

Evidencijski broj / Article ID: 21168384
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section:



■ ■
**Najprofitabilniji je
e-mail marketing,
koristi ga više od 81
posto kompanija**
Okrugli stol u čast utemeljitelja
marketinške teorije i prakse
u Hrvatskoj str. 15



Poslovni dnevnik
redakcija@poslovnid.hr

Mediji & marketing

Najprofitabilniji je e-mail marketing, koristi ga više od 81 posto kompanija

U čast profesora Rocca Barbara Slade Jagodić i Danijel Štih na okruglom stolu u organizaciji PVZG-a

Okrugli stol upriličen je povodom 100. godišnjice rođenja jednog od utemeljitelja marketinške teorije i prakse u Hrvatskoj te prvog dekana PVZG-a

DOMAGOJ PULJIZOVIĆ
domagoj.puljizovic@poslovnid.hr

Sedam puta dnevno guglamo! Nakon jedenja i odlaska na WC, to je treća najčešća aktivnost koju svi radimo. Pedeset posto ljudi uopće više ne pali televiziju, marketing se promijenio... Istaknula je to Barbara Slade Jagodić, stručnjakinja za optimizaciju web pretraživača (SEO) u sklopu predavanja "Digitalni marketing u Hrvatskoj i svijetu: stanje, trendovi, budućnost", a kojeg je održala na okruglom stolu "Aktualnost znanstvene misli Fedora Rocca, prof. emeritusa" u organizaciji Poslovnog veleučilišta Zagreb (PVZG). Sve je upriličeno povodom 100. godišnjice rođenja jednog od utemeljitelja marketinške teorije i prakse u Hrvatskoj te prvog dekana PVZG-a od 2006. do 2008.

Milijardu web stranica

To su 22 milijarde pretraga dnevno, samo na Googleu. Za usporedbu, 1998. Google je bilježio 3,5 milijuna dnevnih pretraga, a 2012. taj je broj skočio na 3,3 milijarde, dodala je Slade Jagodić. "Dogodio se kvantni skok, interes se brzo razvija i jako je teško pratiti trendove u digitalu. Dnevno provedemo gotovo 7 sati na internetu, a od toga smo više od dva sata na društvenim mrežama", istaknula je Slade Jagodić.

Facebook je i dalje društvena mreža koja se najviše koristi s više od tri milijarde mjesečno aktivnih korisnika. "Još smo na Facebooku i koristimo ga zato što smo svi od 40 godina nadalje još živi. Da nema nas, slika bi bila potpuno drukčija. Uglavnom su sada aktivne grupe, Facebook stranice su malo zamrle.



Barbara Slade Jagodić, stručnjakinja za optimizaciju web pretraživača (SEO). "SEO je drugi najprofitabilniji oblik marketinga danas", ističe

No, mladi najviše koriste Instagram, Snapchat i TikTok zbog brzine", pojasnila je Slade Jagodić.

Društvene mreže danas koriste više od pet milijardi ljudi, što čini oko 62,3% svjetske populacije.

"Ima nas 8 milijardi na cijelom svijetu, dakle gotovo svi su na internetu", kazala je stručnjakinja za SEO.

Prvu e-mail marketinšku kampanju proveo je Gary Thuerk, zaposlenik tvrtke Digital Equipment Corporation (DEC) još 1978. i na njoj navodno zaradio 13 milijuna dolara.

"Našao je 400 mailova i poslao prvi mail. Promovirao je novi računalni sustav svoje tvrtke. Kasnije je zbog toga dobio nadimak 'otac spama'. Danas više od 81% kompanija koristi e-mail marketing. To je najprofitabilniji dio digitalnog marketinga. Nakon toga ide optimizacija za tražilice, a oglašuju se negdje na samom kraju, iako se 99% svih budžeta stavlja u njih", rekla je Slade Jagodić.

Od prve objavljene 8. kolovoza 1991. broj web stranica danas je prema procjenama skočio na milijardu.

"Na svakih osam stanovnika u svijetu, imamo jednu web stranicu", istaknula je SEO stručnjakinja. Inače pojam SEO datira iz 90-ih.

"SEO je drugi najprofitabilniji oblik marketinga danas. Kada u tražilicu netko upiše ime vašeg brenda, želite biti u prva tri rezultata. Prvi rezultat donosi vam 50% svih prihoda ili klikova", rekla je Slade Jagodić pa za primjer dala jedan rezultat pre-

Rast AI marketing toolsa - 967%

Broj pretraga na Googleu za 'AI marketing tools' porastao je za 967% u posljednje dvije godine



Danijel Štih, managing partner u medijskoj investicijskoj kompaniji GroupM i član Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e)

traživanja koji prvu poziciju na Googleu drži već 12 godina. "Ne postoji druga vrsta oglasa koji će tako funkcionirati, 12 godina dobivaju klikove, nema oglasa koji tome može parirati", zaključila je.

Tradicionalna TV odumire

Iako se kod nas 'još drži', tradicionalna TV nažalost odumire, na američkom tržištu bilježi pad prihoda, dok streaming usluge dobivaju na značaju. Kupnja se sve više seli online, a primjena umjetne inteligencije u marketingu sve više postaje mainstream, kazala je Slade komentirajući šire medijske trendove u digitalnom okruženju.

"Do 2027. manje od 50 milijuna domaćinstava u SAD-u će plaćati usluge tradicionalne televizije. To je smanjenje od 100 milijuna od 2014. Oko 40% svih kupaca pripada Generaciji Z, a do 2025. online kupci koji pripadaju Generaciji Z, bit će brojniji od pripadnika Generacije X. Čak 77% Hrvata kupilo je nešto

online ove godine. U Hrvatskoj je aktivno oko 12.600 web trgovina. Što se tiče uporabe AI-ja u marketingu, broj pretraga na Googleu za 'AI marketing tools' porastao je za 967% u posljednje dvije godine", istaknula je Slade Jagodić.

Medijske investicije u Hrvatskoj prošle su godine dosegnule 270 milijuna eura godišnje, kazao je Danijel Štih, managing partner u medijskoj investicijskoj kompaniji GroupM i član Hrvatske udruge društava za tržišno komuniciranje (HURA-e) komentirajući u svom predavanju trendove oglašavanja u Hrvatskoj.

"Prema tradicionalnom razumijevanju medija u Hrvatskoj, televizija je apsolutni kralj, zatim internet koji je parcijalno 'snimljen', a onda vanjsko oglašavanje i radio. U 2024. došli smo na više od 400 milijuna eura investicija. Dakle, u Hrvatskoj je TV po investicijama kanal 'broj jedan', a slijede je Google i Meta", kazao je Štih.