

*Završni ispit u okviru specijalističke obuke iz elektronskog poslovanja*



## **IDEJNI PREDLOG PROJEKTA**

**Online marketing i elektronsko poslovanje u malim start-up firmama - firma BelaLab Inženjering**

13. februar 2009.

*Jasmina Živanović*

# 1.UVOD

---

- **Šta je online marketing?**

**Online marketing** je proces online promovisanja roba i usluga i kontakt sa postojećim i potencijalnim kupcima, putem alata baziranih na internetu.

- **Šta je elektronsko poslovanje?**

**Electronic Business** (elektronsko poslovanje) jeste vođenje poslova na internetu, što ne podrazumeva samo kupovinu i prodaju, nego i brigu o klijentima i poslovnim partnerima, kao i online organizaciju poslovanja u sopstvenoj firmi.

## 2. CILJ I ZADACI PROJEKTA

---

### ➤ Cilj projekta

Predlog online marketinga i primene određenih segmenata e-poslovanja za firmu **BelaLab Inženjering**

### ➤ Zadaci

- Istraživanja o firmi **BelaLab Inženjering**
- Istraživanja o konkurentskim firmama
- Istraživanje tržišta i segmentacija tržišta
- Analiza prikupljenih informacija
- SWOT analiza firme **BelaLab Inženjering**
- Predlog i analiza primene pojedinih segmenata e-poslovanja i online marketinga

# 3. NAČIN REALIZACIJE

---

Prikupljanje poslovnih informacija o firmama:

## **1. Informacije na Internetu**

Veliki broj inostranih specijalizovanih sajtova koji imaju kvalitetne informacije o trendovima, ponudi i tražnji kao i B2B servisima.

## **2. Primena upitnika** (direktno pri ličnom kontaktu - na nekom stručnom skupu, sajmu ili On Line)

## **3. Direktno**

Neposrednim razgovorom – daje najbolji kvalitet ali je vremenski obimno i skupo kada istražujemo veliki broj ciljnih firmi.

Zahteva znanja, veštinu i određeni reciprocitet u davanju i primanju informacija.

## **4. Skupovi**

Promocije, stručni skupovi, seminari – efikasno za određenu ciljnu grupu. Zahteva pripremu i često ne male organizacione troškove.

## **5. Specijalizovani izveštaji i studije**

Najčešće se rade po narudžbini države ili kroz donatorske programe.

# 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

## A) Firma **BelaLab Inženjering**

---

➤ **Metode istraživanja:** Direktni razgovor, istraživanja na internetu (sajt Agencije za privredne registre) i popunjavanja odgovarajućeg Upitnika.

✓ **Osnovni podaci o firmi:**

Pravna forma u kojoj je firma registrovana: Društvo sa ograničenom odgovornošću

Datum osnivanja: 4/11/08

Adresa i sedište firme: Srbija, Beograd-Zemun, Karađorđev trg 12/18

Naziv delatnosti: Ostala trgovina na veliko (šifra 51700)

Firma je registrovana za spoljnotrgovinski promet kao i za usluge u spoljnotrgovinskom prometu

✓ **Proizvodi i usluge koje firma nudi:**

- Laboratorijska oprema
- Laboratorijsko posuđe (staklo, plastika)
- Hemikalije za laboratorijska ispitivanja
- Stručna pomoć - konsultantske usluge

## 5. ANALIZA PODATAKA - BelaLab Inženjering

### Sadašnja situacija

---

- ❑ start-up firma, koja je u fazi pridobijanja novih kupaca i ostvarivanja odnosa poverenja sa poslovnim partnerima - distributerima proizvoda
- ❑ ima bežičnu internet konekciju, nezadovoljavajuću - zbog čestih prekida u radu
- ❑ upotreba online banking-a
- ❑ visoki telefonski računi usled stalnog kontaktiranja potencijalnih kupaca
- ❑ jedina reklamna aktivnost do sada je priprema flajera sa osnovnim podacima o firmi i njenoj delatnosti
- ❑ 1 zaposleni (direktor / obavlja sve poslove)

## 6. ANALIZA PODATAKA - BelaLab Inženjering

### Šta nedostaje i planovi za budućnost

---

#### Šta nedostaje?

- ne postoji jasno definisana baza kupaca
- ne postoji jasno definisana baza poslovnih partnera
- strateški i marketing plan nejasno definisani
- nema svoju web prezentaciju
- zaposliti još min 2 osobe

#### Planovi za budućnost (VIZIJA)

- Sticanje što je moguće više lojalnih kupaca
- Uvođenje e-poslovanja i online marketinga
- Poslovanje sa inostranstvom – da firma postane ekskluzivni zastupnik relevantnih svetskih proizvođača

# 7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

## B) Konkurentske firme

---

- **Metod istraživanja:** istraživanje na internetu  
**Poslovni portali** (podaci o firmama koje se bave određenim delatnostima, reklamiranje)  
<http://www.nomenklator.com/>  
<http://www.portal-srbija.com>  
<http://trzistesrbije.com/preduzeca.php>

- **Kriterijum za istraživanje:** LABORATORIJSKA OPREMA, ZDRAVSTVO, MEDICINA, FARMACIJA.

**U Srbiji ima više od 4000 firmi čija je delatnost u pomenutim oblastima.**

*Od toga, prodajom laboratorijske opreme, instrumenata, posuđa, hemikalija i ostalog potrošnog materijala za laboratorije - bavi se preko 370 firmi, što govori o velikoj konkurenciji na tržištu.*

- ✓ Jedan od najvećih konkurenata na tržištu u ovoj oblasti je **SUPERLAB**, firma prisutna od 1994. na tržištu.
  - zastupnik velikog broj renomiranih proizvođača proizvoda iz pomenutog asortimana
  - ima svoju internet prezentaciju (pregled delatnosti, prodajnog asortimana, segmentacija tržišta na prehrambenu industriju, farmaceutsku, medicinu, veterinu)
  - dodatni sadržaji (stručni podaci iz oblasti prirodnih nauka, mailing lista, mapa - gde se firma nalazi)
  - u toku je priprema e-commerca.

# 8. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

## C) TRŽIŠTE\_segmentacija

---

*Ciljne grupe firme **BelaLab Inženjering** :*

- PREHRAMBENA INDUSTRIJA (laboratorijska ispitivanja)
- MEDICINSKE LABORATORIJE (biohemijske, mikrobiološke analize)
- VETERINARSKE laboratorije
- FARMACEUTSKE LABORATORIJE
- Konsalting usluge za fabrike koje se bave proizvodnjom i preradom mleka i mlečnih proizvoda

# 9. SWOT ANALIZA

## **BelaLab Inženjering**

<b>Jake strane preduzeća</b>	<b>Slabe strane preduzeća</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤Višegodišnje iskustvo vlasnika firme u oblasti proizvodnje i prerade mleka i mlečnih proizvoda, što je od značaja za pružanje konsultantskih usluga</li><li>➤Prethodno iskustvo vlasnika firme u oblasti prodaje pomenutog asortimana proizvoda</li><li>➤Prethodno radno iskustvo i poslovna poznanstva - koja mogu biti od pomoći za uspostavljanje uspešnih partnerskih odnosa i nalaženje kupaca</li><li>➤Kod malih firmi isporuka traženog proizvoda može se odvijati mnogo brže, nego u nekom većim firmama, gde je veći broj službi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤Firma nova na tržištu</li><li>➤Nema jasno definisan strateški plan i marketing plan</li><li>➤Nema jasno definisanu bazu kupaca</li><li>➤Nema jasno definisanu bazu poslovnih partnera</li><li>➤Nema dovoljan broj zaposlenih</li><li>➤Nema dobru internet konekciju</li><li>➤Nema svoj web site, kao osnovu za online marketing</li></ul>
<b>Šanse okruženja</b>	<b>Opasnosti okruženja</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤Podsticanje razvoja preduzetništva od strane države</li><li>➤Veliki broj preduzeća koja su ciljna grupa, na osnovu segmentacije tržišta, a koja koriste internet</li><li>➤Primena online marketinga i prednosti e-poslovanja u prodaji (B2B i B2C), daje imidž moderne i pouzdane firme koja ide ukorak sa trendovima na tržištu i primenjuje napredna rešenja u svom poslovanju</li><li>➤Online marketing je od značaja kod poslovanja preduzeća sa inostranstvom</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤Veliki broj konkurentskih firmi, sa ponudom sličnog asortimana proizvoda i usluga, koje su već osvojile određeni deo ciljnog tržišta</li><li>➤Političko okruženje – utiče na strana ulaganja i ekonomiju</li><li>➤Ekonomsko i poslovno okruženje zavisnost od stranih ulaganja</li></ul>

# 10. Predlog online marketinga i odgovarajućih resursa e-poslovanja za firmu **BelaLab Inženjering (I faza)**

---

Primena predloženih rešenja planirana je u 2 faze:

## **I SERVISI I USLUGE:**

- ✓ ***Pouzdana i bezbedna internet konekcija*** (antivirus, antispam, ...), uvođenje ADSL konekcije
- ✓ ***Podrška u radu i korišćenju servisa*** (tehnička podrška, call centar)
- ✓ ***EunetPhone usluga*** – i do 10x jeftinije telefoniranje nego na standardni način, preko Eunet ADSL-a, aktiviranjem pomenute usluge
- ✓ ***Izrada profesionalne web prezentacije***, sa elementima interaktivnosti
- ✓ ***Postavljanje banera*** (grafički elementi) na sajtove gde ciljni kupci dolaze u velikom broju, koji ih najčešće upućuju na ciljni sajt. Modaliteti postavljanja su razmena banera, plaćanje po vremenu i poziciji na sajtu ili po broju posetilaca koji vam baner sa reklamnog sajta generiše

**Mediji:** B92, Blic, RTS...

**Pretraživači:** Krstarica, Aladin,...

**Poslovne vesti/tenderi:** E Kapija, BalkanTenderi, Europages...

**B2B portali:** Alibaba, Rusbiz,..

# 11. Predlog online marketinga i odgovarajućih resursa e-poslovanja za firmu **BelaLab Inženjering (II faza)**

---

## II PAKETI USLUGA

- ✓ **SugarCRM servis** (unapređenje marketing efektivnosti i nastupa u prodaji)
- ✓ *Upravljanje poslovnim odnosima, informacijama o klijentima, e-mail marketinškim kampanjama...*
- ✓ **E-prodavnica** (naručivanje, naplata, isporuka)
- ✓ **Konsalting** u pripremi i uvođenju e-poslovanja (konsalting za B2B i B2C poslovanje)
- ✓ **Obuke** za primenu određenih servisa

# 12. Profesionalna web prezentacija firme **BelaLab Inženjering**

---

## ➤ Cilj web prezentacije

- Predstavljanje firme na internetu (delatnost i proizvodi u prodajnom asortimanu)
- Podsticanje i povećanje prodaje
- Smanjenje troškova firme primenom e-poslovanja  
(u komunikaciji telefonom, faxom i poštanskim troškovima, kao i u obimu štampanog materijala i troškova oglašavanja)

## ✓ Šta je važno za profesionalnu web prezentaciju?

- Dobar dizajn, odlično osmišljen sadržaj - što će privući posetioce/potencijalne kupce
- Interaktivnost (mogućnost dvosmerene komunikacije sa posetiocima sajta)

## ✓ Kako omogućiti interaktivnost web prezentacije?

- **Mailing liste** – posetilac se prijavljuje na listu, čime ulazi u bazu podataka firme; u skladu sa internet pravilnikom, na ovaj način je dozvoljeno slanje e-mail-ova na tu adresu, sa novostima i obaveštenjima u vezi proizvoda i sl.
- **Online upitnici, anketa** – istraživanje tržišta (saznajemo realne potrebe potencijalnih kupaca)
- **Online katalogi** – predstavljanje proizvoda iz prodajnog asortimana
- **Lista često postavljanih pitanja i odgovora (FAQ)**
- **Instalacija vesti**
- **Elektronski bilteni** – slanje digitalnih publikacija u vezi sa novim proizvodima, firmama koje su na mailing listi

# 13. Šta je još potrebno?

---

*Prema nekim informacijama, ima 85% onih koji nešto istražuju na internetu koristeći pretraživače.*

- ✓ Optimizacija prezentacije za pretraživače (meta tagovi)
- ✓ Prijavljivanje sajta na dodatne servise pretraživača (npr AdWords na Google-u)
- ✓ Povećati posećenost (vidljivost) prijavljivanjem sajta na nekih od poslovnih portala (B2B, B2C)

## **Evaluacija sajta**

- Da li je on vidljiv na pretraživačima?
- Koliko je naš sajt posećen?

## **Šta posle?**

- Redovno ažuriranje (sadržaj /povremena promena dizajna) - dinamičnost sajta
- Uvođenje e-commerca u kasnijim fazama
- E-potpis

Prezentacija autora ovog projekta: <http://clubluckybamboo.eda.rs>

# 14. ZAKLJUČAK

---

***Cilj svakog preduzeća čija je delatnost prodaja, trebalo bi da bude sticanje što je moguće više lojalnih kupaca.***

**Pregled nekih statističkih podataka: Šta uzrokuje gubitak kupaca i zašto tako nešto ne bi smelo da se događa**

- ***Kompaniju košta 6 puta više da proda novom potrošaču, nego ako prodaje već postojećem.***
- *Tipični nezadovoljni korisnik će ispričati 8-10 ljudi o svom lošem iskustvu u vezi sa proizvodom/uslugom.*
- ***Kompanija može povećati svoj profit i do 85% kada povećava stopu zadržavanja korisnika za samo 5%.***
- *Verovatnoća prodaje novom kupcu je 15%, dok je verovatnoća prodaje već postojećem kupcu 50%.*
- ***70% kupaca koji ulože reklamaciju će nastaviti da kupuje od istog prodavca ako on preduzme odmah korake da ispravi grešku.***
  
- ✓ ***Jasno definisana strategija*** (pridobijanje novih kupaca, zadržavanja postojećih kupaca, uspostavljanja uspešnih partnerskih odnosa sa firmama – poslovnim partnerima) ***izuzetno je značajna.***
- ✓ *Pre preduzimanja bilo kakve aktivnosti u pogledu marketinga(u ovom slučaju, **online marketing plan**) potrebno je isplanirati dobro svaki segment.*  
***Naime, loša reklama tj loša marketing kampanja - ima mnogo snažniji efekat od nereklamiranja.***



---

*Hvala na pažnji!*

**EUnet**  
**College**

## *Literatura koja je korišćena u pripremi ovog rada*

---

- Smart model, Namenjen je definisanju marketing nastupa jugoslovenskih preduzeća na Internetu, Power Point prezentacija, autori: J. Vukmirović, N. Vuković, D. Vukmirović
- EUNET servisi, literatura za obuku sa EUNET College-a
- EUNET SWOT, literatura za obuku sa EUNET College-a
- Elektronsko poslovanje – praktična primena, literatura za obuku sa EUNET College-a
- Mogućnosti i primena e-poslovanja, literatura za obuku sa EUNET College-a
- Komunikacija sa tržištem, literatura za obuku sa EUNET College
- Web komunikacija, literatura za obuku sa EUNET College-a
- Kurs prodaje, EUNET, april 2007, Dragana Brzaković