

KUD 658.8

WEB-I SI ELEMENT MODERN I PROMOCIONIT MIKS

*MSc. Jahja Lataj
jahja_lataj@yahoo.com*

Abstrakt

Shumë ndërmarrje duke favorizuar WWW kanë sjellë avantazhe dhe tejkalim nga tregu provincial në atë global. Duke përdorur WWW dhe inkorporuar atë në strategjinë e biznesit ndërmarrjet janë duke eliminuar barrierat e futjes së tyre në tregun global, me çka rezultojnë në uljen e kostove të marketingut, të shpërndarjes dhe gjithashtu zgjerimin e tregut. WWW mundëson që një ndërmarrje të ofrojë katalogje virtuale shumë ngjyrësh, formular të gatshëm aplikimi, të ofrojë mbështetje online ndaj konsumatorëve, të bëjë njoftimin e shpejtë dhe shpërndarjen sa më të lehtë si dhe për të marrë reagimet e konsumatorëve. Përmes internetit ndërmarrja mund të ketë një audincë më të gjerë, gjithashtu lejon çdo njëri (ndërmarrje apo individ) të ketë një prani 24 orë dhe shtatë ditë në internet.

Fjalët kyçe: marketing, promocioni, www, web faqe,

Hyrje

Ka patur një rritje ekspansive të numrit të bizneseve në përdorimin e internetit në vitet e fundit. Interneti është një medium elektronik i cili bën transmetimin si dhe publikimin e informacioneve gjë që e lehtëson komunikimin e dyanshëm. Kjo iu mundëson konsumatorëve që të bëjnë një komunikim të drejtëpërdrejt me punëtorët e ndërmarrjes dhe të paraqesin rastet me nevojat e tyre unike. Këto komunikime nuk e bëjnë të domosdoshme komunikimin apo kontaktin fizik gjithashtu nuk janë të lidhura me kohë. Kjo arrihet mes kompjuterëve të kyqur në rrjetin e gjerë botërorë (WWW), kështu që individët dhe ndërmarrjet mund të komunikojnë në mënyrë të drejtëpërdrejt me njëri tjetrin, pavarësisht se ku ata janë ose kur ata dëshirojnë të komunikojnë. Interneti ia mundëson shitësit për të dhënë informacione, për mundësitë e blerjes me një kosto relativisht të ulët. Interneti mund të përdoret për të kryer hulumtime të marketingut, për të arritur tregjet e reja, t'iu shërbejë konsumatorëve më mirë, të shpërndajë produktet më shpejtë, të bëjë zgjidhjen e problemeve të konsumatorëve dhe të komunikoj në mënyrë më efektive me partnerët e biznesit. Gjithashtu është një mjet i dobishëm për mbledhjen e informatave për klientët, konkurrentët

=====

dhe tregun potencial. Nga perspektiva e marketingut industrial, ka shumë ngjashmëri me një panair, për këtë mund të mendohet si një sallë e madhe panairi ndërkombëtar, ku të interesuarit përkatësishtë blersit mund të marrin informata të nevojshme për produktet apo shërbimet e caktuara. WWW karakterizohet nga shumë faktorë që e dallojnë nga mediumet tjera, siq janë: qasje e lehtë nga çdokush, shpenzime realtivishtë të ulëta, paraqitje globale, qasje në çdo kohë pa kufizime dhe interaktiviteti.

Roli i webfaqes si element i promocionit miks

Web faqja është diçka e përzier në mes shitjes së drejtpërdrejt (që mund të përfshijë vizitorët në biseda) dhe reklamës (duhet të projektohet për të gjeneruar vetëdijën, të shpjegojë dhe demonstrojë produktin dhe të sigurojë informata të nevojshme pa ndërhyrje interaktive). Mund të luajë rolin e një kostoje efektive në promocionin miks, në fazat e hreshme të blerjes mund të bëjë njohjen e nevojave, zhvillimin e specifikave të produktit si dhe kërkimin e furnizuesve, por gjithashtu mund të jetë e dobishme në përparimin e procesit të blerjes si në fazën e vlerësimit dhe të përzgjedhjes.¹⁰¹

Ndërmarrjet e ndryshme mund të kenë objektiva të ndryshme të marketigut për themelimin dhe prezencën në WWW. Ndërmarrja përdorimin e WWW mund të bëjë për futjen e vetë dhe produkteve të saj në një audeincë të gjerë të mundshme ndërkombëtare. Objektivat kryesore të ndërmarrjeve duhet të jenë për informimin në treg dhe vetëdijës rreth produkteve. Në këtë kuptim WWW i ofron bizneseve mundësinë për të zgjeruar potencialin e tyre karshi konsumatorëve në nivel global, me shpenzime minimale. Web site mund të përdoret për të lëvizur konsumatorët nëpër faza e njëpasnjëshme

gjatë procesit të blerjes. Këtë mund të bëjnë duke tërhequr shfrytëzuesit e rrjetit, kontaktimi me shfrytëzuesit e interesuar, kualifikimin dhe konvertimin e kontakteve të shfrytëzuesve në mënyrë interaktive dhe mbajtjen e këtyre shfrytëzuesve sa më afër ndërmarrjes në mënyrë interaktive.

Web faqja si mjet komunikimi

Ekspertët këshillojnë që web marketingu ndryshon nga marketingu tradicional.¹⁰² Ekspertët e industrisë sugjerojnë se një web faqe duhet të këtë

¹⁰¹ Berthon, P., Pitt, L; F., and Watson, R,T” The World Wide Web as an advertising medium: Toward an understanding of conversion efficiency”, fq. 43

¹⁰² Honeycutt, Jr, E. D., Flaherty. T. B., & Benassi, K., “ Marketing Industrial Products on the Internet”, fq. 65

informacion të qartë dhe të qendrueshme të rishikuar kohë pas kohe dhe të përditësuar vazhdimisht. Ndërmarrja duhet të ketë një web faqe që ndryshon dhe nuk është e ngashme me çka ofrojnë të tjerët. Ashtu si të gjitha mediat e tjera të marketingut, konsumatorët krahasojnë vlerën e informacionit të ndërmarrjes dhe ndihmën që ofron rreth marrjes së vendimeve dhe përcaktimit nga ana e tyre për produktet që ofron ndërmarrja. Kostoja e ngritjes së një web faqeje ndryshon shumë, varesisht nga qëllimet fillestare të ndërmarrjes. Gjithashtu duhet të kemi në konsideratë edhe koston e lidhjes së internetit që është një faktor i rendësishëm. Interneti zgjeron dhe siguron efektivitetin në komunikimin në mes të prodhuesve dhe blerësve.¹⁰³ Një web faqe e punuar dhe e zhvilluar mirë mund të përdoret edhe si reklamë, njohje të ndërmarrjes, marrëdhënie me publikun, konferencë shtypi, sponsorizim të ndërmarrjes, shitje të drejtpërdrejta, mbështetje ndaj konsumatorëve dhe për asistencë teknike.¹⁰⁴

Avantazhet dhe disavantazhet e mundshme të web faqes si mjet komunikimi

Në të dy mënyrat e komunikimit të drejtpërdrejt, përmes internetit dhe shitjes së drejtpërdrejt, mënyra përmes internetit është shumë më efektive se sa mënyra tradicionale.

Duke u nisur nga kjo web-i ka **avantazhet** dhe **disavantazhet** e veta, avantazhet janë:

- **Nuk ka pengesa** – gjatë komunikimit ose kryerjes së ndonjë transaksioni nuk mund të ndërhyjë askush ose shkaktojë ndonjë pengesë siq është rasti tek komunikimet tradicionale.
- **Komunikimi vizuel me shkrim** – e dimë që çdo komunikim me shkrim ka një kohë me afatgjatë gjatë komunikimit, mirëpo në internet në të njëjtën kohë mund të komunikosh me shkrim dhe të bësh punë tjera ose të analizosh me bashkpuntorët tuaj.
- **Paraqitja fizike** - gjatë komunikimit nuk është e nevojshme që palët të kenë takim fizike, punët mund të kryhen virtualisht.
- **Orar fleksibil** – përgjigjëjet e menjehershme janë zakonisht të dobishme gjatë çdo procesi, gjithashtu edhe koha e kufizuar është shumë më e lehtë gjatë procesit të negociatave. Interneti “nuk fle” kështu që palet e involvuara kanë qasje 24 orë në ditë dhe 7 ditë në javë, që rezulton se punët mund të kryhen në çdo kohë. Me shtypjen e një tasti një email në formë porosie mund të dërgohet ek qindra mijëra njerëz.

¹⁰³ Boyle, B. A., & Alwitt, L. F. , “ Internet Use within the U.S. Plastics Industry”, fq. 335

¹⁰⁴ Po aty

=====

- **Kosto e lirë** – në çdo thirrje gjatë komunikimit me telefon, apo vetëm një qasje gjatë numrit të caktuar ka një kosto. Interneti e ka ndryshuar koston e komunikimit nga një kosto variabile në një kosto fikse çka është shumë më e vogël. Një email përmes internetit është shumë më lirë dhe mund të transmetohet shumë me shpejtë se sa mënyra tradicionale me faks.

Është naive të themi se interneti është i përsosur dhe nuk paraqet asnjë problem operativ. Disa nga problemet e mundshme ose **disavantazhet** gjatë komunikimit në internet mund të jenë:

- **Përgjigjësja në kohë** – gjatë komunikimit me email shumë nga përdoruesit e emailit nuk kthejnë përgjigjësje në kohën e duhur.
- **Përdorues të padëshiruar** – interneti mund të jetë biblioteka me e pabesueshme në botë, është një bibliotekë pa ndonjë renditje të duhur apo mbikqyrje të mirëfilltë. Nuk ka harta, nuk ka shenja, nuk ka linja se ka duhet ecur.
- **Junk mail** – çdo ditë në llogarinë tonë të emailit na vijnë me qindra apo mijëra emaila të padëshiruar me çka na shkaktojnë kokqarje dhe mund të shkaktojnë dëme të caktuara, sepse mund të jenë të infektuar me virus për qëllime të caktuara
- **Mashtrimet apo veprat penale** – me anë të internetit përdoruesit qëllimkeq mund të bëjnë mashtrime apo vepra penale të ndryshme si: keqpërdorime të kartave të kreditit në mënyrë ta paautorizuar, thyerje të kodeve të sigurisë në institucione të larta, etj..
- **Rregullat qeveritare dhe censurimi** – si pjesë e reformave të mëdha në telekomunikacion edhe interneti ka rregullat e veta apo censurimet e ndryshme. Për shkak të formës dhe ashpërsisë së informacionit që ofrohet në internet është e domosdoshme që të ketë rregullat e duhura për përdorimin e internetit.
- **Qasja e kufizuar** – për të bërë përdorimin efikas të teknologjisë, të dy palët duhet të kenë qasje në internet.

Promovimi i web faqes në mediat tjera

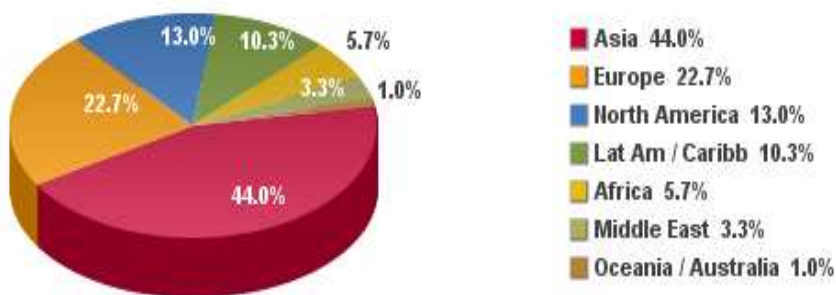
Bashkëpunimi dhe paraqitja e web faqes në mediumet tradicionale që përdoren në marketing është shumë e rëndësishme për suksesin e një web faqeje. Adresa e web faqes URL dhe adresa e emailit duhet të jenë të vendosura në çdo reklam në mediat e shtypura si revista, gazeta apo buletine. Interneti për shfrytëzuesit ofron një përvojë sa emocionuese aq edhe të kënaqshme, ata mund të injorojnë reklamat e përdorura në media tradicionale dhe t'iu qasen atyre më të integruara që paraqiten në web faqen

tuaj. Medieme tjera që mund të bëhet promovimi i web faqes suaj janë edhe vizitkartat, spote në radio, në TV komerciale. Gjatë promovimit duhet të ketë kohë të mjaftueshme që audienca të ketë kohë për të shënuar më korrektësi adresën tuaj në internet.¹⁰⁵ Web faqja duhet të jetë e integruar në planprogramin e marketingut të ndërmarrjes. Web faqja duhet të promovohet në mënyrë të vazhdueshme prej kur ka nisur lansimi i saj, e jo vetëm kohë pas kohe.¹⁰⁶

Përdorimi i internetit

Përdorimi i internetit në rang botëror ka një rritje shumë të madhe, çka tregojnë edhe statistikat që janë paraqitur më poshtë.

Internet Users in the World Distribution by World Regions - 2011



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm

Basis: 2,095,006,005 Internet users on March 31, 2011

¹⁰⁵ Ellsworth, J. H., & Ellsworth, M. V., "Marketing on the Internet"

¹⁰⁶ Evans, J. R., & King, V. E., "Business-to-Business Marketing and the World Wide Web: Planning, Managing, and Assessing Web Sites", fq. 349

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS March 31, 2011						
World Regions	Population (2011 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2011	Users % of Table
Africa	1,037,524,058	4,514,400	118,609,620	11.4 %	2,527.4 %	5.7 %
Asia	3,879,740,877	114,304,000	922,329,554	23.8 %	706.9 %	44.0 %
Europe	816,426,346	105,096,093	476,213,935	58.3 %	353.1 %	22.7 %
Middle East	216,258,843	3,284,800	68,553,666	31.7 %	1,987.0 %	3.3 %
North America	347,394,870	108,096,800	272,066,000	78.3 %	151.7 %	13.0 %
Latin America / Carib.	597,283,165	18,068,919	215,939,400	36.2 %	1,037.4 %	10.3 %
Oceania / Australia	35,426,995	7,620,480	21,293,830	60.1 %	179.4 %	1.0 %
WORLD TOTAL	6,930,055,154	360,985,492	2,095,006,005	30.2 %	480.4 %	100.0 %

Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm

Basis: 2,095,006,005 Internet users on March 31, 2011

Përfundimi

Në bazë të asaj çka është thënë në këtë punim, rëndësinë e web-it në promocion, si një element më rëndësi shumë të madhe atëherë mund të vijmë në përfundim se, bizneset me futjen e tyre në web dhe promovimin e ndërmarrjes kanë shumë përparësi nda klientëve të tyre, si:

Elimininin e barrierave në futjen e tregut global dhe kalimin nga një treg lokal shumë i vogël dhe futjen në një treg përafërsisht me 2 miliardë banorë. Me çka rezulton në uljen e kostove të marketingut, të shpërndarjes dhe gjithashtu zgjerimin e tregut.

Mundëson që një ndërmarrje të ofrojë katalogje virtuale shumë ngjyrësh, formular të gatshëm aplikimi, të ofrojë mbështetje online ndaj konsumatorëve, të bëjë njoftimin e shpejtë dhe shpërndarjen sa më të lehtë si dhe për të marrë reagimet e konsumatorëve.

Përmes internetit ndërmarrja mund të ketë një audincë më të gjerë, gjithashtu lejon çdo njëri (ndërmarrje apo individ) të ketë një prani 24 orë dhe shtatë ditë në internet.

Një web faqe e punuar dhe e zhvilluar mirë mund të përdoret edhe si reklamë, njohje të ndërmarrjes, marrëdhënie me publikun, konferencë shtypi, sponsorizim të ndërmarrjes, shitje të drejtpërdrejta, mbështetje ndaj konsumatorëve dhe për asistencë teknike.

Literatura

1. Berthon, P., Pitt, L; F., and Watson, R,T” The World Wide Web as an advertising medium: Toward an understanding of conversion efficiency”,
2. Boyle, B. A., & Alwitt, L. F. , “ Internet Use within the U.S. Plastics Industry”,
3. Ellsworth, J. H., & Ellsworth, M. V. , “ Marketing on the Internet”
4. Evans, J. R., & King, V. E., “Business-to-Business Marketing and the World Wide Web: Planning, Managing, and Assessing Web Sites”,
5. Honeycutt, Jr, E. D., Flaherty. T. B., & Benassi, K., “ Marketing Industrial Products on the Internet”

=====