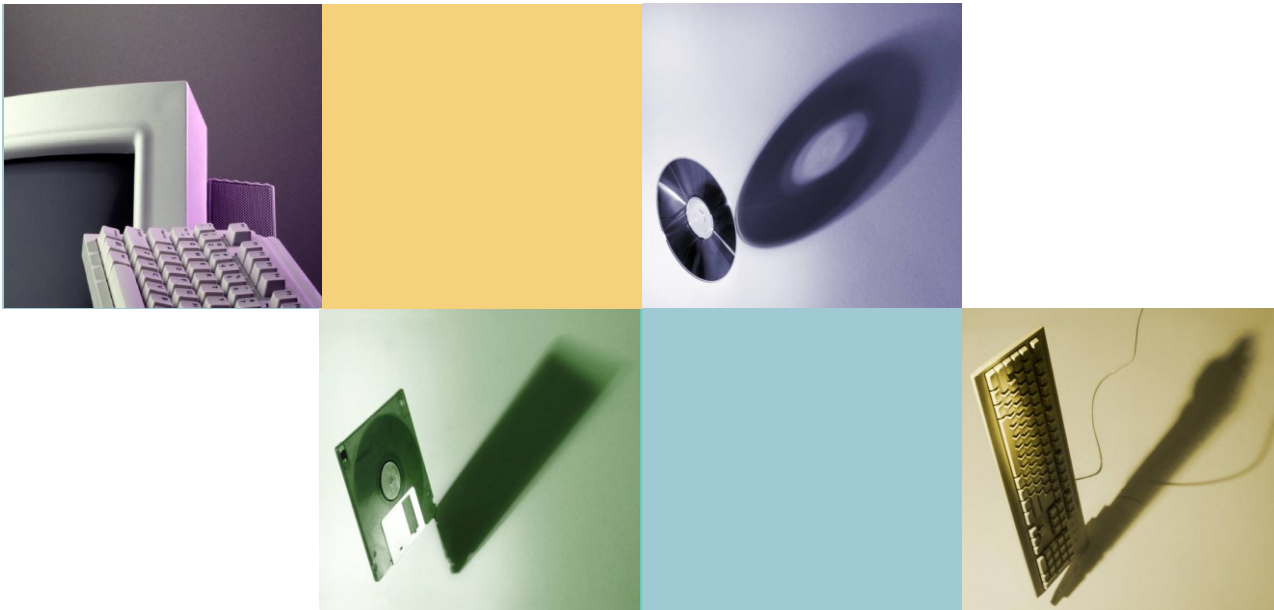


Upravljanje softverskim projektima



Marketing u softverskim kompanijama

Predavač: Dražen Drašković

Agenda

1. Cilj i vrste marketinga

2. Resursi u internet marketingu

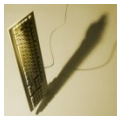
3. Brend i još neka terminologija

4. Pitanja?



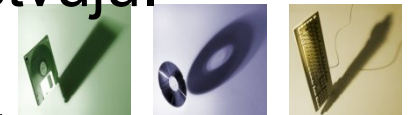
O marketingu

- Marketing = stavljanje na tržište
- Def: *„Marketing je proces planiranja i sprovođenja koncepcija cena, promocije i distribucije ideja, roba i usluga, kako bi se kreirala razmena, koja zadovoljava potrebe pojedinca i organizacija”.*
- Uloga marketinga: integrativna, tj. on je most koji povezuje mogućnost kompanije sa potrebama potrošača, privrede i društva za proizvodima i uslugama.



Cilj i vrste marketinga

- Cilj marketinga?
 - proizvodi i aktivnosti kompanije da ne ostanu neprimećeni na tržištu
- Vrste marketinga:
 - Tradicionalni marketing
 - Internet marketing
- Tradicionalni – proces razmene koji istovremeno zadovoljava kompaniju i korisnika
- Internet – proces izgradnje i održavanja odnosa sa korisnicima (potrošačima) preko onlajn aktivnosti kako bi se olakšala razmena ideja, proizvoda i servisa (usluga) koji zadovoljavaju ciljeve obe strane koje učestvuju.



Komponente internet marketinga

- 1) Proces u internet marketingu
- 2) Izgradnja i održavanje odnosa sa korisnicima (potrošačima)
- 3) Onlajn mogućnosti
- 4) Koncept razmene
- 5) Zadovoljenje ciljeva obe strane (koje učestvuju u razmeni)

* iz knjige: „*Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*”



Komponenta 1

- Proces u internet marketingu - sedam faza:
 - Definisanje strategije na nivou kompanije i na nivou pojedinačnih poslovnih celina kompanije
 - Analiza marketinških mogućnosti
 - Formulisanje marketinške strategije
 - Planiranje očekivanja korisnika
 - Planiranje marketinškog programa
 - Pomeranje fokusa razmene sa tržišta u virtuelni prostor
 - Ocenjivanje rezultata marketinškog programa
- Faze koordinisane i međusobno konzistentne
- Proces je linearni metod, ali marketinška strategija mora da se često koriguje za vreme ovih 7 faza



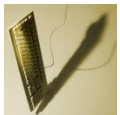
Komponente 2 i 3

- Izgradnja i održavanje odnosa sa korisnicima
 - dugotrajni odnosi sa korisnicima (potrošačima)
 - fokus od traženja korisnika ka održavanju dovoljnog broja predanih i lojalnih korisnika
 - povremeno dobiti odgovor od korisnika o samom softverskom proizvodu (*feedback*)
- Onlajn mogućnosti
 - uspeh internet marketinške kampanje može se ponekad oslanjati i na tradicionalna (offline) marketinška sredstva (npr. reklama u pauzi koncerta ili košarkaške utakmice)



Komponente 4 i 5

- Koncept razmene
 - Procenjivanje *online* marketinškog programa mora biti u skladu sa njegovim ukupnim uticajem na razmenu (ne samo na *online* razmenu, posmatra se i *offline* uticaj)
- Zadovoljenje ciljeva obe strane
 - kompanije nude neki vid besplatnih usluga i informacija, kako bi zadobile lojalnost korisnika
 - koncept dodatne vrednosti („*added value*“), što više pogodnosti svojim kupcima da napravimo kvalitativnu razliku u odnosu na klasični marketing, sa taktikom „rat cenama“



Internet marketing

- Zasniva se na reklamama putem interneta, ali i onlajn kupovini (elektronsko poslovanje)
- Drugi sinonimi za internet marketing:
 - Digitalni marketing
 - Elektronski marketing
 - *Online* marketing
 - Virtuelni (*cyber*) marketing
 - *Web* marketing





Windows 10 Home

The Windows 10 Home operating system offers built-in security and apps like Mail, Calendar, Photos, Microsoft Edge, and more to help keep you safe and productive. Licensed for 1 PC or Mac.

Need to connect to a corporate or school network?
Get Windows 10 Pro.
[Shop now](#)

\$139.00

Download

USB - English

Add to cart

Example prices

Team size	Monthly price	Average price/user n/a (flat fee)
1-10	\$5	\$1
20	\$20	\$1
50	\$50	\$1
75	\$75	\$1
100	\$100	\$0.8
200	\$160	\$0.48
500	\$240	\$0.39
750	\$290	\$0.34
1000	\$340	\$0.27
2000	\$540	\$0.23
5000	\$1.140	

Calculate your estimated price for Atlassian Access

PRICE CALCULATOR

How many users?



MONTHLY PRICING SUMMARY

\$72 / mo.

Avg. \$3 / user / mo.

For 24 users

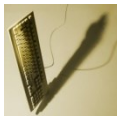
Monthly Annually

Pay \$3 per user up to 250 users, with tiered discounts for more than 250 users.

Internet marketing - prednosti

- Da li je samo nova grana tradicionalnog marketinga?
- Interaktivnost - dvosmerni protok informacija
- Individualizacija - personalizovani marketing ka kupcima
- Internet = distribicioni kanal za reklamiranje, i mesto za promociju proizvoda / servisa
- Kompanije se putem interneta informišu o prodoru informacija i plasmanu na različita geografska tržišta
- Ključ uspeha svake kompanije?

Marketing orijentisan ka korisniku.



Internet marketing - nedostaci

- Kada korisnik na internetu nije zadovoljan onim što dobija od kompanije, on prelazi na proizvode i usluge druge kompanije, što je veoma loše za kompaniju (odraz neuspešnog poslovanja)
- **Sinhronizovanost sa tradicionalnim marketingom:** upotreba konzistentnih poruka, jedinstveni logo i zaštitni znak, poruka/moto, kao i ostali elementi vizuelnog identiteta (da korisnici mogu nezavisno od medija koji koriste da pronađu iste sadržaje)



Razlike: tradicionalni vs internet

Tradicionalni marketing	Internet marketing
Lokalno i regionalno tržište	Globalno tržište
Ograničena vremenska raspoloživost	Uvek raspoloživ (24 / 7 / 365)
Masovni marketing (broadcast reklama)	1 prema 1 (možemo ciljati tačno određenog korisnika)
Nema interaktivnosti (jednosmerna komunikacija)	Interaktivnost (dvosmerna komunikacija)
Veća finansijska ulaganja	Manja finansijska ulaganja (ekonomičnost i efikasnost)
Difuzno emitovanje (TV, radio, štampani mediji)	Usmereno emitovanje (možemo usmeriti ka ljudima određenog pola, godina starosti, geo područja,...)
Heterogena zajednica korisnika	Homogena internet zajednica
Otežano ocenjivanje rezultata kampanje	Dobra merljivost rezultata marketinške kampanje



Trendovi u Google-u

Google Trends

Сједињене Државе



Истражите оно што
остатак света
претражује

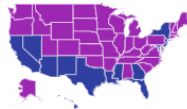
Унесите термин или тему за претрагу



Или започните са примером

САКРИЈ

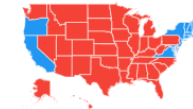
● Тејлор Свифт ● Ким Кардашијан



● Светско првенство у фудбалу



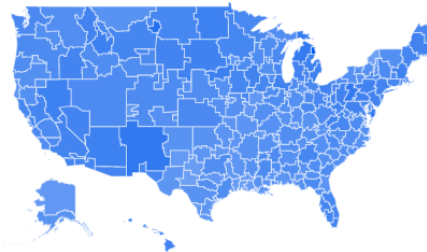
● Фудбал ● Амерички фудбал



Интересовањ
дана, Сједињ

Search interest in Coronavirus, past day

Metro



US: Coronavirus Trending queries, past day

Rising



1	canine coronavirus vaccine	+350%
2	at home coronavirus test	+250%
3	second wave of coronavirus	+200%
4	coronavirus second wave	+180%
5	hydroxychloroquine coronavirus	+150%

Najpopularniji Google termini u Srbiji

Januar 2020:

Here is a detailed list of the most googled terms in 2019:

1. Zadruga (reality show)

2. The fall of the Berlin Wall

SPORT

3. Serbia – Portugal football game

4. FIBA World Cup

SERIJE

5. Game of Thrones

6. Žigosani u reketu (TV series)

7. Australian Open 2019

8. Ubice mog oca (TV series)

9. Senke nad Balkanom 2 (TV series)

10. Eurovision 2019

Prednosti interneta (1)

- Poslovanje preko interneta smanjuje troškove u proseku bar za 10-20%
- Ne postoje troškovi komunikacije, troškovi pripreme štampanja, štampanje materijala, snimanje reklame i montaža,...
- 83% velikih kompanija se oglašava kroz neke vidove internet kampanje (izvor: *Clutch, 2019*)
- Kompanije putem interneta povećavaju svoj prihod i prodaju, očekuje se oko 2,14 milijardi ljudi da kupuju u 2021. godini putem interneta



Prednosti interneta (2)

- Prednosti u odnosu na druge medije:
 - Pruža efikasnu i brzu komunikaciju sa kupcima, koji odmah mogu naručiti robu
 - Potencijalni kupac se uvek može vratiti na reklamu kada želi da se podseti o proizvodu/kompaniji
 - Efikasnost Internet reklame je merljiva (broj posetilaca, broj pregleda,... npr. Google Analytics)
 - Svaku izmenu u informacijama o proizvodu uvek će videti korisnik (u realnom vremenu)
 - Kupovina putem interneta zahteva veliku dozu poverenja (kupac mora verovati prodavcu!)
 - Prodavac veruje da će mu biti plaćeno ono što isporučuje
 - Obe strane imaju poverenja u tačnost i bezbednost same transakcije



Resursi u internet marketingu (1)

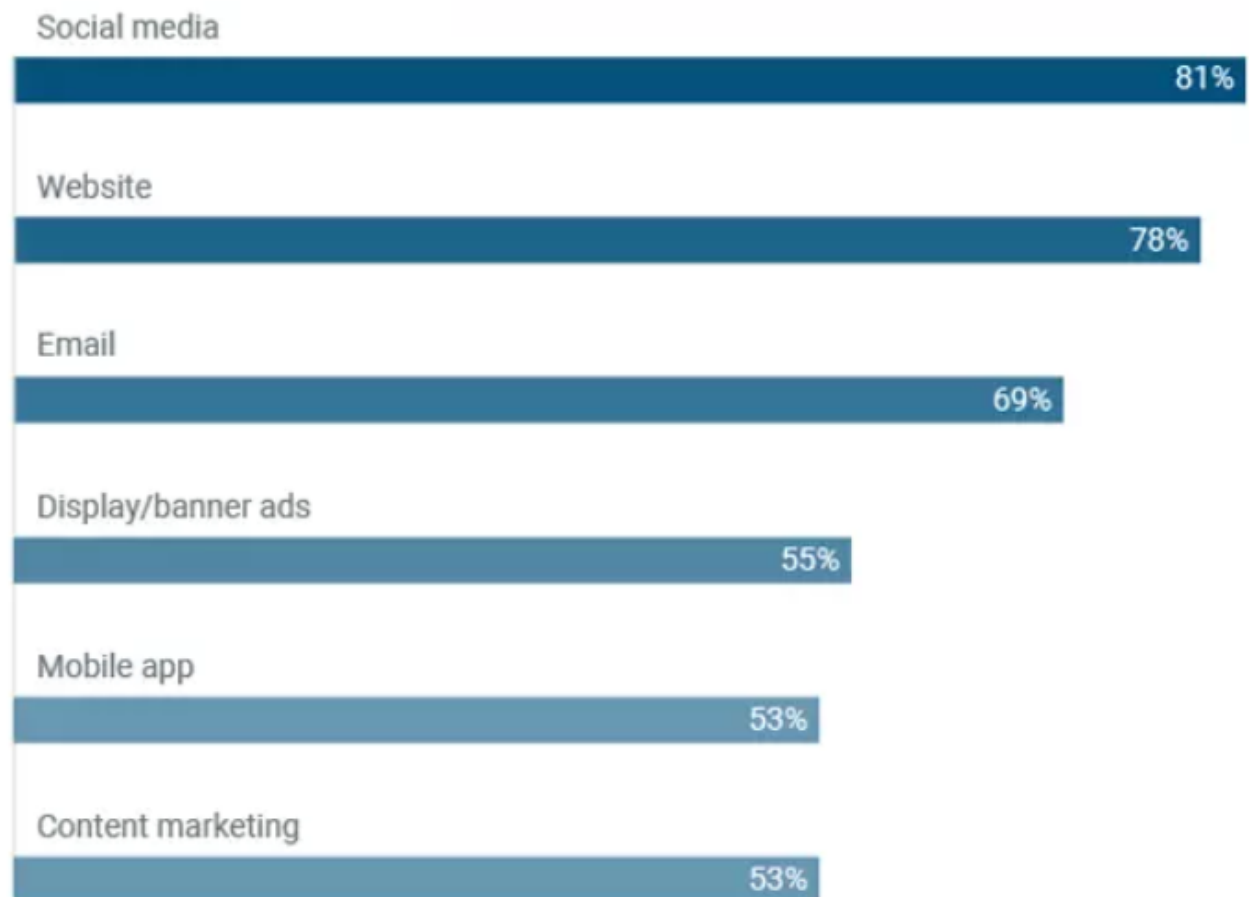
- Onlajn informacije preko veb sajtova i baze podataka (sve što je javno dostupno može da se prikupi – *web scraping & web crawling*)
- Softverski proizvodi – veb bazirani sistemi kao što su onlajn prodavnice, onlajn sistemi za podršku kupcima (*chat bots*), i sl.
- Resursi telefonije – evidencija kupaca preko broja mobilnog telefona, slanje masovnih SMS poruka, slanje poruka preko telekom operatera (npr. putem *Viber-a*)
- Mrežni resursi (intranet)
- Posebni resursi u okviru maloprodaje (bar kod, QR kod,...)



Resursi u internet marketingu (2)

- Anketa iz 2018, 500 kompanija iz Amerike

Top 6 Digital Marketing Channels for Businesses

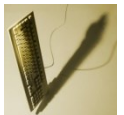


Poslovanje na internetu

- Četiri najvažnija procesa:
 - prikupljanje informacija (podataka),
 - marketing (4P),
 - elektronsko poslovanje (eng. e-commerce),
 - komunikacija.



- Bez dobrog biznis plana izlazak kompanije na internet tržište neće doneti dobit, već može prouzrokovati direktnu štetu.
- Sve veći broj kompanija koje se priključuju internet marketingu i tržištu, sve manji broj tradicionalnih kompanija.



E-pijace u Srbiji tokom epidemije Covid-19 (april 2020)

eПijаца Србије
Кликом до домаћина

Укупан број произвођача **1122**

Претрага

Регион

Тип производа

Достављач Органска производња

ПРЕТРАЖИ ПОНИШТИ ПРЕТРАГУ

Бачка Банат

Proizvodi O nama Naši proizvođači Kontakt

BESKONTAKTNA DOSTAVA na V

Besplatna dostava na području Beograda USLOVI DOSTAVE Prijavi se | Regist

M O J A
P I J A C A

NARUČIVANJE TELEFONOM NA 069/718-717










Traži na pijaci...

SVEŽE DOMAĆI PROIZVODI ZDRAVA HRANA PASTIRICA POKLONI

POŠALJITE SAVRŠEN POKLON

Da li u krizama nastaju kompanije?

- 12 IT startup kompanija nastalih u periodu velike recesije (SEK), 2007/2008

Dropbox, 2007 	Wordstream, 2007 	Zendesk, 2007 	Groupon, 2008 
Cloudera, 2008 	WhatsApp, 2009 	Uber, 2009 	Venmo, 2009 
Slack, 2009 	Square, 2009 	Instagram, 2010 	Pinterest, 2010 

8 pogrešnih stvari u e-marketingu (1)

- 1) Ako imate novca, možete sve.
 - Postoji li zagantovana formula za uspeh u onlajn svetu?
 - Da li se može kreirati veb sajt bez novca?
 - Koliko košta održavanje visokobudžetnih sajtova?
 - Šta je rešenje?
- 2) Sve internet marketinške delatnosti moraju da vode prodaji.
 - Šta je cilj PR/marketing agencija i PR sajtova?
 - Operativni cilj: impresioniranje posetioca
 - Strateški cilj: uspostavljanje dugoročnih relacija.
- 3) Bilo kakav veb sajt je bolje rešenje nego nikakav. Bilo kakva e-reklama je bolja nego da nemamo reklamu.

Kontra primeri?



8 pogrešnih stvari u e-marketingu (2)

- 4) Uspeh je garantovan ako kopiramo konkurenciju. Sajтови koji su „Original falsifikat“, i zašto takve sajtove prave kompanije? Imamo li svoje ideje?
- 5) Kupac ako zna šta traži, to i može pronaći na internetu.
 - Da li može pronaći? U proseku se troši 10-ak minuta za nalaženje onoga što tražimo, a procenat uspeha je oko 67%.
 - Prosečni Amerikanac posle 15 minuta traženja odustaje, i želi da za informaciju plati, da bi dobio odgovor na pitanje.
 - Mnoge kompanije da biste dobili uslugu traže da platite članarinu, kod softverskih proizvoda, to je kupovina licence.
 - 45% posetilaca interneta želi bez plaćanja da koristi neki softver i ne želi da plati.



8 pogrešnih stvari u e-marketingu (3)

- 6) Edukacija u internet marketingu je važna.
 - Mora da postoji dobra saradnja marketing stručnjaka i softverskih inženjera, jedni bez drugih ne mogu.
 - Razviti marketing plan i delegirati odgovornosti, da ne bude preklapanja.
 - Vrlo čest je sukob mišljenja između menadžera i inženjera, ili starih i mladih ljudi,...
- 7) Internet marketing postiže brže rezultate nego tradicionalni marketing, a da li može da ga zameni?
- 8) Princip prvog izlaska na tržište sa proizvodom/uslugom
 - Kao i kod tradicionalnog marketinga, važno je biti prvi u svom domenu poslovanja, jer postizemo tako najveći udeo u tržištu



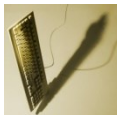
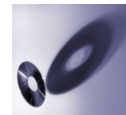
Važni marketing principi (1)

- **(1) Vizuelni identitet proizvoda/kompanije.**
Biti prvi i biti poseban su podjednako važni principi.
 - Ukoliko nisam prvi na tržištu u nekoj oblasti, mogu li da budem poseban (pravi) ?
- **(2) Kvalitet usluge je veoma važan za reputaciju.**
 - Na internetu se smatra da se potrošači vrlo lako gube. Posebno je u softverskoj industriji, gde postoji veliki broj sličnih proizvoda.
- **(3) Ne žurite ako niste sigurni.**
 - Nedovoljno testirane (posebno softverske) proizvode ne puštajte na tržište.
 - U nekim IT kompanijama pitanje opstanka je da proizvod bude što pre distribuiran.
 - Marketing često „pojas za spasavanje“ u kompanijama



Važni marketing principi (2)

- **(4) Posmatranje tržišta i slušanje potrošača**
 - Vrlo često kompanije jure na tržište, jer internet otvara takve mogućnosti. Treba videti da li je kompanija uopšte spremna za izlazak na tržište?
 - Osmotriti tržište i konkurentske proizvode.
 - Saslušajte uvek potrošače i njihov *feedback*.
- **(5) Prilagođavati se novim trendovima.**
 - Problem strateškog marketinga i istraživanja tržišta.
 - Sposobnost izbalansirati ciljeve i strategije.
- **(6) Izabrati par najboljih načina za reklamiranje vašeg proizvoda na internetu.**
 - Internet pruža dosta resursa/kanala za reklamiranja.
 - Važniji je kvalitet, nego kvantitet!



Brend

- Šta je brend?
 - Jedinstvena ideja/koncept/proizvod koji ulazi u svest grupe potrošača.
 - „Brend je obećanje koje dajemo potrošaču, sastavljeno iz skupa svojstava proizvoda za njega relevantnih, da prilikom kupovine proizvoda zadovolji svoje potrebe“ (izvor: *D. Šapić, knjiga „Svi srpski brendovi“, 2004.*)



Šta čini brend?

- Brend identitet čine:
 - Fizički atributi (naziv proizvoda, logo, boja, kod nekih proizvoda – miris, ukus, pakovanje)
 - Funkcionalni atributi (upotrebljivost, dostupnost, cena ili odnos kvalitet/cena)
 - Emocionalni atributi (ličnost, pozicioniranost)
- Istraživanja:
 - Troškovi uvođenja novog proizvoda su 100 miliona \$, a stvaranje globalnog brenda oko 400 miliona \$
 - Početkom 90-ih godina na svetskom tržištu je bilo: 750 marki automobila, 150 karmina za usne, 93 marki hrana za mačke
 - 2010: 212 društvenih mreža u svetu



Brendovi u softverskoj industriji



Još neka važna terminologija

- Servisi za pretraživanje (eng. *Search engine*)
- SEO optimizacija (*Search engine optimization*)
- Marketing putem e-pošte
- Viralni marketing
- Forumi kao elektronske grupe za komunikaciju
- Reklamiranje pomoću banera
(najčešće: *Social Media advertising*)
- Blog / Vlog marketing
- E-poslovanje i e-trgovina



Servisi za pretraživanje

- Servisi za pretraživanje na internetu traže ključne reči u datotekama i dokumentima
- Pretraživački korišćenjem specijalizovanih agenata i algoritama prikupljaju raspoložive datoteke i dokumenta i indeksiraju ih
- Najpoznatiji servis je **Google Search** (iz 1997), sa 92,6 % tržišnog udela u 2019. godini i 5,4 milijardi pretraga u proseku na dnevnom nivou
- Guglovi konkurenti: Baidu i Soso.com (Kina), Naver.com i Daum.net (Južna Koreja), Yandex (Rusija), Qwant (Francuska), Yahoo (Japan i Tajvan), Bing i DuckDuckGo (SAD).



SEO optimizacija

- Optimizacija sajtova:
 - *SEO analiza* – analizira se sajt sa tehničke strane, vizuelne, upoređuje se sa konkurencijom (radi se uz pomoć instalirane analite npr. *Google Analytics* i tzv. *Webmasters alata*, *Google Webmasters tools*)
 - *On-site SEO* – pregled važnih elemenata poput metatagova, linkova u kodu, optimizacija slika, merenje brzine učitavanja stranice, i redirekcije (može kroz *web browser*, pregledom koda i kroz *FTP softver*)
 - *Off-site SEO* – linkovanje drugih, nepovezanih i povezanih sajtova prema vašem sajtu (kvantitet, kvalitet, reciprocitet, linkovanje poput društvenih mreža)



Marketing putem e-pošte

- Elektronska pošta je najpopularnija aktivnost na internetu
 - Više od 98% onlajn korisnika koristi aktivno servis e-pošte
- Marketing putem e-pošte se upotrebljava za vođenje prodaje, obezbeđivanje korisničkog servisa, izgradnju bližih odnosa sa korisnicima i anketiranje o njihovom zadovoljstvu
- E-pošta je veoma ekonomično sredstvo za internet marketing
- Između 15 i 20% korisnika e-pošte je kupovalo na osnovu reklame dobijene porukom



Viralni marketing

- Tehnika kojom korisnici proizvoda ili usluge dobrovoljno prenose reklamu o tome.
 - U idealnom slučaju svaki korisnik ih šalje većem broju novih korisnika šireći reklamu ogromnom brzinom, takoreći brzinom širenja virusa.
 - Najbolja strana viralnog marketinga je što zahteva malo truda i malo finansijskih sredstava.
 - Vrlo je važno kompaniji da ostavi dobar prvi utisak, jer prvi utisak znači impresije kod korisnika koje će on preneti svojim prijateljima i poznanicima.
- Koristi se u kombinaciji sa marketingom putem e-pošte.
- Jedan od prvih primera viralnog marketinga bio je Hotmail



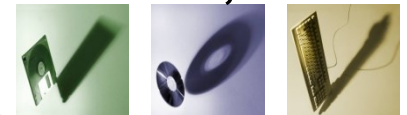
Forumi

- Preteča društvenih mreža – prvo mesto gde se sloboda govora na internetu mogla izraziti 😊
- Forumi na internetu služe za vođenje diskusija na određene teme, odnosno omogućavaju grupnu komunikaciju među korisnicima.
- Elektronska diskusiona grupa se sastoji od tema za diskusiju (*topics*), u okviru kojih se nalaze članci i propratni komentari (*posts*).
- Najpopularniji u Srbiji krajem 90-ih i početkom ovog veka bili su sledeći formu: Serbian Cafe, elitesecurity.org, Krstarica, Svet kompjutera, Ana, Benchmark forum, sietf forum.



Reklamiranje putem banera

- Danas najviše istaknuto u vidu reklamnih banera na društvenim mrežama (eng. *Social media advertising*)
 - Oglasi na društvenim mrežama su visoko ciljani
 - Ovom tehnikom prave se reklame (*ads*) u vestima (*feeds*) na društvenim mrežama.
 - Vrlo često su ove reklame ubačene između vesti, tako da korisnik nekada i slučajno klikne na reklamu i stupa u interakciju sa kompanijom, tako što ga vodi na zasebnu stranicu o nekom proizvodu ili na neki veb sajt kompanije koja prodaje proizvod/uslugu.
- Najpoznatije platforme koje podržavaju ovaj vid reklamiranja su: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, i drugi.



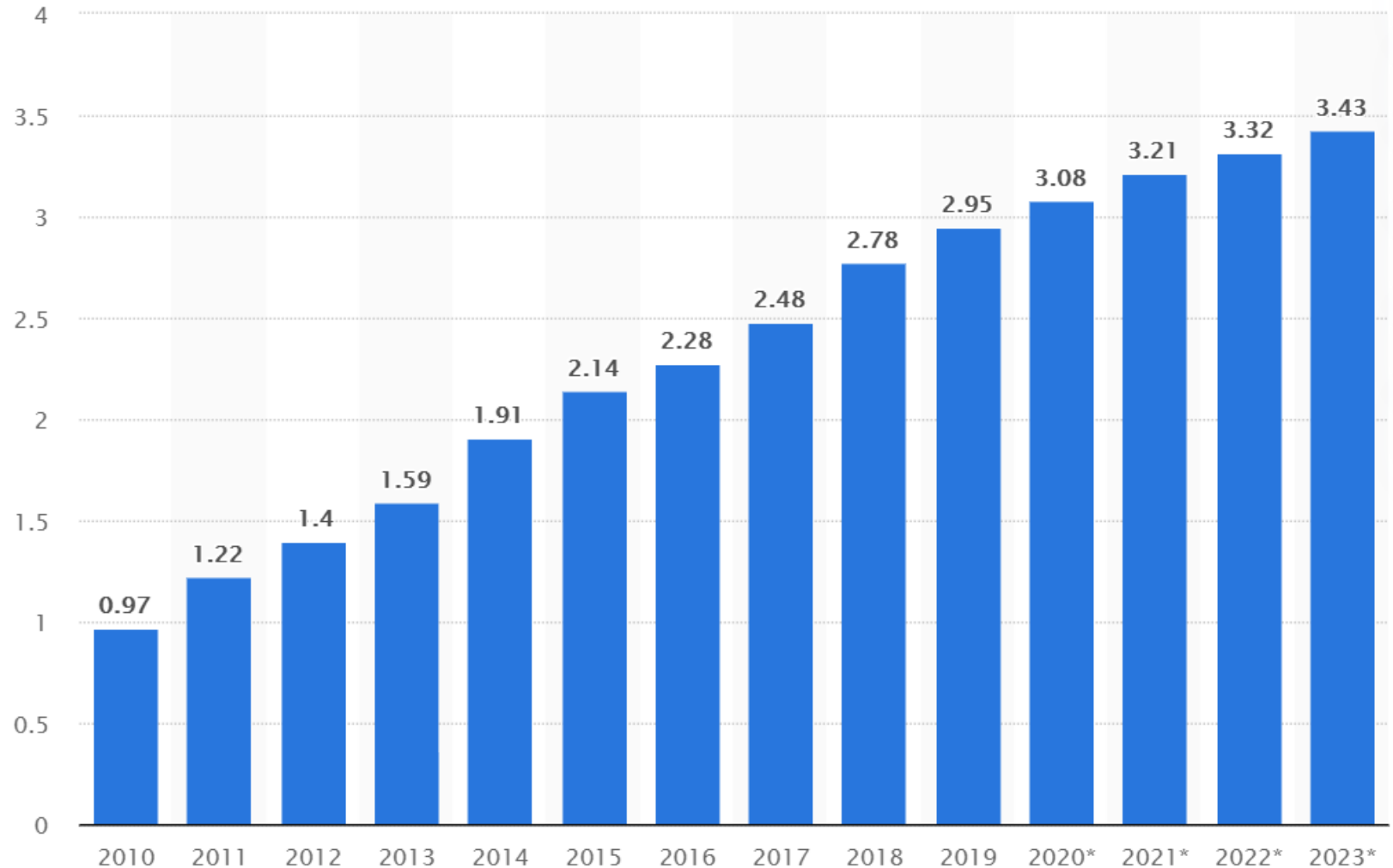
Šta je važno na društvenim mrežama?

- Dobro znate svoju ciljnu publiku (targetiranje)
- Budžet unapred određen
- Re-targetiranje (oni koji su možda već videli reklamu, ali nisu kupili proizvod)
- Kreirati lepu i efektnu odredišnu stranicu (da li je to profil u okviru društvene mreže ili zasebna veb aplikacija)
 - Tako naterate korisnika da ostane što duže na vašoj stranici i na kraju verovatno nešto da kupi
- Fokusirati se na to kako će proizvod ili usluga koju nudite da bude od koristi kupcu
 - Korisnike ne interesuje da li ste vi najbolja kompanija, već da li proizvod rešava njihov problem



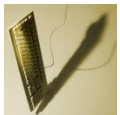
I najvažnije: ogroman broj korisnika

- Broj korisnika društvenih mreža (2010-2023) u milijardama



Sistemi za preporučivanja

- Eng. *Recommendation / recommender systems*
- Glavni zadatak: pružiti korisniku informaciju – preporuku o potencijalno zanimljivom predmetu
- Popularnost ovih sistema porasla je u prethodnih par godina povećanom količinom informacija na internetu i pojavom različitih servisa:
 - preporuka kod sistema za reprodukciju video i muzičkih sadržaja (Netflix, YouTube, Spotify, i dr.),
 - preporuka proizvoda za usluge (npr. Amazon),
 - preporučivanje sadržaja na platformama za društvene mreže (npr. kod Facebook-a i Twitter-a).
- Vrste sistema za preporučivanja:
 - na osnovu sadržaja (eng. *content-based*),
 - na osnovu saradnji (eng. *collaborative filtering*),
 - hibridni pristup, kao kombinacija prethodnih.



Blog marketing

- Blog (skr. od *web log*), tekstovi na internetu, koji su se pojavili oko 1990. sa ciljem da budu lični dnevници ljudi, koji žele da podele neke tekstove javno.
- Blog marketing – proces dostizanja ciljnog tržišta korišćenjem nekog tekstualnog opisa proizvoda koji nudimo
- Mnogi korisnici i predstavnici kompanija koriste gotove platforme (npr. WordPress) da napišu svoj lični blog i putem teksta izreklamiraju neki od svojih proizvoda.



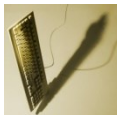
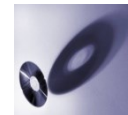
Vlog (video blog)

- Vlog (eng. *video blogging*) je video format bloga, koji je stekao popularnost 2005. godine sa pojavom YouTube platforme.
- Prednosti blog i vlog marketinga:
 - jeftino za pokretanje biznisa i reklamiranja
 - jednostavno za upotrebu kako kupcima (samo čitaju tekst o proizvodu ili gledaju video sadržaj), tako i prodavcima
 - prati se broj korisnika, SEO već uključen, pa je vidljivost dobra
 - poverenje i verodostojnost (ljudi vole da znaju sa kim posluju, a to je važno kada kupuju proizvod)
- A koji su nedostaci?



E-poslovanje i e-trgovina

- E-poslovanje (eng. *e-business*)
 - Termin uveden od strane IBM kompanije 1997. godine
 - Označava upotrebu internet tehnologija i IKT infrastrukture u poboljšanju poslovnih procesa u kompaniji
 - To je korišćenje veb orijentisanih modela poslovanja da bismo se povezali sa kupcima, saradnicima i dobavljačima
- E-trgovina (eng. *e-commerce*)
 - Oblik poslovne transakcije u kojoj učesnici međusobno interaguju elektronskim sredstvima (novac preko e-transakcije, ili drugačije, npr. bitcoin-ima) bez fizičke razmene ili kontakta.
 - Kada se plaćaju usluge bankama, tada se zove e-banking (ili m-banking, ako se plaća sa mobilne platforme).
 - Nekada se plaća i gotovinom, ali i dalje jeste e-trgovina (naručujemo putem sajta, a plaćamo pouzećem).
 - E-trgovina podrazumeva kompletan prodajni proces = marketing + prodaja + isporuka



Zaključak

- Poslovanje na internetu je danas vodeći trend i glavna karakteristika savremenog života i rada.
- U Srbiji se poslednjih godina povećava broj korisnika interneta, ali i znanja ljudi, pa se servisi na internetu više koriste za elektronsko poslovanje i reklamiranje.
- Inercija u političkim strukturama i zakoni koji se ne donose na vreme još uvek utiču na usporen razvoj e-poslovanja kod nas. Marketing na internetu ipak u Srbiji ne zaostaje.
- Digitalizaciju treba iskoristiti kao jednu veliku šansu za ubrzani razvoj naše zemlje.

