

ZNAČAJ I MOGUĆNOSTI INTERNET MARKETINGA U OBLASTI KVALITETA

IMPORTANCE AND INTERNET MARKETING OPPORTUNITIES IN THE FIELD OF QUALITY

Stanislava Timotijević¹⁾

Rezime: U današnje vreme oštre tržišne konkurencije, dobar kvalitet proizvoda ne smatra se konkurentskom prednošću već preduslovom za izlazak na tržište. Ono što proizvod izdvaja od drugih je efikasan marketing, koji je tu da utvrdi potrebe i zahteve korisnika, kako bi proizvod ili usluga na što bolji način zadovoljili njihove potrebe, pa čak i prevazišli očekivanja korisnika. Nakon proizvodnje, zadatak marketinga je da proizvod, odnosno uslugu na najbolji mogući način plasira korisnicima. Stoga je veoma značajno podići svest o neophodnosti kvaliteta, odnosno odgovarajućih standarda, okupljanjem stručnjaka i svih ostalih zainteresovanih na jedno mesto, na web stranicu www.kvalitet.org.rs. Portal Kvalitet osmišljen je kao globalno dostupno sredstvo komunikacije i promocije, kvaliteta i svih onih poslovnih subjekata u toj oblasti, kao i mesto za razmenu informacija, znanja i iskustava iz oblasti kvaliteta na koje će se posetioci svakodnevno vraćati.

Gljučne reči: kvalitet, marketing, Internet, web site

Abstract: Nowadays, at the time of the severe market competition, a good quality of the product is not considered as a competitive advantage, but a prerequisite condition for entering the market. What the product distinguishes from others is effective marketing, which is there to determine needs and requirements of users so that the product or service can, in the best way, meet their needs and even surpass customers' expectations. After production, the task of marketing is to distribute the product or service to the users. It is, therefore, very important to raise awareness of the need for quality, and relevant standards, bringing together experts and all others interested to the unique place - to the web page www.kvalitet.org.rs. Web site Kvalitet is designed as an globally available fund for communication and promotion of quality and all those business entities that operate in the given area, as well as a place to exchange information, knowledge and experience in the field of quality to which visitors would return every day.

Key words: quality, marketing, Internet, web site

1. UVOD

Do ideje za kreiranje web site-a o kvalitetu došlo se nakon više neuspešnih pokušaja informisanja u vezi sa kvalitetom, o aktuelnim standardima, zakonskoj regulativi, seminarima i ostalim novostima. Konačan zaključak je bio da na našim prostorima ne postoji centralno mesto na kome bi svi zainteresovani mogli da se informišu i unaprede svoja znanja o kvalitetu.

Cilj portala Kvalitet je da promoviše kvalitet u širem smislu, kao i sve oni koji posluju u oblasti kvaliteta, i da u bliskoj budućnosti preraste u početnu stanicu svima koji imaju neko pitanje u vezi sa kvalitetom, žele da nauče nešto novo iz te oblasti i obaveste se. Želimo da se Portal posmatra kao sredstvo komunikacije i promocije, a nikako kao konkurencija stručnjacima iz oblasti kvaliteta, i da će www.kvalitet.org.rs biti prihvaćen kao

mesto za razmenu znanja i informacija iz oblasti koju obrađuje na koje će se posetioci svakodnevno vraćati.

2. O PORTALU

Portal Kvalitet predstavlja nezavisni, nepristrasni, objektivni web site o kvalitetu, prvi i jedini te vrste u Srbiji.

Ideja kojom su se stvaraoci Portala vodili je da se na jednom mestu okupi što više stručnjaka i studenata iz oblasti kvaliteta, kao i svih ostalih zainteresovanih za ovu zanimljivu oblast u razvoju.

Stručnjaci iz predmetne oblasti su dobrodošli da daju svoja mišljenja, komentare, predloge i kritike za unapređenje ovog Portala, najavljuju događaje, objavljuju stručne radove, kao i opise izdate literature i ostalih proizvoda. Oni koji žele

1) Stanislava Timotijević, Portal Kvalitet, www.kvalitet.org.rs, mail: info@kvalitet.org.rs

da nauče nešto više o kvalitetu, treba da budu slobodni da postavljaju što više pitanja ekspertima, kao i da daju predloge i kritike u vezi sa Portalom, čime će Portal biti još kvalitetniji i lakši za upotrebu i razumevanje.



Slika 1 – Logo portala Kvalitet

Cilj Portala je da se na jednom mestu prikupi što više korisnih i edukativnih podataka, informacija, tekstova o kvalitetu i povezanim oblastima, o dostupnim proizvodima i uslugama koji se tiču upravljanja kvalitetom, kao i o svim relevantnim događanjima - skupovima, konvencijama, sajmovima, kursovima i obukama i da, zahvaljujući tome, Portal preraste u centralno mesto za razmenu informacija, znanja i iskustava u oblasti kvaliteta.

Portal se svakodnevno ažurira, kako bi opravdao poverenje posetilaca i kako bi se oni svakodnevno vraćali na mesto na kome mogu da pronađu nove informacije, obaveštenja, najave i tekstove iz oblasti koju „pokriva“ ovaj Portal.

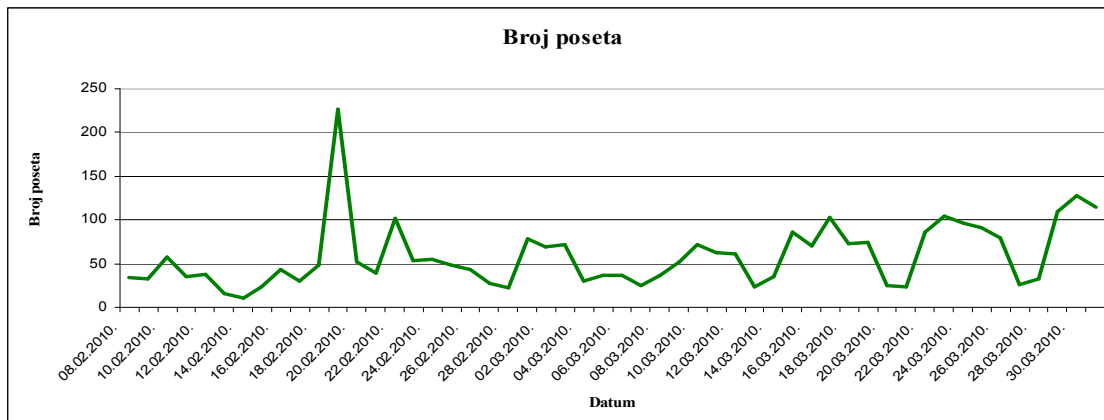
Web site www.kvalitet.org.rs je pušten u rad početkom 2010. godine, a evidencija broja poseta se vodi od 08. februara iste godine. Od tog datuma do 18. februara, dakle, nakon nepuna dva meseca rada Portala, prosečan broj poseta dnevno iznosio je oko 33. 19. februara 2010. godine, objavljen je članak o portalu Kvalitet na jednom od najposećenijih informativnih web site-ova u Srbiji, kada je broj poseta naglo porastao na čak 227. To je ujedno i najveći broj poseta Portalu zabeležen tokom njegovog kratkog dosadašnjeg rada. Ovaj nagli rast posećenosti svakako je posledica dobre promocije Portala. Međutim, Portal je opravdao očekivanja posetilaca koji su ga posetili zahvaljujući marketingu, te je prosečan dnevni broj poseta porastao nakon objave pomenutog članka. Od 20. februara zaključno sa 31. martom 2010. godine, prosečan broj poseta dnevno, radnim danom iznosi oko 75, dok se vikendom beleži pad

poseta na prosečno 30. Broj poseta ima tendenciju rasta, što se može videti u Tabeli 1, kao i na Slici 2, koji su u nastavku teksta.

Datum	Broj poseta	Datum	Broj poseta
FEBRUAR		MART	
08.02.2010.	34	01.03.2010.	78
09.02.2010.	32	02.03.2010.	69
10.02.2010.	57	03.03.2010.	72
11.02.2010.	35	04.03.2010.	30
12.02.2010.	38	05.03.2010.	37
13.02.2010.	15	06.03.2010.	37
14.02.2010.	10	07.03.2010.	25
15.02.2010.	23	08.03.2010.	36
16.02.2010.	43	09.03.2010.	52
17.02.2010.	30	10.03.2010.	71
18.02.2010.	48	11.03.2010.	63
19.02.2010.	227	12.03.2010.	61
20.02.2010.	52	13.03.2010.	23
21.02.2010.	39	14.03.2010.	35
22.02.2010.	101	15.03.2010.	86
23.02.2010.	54	16.03.2010.	70
24.02.2010.	55	17.03.2010.	103
25.02.2010.	48	18.03.2010.	73
26.02.2010.	43	19.03.2010.	74
27.02.2010.	27	20.03.2010.	25
28.02.2010.	22	21.03.2010.	24
		22.03.2010.	86
		23.03.2010.	104
		24.03.2010.	96
		25.03.2010.	91
		26.03.2010.	80
		27.03.2010.	26
		28.03.2010.	33
		29.03.2010.	110
		30.03.2010.	128
		31.03.2010.	114

Tabela 1 – Broj poseta Portalu po danima, tokom februara i marta 2010. godine

Analizom broja poseta po nedeljama, uočava se povećanje sa prosečno 60 poseta dnevno tokom poslednje nedelje februara, na prosečno 110 poseta dnevno pred kraj marta 2010. godine, što je povećanje za oko 83%. Poređenjem poslednjeg radnog dana februara, kada je portal Kvalitet posetilo 43 korisnika, i poslednjeg radnog dana marta 2010. godine, kada je zabeleženo 114 poseta, primećuje se porast broja posetilaca za oko 165%.



Slika 2 – Grafički prikaz broja poseta Portalu dnevno, tokom marta i aprila 2010. godine

S obzirom na veoma kratko vreme postojanja Portala, broj poseta je na zadovoljavajućem nivou, a očekuje se značajan rast broja posetilaca portala Kvalitet u narednom periodu, uz odgovarajući marketing i unapređenje kvaliteta Portala.

www.kvalitet.org.rs je projekat osmišljen i realizovan od strane Stanislave Timotijević uz nesebičnu pomoć nekoliko mladih i sposobnih ljudi.

3. CILJEVI PORTALA

U sadašnjim uslovima pojačane konkurencije nije dovoljno samo kontrolisanje i održavanje stalnog nivoa kvaliteta, već i kontinuirano poboljšanje kvaliteta, sprečavanje pojave neispravnosti i neusaglašenosti, sa krajnjim ciljem ostvarenja totalnog upravljanja kvalitetom.

Danas pojam kvalitet ima široko značenje. On uključuje i proizvodnju bez grešaka, stalno poboljšanje i unapređenje kvaliteta proizvoda i usluga, usredsređenost na potrošače, odnosno zadovoljenje potreba potrošača, u našem slučaju posetilaca Portala. Osim toga, veoma je važna prilagođenost proizvoda ili usluga za korišćenje, koja se ogleda u jednostavnosti upotrebe, preglednosti web prezentacije, sistematičnosti i mogućnosti pretraživanja celokupnog sadržaja.

Kvalitet je rezultat procesa i predstavlja više od samo dobrog dizajna proizvoda. On uključuje kontrolu kvaliteta tokom izrade, održavanje proizvoda u toku eksploatacije, kao i servisne usluge nakon prodaje. U slučaju portala Kvalitet, izgled jeste značajan, ali je daleko od presudnog. Mnogo važnije je održavanje, kao i pouzdanost u eksploataciji i komunikacija sa korisnicima, odnosno servisiranje, jer se zahvaljujući ažurnosti, relevantnosti i tačnosti informacija, kao i profesionalnom i brižnom odnosu prema posetiocima i brzim odgovorima na upite, stiče ugled web site-a. Kvalitet eksploatacije proizvoda,

odnosno usluge, je neopipljiv i u vezi je sa tačnošću, brzinom, sposobnošću i poštenjem.

Pošto je kvalitet relativan pojam, a ne nešto apsolutno najbolje za pojedinca (potrošača) zadovoljstvo istim proizvodom se razlikuje od potrošača do potrošača. Svaka osoba definiše kvalitet prema svojim potrebama i kriterijumima.

U cilju stalnog poboljšanja zadovoljenja zahteva potrošača, proizvođači treba da sve promenljive u procesima drže pod kontrolom, da ostvare bolje razumevanje očekivanja kupaca u čemu svakako pomaže razvoj i primena novih tehnologija i metoda.

Portal Kvalitet, kao web site, koristi sve prednosti Interneta, koje se, između ostalog, ogledaju u jednostavnoj i brznoj komunikaciji, što stimuliše posetioce da dostavljaju svoja mišljenja, sugestije i kritike, na osnovu kojih se Portal menja i ažurira. Takođe, na osnovu predloga i zahteva posetilaca, određuje se sadržaj budućih tekstova na www.kvalitet.org.rs.

Proces planiranja i kontrole kvaliteta zahteva stalnu interakciju između korisnika i proizvodnje, marketinga i inženjeringa. Inženjering u saradnji sa drugim funkcijama oblikuje proizvod ili uslugu u skladu sa zahtevima kupaca, a ako je potrebno, u dogovoru sa kupcem, vrši se izmena dizajna i nakon izrade, što je veoma jednostavno u slučaju Interneta i informacionih tehnologija. Na osnovu ispitivanja mišljenja i želja korisnika, kako sadašnjih tako i potencijalnih, moguće je bez velikih troškova vršiti izmene dizajna, sistematizacije i sadržaja Internet portala www.kvalitet.org.rs.

Prednost Portala se, takođe, ogleda i u raspoloživosti (operativnoj gotovosti), koja definiše kontinuitet usluživanja potrošača. Proizvod je raspoloživ ako je u funkciji rada, a ne u otkazu radi popravke. Internet prezentacija dostupna je uvek, sa bilo kog mesta u svetu gde je moguće priključiti se na Internet. Vreme u otkazu

je svedeno na minimum i iznosi 0.1% (*server uptime* iznosi 99.9%), obezbeđen je neprekidan (24/7/365) nadzor servera na kojima se nalazi prezentacija, kao i neprekidnost napajanja uz pomoć UPS (*uninterruptible power supply*) tehnologije.

Funkcionalna pogodnost (pogodnost za održavanje) odnosi se na obnavljanje proizvoda da služi nameni nakon što je bio u otkazu (pokvaren). Poželjan je visok stepen pogodnosti za održavanje kako bi se on brže obnovio za upotrebu. Osim što je Portal dostupan za pregled sa bilo kod mesta u svetu, to se odnosi i na održavanje, eventualne popravke, kao i ažuriranje. Naime, nove informacije, odnosno sadržaj uopšte, moguće je dodavati bilo kada i sa bilo kog računara na svetu sa vezom sa Internetom, jer se kompletan sadržaj web site-a nalazi online, na profesionalnim serverima namenjenim isključivo "hostovanju" web prezentacija. Pored toga, Portal je dostupan i aktivan čak i za vreme ažuriranja

Zbog svega gore navedenog možemo sistematizovati nekoliko najvažnijih predosti Internet prezentacije, odnosno online portala www.kvalitet.org.rs, u odnosu na druge informativne forme kao što su novine i časopisi, televizija ili radio:

- Broj poseta, odnosno pregleda određene informacije može biti najveći, zbog globalne dostupnosti;
- Internet portal uz odgovarajuće angažovanje može biti najzastupljeniji medij (dnevna ažurnost, ažuriranje moguće neograničen broj puta u toku dana dinamikom dostavljanja relevantnih informacija);
- Najjednostavnija i najefikasnija komunikacija sa posetiocima, odnosno korisnicima, čime se najbolje dolazi do mišljenja korisnika i njihovih potreba.

4. FORUM

Na portalu www.kvalitet.org.rs od nedavno je u funkciji i forum. Ta forma online komunikacije je široko rasprostranjena i veoma dobro prihvaćena svuda u svetu. Pokazalo se da se u diskusijama na forumima uglavnom govori iskreno i otvoreno, možda i zbog anonimnosti, ali je to svakako doprinelo sticanju poverenja u forume kod velikog broja korisnika Interneta. Značaj foruma za web site ogleda se u tome što se na osnovu diskusija na forumu može prilično precizno proceniti koliko posetioci znaju o određenim temama, za kojim tekstovima, proizvodima ili uslugama postoji potreba, koji su tekstovi, seminari, događaji privukli pažnju posetilaca, i na osnovu toga unapređivati Portal, a konsultanti i sertifikaciona tela svoje proizvode i usluge. Zbog toga forum

predstavlja nezamenljiv izvor informacija i mesto razmene ličnih iskustava.

5. INTERNET MARKETING

E-marketnig je sintagma za niz metoda koje posredstvom Interneta služe za povećanje tokova proizvoda i usluga od proizvođača prema potrošaču.

Marketing tradicionalno predstavlja zbir aktivnosti koje su upotrebljene u cilju usmeravanja tokova proizvoda i usluga od proizvođača prema potrošaču (korisniku, kupcu, klijentu).

Funkcija marketinga ima osnovni zadatak da dođe do zahteva kupaca, bilo preko anketa ili u direktnom kontaktu i da ih u saradnji sa kupcem prevede na prihvatljiv oblik sa ciljem izrade optimalnog proizvoda. Posetioci www.kvalitet.org.rs imaju mogućnost da putem kontakt forme brzo i jednostavno dostave svoje mišljenje, predloge, pohvale ili kritike urednicima web site-a. Osim toga, uz pomoć anketa dolazi se do stava i mišljenja posetilaca o konkretnim problemima i pitanjima, kao i do ostalih korisnih informacija, kao što je, na primer, *Kojim putem su saznali za portal Kvalitet*.

Internet marketing predstavlja korišćenje svih vidova Internet advertajzinga u cilju povećanja broja posetilaca neke web lokacije. Ova vrsta marketinga obuhvata, kako kreativni, tako i tehnički aspekt Interneta, uključujući dizajn, razvoj, reklame i marketing u konvencionalnom smislu reči.

Osnovna premisa u procesu uspešnog plasmana robe na tržištu je dobar proizvod. Dobar proizvod odlikuje kvalitet, cena i rok isporuke, odnosno vreme realizacije. Međutim, dobar proizvod ili kvalitetna usluga sama po sebi nije i dovoljan uslov za uspešan plasman na tržištu. Danas je tržište prezasićeno, a konkurencija nemilosrdna. Proces u kome dobar proizvod biva prepoznatljiv u svesti potrošača možemo nazvati brendiranjem. Dakle, brendiranje obuhvata objedinjenje kredibiliteta (kvaliteta) i identiteta (prepoznatljivosti) nekog proizvoda.

Na današnjem lokalnom ili globalnom tržištu stvaranje brenda je mukotrpan i neprekidan proces imajući u vidu koncentraciju konkurencije i činjenicu da jednom stvoren brend treba permanentno održavati. Za uspešan proces brendiranja treba usvojiti pravilan marketing plan i krenuti u sprovođenje marketing kampanje. Marketing plan je uvek specifičan za konkretan proizvod ili uslugu i ne postoji univerzalna formula za njegovo uspešno usvajanje i sprovođenje. Budžet za marketing je uvek ograničavajući faktor, pa u tu svrhu E-marketing sve više dobija na značaju.

Web site sam po sebi predstavlja sredstvo marketinga 24 sata na dan, sedam dana u nedelji, 365 dana u godini, uključujući i praznike, a bez godišnjeg odmora. U prošloj deceniji jedan od osnovnih web slogana bio je:

"Ukoliko ne postojiš na Internetu, ti ne postojiš!"

Slogan današnjice može se parafrazirati:

"Ukoliko nisi prepoznatljiv na Internetu, ti ne postojiš."

pozicioniranje na dobro posećenom mestu na Internetu iz oblasti u kojoj se posluje je vrlo bitna stvar. Iz tog razloga, portal Kvalitet je, sa zadovoljstvom, razmenio nekoliko banera sa organizacijama koje posluju u široj oblasti kvaliteta i uz pomoć aplikacija za praćenje statistike web lokacije, identifikovan je solidan broj poseta sa web site-ova na kojima se nalaze reklamni baneri Portala.

6. ZNAČAJ PORTALA ZA RAZNE KORISNIKE

Informisanjem o prednostima implementacije sistema kvaliteta, određena preduzeća će, uz pomoć urednika Portala i relevantnih stručnjaka, možda uvideti da je baš i njima potreban sistem kvaliteta i da će njegova implementacija imati mnoge pozitivne efekte na njihovo poslovanje. To je značajno i za konsultantske organizacije i sertifikaciona tela, jer će zahvaljujući informacijama na Portalu potencijalno dobiti novog klijenta, koji će, osim gore pomenutih informacija, na portalu Kvalitet, potražiti i svog budućeg konsultanta i sertifikaciono telo.

Ideja je da osim organizacija koje se bave pružanjem usluga u oblasti kvaliteta, na Portalu aktivno učestvuju i sve ostale organizacije, proizvodne, uslužne, trgovinske, one koje primenjuju određeni sistem kvaliteta, kao i one koje to tek planiraju. Bilo bi veoma korisno za posetioce da se informišu o načinu rada tih organizacija, o tome da one rade prema određenom međunarodnom sistemu kvaliteta, čime bi i te organizacije ostavile pozitivan utisak na sve svoje potrošače, kako sadašnje tako i buduće. Osim toga, ostvarila bi se obostrano korisna komunikacija između proizvođača, odnosno pružalaca usluge i potrošača, odnosno korisnika. Organizacije bi, takođe, bile u mogućnosti da se dodatno informišu o pitanjima iz oblasti kvaliteta, kao i da dobiju brz i besplatan stručni savet od konsultanata i sertifikacionih tela iz oblasti kvaliteta.

Na portalu Kvalitet nalazi se jedinstvena baza konsultantskih organizacija i sertifikacionih tela, imenik koji ne postoji ni na jednom drugom mestu. S obzirom da su na Portalu navedeni skoro svi subjekti koji posluju u oblasti kvaliteta, oni koji se

na predmetnom spisku ne nalaze imaju značajan interes da se na njemu nađu. Odsustvo organizacije sa centralnog zbornog mesta o kvalitetu, osim uskraćenosti za reklamom, dovodi u pitanje postojanje, poslovnost i stručnost određene organizacije. Iz tog razloga veoma je značajan imidž Portala, odnosno činjenica da predstavlja mesto okupljanja svih značajnih ljudi iz sveta kvaliteta koji cene i poštuju Portal.

Jedan od ciljeva kreatora portala Kvalitet je, da se osim informacija o obukama, stimulativnim merama i tenderima, svakodnevno objavljuju informacije o implementiranim i sertifikovanim sistemima kvaliteta, ugovorenim budućim projektima, kao i slične značajne informacije iz poslovanja konsultanata i sertifikacionih tela. Na taj način, posetioci sajta, zainteresovani za njihove usluge, ili za kvalitet uopšte, imaju mogućnost da prate rad organizacija iz oblasti kvaliteta i na osnovu toga procenjuju njihovu stručnost, poslovnost, angažovanost i ostalo. Svakako, ona organizacija koja u toku određenog perioda ima veliki broj implementiranih sistema kvaliteta uliva više poverenja potencijalnim klijentima. Ipak, korist od toga je mala ako se ta informacija ne objavi, i to najbolje na mestu koje je najrelevantnije za predmetnu oblast, na portalu www.kvalitet.org.rs. Ovu činjenicu možemo potkrepiti sa nekoliko citata iz oblasti marketinga:

„Mnoge male stvari su postale velike uz pomoć pravog marketinga.“

Mark Twain

„Ako ljudi ne pričaju o vašem proizvodu, onda niste dovoljno učinili.“

Jeffrey Kalmikoff

„Patke ležu jaja u tišini, kokoške pri tom kokodaču kao lude. Šta je posledica? Ceo svet kupuje kokošija jaja.“

Henri Ford II

„Trgovanje bez reklame isto je što i namigivanje devojci u mraku: ti znaš šta radiš, ali niko drugi to ne zna.“

Salvador Dali

Gore navedeni citati odnose se i na sam portal www.kvalitet.org.rs.

7. PORTAL KVALITET – MESTO SUSRETA STRUČNJAKA I ZAINTERESOVANIH POSETILACA

Interes konsultantskih organizacija i sertifikacionih tela ogleda se u tome što je Portal najbolje mesto za promociju proizvoda i usluga u oblasti kvaliteta. Prisutnost organizacije i objavljivanje informacija koje se na nju odnose je besplatno reklamiranje. Što više informacija bude, i što one budu aktuelnije i češće objavljivane, to će

očekivanja posetilaca da na Portalu informacije budu uvek tačne, ažurne, precizne i konkretne rasti, a broj posetilaca će se povećavati. Ispunjavanjem očekivanja posetilaca, zadržaće se poverenje u Portal i on će u krugu ljudi zainteresovanih za kvalitet izgraditi sebi ime, autoritet i imidž.

Konačno, možemo zaključiti da su portal Kvalitet, konsultantske organizacije, sertifikaciona tela i posetioci, potrebni jedni drugima. Sa jedne strane nalaze se konsultanti i sertifikaciona tela koji su osnovna tema Portala i nepresušan izvor informacija, sa druge strane posetioci, zainteresovani za kvalitet u širem smislu, dok centralno mesto predstavlja Portal, čiji je glavni zadatak da uspostavi međusobno korisne veze između organizacija i stručnjaka iz oblasti kvaliteta i zainteresovanih posetilaca.

Velika količina dostavljenih informacija odličan je marketing za konsultante i sertifikaciona tela, a ažurne informacije čine sajt „živim“, i dovodi do toga da se posetioci svakodnevno vraćaju tražeći nove informacije u oblasti koju obrađuje, smatrajući ga mestom na kome su osim što su nove, informacije tačne i detaljne.

8. MEĐUZAVISNOST KVALITETA I MARKETINGA

Zapitajmo se: Šta je važnije - kvalitet ili marketing iza proizvoda ili usluge. Većina će verovatno prvo pomisliti - kvalitet. Ali, da li je zaista tako?

Uzmimo primer dva potpuno jednaka proizvoda. I proizvod A i proizvod B su odličnog kvaliteta. Koji ćemo kupiti? Možda onaj za koji smo čuli, za koji *znamo* da je kvalitetan?

A kako znamo?

Zanemarimo situaciju kada smo određeni proizvod ili uslugu već koristili, pa iz ličnog iskustva želimo da ih koristimo ponovo. Tada se ne radi o izboru, već o vraćanju. Mnogo je interesantnija situacija kada ni jedna alternativa, ni jedan proizvod, odnosno usluga nisu poznati potencijalnom kupcu, odnosno korisniku.

Kome se veruje kada su preporuke u pitanju?

Osim najužoj porodici, prijateljima i poznanicima, za koje pretpostavljamo da nam žele najbolje i preporučuju iskreno na osnovu sopstvenog iskustva, najveći broj ljudi ima poverenja u preporuke iz objektivnih i nepristrasnih izvora informacija. To su na primer Internet sajtovi, televizijske i radio emisije, novine i časopisi, i to najviše oni koji svojim analizama određenih proizvoda i usluga pristupaju kritički i u njihovom predstavljanju navode i dobre i loše strane nekog proizvoda ili usluge, njihove prednosti, ali i mane. Takvi izvori informacija svoji

kredibilitet upravo i zasnivaju na svojoj objektivnosti i njihov cilj nije promovisanje određenih proizvođača ili pružalaca usluga, već isključivo privlačenje publike koja od njih očekuje realnu sliku.

Zahvaljujući načinu rada, objektivnosti i nepristasnosti određenih web site-ova, među kojima je i portal Kvalitet, publika se često vraća na njih očekujući da tamo uvek pronade aktuelne informacije u prepoznatljivom kritičkom stilu. Takođe, statistika pokazuje, da većina ljudi više nikada neće posetiti web site koji je bio u izradi prilikom njihove prve posete, ili je sajt lošeg kvaliteta, preobiman, pa samim tim i veoma spor, i naravno ako se na njemu nalaze zastarele informacije, odnosno ako sajt nije „živ“. Posetioci se na sajt vraćaju ako prilikom prve posete na njemu pronađu neku korisnu informaciju, ako se on redovno ažurira, ako im se dopadne dizajn i ako prezentacija na njih ostavi pozitivan prvi utisak.

Svakako, jednom stečeno poverenje posetilaca mora se negovati i zadržati, kako oni ne bi otišli na dugo mesto. Mora se voditi računa o ažurnosti, kvalitetu podrške posetiocima (npr. redovno odgovaranje na upite), odnosno o kvalitetu i kvantitetu informacija.

9. ZAKLJUČAK

Kvalitet proizvoda i usluga, i marketing koji iza njih stoji, su međuzavisni i neophodni jedno drugom i treba im pridavati jednak značaj tokom razvoja, proizvodnje i plasmana proizvoda ili usluga, i povećanja njihovog tržišnog udela. Marketing predstavlja izvor podataka za definisanje potrebnog, odnosno očekivanog kvaliteta proizvoda ili usluga od strane budućih korisnika. Osim toga, marketing je promotor dobrog proizvoda ili usluge kroz brendiranje i reklamiranje, i instrument uz pomoć kog se dolazi do mišljenja korisnika o proizvodima ili uslugama. Naravno, bez odgovarajućeg kvaliteta proizvoda, odnosno usluga, naponi marketinga imajuće slabe efekte ili će efekti u potpunosti izostati, jer proizvod neće privući nove korisnike, a i oni korisnici koji su proizvod ili uslugu probali, neće se vratiti zbog lošeg kvaliteta.

LITERATURA

- [1] Portal Kvalitet, www.kvalitet.org.rs
- [2] <http://www.blogovanje.com/Marketing/>
- [3] <http://www.walkersblog.info/2009/01/kvalitet-ili-marketing.html>
- [4] http://www.fabus.edu.rs/prezentacije/download.php?fname=.II%20Godina/Marketing%20usluga/Kvalitet_u_usluznim_organizacijama.ppt
- [5] <http://www.tt-group.net/emarketing.htm>