

Cybermarketing 2008

Pregatit pentru: Academia de Studii Economice

Noiembrie 2008

Agenda

- ✓ Web 2.0 si schimbarile fundamentale ale lumii afacerilor
- ✓ Ramuri ale marketingului digital
- ✓ Tribal marketing – adresarea catre comunitati
- ✓ Viral Marketing – communication shift
- ✓ Conversational Marketing – Social Media branding
- ✓ Gamevertising – cucerirea lumilor virtuale
- ✓ Mobile Marketing – al treilea ecran
- ✓ Concluzii

Ce este Web 2.0?

Web 2.0 este...

- O definitie?
- Gasiti pe wikipedia ☺
- **Web 2.0 este noua generatie de continut online, in care utilizatorii sunt cei ce pot genera si edita continutul paginilor/resurselor Web.**
- **Vechea schema cu emitator – canal de propagare – receptor nu mai este valabila**
- **Concepte precum User Generated Content, Social Media, Buzz, Word of Mouth, tagging exprima de fapt esenta Web 2.0.**

Web 2.0 este...

- Mai aproape de voi decat credeti:
- international: Facebook, Hi5, Flickr, Twitter, Digg, Wikipedia, Linkedin
- romanesc Noi2, colegi.ro, cirip.ro, alpinet.org, dexonline.ro, Trilulilu

Classic Media - 1.0

vs.

New Media - 2.0

Britannica

Wikipedia

Barnes&Noble

Amazon

CPM (targeting)

CPC (Search Engine Optimization)

Intrusive

Relevant

Editorial, Dreamwaver

Blogs, Wordpress

Pacman, Age of Empires

WoW, Wii, Travian, Triburile

Cinema

YouTube

Ramuri ale marketingului digital

- Marketingul modern incepe sa inteleaga si sa transforme vechile concepte intr-unele care sa tina pasul cu realitatile economiei virtuale
- Advertiserii (si implicit plannerii din agentii) trebuie sa atinga o audienta din ce in ce mai tehnologizata, mai ignoranta la publicitatea clasica, mai erudita
- Ok, cum reusesc marketerii moderni sa atinga acesti noi consumatori?

Tribal Marketing

Viral Marketing

Conversational Marketing

Mobile Marketing

Gamevertising

Tribal marketing

- **Definitie: ramura a marketingului digital ce speculeaza conectarea indivizilor/consumatorilor la anumite comunitati online**
- **Legatura dintre marketingul tribal si abordarea comportamentala**
- **Studii de caz:**

Autoitalia – Fiat Panda 4x4

RenaultNissan – Cei 7 magnifici

Autoitalia – Honda CBR 1000

Viral marketing

- **Definitie:** ramura a marketingului digital in care cosumatorii se transforma din simpli receptori in emitatori ai mesajului publicitar
- **Ati fost si voi virusati (Prepelix, YouTube, Yahoo!Messenger)**
- **Canale:** mail, web, videosharing, sms, mms etc.
- **Poate fi folosit cu succes in cross-media campaigns**

Studii de caz:

Clicknet E-card

Pepsi – Mydadada.com

Pitch TicTac

Tatuagebardaboa

Conversational marketing

- **Definitie:** ramura a marketingului digital axata pe intelegerea si exploatarea retelelor sociale.
- **Tipuri de retele sociale:**

Blogosfera (bloguri)

Wiki's (wikipedia, mediapedia)

Videosharing (YouTube, Trilulilu)

Tagging (Digg, Del.icio.us, Blogoree)

Classic Social Networks (Classmates.com, Match.com)

Vertical Networks (Linkedin, Blackplanet.com, Bebo.com)

Instant Statuses (Twitter, cirip.ro)

Mobile marketing

- **Definitie: ramura a marketingului digital care utilizeaza telefoanele mobile ca platforma de comunicare cu consumatorii**
- **ramura a permission marketingului**
- **Telefonul mobil este al treilea ecran (dupa televizor si monitor)**
- **Telefonul mobil este in 90% din timp la mai putin de 1 metru de utilizator**
- **Tehnologia mobila evolueaza mai repede decat intreaga industrie IT**
- **De 5 ori mai multi utilizatorii de telefoane mobile decat internauti.**

Studii de caz:

Vodafone Mobile Publishing Platform

Intact Interactive

Gamevertising

- **Definitie:** ramura a marketingului digital ce se adreseaza comunitatilor de gameri
- **Utilizarea adserverelor este posibila si in Counter Strike, World of Warcraft**
- **Audienta ignora in proportie de 75% primul ecran, dandu-l o cu totul alta intrebuintare**
- **Studii de caz:**

Second Life

World of Warcraft

Prepelix

Chio Heroes

Concluzii

- Consumatorii se schimba, deci marketingul trebuie sa se schimbe
- Adresarea trebuie sa se faca respectandu-se confortul social al indivizilor
- Vechile bariere de comunicare sunt sparte de realitatile retelei globale
- Si voi puteti fi actorii acestei noi lumi

Va multumesc!

<http://www.dorupanaiteescu.ro>

<http://www.twitter.com/Castronomicus>

doru@marketeer.ro