

# Kako tehnologija spreminja marketing

## Konvergenca je inovativna

### oziroma: kaj imajo ptiči s tem?



GVO

avtenta.si

NAJDI



Gibtelecom



Skupina Telekom Slovenije

## **simbioza (sožitje)**

dva različna sistema živita v skupnosti, ki je za oba koristna

**osebna korist**



## **simbioza (sožitje)**

**dva različna sistema živita v skupnosti, ki je za oba koristna**

**osebna korist**

## **konvergenca**

**zmanjševanje razlik, zbliževanje, zlivanje, združevanje,  
integracija različnih sistemov v celoto, ker to zahteva/pričakuje  
nekdo tretji - UPORABNIK**

**korist za uporabnika**



# Megatrendi 2010 – 2050\*

- Zamenjava energentov in varčevanje
- Klimatske spremembe
- Inovativna družba in ekonomija
- Svetovna konkurenčnost delovne sile
- Podaljševanje pričakovane življenjske dobe
- Več kot znanost: nanotehnologije, teleportacija
- Zaščita pred terorizmom vodi v nasprotno smer – kontrola nad osebno svobodo
- Globalna trgovina in konkurenca – kolizija kultur
- Bodočnost, svoboda in človekove pravice posameznika so odvisne od tehnologije, vlade in ideologij

\*povzeto po Pšeničny, V., Znanje za internacionalizacijo poslovanja





# Tehnologija v prihodnosti?

- **Constant digital distraction**
- Devices re-programming themselves in light of experience
- Machines that can judge emotional state of user
- Health & safety hysteria
- Growth of security algorithms
- **Use of fake information as a weapon**
- Device convergence
- Urban – rural divide
- Home/work Convergence
- Face recognition
- RFID/NFC
- Micro blogging
- 4 bilion mobile phone subscription
- **Women behaving like men**
- **Men behaving like women**



# In marketing v funkciji dobička?

## Razvijanje k stranki usmerjenega poslovanja

- Fokus na strateške iniciative s ciljem izboljšanja t.i. »customer experience« oziroma kako stranka doživlja storitev.
- Povečevanje investicij v t.i. »business intelligence« in analitiko.
- Vpeljevanje socialnih medijev in mrež za strateške namene.

## Naslavljanje rasti prihodkov

- Strateško pozicioniranje podjetij kot ponudnikov platform in ekosistemov.
- Diverzifikacija na sosednje trge in nove storitve.
- Povečane investicije v CDN (Content Delivery Network)
- Povečane investicije v storitve v oblaku (IaaS, Paas, in SaaS – Infrastructure as a Service, Platform as a Service in Software as a Service).
- Vpeljava novih poslovnih modelov

## Povečevanje dobičkonosnosti

- Povečanje operativne učinkovitosti in procesov (TQM – Total Quality Management, vitka podjetja)

# Dolgoročen pogled

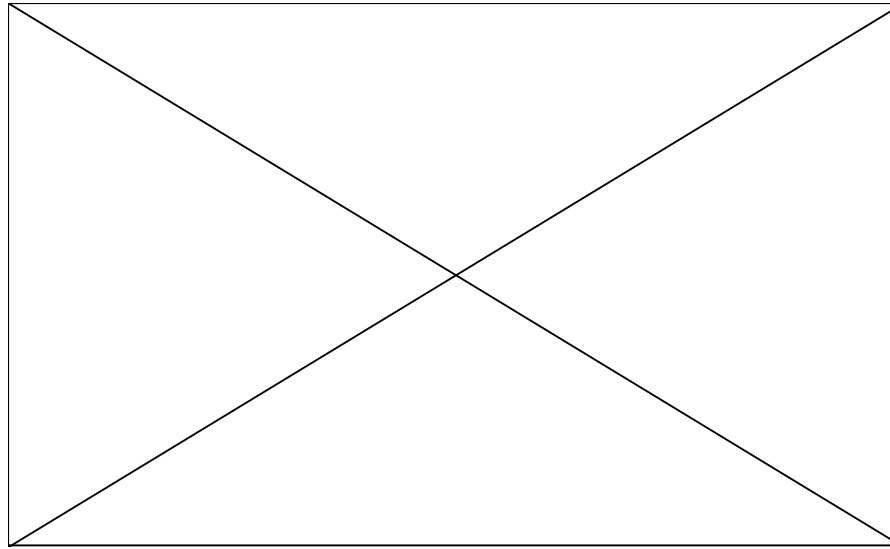
Any screen, any time, any place

Prepoznavna obrazov, vgrajeni GPS in RFID čipi omogočajo prepoznavanje posameznika

Oglasi, ponudba, naslavljanje, barve, vonj, look and feel prilagojena posamezniku

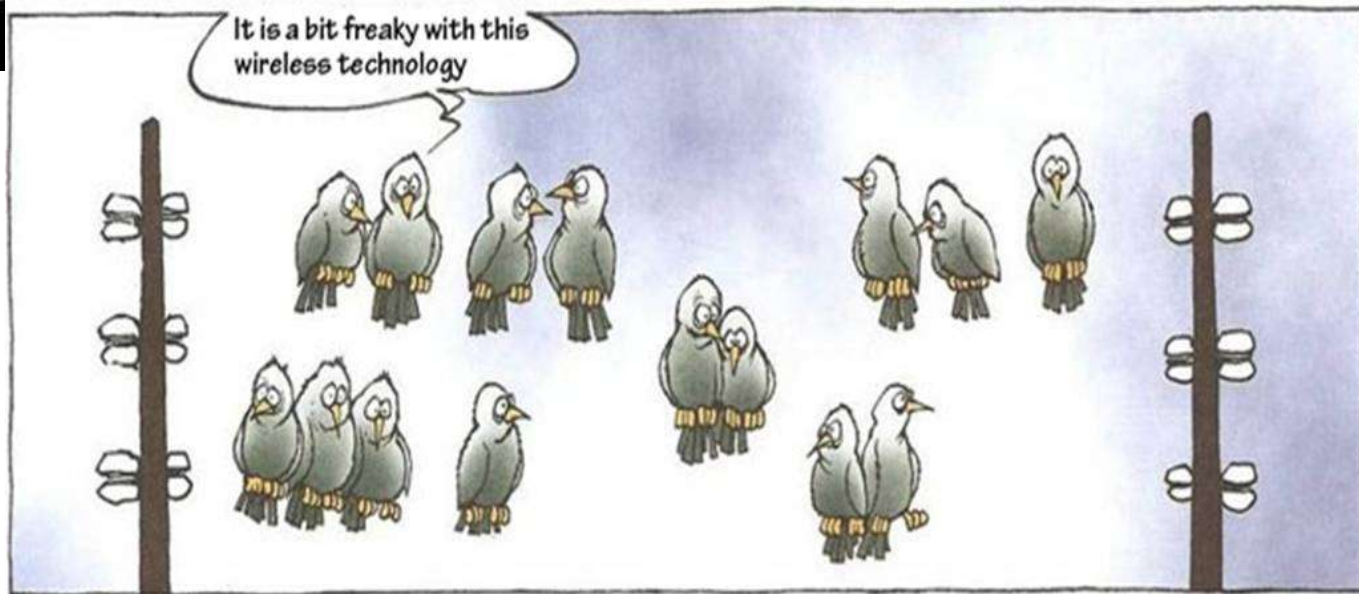
Pandemija informacij prinese osebne filtre, ki blokirajo vsebine, ki jih uporabnik ne želi spremljati

**Posameznik postane sam svoj segment, kateremu se prilagaja ponudba, komunikacija in storitve.**



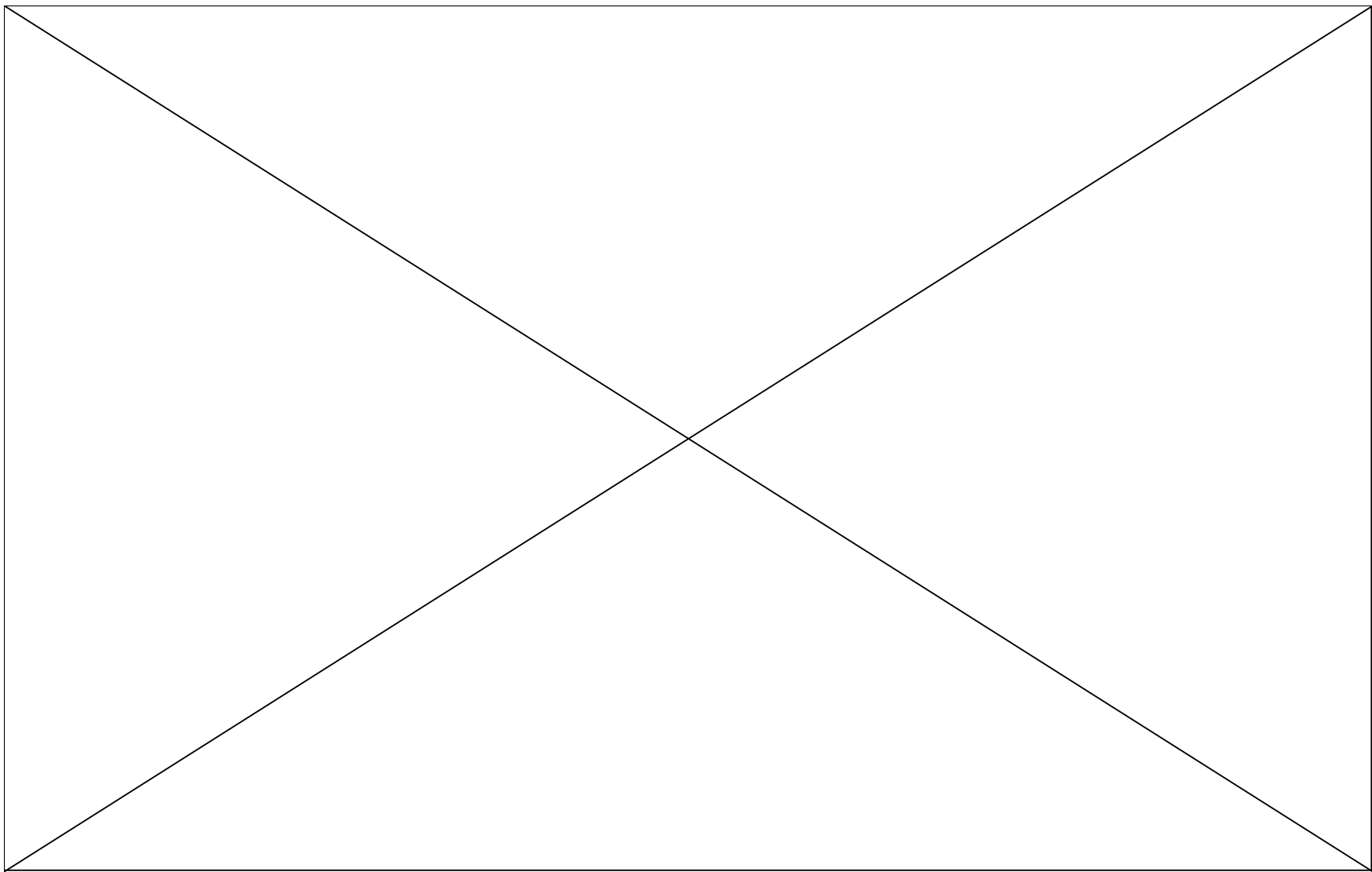
**Inovativnost, kreativnost in drugačen pristop sta še vedno gonilo uspešnega marketinga**

**KAJ PA PTIČI?**



COPYRIGHT : MORTEN INGEMANN





[www.telekom.si](http://www.telekom.si)

[www.mobitel.si](http://www.mobitel.si)

[www.siol.net](http://www.siol.net)

samo.osina@telekom.si

**Q&A**