenje prodaje i niske naknade za transakcije Uklanjanje AWeber brendiranja	Neograničeni pretplatnici Neograničene liste e-pošte Neograničene odredišne stranice Neograničene automatizacije e-pošte Personalizovano upravljanje nalogom Napredno izveštavanje i analitika Napredne funkcije odredišnih stranica Praćenje prodaje i niske naknade za transakcije Uklanjanje AWeber brendiranja

Mailchimp je softver koji omogućava personalizaciju strategije marketinga putem: segmentacije korisnika, kreiranja korisničkog puta, prediktivne segmentacije i personalizovanih preporuka. Segmentacija korisnika na osnovu različitih kriterijuma (demografski podaci, istorija kupovine i drugo) omogućava da se šalju ciljne i relevantne poruke određenim grupama kupaca. Kreiranje korisničkog puta je alat koji kreira prilagođena iskustva na osnovu interakcija i ponašanja kupaca. Prediktivna segmentacija je analitika koja se koristi kako bi se identifikovali segmenti kupaca koji su skloniji angažovanju ili konverziji. Personalizovane poruke se kreiraju pomoću alata zasnovanih na veštačkoj inteligenciji. Kao i prethodna dva sistema, nudi četiri različite ponude, s tim da je cena koja se plaća za Premium paket 350 dolara mesečno [8] (Tabela 3).

Tabela 3 - Ponuda Mailchimp platforme

Besplatni paket	Osnovni paket	Standardni paket	Premium paket
0 dolara/mesečno limit za 500 kontakata	13 dolara/mesečno za 500 kontakata	20 dolara/mesečno za 500 kontakata	350 dolara/mesečno za 10.000 kontakata
Mejl podrška prvih 30 dana Ograničeno izveštavanje i analitika	24/7 mejl i chat podrška	24/7 mejl i chat podrška Uključeno izveštavanje i analitika Beta AI funkcije	Telefonska i prioritetna podrška Uključeno izveštavanje i analitika Beta AI funkcije

Analiza tri navedena servisa za automatizaciju digitalnih marketing kampanja pokazuje da svi servisi nude besplatne pakete koji traju mesec dana. U okviru besplatnih paketa korisnici imaju mogućnost da koriste 300 ili 500 kontakata, korisničku podršku i druge elemente koji su u većoj meri ograničeni. Najskuplji paket ponude od 899 dolara

mesečno omogućava korisnicima neograničene mogućnosti: lista kontakata, odredišne stranice, napredno izveštavanje i analitika i drugo. Pored mogućnosti vezanih za automatizaciju u kontekstu digitalnog marketinga i imejl marketinga, postoji mogućnost i segmentacije tržišta, kao i personalizacije imejl sadržaja (Tabela 4).

Tabela 4 - Komparativna analiza automatizovanih sistema za imejl marketing

Karakteristike	Sendinblue	AWeber	Mailchimp
Broj paketa	4	4	4
Besplatni paket	da	da	da
Najjeftiniji paket	16 dolara/mesečno	12,5 dolara/mesečno	13 dolara/mesečno
Najskuplji paket	Prilagođena cena	899 dolara/mesečno	350 dolara/mesečno
Personalizovani paket	da	ne	ne
Korisnička podrška	da	da	da
Izveštavanje i analitika	da	da	da
Automatizacija slanja	da	da	da
AI funkcije	da	da	da

4. ZAKLJUČAK

Digitalna transformacija obrazovnih procesa doprinosi unapređenju kvaliteta obrazovnog rada. Pored toga, snažno je podsticana promenama u okruženju izazvanim razvojem IT, kao i potrebama tržišta rada. U radu je naveden primer predmeta: Digitalni marketing preko analize tema koja je vezana za imejl marketing kampanju. Imejl marketing kampanja, kao i druge marketing kampanje, mogu da se obave pomoću automatizovanih servisa koji imaju različite funkcije koje mogu da uključe i segmentaciju tržišta. Pored toga, dostupna lista kontakata, automatizacija slanja, izveštavanje i analitika, AI funkcije, olakšavaju realizaciju kampanje. Rastuća upotreba imejla u poslovnoj komunikaciji dovela je do razvoja sistema i alata koji olakšavaju rad stručnjacima u marketingu, podstiču digitalnu transformaciju marketinga i njegove efikasnosti. Poznavanjem ovih sistema i njihovom upotrebom studenti i drugi korisnici su u mogućnosti da iskoriste ključne prednosti servisa i alata, i da optimizuju marketing kampanje.

5. LITERATURA

- [1] Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. *Marketing 4.0—Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, 2017.
- [2] McDonald, M., Wilson, H. *E-Marketing: Improving Marketing Effectiveness in A Digital World*. Financial Times, Prentice Hall, 1999.
- [3] Lambert, F. *Tesla says Model 3 will have fewer than 100 configurations to ModelS' more than 1,500*, <https://electrek.co/2017/05/22/tesla-model-3-100-configurations/>, 2017.
- [4] Kirsch, K. *The Ultimate List of Email Marketing Stats for 2022*, <https://blog.hubspot.com/marketing/email-marketing-stats>
- [5] Internet stranica <https://www.statista.com/statistics/456500/daily-number-of-e-mails-worldwide/>
- [6] Internet stranica <https://rockstarmarketing.co.uk/what-is-sendinblue/>
- [7] Internet stranica <https://www.aweber.com/pricing.htm>
- [8] Internet stranica <https://mailchimp.com/pricing/marketing/>