**Gordana Dukić**

**NETRADICIONALNI MARKETING: E-MARKETING I GERILA MARKETING**

Uspjeh tvrtki i organizacija u značajnoj je mjeri rezultat njihove fokusiranosti na klijente, odnosno pravilnog upravljanja marketingom. Marketing je potreban svim organizacijama, neovisno o njihovoj veličini, odnosu prema profitu i području djelovanja. Resursi knjižnica, arhiva i muzeja, kao javnih i neprofitnih ustanova, često su ograničeni. Zbog toga takve ustanove, osim tradicionalnog, trebaju koristiti i netradicionalni marketing. Kao važni oblici netradicionalnog marketinga mogu se izdvojiti e-marketing i gerila marketing.

E-marketing predstavlja ostvarivanje marketinških ciljeva uz primjenu informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Važnost e-marketinga posebno dolazi do izražaja u digitalnom okruženju. Neke su od prednosti e-marketinga: smanjenje troškova poslovanja, brže informiranje javnosti o organizaciji te uslugama i proizvodima koje nudi, veća prisutnost i prepoznatljivost ustanove, mogućnost ciljanog djelovanja prema željenim skupinama, preciznije mjerenje učinaka provedenih marketinških aktivnosti, pojednostavljivanje procesa narudžbe i obrade zahtjeva klijenata, poboljšana komunikacija s klijentima uz olakšano dobivanje povratne informacije te učinkovitije planiranje i provođenje marketinških strategija. Najveće su prepreke uvođenju e-marketinga manjak kvalificiranog IT kadra, nezadovoljavajuća tehnološka opremljenost i nedostatak odgovarajuće mrežne infrastrukture.

Gerila marketing obuhvaća niz nekonvencionalnih metoda oglašavanja kojima se uz minimalne troškove nastoje ostvariti maksimalni rezultati. Cilj je gerila marketinga iznenaditi potencijalnog klijenta kako bi se privukla njegova pozornost i potaknuti ga da dalje prenosi primljenu informaciju. Gerila marketing karakteriziraju napadnost, pamtljivost, fleksibilnost, kreativnost, interaktivnost i raznolikost sredstava koje koristi kako bi prenio marketinšku poruku. No, gerila marketing može biti previše provokativan i izazvati negativan učinak pa zbog toga informacijske ustanove moraju pronaći adekvatnu mjeru u njegovom korištenju. Na popularnost gerila marketinga značajno je utjecao razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija, a poglavito internet, omogućavajući ravnopravniji odnos tvrtki i organizacija koje se nadmeću za naklonost klijenata. U digitalnom okruženju njihova uspješnost počinje presudno ovisiti o inovativnosti i spremnosti na prihvaćanje promjena u marketinškom djelovanju.

Izv. prof. dr. sc. Gordana Dukić

Voditeljica Odsjeka za informacijske znanosti

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet u Osijeku

Odsjek za informacijske znanosti

Lorenza Jägera 9

31000 Osijek

Tel: 031 494 723

E-mail: gdukic@ffos.hr