



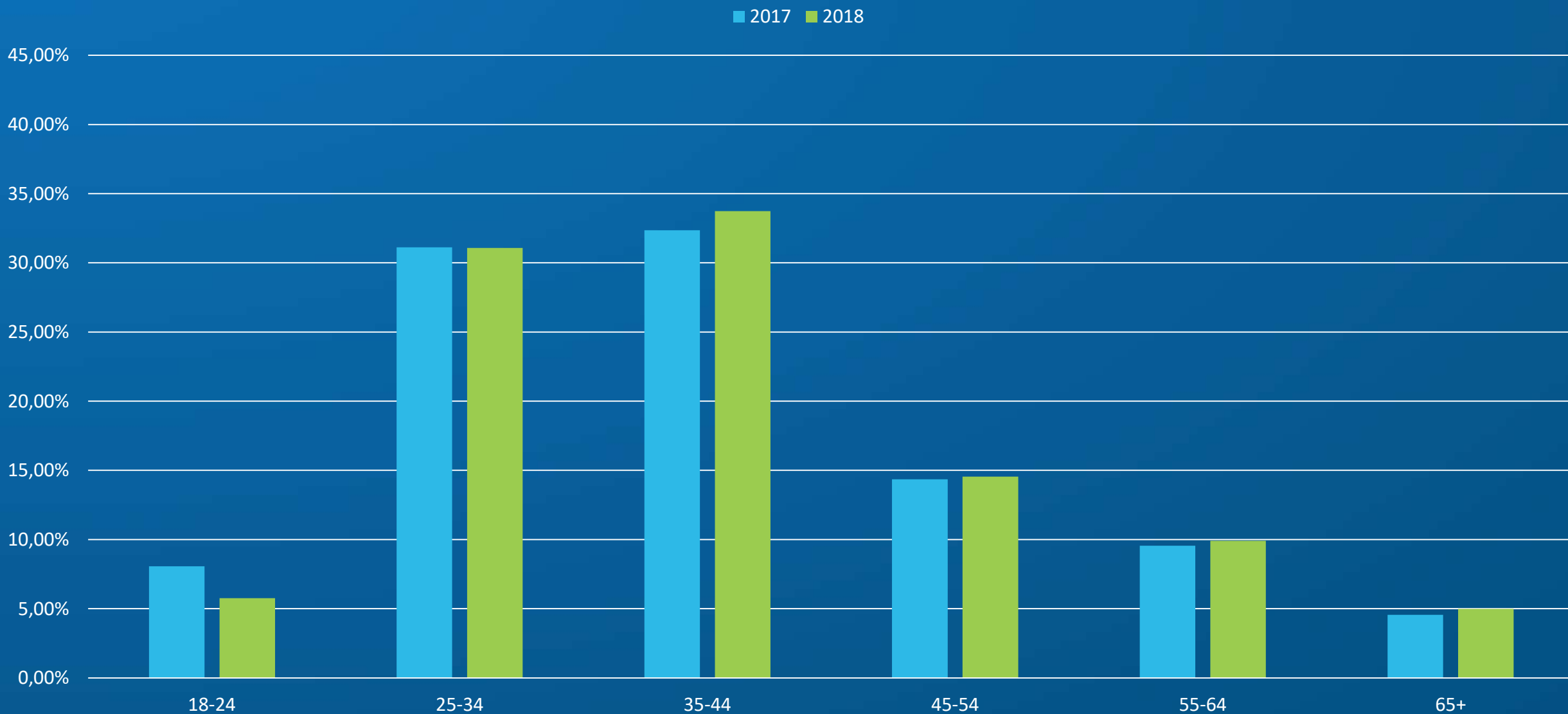
5 NAJPOGOSTEJŠIH DILEM DIGITALNEGA MARKETINGA

OBDOBJE SPREMEMB

Spletni uporabniki 2009 - 2017

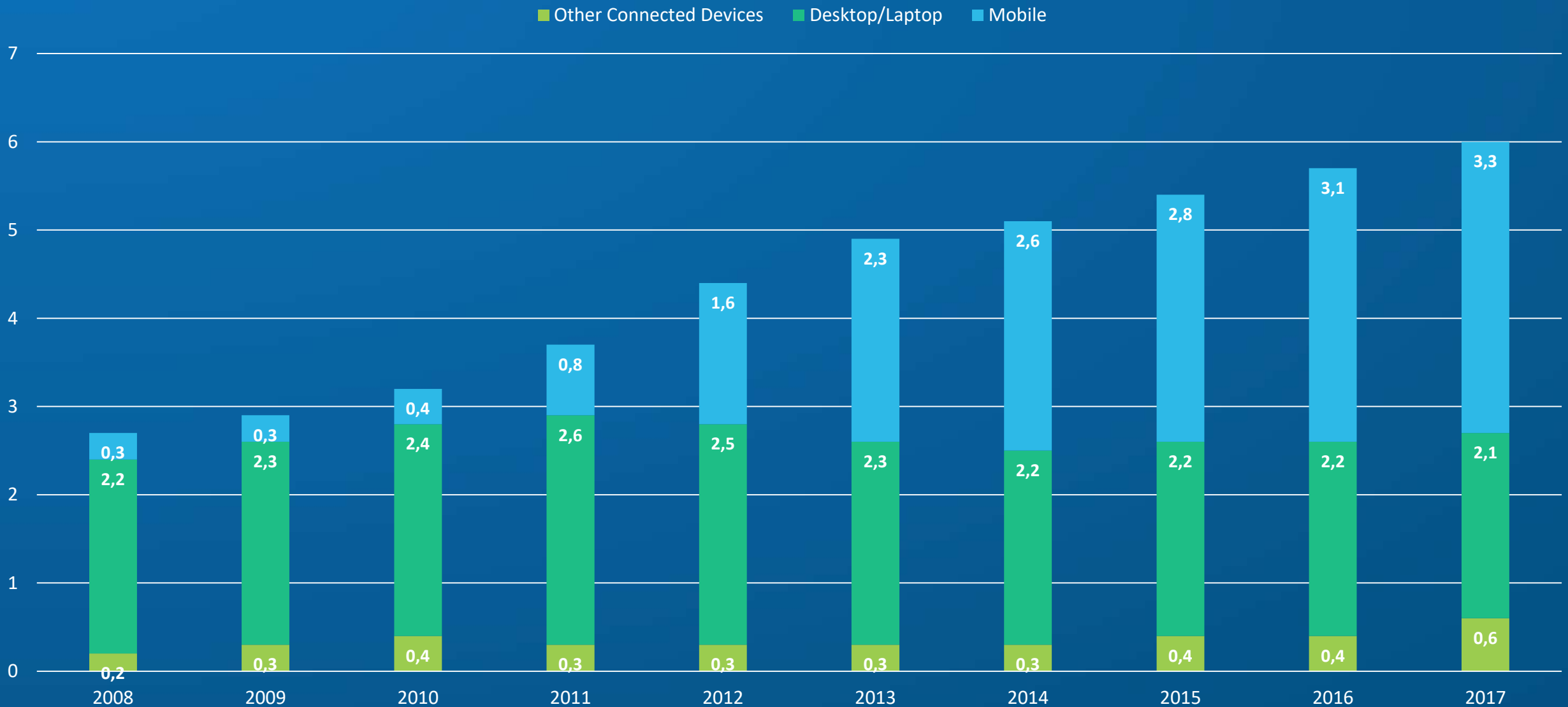


Demografija spletnih uporabnikov v Sloveniji



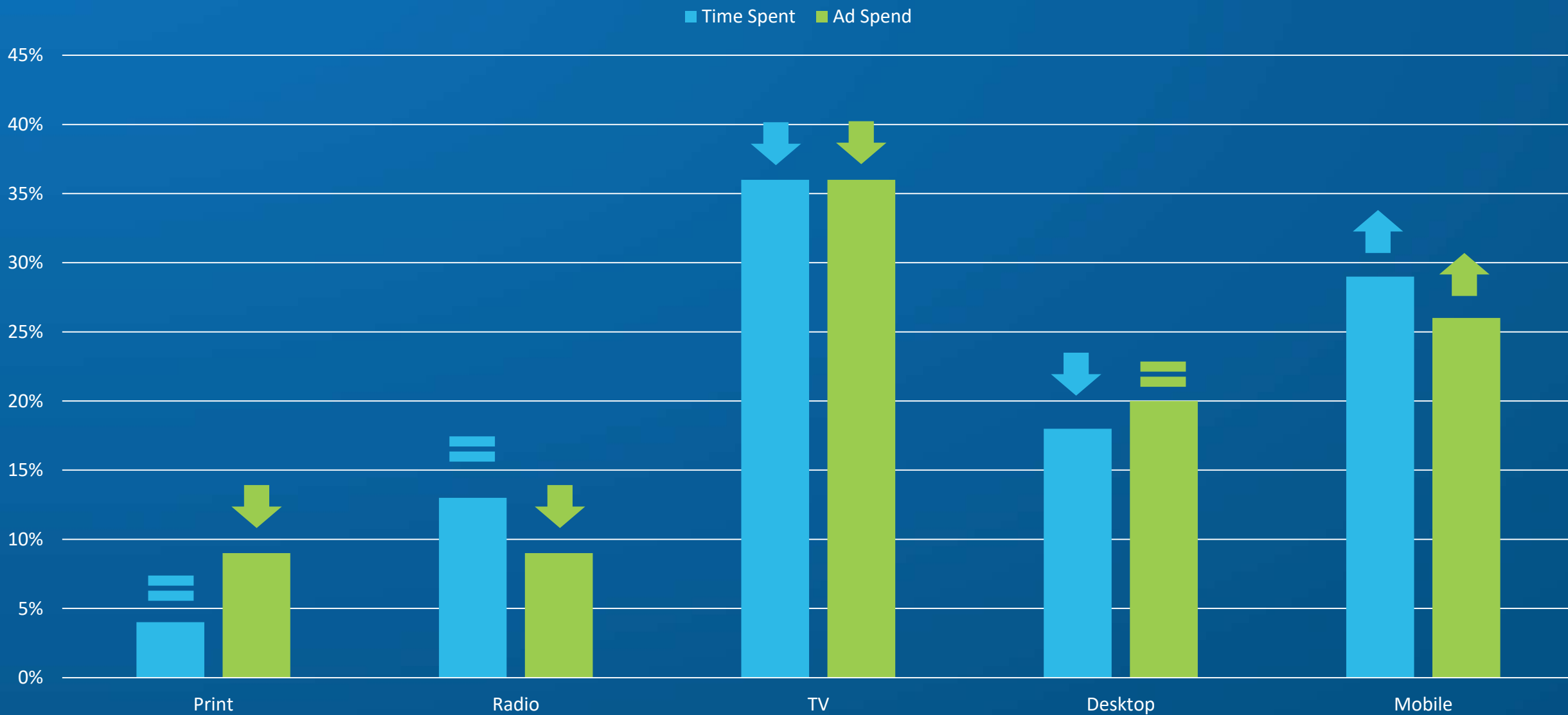
Online user behavior 2018, Red Orbit 9/2018

Čas preživet na digitalnih kanalih

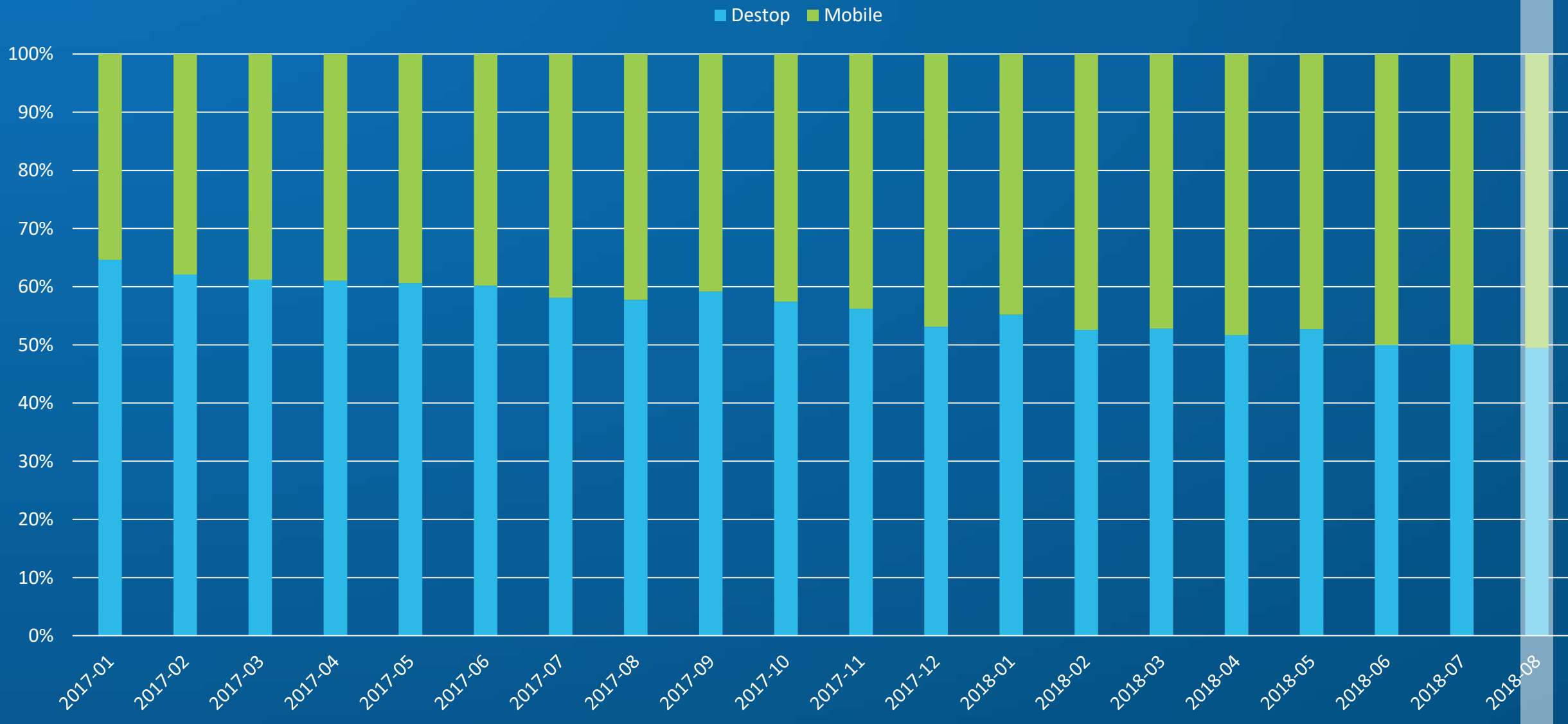


eMarketer 9/16, eMarketer 4/15, eMarketer 4/17, eMarketer 10/17

Medijska poraba vs investicija 2017



Rast uporabe mobilnega dostopa v Sloveniji



Online user behavior 2018, Red Orbit 9/2018

**DILEMA 1: KAKŠNO VLOGO NAJ IGRA DIGITAL V
MARKETINŠKEM MIKSU?**

DIGITALNI MARKETING POSTAJA KLJUČNI KANAL GRADNJE POTREBE IN PREFERENCE

Predvsem pri mlajši populaciji

DILEMA 2: KAKŠEN DEL BUDGETA NAJ NAMENIMO DIGITALU?

ODVISNO OD CILJNE SKUPINE

V tujini se budgeti gibljejo med 20 – 50 % celotnega marketinškega budgeta

DILEMA 3: KAKO NAJ MERIMO USPEŠNOST?

ROPO

Nenehno testiranje in učenje



**INSPIRATION AND
DISCOVERY**



LEARNING



LOGISTICS



COMPARISON

DILEMA 4: ALI MORAMO NA FACEBOOK?

DA, ČE JE VAŠA CILJNA SKUPINA MLAJŠA OD 35 LET

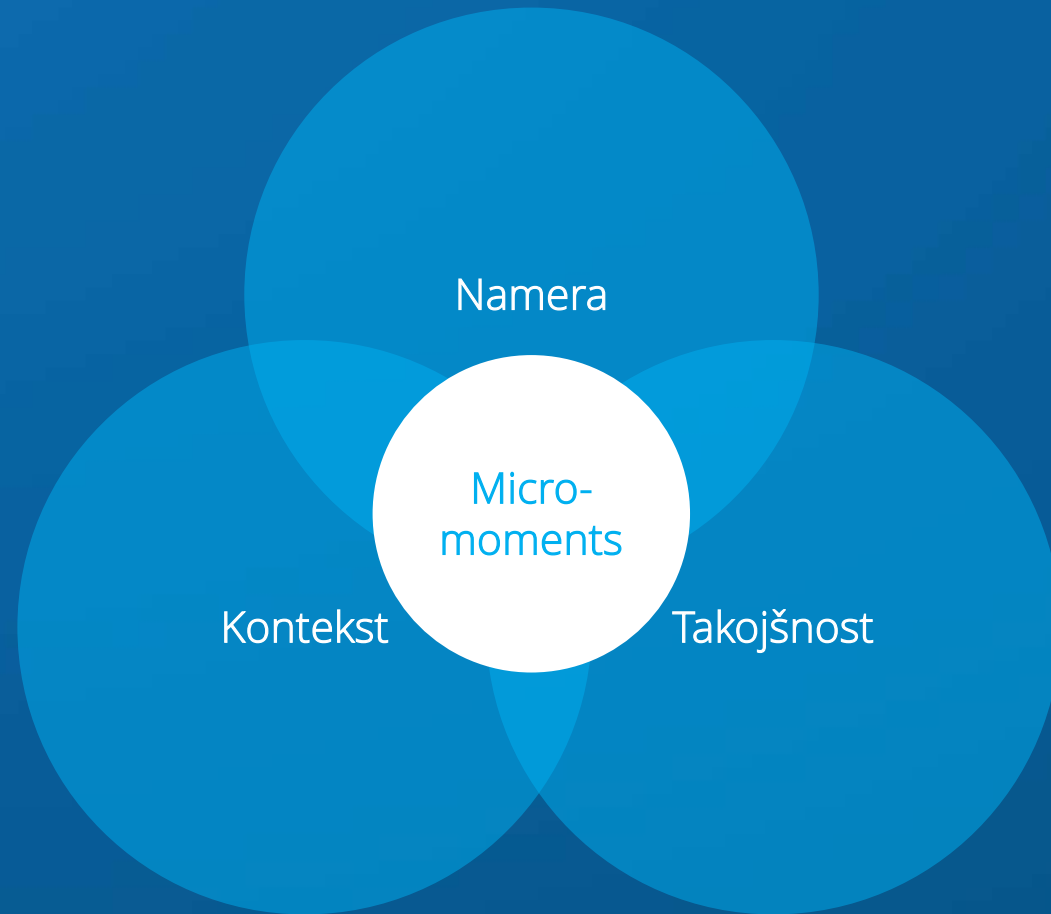
Kljub temu je to začasna rešitev in Facebook je le eden od kanalov.

DILEMA 5: KJE NAJ ZAČNEMO?

UPORABNIKI NA SPLETU PRIČAKUJEJO VEČ

Kvaliteta produkta & izkušnja brez trenj





Namera

Micro-
moments

Kontekst

Takojšnost

**VSAK UPORABNIK – NA VSAKEM KORAKU – OB VSAKEM
TRENUTKU**

VEČ KOT PERSONALIZACIJA (VSAK UPORABNIK)

VEČ KOT NUJA (NA VSAKEM KORAKU)

VEČ KOT HITROST (OB VSAKEM TRENUTKU)



Hvala

01

Email

andraz@red-orbit.com

02

Twitter

[@andrazstalec](https://twitter.com/andrazstalec)

03

LinkedIn

[Andraz Stalec](#)

04

Web

www.red-orbit.si