



Cybermarketing

- Mixul de marketing in mediul online -

Din cursul anterior



Societatea Informatională (*Societatea Cunoasterii*) este societatea în care:

1. producerea și consumul de informație este cel mai important tip de activitate;
2. informația este recunoscută drept resursă principală;
3. TIC sunt tehnologii fundamentale în procesele productive;
4. mediul informațional reprezintă un mediu de existență a omului





Internet

- **Internet** = rețeaua mondială unică de computere interconectate prin protocoalele (regulile) de comunicare TCP/IP **și** mediu de comunicare de masă.
- **Servicii Internet**: e-mail, WWW, acces la distanță (VPN, telnet), instrumente de colaborare, transfer de fișiere și streaming.
- Utilizează **arhitectura Client/Server** și protocoale de comunicație (HTTP, FTP, SMTP, etc.).





Mixul de marketing

- 1953: **Neil Borden** (presedinte AMA) propune sintagma de *mix de marketing*.
- 1960: **Jerome McCarthy** propune utilizarea celor 4P:
 - Produs;
 - Pret;
 - Distributie (plasament);
 - Promovare.





Mixul de cybermarketing

- Elemente specifice:
 - Individualizarea clientilor;
 - Comunicare *interactiva*, bidirectionala;
 - Concurenta la nivelul pietei globale;
 - Componentele mediului sunt intr-o continua schimbare (agregare, dezagregare, transformare).
- 4P+2D (*4P+2I*):
 - Dialog (*interactivitate*);
 - Baze de date de marketing (suport pentru *individualizare*);



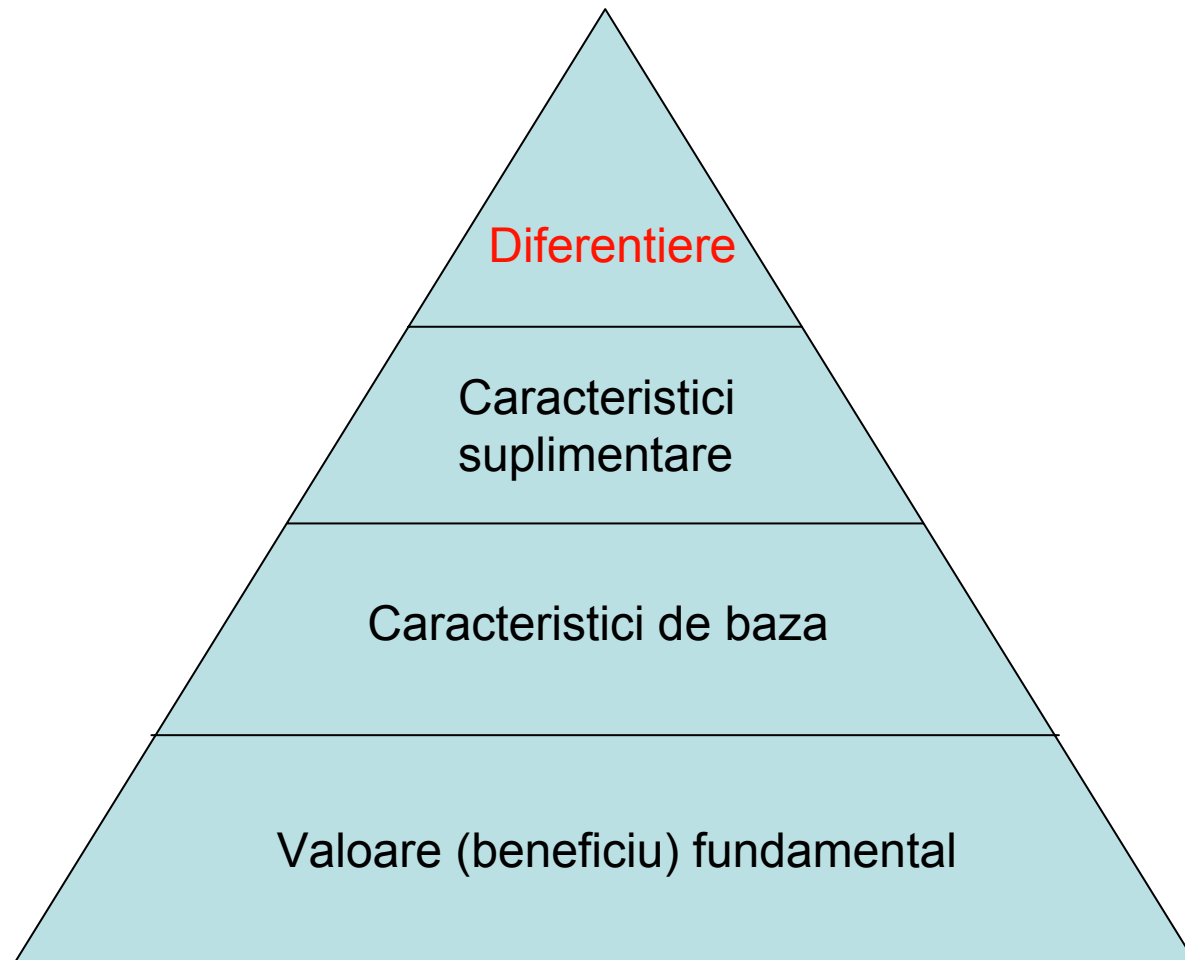


Mixul de cybermarketing: Produsul

- Kotler (2006): Un produs este reprezentat de orice lucru care poate fi oferit unei piete, satisfacand o dorință sau o nevoie (Kotler et al., 2006).
- **Politica de produs:** conduita pe care o adopta o firma referitor la dimensiunea, structura si evolutia gamei de produse si servicii, in raport cu cerintele mediului.
 - Elemente corporale:
 - Elemente acorporale:
- Obiectul politicii de produs pe Internet:
 - Bunuri materiale (tangibile);
 - Servicii (actiuni – intangibile, simultane, eterogene, perisabile);
 - Idei (informatii – intangibile, dar pot fi tangibilizate, duplicabile).



Mixul de cybermarketing: Produsul





Mixul de cybermarketing: Produsul

- Niveluri ale politicii de produs pe Internet:
 1. Valoarea fundamentală este asociată utilizării TIC (*produse online* sau *digitale*) – asociate informațiilor (ex. bilete de avion online, ziare, informații despre segmente de consumatori pe piața produselor electrocasnice);
 2. Produse livrate (distribuite) offline, celelalte elemente ale mixului fiind realizate online;
 3. Produse diferențiate (caracteristici suplimentare) prin servicii online.





Mixul de cybermarketing: Produsul

- Definirea clara existenta intre bunuri materiale, servicii si informatii in mediul traditional este estompata in mediul online:
 - **intangibilitate** redusa (tururi virtuale, video-clip-uri, forum-uri). Ex.: www.outsidemag.com, Lonely Planet TV
 - **simultaneitate** crescuta (disponibilitate permanenta online).
 - scaderea nivelului de **perisabilitate** (Priceline.com).
 - **eterogenitate** ridicata (personalizarea “de masa” - Amazon.com).



http://www.amazon.com/

File Edit View Favorites Tools Help

Google

Bookmarks 1490 blocked Check

Settings

Amazon.com: Online Sho... Amazon.com: Recommended...

amazon.com

Hello, Mihai Orzan. We have [recommendations](#) for you. (Not Mihai?)

FREE Two-Day Shipping with No Minimum Purchase

Mihai's Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards

Your Account | Help

Search Amazon.com GO Cart Your List

Shop All Departments

- Books
- Movies, Music & Games
- Digital Downloads
- Computers & Office
- Electronics
- Home & Garden
- Grocery, Health & Beauty
- Toys, Kids & Baby
- Apparel, Shoes & Jewelry
- Sports & Outdoors
- Tools, Auto & Industrial

Features & Services

Selling with Amazon

- Publish on Kindle
- Sell Your Stuff
- Fulfillment by Amazon
- WebStore by Amazon
- Advantage Program
- Associates Program
- Amazon Payments

Amazon Exclusives

- Amazon Prime
- Amazon Bestsellers
- Amazon Daily Blog
- Amazon Connect
- International Direct
- Finance Your Purchases
- Amazon Currency Converter

Partner Services

More to Explore

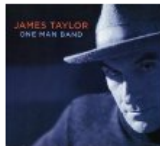
You looked at



[Songs of Joy & Peace Deluxe Version](#) Audio CD ~ Yo-Yo Ma ~~\$24.99~~ **\$17.99**

[Find similar items](#)

You might also consider



[Play sample](#) [One Man Band](#) [CD + DVD] Audio CD ~ [James Taylor](#) ~~\$23.99~~ **\$15.97**



[Play sample](#) [Closer - The Best of Sarah McLachlan](#) Audio CD ~ [Sarah McLachlan](#) ~~\$40.99~~ **\$9.99**



[Play sample](#) [Vivaldi: The Four Seasons](#) Audio CD ~ [Joshua Bell](#) ~~\$10.97~~ **\$9.99**

Hot New Releases at Amazon MP3



[Play sample](#) [Gotta Be Somebody](#) MP3 Download ~ [Nickelback](#) ~~\$0.89~~ **\$0.89**

[More at Amazon MP3](#)



[Play sample](#) [Jennifer Hudson](#) MP3 Download ~ [Jennifer Hudson](#) ~~\$9.99~~ **\$9.99**



[Play sample](#) [Covers](#) MP3 Download ~ [James Taylor](#) ~~\$8.99~~ **\$8.99**



[Play sample](#) [Light On](#) MP3 Download ~ [David Cook](#) ~~\$0.99~~ **\$0.99**

Amazon Daily BLOG 2 posts since yesterday [Posts for Mihai](#)

Axis

In this outstanding sequel to Wilson's Hugo-winning Spin (2005), we are taken to...

[Read more](#)

\$7.99

[Find similar items](#)

ADVERTISEMENT

The Secret Life of Bees

IN THEATRES OCTOBER 17TH

QUEEN LATIFAH
DAKOTA FANNING
JENNIFER HUDSON
ALICIA KEYS
SOPHIE OKONEDO

CLICK TO WATCH TRAILER

Put Your Party on Your Face

Which is selling more? Updated hourly

Amazon.com: Recommended for You - Windows Internet Explorer

http://www.amazon.com/gp/yourstore/ref=pd_irl_gw

File Edit View Favorites Tools Help

Google Bookmarks 1490 blocked Check Settings

Amazon.com: Online Shoppin... Amazon.com: Recommen...

amazon.com Hello, Mihai Orzan. We have [recommendations](#) for you. (Not Mihai?) FREE Two-Day Shipping with No Minimum Purchase

Mihai's Amazon.com Today's Deals Gifts & Wish Lists Gift Cards Your Account | Help

Shop All Departments Search Amazon.com GO Cart Your Lists

Mihai's Amazon.com Your Browsing history Recommended For You Rate These Items Improve Your Recommendations Your Profile Your Tags Learn More

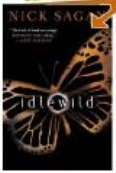
[Mihai's Amazon.com](#) > **Recommended for You**
(If you're not Mihai Orzan, click [here](#).)

Just For Today These recommendations are based on [items you own](#) and more.

[Browse Recommended](#) view: **All** | [New Releases](#) | [Coming Soon](#) [More results](#)

Recommendations

[Apparel & Accessories](#)
[Baby](#)
[Beauty](#)
[Books](#)
[Camera & Photo](#)
[Computers & PC](#)
[Hardware](#)
[Electronics](#)
[Gourmet Food](#)
[Grocery](#)
[Health & Personal Care](#)
[Home Improvement](#)
[Industrial & Scientific](#)
[Jewelry](#)
[Kitchen & Dining](#)
[MP3 Downloads](#)
[Magazine Subscriptions](#)
[Movies & TV](#)
[Music](#)
[Musical Instruments](#)
[Office Products](#)
[PC Components](#)
[Pet & Garden](#)

1.  **Idlewild**
by Nick Sagan (Jul 6, 2004)
Average Customer Review:  (45)
Available from [these sellers](#).
[15 used & new](#) from \$3.94
[See all buying options](#) [Add to Wish List](#)
☐ I own it ☐ Not interested  Rate it
Recommended because you added **Edenborn** to your Shopping Cart and more ([Fix this](#))

2.  **The Ultimate Competitive Advantage: Secrets of Continuously Developing a More Profitable Business Model**
by Donald Mitchell (Mar 12, 2003)
Average Customer Review:  (137)
In Stock
List Price: \$36.95
Price: \$24.39
[39 used & new](#) from \$14.94
[Add to cart](#) [Add to Wish List](#)
☐ I own it ☐ Not interested  Rate it
Recommended because you purchased **Business Models** and more ([Fix this](#))

3.  **The Tudors - The Complete First Season**
DVD ~ Steven Waddington (Jan 1, 2008)
Average Customer Review:  (215)
In Stock

Internet 100%



Mixul de cybermarketing: Produsul

- **Diferentierea** produselor utilizandu-se caracteristicile mediului online.
 - **Servicii pre-vanzare** (ex.: facilitati de comparare a produselor, ghiduri de cumparare, demonstratii ale functionalitatii, *simulcasting*). Ex.: My Virtual Model (Landsend.com).
 - **Optiuni de finalizare a tranzactiei** (transmiterea prin posta, e-mail, curierat rapid, posibilitatea de a trimite produse la adrese multiple).
 - **Servicii post-vanzare** (contacte bidirectionale, ce duc atat la cresterea satisfactiei, cat si la obtinerea de informatii utile din piata). Ex.: calendar garantie, informatii despre garantie, FAQ.





Mixul de cybermarketing: Produsul

- **Individualizarea** produselor online.
 - Consumatorii pot re-modele produsele, pentru a satisface nevoile si preferintele fiecaruia (www.lab21.com, Reflect.com).
 - Companiile pot oferi produse adaptate nevoilor fiecarui mini-segment de consumatori (*jurnale de acces, cookies*).
 - Cresterea nivelului de dependenta (si loialitate) a consumatorilor, pe masura ce acestia investesc timp si efort in personalizarea produselor (ex.: My Yahoo!, My Virtual Model).
- *Personalizare de masa* (ex.: Dell Computers, eBags, AirPegasus la Nike.com).





Mixul de cybermarketing: Produsul

- **Interactivitatea** produselor online.
 - Permite adaugarea de *caracteristici suplimentare* pentru diferentierea produselor..
 - Permite companiilor sa adune informatii cu valoare ridicata despre consumatori (ex.: preferinte).
 - Consumatorii pot fi implicati direct in procesul de dezvoltare a *noilor produse*.



Produse in mediul online

- O organizatie care doreste sa paseasca in mediul online trebuie sa raspunda catorva intrebari despre gama sa de produse:
 1. *Care sunt beneficiile (caracteristicile specifice) care au importanta cea mai ridicata in decizia de cumparare a consumatorilor? Pot fi aceste beneficii livrate in mediul online?*
 2. *Care alte beneficii ar fi tentante pentru cumparatorii actuali / potentiali? Pot fi aceste caracteristici livrate prin intermediul internetului?*
 3. *Care sunt caracteristicile fundamentale ale produselor comercializate? Pot fi aceste caracteristici asociate mediului online?*



Mixul de cybermarketing: Produsul

- In acceptiunea de cybermarketing, produsele trebuie sa dovedeasca o flexibilitate ridicata, individualizare si sa aduca o valoare adaugata pietei.
- Marcile produselor pot emigra din mediul offline sau pot fi create in mediul online (Shapiro, 2006: crearea unei marci puternice in mediul online necesita investitii de 50-100 m\$).



