content company :STYRIA

BRANDING CMS SOFTVERSKOG RJEŠENJA MULTIMEDIJSKE GRUPACIJE U HIGH-END SEGMENTU (SEGMENTU VISOKE TEHNOLOGIJE)

CASE STUDY COMPETITION 2014

SADRŽAJ

SADRŽAJ 2
1. Brief 4
2. Osnovni podaci o poduzeću 5
3. Vizualni identitet 7
4. Opis proizvoda 10
5. Misija, vizija, strateški ciljevi i politike 12
5.1. Misija 12
5..2. Vizija 12
5.3. Ciljevi 12
5.4. Poslovna politika 12
6. Analiza okoline 13
6.1. Makro okolina 13
6.1.1. Političko-pravni faktori 13
6.1.2. Ekonomski faktori 13
6.1.3. Socio-kulturni faktori 14
6.1.4. Tehnološki faktori 14
6.1.5. Interna okolina 14
6.1.6. Organizacijska struktura 14
6.1.7. Organizacijska kultura 14
6.1.8. Organizacijski resursi 15
6.1.9. Menadžment 15
6.2. Poslovna okolina 15
7. Trendovi potražnje 16

8. Analiza ciljnih skupina 16
9. Analiza konkurencije 18
9.2. Regionalno tržište 20
9.3. Zapadnoeuropsko tržište 21
10. Analiza strateških faktora 22
10.1. SWOT 22
10.2. TOWS 22
11. Marketinška strategija 23
11.1. Definiranje ciljeva 23
11.2. Definiranje problema 23
11.3. Ciljana tržišta 23
11.4. Trenutni potencijalni kupci proizvoda/usluga 23
11.5. Plan aktivnosti 23
11.6. Realizacija plana promidžbenih akcija 24
11.7. Potrebna financijska sredstva za realizaciju promidžbenih aktivnosti 26
11.8. Terminski plan realizacije marketing plana 27
12. POS materijali 28

1. Brief

PODUZEĆE: Styria Hrvatska (24sata, Večernji list, Poslovni dnevnik)

NAZIV POSLOVNOG SLUČAJA: Branding CMS softverskog rješenja multimedijske
grupacije u high-end segmentu (segmentu visoke tehnologije)

OPIS TEME POSLOVNOG SLUČAJA:
Styria Hrvatska u 2014. na međunarodno tržište lansira software za produkciju sadržaja na content portalima (tzv. CMS). CMS ili Content management system je sustav koji omogućuje upravljanje sadržajem. U najširem smislu odnosi se na svako softversko rješenje koje omogućuje klasifikaciju, organizaciju, povezivanje i svaki drugi oblik uređivanja sadržaja. Razvoj software-a je trajao 5 godina, a istraživanje tržišta pokazalo je da je među najboljima na svijetu. Sadrži mnoga inovativna rješenja te je ciljano pozicioniranje u high-end segmentu, odnosno u području najsofisticiranijih tehnologija (kao Apple na tržištu računala i smartphone-a).

Cilj poslovnog slučaja je osmisliti ovom software-u kompletan identitet: logo, boje, grafike, vizuale, slogan, komunikacijske poruke (obećanja, atribute), kako bi ga korisnici percipirali kao prepoznatljiv brand. Također je potrebno osmisliti komunikaciju s korisnicima/tvrtkama kojima je namijenjen, emocije koje se uz njega vežu i sl.



Slika 1. CSC logo

2. Osnovni podaci o poduzeću

- **Naziv CMS-a:** CycleMedia

- **Slogan:** Publish in new dimension
- **Logo:**

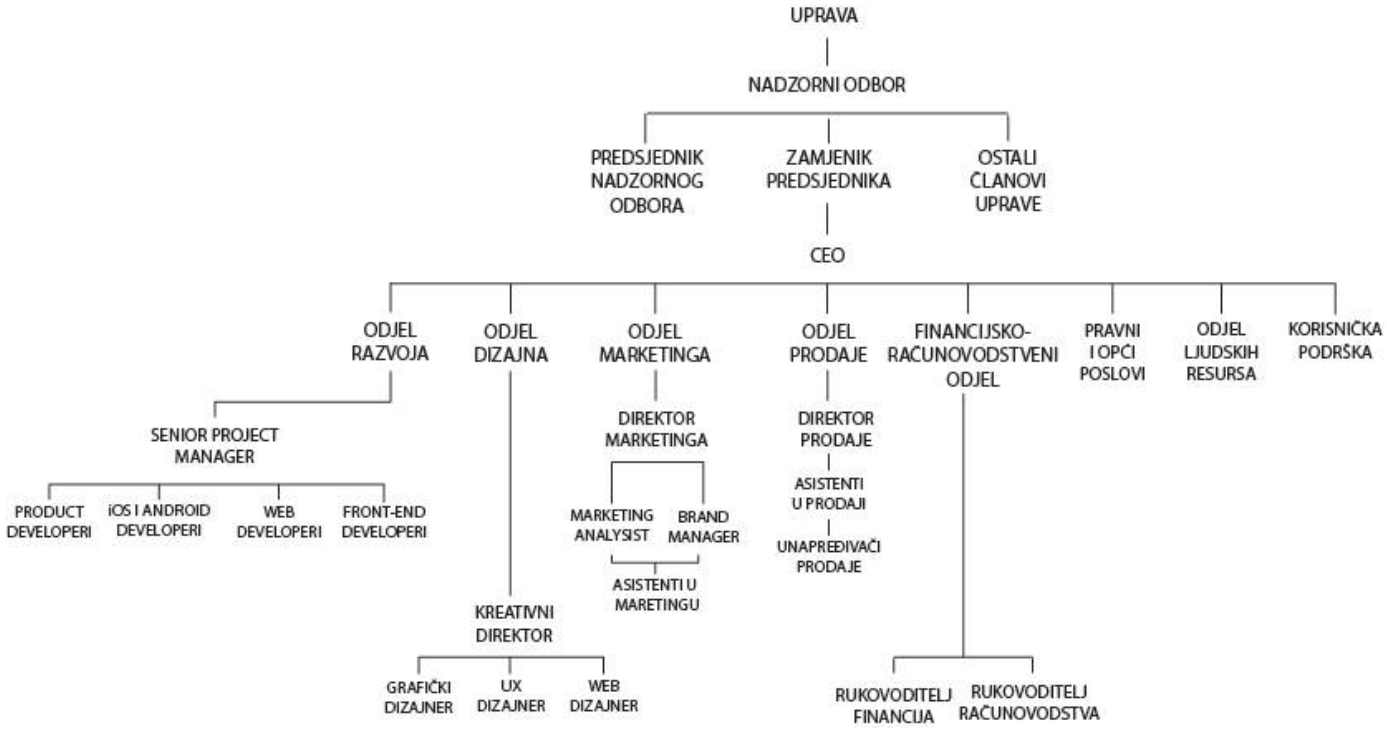
Slika 2. Logo

- **Sjedište poduzeća:** Graz, Austrija
- **Osnivatelji poduzeća, vlasništvo i vlasnički udjeli:** vlasnik softverskog rješenja je Styria Media Group AG sa 100%-tnim vlasničkim udjelom

- **Djelatnost poduzeća:**

Osnovna djelatnost CycleMedia CMS-a, kao dijela jednog od najvećih medijskih koncerna u Austriji, Hrvatskoj i Sloveniji, je izrada personaliziranih sustava za samostalno ažuriranje i održavanje web stranica, namijenjenih medijskim kućama. Osim sustava za kreiranje web sadržaja, odnosno CMS sustava, poduzeće nudi usluge hostinga, konzultacija sa potencijalnim i postojećim klijentima, te kvalitetnu korisničku podršku. U ponudi su također treninzi i razne vrste edukacija namijenjenih klijentima.

- Osnovna organizacijska struktura poduzeća:



Slika 3. Organizacijska struktura

3. Vizualni identitet

- **Koncept:**
  Naziv CYCLEMEDIA, izabran je od strane ispitanika. U kratkoj anketi bilo je ponuđeno 5 rješenja za ime programa a u njoj je sudjelovalo čak 68 ispitanika.
- **Znak:**
  Logo CMS-a je nepravilan 3D oblik kugle koji predstavlja kruženje informacija u novu dimenziju. Postignutim ferlaufom, dobiven je izgled 3D objekta, dok sami oblik sugerira na pokret.
- **Tipografija:**
  Za tipografsko rješenje je izabran Champagne & Limousines font koji je tanak i jednostavan te time ostavlja dojam elegantancije i ekskluzinosti.
- **Boje:**
  Ljubičasta boja u poslovnom svijetu sugerira bogatstvo i ekstravaganciju. Akademske institucije često koriste ljubičastu i njene nijanse jer upravo ta boja predstavlja inovacije i uspjehe. U psihološkom smislu ljubičasta kod ljudi pojačava osjećaj ljepote te se često iz tog razloga koristi na proizvodima visoke kvalitete i preparatima za uljepšavanje. Zajedno s inovativnim dizajnom djeluje sofisticirano i snažno te se koristi u poslovima s kreativnim poljem.

Slika 4. CycleMedia prikaz logotipa 2





Slika 5. CycleMedia prikaz logotipa

- Stacionary



- **Apliciranje logotipa na vrata**



Slika 7. Apliciranje logotipa na vrata

4. Opis proizvoda

CycleMedia dio je Styria Media Group AG, jednog od najvećih koncerna u Austriji, Hrvatskoj i Sloveniji, osnovane 1989. godine u Grazu u Austriji. U Styrijinom vlasništvu je 9 dnevnih novina, više od 20 tjednika te 20 magazina u Austriji i 40 magazina u Hrvatskoj, Sloveniji i Srbiji (Adria Media), 2 supplement-a, 21 online portal, 2 radio postaje, udjeli u 2 TV-kuće i 6 izdavačkih kuća. Osnovna djelatnost Styrie je kreiranje, odabir, ocjena i oblikovanje interpretacija sadržaja na različitim medijima.

Na hrvatsko tržište Styria ulazi 2001. godine kupnjom Večernjeg lista čiji je jedini dioničar. Styrija je također vlasnik 24 Sata te najvećeg hrvatskog poslovnog portala – Poslovni.hr. Osim navedenih, Styriji pripadaju također portali Njuškalo.hr, ZdravaKrava, Budi IN i mnogi drugi.

Portali u vlasništvu Styrije koriste poseban CMS sustav za kreiranje i upravljanje web sadržaja. Budući da se navedeni CMS sustav pokazao kao jako kvalitetan i učinkovit , Styria je odlučila lansirati na tržište kompletni softverski paket namijenjen ponajprije medijskim kućama te novinskim portalima. Sustav je potpuno personaliziran i prilagođen potrebama klijenta ali i potrebama krajnjih korisnika. CycleMedia CMS posjeduje različite funkcionalnosti koje su nadogradive ovisno o željama i potrebama potencijalnog korisnika. U ponudi je još i consulting za klijente i treninzi uz pomoć kojih se korisnici upoznaju sa softverom te ga bez većih poteškoća savladavaju. Osim izrade sustava po mjeri, u ponudi je također i hosting. Osim softverskih i hosting rješenja, poduzeće nudi široku paletu usluga namijenjenih unapređenju klijentovog poslovanja. Klijentima je na raspolaganju i besplatna korisnička podrška, koja ulazi u osnovni paket, te napredna korisnička podrška koja se dodatno naplaćuje. U ponudi je i napredna organska optimizacija za tražilice te optimizacija za povećanje ciljane posjećenosti s uključenim hotness faktorima.

Proizvod je u skladu sa tehnološkim napretkom, te prati svjetske trendove od razvoja do dizajna i korisničkog iskustva.

Prije svega usluga je pouzdana i provjereno kvalitetna, a usmjerena je medijskim kućama koje već posjeduju svoje portale, odnosno sustave koji su u pozadini portala, s ciljem

kako bi se njihova postojeća rješenja unaprijedila i poboljšala.

Cilj poduzeća je ponuditi velikim medijskim kućama jedinstvena rješenja koja će olakšati svakodnevicu urednicima i novinarima, a krajnjim korisnicima omogućiti što jednostavniji pristup željenim sadržajima.



Usluga koju poduzeće nudi, smještena je u samom vrhu CMS tehnologije, te s pravom možemo reći da je CycleMedia *"Crème de la Crème"* kada govorimo o specijaliziranim sustavima za kreiranje i upravljanje sadržaja na webu, namijenjenih medijskim kućama sa svrhom unapređivanja njihovih postojećih sustava, te stvaranjem zadovoljstva njihovim krajnjim korisnicima. Cycle Media nudi kompletni proizvod koji je potreban svakoj uspješnoj medijskoj kući.

5. Misija, vizija, strateški ciljevi i politike

5.1. Misija

Pružanje usluge u okviru visokokvalitetnog sustava za izradu i upravljanje web sadržajem koji zadovoljavaju potrebe korisnika.

5..2. Vizija

Kroz kvalitetnu uslugu postići prepoznatljivost, te postati tržišni lider u području izrade specijaliziranih CMS sustava u regiji, Zapadnoj Europi i šire.

5.3. Ciljevi

Osnovni cilj je pozicionirati se među visokokvalitetne high-end segment CMS sustave, nadjačati konkurenciju te postati vodeće poduzeće na tome području. Jedan od ciljeva je i osigurati kvalitetnu i pouzdanu uslugu, steći povjerenje i poboljšati svoje i poslovanje klijenta na obostrano zadovoljstvo.

5.4. Poslovna politika

Poslovna politika prati misiju i viziju, uz veliki utjecaj vanjskih i unutarnjih čimbenika. Poduzeće vodi razvojnu politiku, u svrhu dugoročnog rasta i razvoja. Zajedno sa svojim poslovnim partnerima i zadovoljnim klijentima, poduzeće kroz svoje proizvode i usluge teži ostvarenju poslovnog uspjeha.

6. Analiza okoline

Kako bi se donijela kvalitetna odluka koje strategije koristiti u poslovanju i marketingu potrebno je analizirati okolinu, odnosno sve one čimbenike koje utječu na poslovanje poduzeća. Kao cilj analize je ne samo uočiti koje su to komponente i sa njima povezani krutički ili strateški faktori nego i procijeniti je li njihov utjecaj prilika ili prijetnja za poduzeće.

6.1. Makro okolina

Ovu okolinu čine snage koji nisu pod kontrolom poduzeća, a dijelimo ih na:

političko-pravnu okolinu

ekonomsku okolinu

socijalno-kulturnu okolinu

tehnološku okolinu.

6.1.1. Političko-pravni faktori

Na poslovanje svakog poduzeća, direktno ili indirektno, utječu brojni zakoni i propisi. Političko okruženje nema veliki utjecaj na ovu gospodarsku granu. Zakonske regulative direktno ne utječu na usluge i proizvod koje poduzeće nudi, no indirektno utječu na općenito poslovanje poduzeća.

6.1.2. Ekonomski faktori

Ekonomski faktori koji imaju utjecaj na poslovanje poduzeća ne očituju se samo kroz standard građana i platežnu moć potrošača. Loša gospodarska situacija, visok stupanj nezaposlenosti, bijeg visokoobrazovanih ljudi i stručnom osoblja u druge zemlje znatno otežavaju situaciju. Vrhunskom uslugom i kvalitetom poduzeće se pokušava pozicionirati na tržištu te osigurati konkurentnost kako bi se osigurao rast i razvoj u vrijeme ekonomske i financijske krize.

6.1.3. Socio-kulturni faktori

Socio-kulturni faktori imaju velik utjecaj, a temelje se na stavovima i vjerovanjima ljudi, obrazovanju te demografskim faktorima. Neka od najvažnijih obilježja socijalne sredine su uvjerenja, vrijednosti i norme. Upravo uvjerenja, vjerovanja i vrijednosti imaju jake implikacije za menadžment koji ih svakako mora uzimati u obzir prilikom donošenja poslovnih odluka.

6.1.4. Tehnološki faktori

Za poduzeće je važan ubrzan tempo tehnoloških promjena u sustavu tehnoloških trendova, neograničena mogućnost inovacija te visoki budžet za istraživanja i razvoj. Tehnološki faktor ima najveći utjecaj na poslovanje ovog poduzeća. Implementacijom novih i inovativnih tehnoloških rješenja održava se konkurentnost poduzeća. Biti inovativan i pratiti svjetske tehnološke trendove ključno je za razvoj ovog poduzeća.

6.1.5. Interna okolina

Interna ili unutarnja okolina predstavlja sveukupnost pojava i čimbenika koji se nalaze u samom poduzeću.

6.1.6. Organizacijska struktura

Zadatak joj je formiranje organizacijskih jedinica te uspostavljanje veza i odnosa među njima, te koordinira svim aktivnostima. Npr. uspostavljanje veze između marketinga i dizajna kao dviju zasebnih organizacijskih struktura.

6.1.7. Organizacijska kultura

Organizacijska struktura čini ukupnost stavova, vrijednosti, normi, vjerovanja i pogleda koji se promiču u poduzeću. Ona usmjerava ponašanje zaposlenih i vodi ostvarenju vizije, misije i ciljeva poduzeća.

6.1.8. Organizacijski resursi

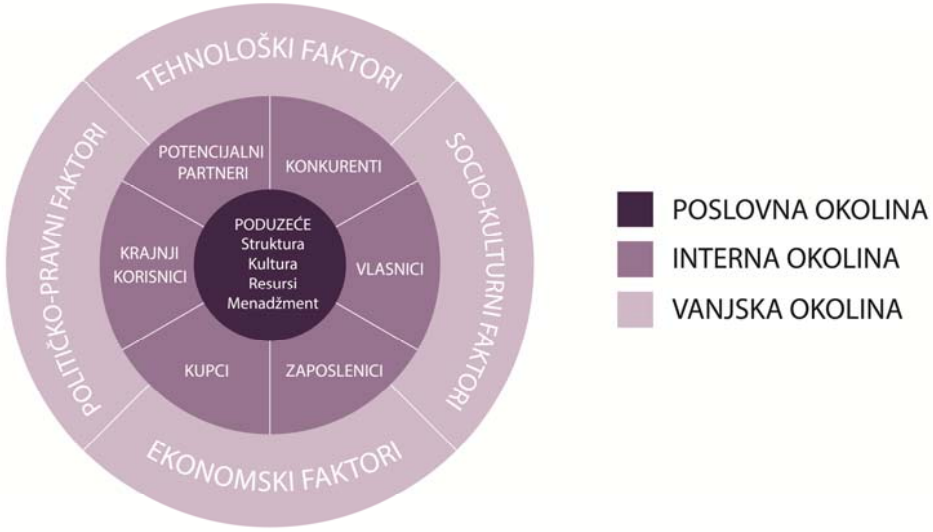
Vrlo značajan čimbenik interne okoline, koji mogu biti fizički i ljudski. U sklopu fizičkih resursa, u izuzetno je važna energija, dok što se tiče ljudskih resursa oni su ključni za intenzivan rad poduzeća.

6.1.9. Menadžment

Čimbenik interne okoline koji povezuje sve ostale čimbenike.

6.2. Poslovna okolina

Poslovnu okolinu čine akteri koji su u neposrednoj okolini poduzeća te imaju znatan utjecaj na poslovanje. Najvažnije čimbenike u ovoj skupini čine konkurenti, kupci, vlasnici, zaposlenici, potencijalni partneri , te krajnji korisnici.



Slika 8. Analiza okoline

7. Trendovi potražnje

Broj korisnika interneta enormno se povećava. Proporcionalno sa brojem korisnika raste i posjećenost web sadržaja, a samim time i potreba za što bržom i jednostavnijom izradom sadržaja. Sve više raste broj korisnika i mobilnog interneta, stoga raste i potreba za sadržajem koji je prilagodljiv različitim veličinama zaslona.

Veoma je bitna i orijentiranost korisnicima, bilo da se radi o korisnicima administratorskog sučelja ili krajnjim korisnicima koji pregledavaju sadržaj portala.

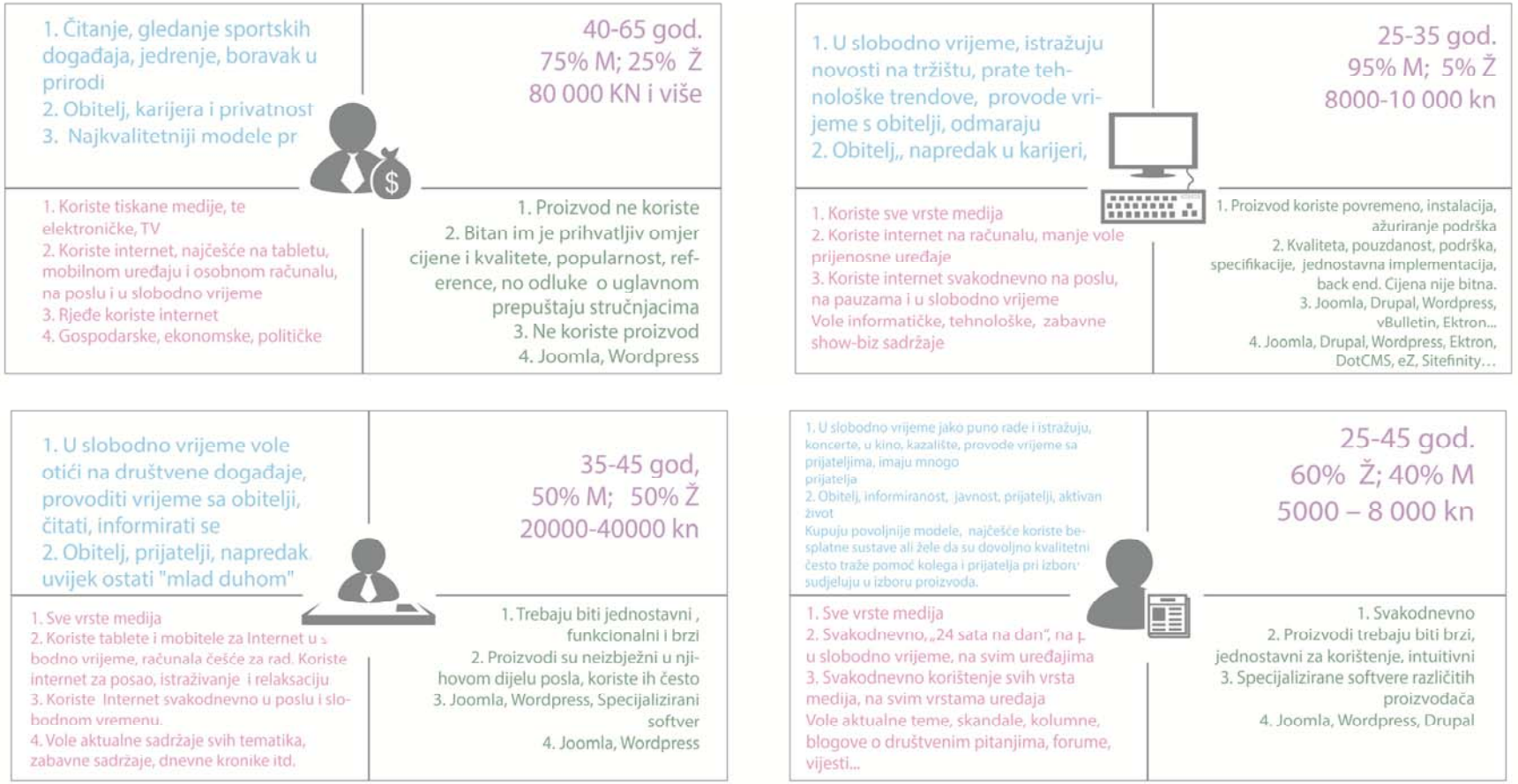
Za upravljanje administratorskim sučeljem vrlo je bitno da bude jednostavno, brzo i intuitivno, minimalistički dizajnirano te pregledno.

8. Analiza ciljnih skupina

CycleMedia CMS je softver namijenjen medijskim kućama i novinskim portalima. Ciljne skupine su upravo njihovi vlasnici i zaposlenici. Ciljna skupina je podijeljena u 4 kategorije: Uprava, IT voditelji, Urednici i Novinari. Analiza je dobivena na osnovu istraživanja. Istraživanje se provelo pomoću ankete te prikupljanjem statističkih podataka. Pitanja u anketi se odnose na socio demografiju, tržište, psihografiju, te medije. Ispitanici su odgovarali na pitanja o sebi, poslu, slobodnom vremenu, te konkretno o proizvodu.



Slika 9. Pitanja korištena za analizu



Slika 10. Analiza ciljnih skupina

9. Analiza konkurencije

Kako bismo dobili podatke o konkurencije, napravljeno je istraživanje domaćeg tržišta i tržišta u zapadnoj Europi pri čemu su izdvojena 3 najzastupljenija open source i nekoliko komercijalnih sustava namijenjenih web portalima. Istraživanje je obuhvaćalo 9 zemalja zapadne Europe i 4 zemlje regije. Statistički podaci su preuzeti sa web stranice CMSCrawler, te sa službenih web stranica pojedinih sustava.

U tablicama su prikazani podaci o zastupljenosti svakog od najčešće korištenih CMS sustava, prikupljeni za regionalno i zapadnoeuropsko tržište, u odnosu na ukupan broj web stranica.

Na grafovima je prikazan udio svakog od CMS sustava u tržištu.

9.1. Usporedba konkurencije

Joomla!		Drupal
PREDNOSTI		
- Usmjeren i namijenjen news portalima - Specijelizirani dodaci za news portale - Redovan update, - dobitnik nagrade "Open Source Content Management System Award", - Potreba za redovnim update-om	-velika zajednica korisnika i podrške -Wordpress back-end preveden je na 120 jezika -preko 70 milijuna stranica na webu pokreće Wordpress -vrlo jednostavna instalacija -vizualni editor	-višejezičan -unaprijeđen search, auto tagging -poznat tržištu -redovita nadogradnja
MANE		
- Ranjivost stranice usljed neredovnog održavanja - Sporo učitavanje stranice ukoliko se instalira mnogo modula.	-nemogućnost administriranja stranicom preko mobitela -mogućnost napada stranice spamovima i drugim malicioznim software-ima -nedostatak nekih naprednih funkcija koje imaju komercijalni software	-neki od dodataka se plaćaju (i do 100 dolara) - većina tema se naplaćuje
WEB STRANICE KOJE KORISTE CMS		
http://www.unric.org/ http://magazine.unric.org/ http://www.viasat.dk/	http://time.com http://metro.co.uk http://www.gloria.hr/ http://www.telegraf.rs	http://www.pressgazette.co.uk http://www.economist.com http://www.slovenskenovice.si http://reporter.si

Slika 11. Usporedba open source sustava

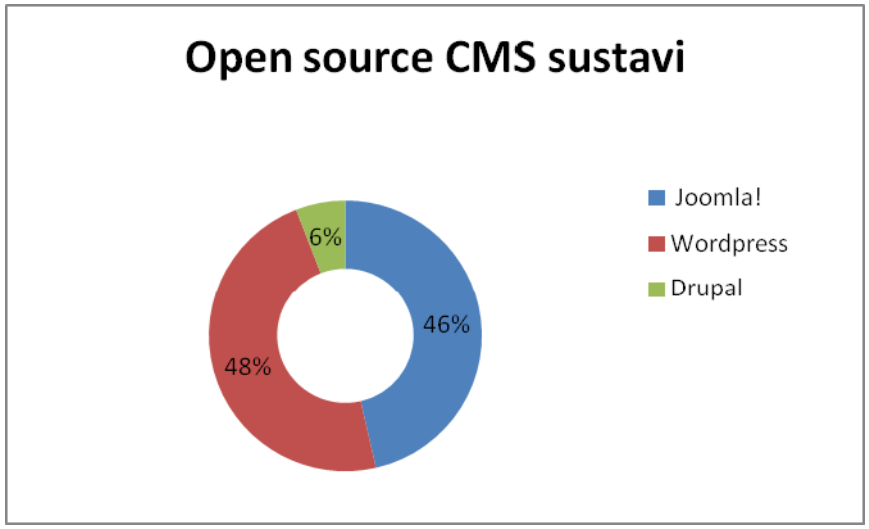
atex	sitefinity	Web2Date	infopark	WEBLICATION	BITRIX	vwo	eZ
SLOGAN							
Grow your online presence	Envision Build Manage	—	Frendly. Smiple. Strong	Ihr vorsprung im web mit weblication	Internet. Intranet. Extranet	Web publishing at your fingertips	Easy Publish
PREDNOSTI							
-jednostavnost drag&drop -redovne nadogradnje -tečajevi - preko 1 000 korisnika cms-a - mogućnost partnerstva -demo verzija	- True Inline Editing - "drag & drop" - Naturally SEO Friendly - Pristup demo verziji na zahtjev - Dobitnici raznih nagrada - Mobile App Builder	- jednostavno administriranje, - pluginovi za carousel, Facebook, RSS, galerije, knjige gostiju... - templatei temeljeni na Wordpress templateima - On-line korisnička podrška	-Cloud CMS -trening podrška on-line	-jednostavna izrada i najkompleksnijih izbornika -telefonska i mail podrška -podržani na drugim OS-ovima, -jasno odvojen sadržaj od dizajna i strukture web stranice	-drag&drop -cloud spremanje failova -brže ucitavanje stranica -hostiranje na više različitih geografskih lokacija -filteri prilagodljivi	-mobilna verzija -višejezičnost (20 jezika) -stalne nadogradnje -integracija sa najpop-ularnijim forum programima -integracija s Google Analytics	- Specijaliziran za novinske portale - odosMap - heat maps - multijezičan
MANE							
-cijena nije navedena	- Zahtjeva Windows licencu za instalaciju - Nema opcije glasanja i ocjenjivanja - Ne podržava Google Checkout - Koristi .NET develop-ment koji je skuplji od PHP	-ne može se spojiti sustav sa vanjskom bazom podataka -back-end nije u potpunosti on-line -vrlo je teško promijeni-ti željene elemente u template-u -nemoguće je imati dva jezika na stranici	-ne može se uređivati source kod -nemogućnost croppanja slika	-ne može se manipulirati source kodom -visoki sistemski zahtjevi -nema drag & drop-a -ne mogu se skalirati slike	- loša podrška - loš backend	-mali broj templeta (neki se naplacuju 99 $) -službena stranica nije stabilna	- zahtjeva Linux ili Windows - datoteka velikog kapaciteta
WEB STRANICE KOJE KORISTE CMS							
http://www.bbc.co.uk/ http://www.agi.it/ http://www.sac-bee.com/	http://www.weareteachers.com/ http://www.visionaustralia.org/	—	www.fu-berlin.de/ www.bcl.lu www2.uni-frankfurt.de	www.zu-daily.de www.studylingua-sp-rachreisen.de www.ts-swing.de	www.citycelebrity.ru www.cosmo.ru	www.e-novine.com hwww.lisa.rs www.tv1.ba	www.grazia.fr/ www.ur.se/
CIJENA							
NA UPIT	2000 $ do 10 000$ +	500€ +	€ 5000 - 500 000 €	498€ do 15 999€	249$ - 9 990$	235-999$	3000€ do 100 000€

Slika 12. Usporedba komercijalnih sustava

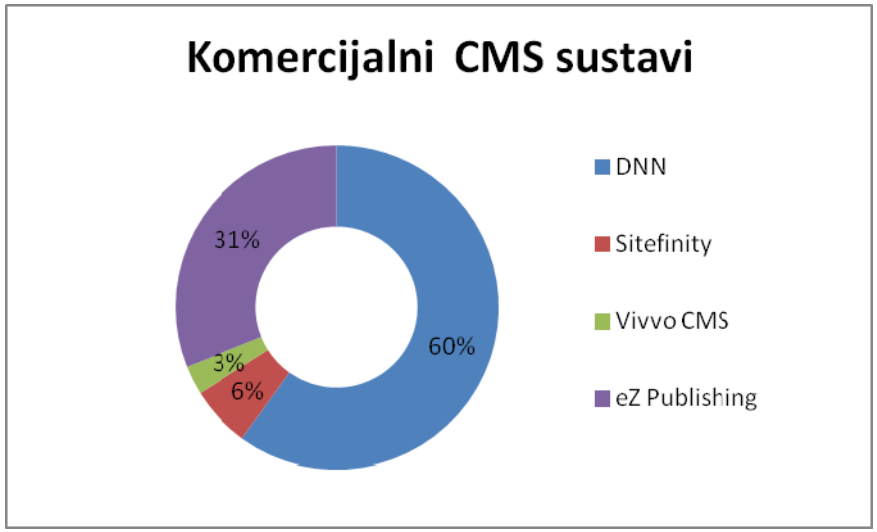
9.2. Regionalno tržište

Tabela 1. Regionalno tržište

REGIONALNO TRŽIŠTE	OPEN SOURCE SUSTAVI			KOMERCIJALNI SUSTAVI				UKUPAN BR. STRANICA
	Joomla	Wordpress	Drupal	DNN	Sitefinity	Vivvo CMS	eZ Publishing	
BiH	553	268	58	10	1	2	-	1038
Hrvatska	3742	3094	277	166	1	2	145	9019
Slovenija	4478	5725	727	96	26	-	1	14073
Srbija	1784	1772	283	20	2	10	5	4686
UKUPNO:	10557	10859	1345	292	2	14	151	151



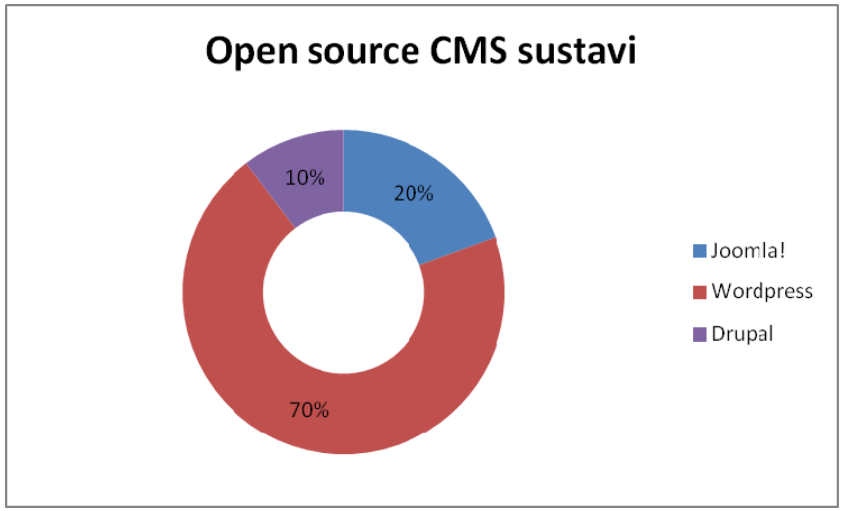
Graf 2. Zastupljenost open source sustava na regionalnom tržištu



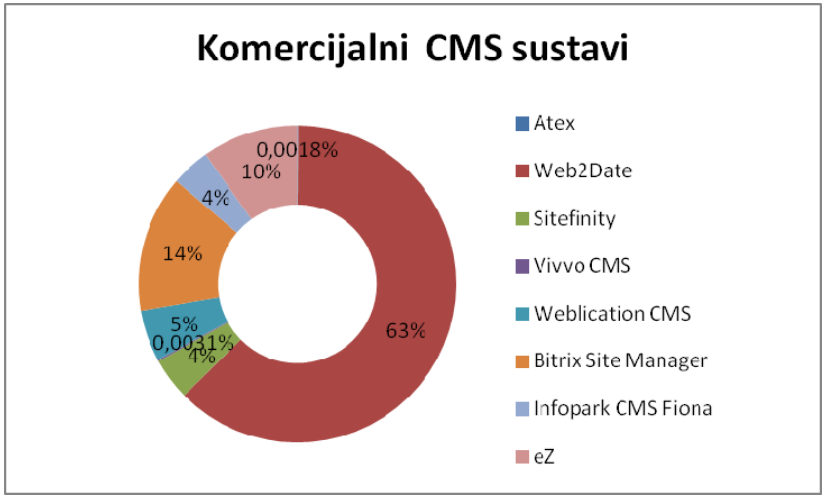
Graf 1. Zastupljenost komercijalnih sustava na regionalnom tržištu

9.3. Zapadnoeuropsko tržište

ZAPADNOEUROPSKO TRŽIŠTE	OPEN SOURCE SUSTAVI				KOMERCIJALNI SUSTAVI								UKUPAN BR. STRANICA
	Joomla!	Wordpress	TYPO3	Drupal	Atex	Web2Date	Sitefinity	Vivvo CMS	Weblication CMS	Bitrix Site Manager	Infopark CMS Fiona	eZ	
Austrija	13153	13964	15755	2473	-	1817	21	-	99	6	4	308	65239
Belgija	4170	7383	863	8902	-	172	51	-	5	15	-	20	30944
Francuska	56988	177398	8283	27845	5	347	138	13	4	96	7	2646	478195
Irska	4846	23450	936	5152	4	85	245	-	-	290	27	323	44541
Italija	60963	90983	2297	10183	25	117	127	7	-	8	1	688	227571
Nizozemska	96184	222057	8099	33036	-	1723	569	5	1	842	12	148	501236
Njemačka	266947	446519	236686	57427	11	34050	426	65	2536	7907	2708	1979	1527774
Švicarska	27747	29218	24228	5821	-	5044	213	1	976	7	2	172	150830
UK	48841	231204	3554	31763	20	116	1195	17	11	511	3	528	434431
UKUPNO:	**343535**	**1242176**	**300701**	**182602**	**65**	**43471**	**2985**	**108**	**3631**	**9682**	**2764**	**6812**	**3460761**



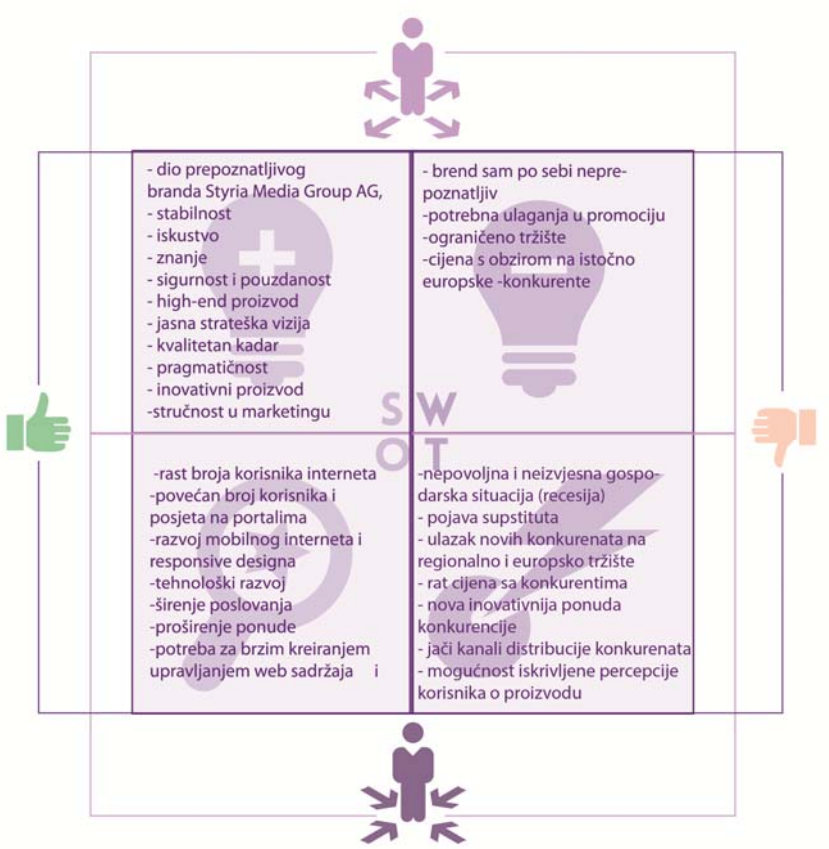
Graf 4. Zastupljenost open osurce sustava na zapadnoeuropskom tržištu



Graf 3. Zastupljenost komercijalnih sustava na zapednoeuropskom tržištu

10. Analiza strateških faktora

10.1. SWOT



10.2. TOWS

	SO(maksi-maksi) -Širenje poslovanja kroz jasnu stratešku viziju. -Zadovoljiti potrebu za brzim kreiranjem i upravl-janje web sadržaja kroz inovativan high end proizvod	**WO (mini-maksi)** -markentinškom kampan-jom povećati prepoznatl-jivost brenda prema potencijalnim korisnicima - problem ograničenog tržišta riješiti putem širenja poslovanja
	ST (maksi-mini) - borba protiv konkure-nata na regionalnom tržištu uz pomoć sigurnog i pouzdanog high end proizvoda - kvalitetnim kadrom osigurati konkurentsku prednost	**WT (mini-mini)** - zbog niže platežne moći smanjiti cijenu proizvoda i gospodarske krize. - Smanjiti krivu percepci-ju o proizvodu, smanjen-jem neprepoznatljivosti na tržištu



11. Marketinška strategija

11.1. Definiranje ciljeva

Cilj marketinške strategije CycleMedia CMS sustava je plasirati proizvod što uspješnije, kako na zapadnoeuropsko, tako i regionalno tržište, te ga pozicionirati u sami vrh najkvalitetnijih CMS sustava namijenjenih medijskim kućama.

11.2. Definiranje problema

Potencijalni problemi koji mogu nastati prilikom ostvarivanja ciljeva su prvenstveno neprepoznatljivost brenda, ali upravo da bi se eliminirao taj problem stvoren je naziv i vizualni identitet ovog proizvoda te će se uložiti sredstva u njegovu promociju. Na putu ka prepoznatljivosti CycleMedia CMS-a pomaže mu što je dio prepoznatljive kompanije STYRIA. Cijena Cyclemedia sustava je prilično visoka, i stoga je potrebno potencijalnim kupcima približiti njegove kvalitete i pokazati kako je upravo on najbolji omjer uloženog i dobivenog jer će potencijalni kupci, kao i sadašnji, biti veoma zadovoljni njime.

11.3. Ciljana tržišta

Ciljana tržišta, na kojima je proizvod već zastupljen ali na kojima treba povećati njegovu popularnost, su regionalno i zapadnoeuropsko.

11.4. Trenutni potencijalni kupci proizvoda/usluga

Potencijalni kupci ovog proizvoda su zaposlenici medijskih kuća i web portala.

11.5. Plan aktivnosti

Ovom studijom želi se stvoriti prepoznatljiv brend CycleMedia koji spada u high-end segment proizvoda kojeg bi svi urednici i novinari poželjeli koristiti, a taj će se cilj postići plasiranjem na regionalno i zapadnoeuropska tržište i pomno isplaniranom marketinškom strategijom. Proizvod se neće reklamirati na medijima koje prate široke mase, već na uskim područjima specijaliziranim upravo za

struku kojoj je namijenjen. Potrebno je približiti ga ljudima, a takav način promocije idealno se provodi na sajmovima i raznim konferencijama, pokazati njegove vrline i posebnosti, što će biti opisano u brošurama koje će se slati direktno u medijske kuće te ga oglašavati i učiniti poznatim, a za to su idealni specijalizirani časopisi i web stranice. Plan se odnosi na period od lipnja 2014. godine do lipnja 2015. godine.

11.6. Realizacija plana promidžbenih akcija

Kako bi promidžba CycleMedia CMS sustava bilo što uspješnija, u marketinškoj kampanji koristiti će se mnogi načini promocije, poput akcije kao potpori direktnoj proizvodnji i oglašavanja putem časopisa i web bannera.

Akcije kao direktna potpora promidžbi:

-organizacija eventa otvorenja

-uoči blagdana organizirali bi se prigodni programi.

Tiskani materijali:

-letci

-brošure

-pozivnice za evente.

Oglašavanje:

-na web bannerima

-u novinama

-na Facebook-u

-na Google-u...

Marketinške akcije kojima bi se sudjelovalo u promociji:

-sadržaj web stranica se sustavno dopunjuje i aktualizira

-zbog većeg rejtinga i boljeg pozicioniranja potrebno je organizirati kampanju oglašavanja pomoću alata Google AdWords.

- Sajmovi i konferencije:

Odlični kanali promidžbe svakako su sajmovi, radionice i konferencije na kojima je bitno promovirati se.

-izlaganje na konferenciji CeBI

-izlaganje na ZV, Sajam INFO

-izlaganje na sajmu World Publishing Expo.

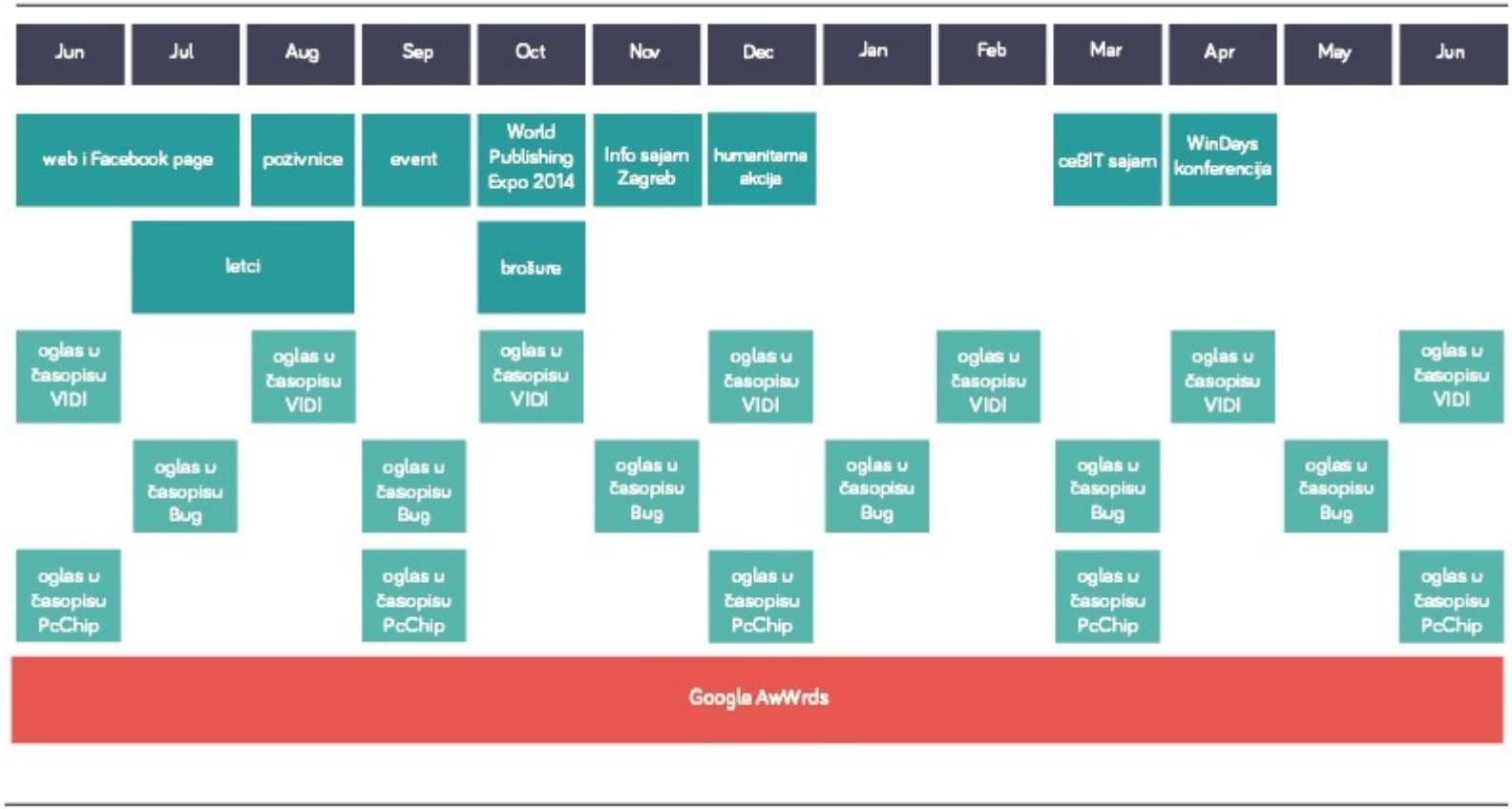
PR aktivnosti:

PR su vrlo jako sredstvo promocije, pogotovo u suradnji s medijima. Aktivnim sudjelovanjem u organizaciji većih događanja jača se prepoznatljivost brenda, primjerice sudjelovanjem na višednevnoj WinDays konferenciji.

11.7. Potrebna financijska sredstva za realizaciju promidžbenih aktivnosti

PROMIDŽBENA AKTIVNOST	TERMIN	CIJENA
Izlaganje na sajmu World Publishing Expo	(13.10.-15.10.2014.)	95.000 kn
Izlaganje na ZV-Sajam INFO	(11.11.-16.11.2014.)	31.000 kn
Izlaganje na konferenciji CeBIT	(16.3.-20.3.2015.)-2 dana	85.000 kn
Banneri na web stranici bug.hr	lipanj 2014.-lipanj 2015.	2.000 kn
Banneri na web stranici pcchip.hr	lipanj 2014.-lipanj 2015.	1.500 kn
Banneri na web stranici vidi.hr	lipanj 2014.-lipanj 2015.	1.500 kn
Google Adwords	lipanj 2014.-lipanj 2015.	18.000 kn
Oglasi u časopisu Bug (1/3 stranice)	lipanj 2014.-lipanj 2015. (neparni mj.)	40.000 kn
Oglasi u časopisu VIDI (1/3 stranice)	lipanj 2014.-lipanj 2015. (parni mj.)	33.000 kn
Oglasi u časopisu PcChip (1/4 stranice)	lipanj 2014.-lipanj 2015. (svaka 3 mj.)	25.000 kn
Organizacija eventa	početak rujna	35.000 kn
Trošak tiska i slanja pozivnica za event	kraj kolovoza	1.000 kn
Tisak i troškovi slanja letaka	srpanj i kolovoz 2014.	2.800 kn
Tisak i troškovi slanja brošura	listopad 2014.	4.700 kn
UKUPAN TROŠAK		**375.500 kn**

11.8. Terminski plan realizacije marketing plana



12. POS materijali

- Teaser letak



- Letak


PUBLISH IN NEW DIMENSION
CYCLEMEDIA
PUBLISH IN NEW DIMENSION
New
PRODUCT
About Us
About Us
About Us
lorem ipsum
lorem ipsum
lorem ipsum
lorem ipsum
lorem ipsum
CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

- Brošura


CYCLEMEDIA
PUBLISH IN NEW DIMENSION
Publish in new dimension
Lorem ipsum dolor sit amet, consec adipiscing elit, sed diam nonummy
Consectetuer adipiscing
Quisque egestas imperdiet risus. Nunc nibh imperdiet.
Lorem ipsum dolor sit amet,
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Duis pulvinar lectus. Fusce lacinia. Cras massa tortor, dignissim eu, sollicitudin eu, consequat et, magna. Proin tempor. Mauris leo orci, pretium at, pharetra a, egestas id.

- Oglas u informatičkom časopisu



Web stranica



- Banner


www.bug.hr
BUGONLINE
...CMS for easy manipulation of complex websites...
BugTV
BugTV 100: Bugov talk-show
Poznat izgled Amazonovog 3D mobitela
Veće brzine Interneta u B.net paketima
Genius Micro Traveler 9000R
Windows 8
Kupi sada
Predstavljamo HP ProBook 455
App dana
FireChat
BOL Forum
MacBook Pro

- Prikaz štanda na sajmu

