



---

## Pitanja i Vežbe 4

---

1. Koja su glavna ograničenja e-trgovine? Koja od njih će verovatno nestati? Zašto?
  2. Pronađite informacije na Webu o dobijanju magistarskog stepena na virtuelnom univerzitetu.
  3. Internet knjižara Amazon.com navodi da ima preko 1.000.000 milion naslova u svom elektronskom katalogu, a nema veliki fizički inventar knjiga
    - a. Pristupite sajtu ([www.amazon.com](http://www.amazon.com)) i pronadite kakav profesionalni savet o kupovini knjiga možete da dobijete.
    - b. Odšampajte (napravite) listu knjiga o m-trgovini.
    - c. Koji su to servisi (usluge) koji se ovde mogu dobiti, a nema ih u klasičnoj knjižari.
  4. Pristupite Web sajtu CyberCash ([www.cybercash.com](http://www.cybercash.com)) i Visa ([www.visa.com](http://www.visa.com)). Pronađite najnovije dostignuća u oblasti e-novca i e-kartica. Šta nude trgovcima? Koje druge servise mogu da obezbede?
-



## Mini slučaj 4 Kako radi interaktivni marketing

### Pokušaj DoubleClick-a

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

Interaktivni marketing može da ima više oblika. Pretpostavimo da *3M Corporation* želi da proda svoje 10.000 \$ vredne multimedijalne projektore. Ona zna da su potencijalni kupci ljudi koji rade u reklamnim agencijama ili u IS odeljenjima velikih korporacija, ili su to kompanije koje koriste *Unix* kao svoj operativni sistem. 3M pristupa na *DoubleClick Inc.* i traži firmu koja će identifikovati takvog potencijalnog kupca. Kako će ga *DoubleClick* pronaći? Pametno i jednostavno.

Godine 1997. *DoubleClick (doubleclick.net)* je pratila ljude koji su pretraživali Web sajtove skoro 100 saradničkih kompanija poput *Quicken* i *Travelocity*. Godine 2001. pratila je više od 300 sajtova. Pregledom Internet adresa posetilaca Web sajtova ovih 300 kompanija i usklađujući ih sa bazom podataka 70.000 Internet imena domena koje uključuje šifru delatnosti firme, *DoubleClick* može da pronađe ljude koji rade za razne vrste kompanija, recimo reklamne agencije. proverom pomoću programa za pretraživanje on može da pronađe koji posetilac koristi *Unix* sistem. Pošto *DoubleClick* ne može da pronađe vaše ime, on može da izradi vaš dosije, koji se prilaže uz ID broj koji vam se dodeljuje kada prvi put posetite bilo koji od 300 saradničkih sajtova. Kada nastavljate da posećujete ovih 300 sajtova, inteligentni softverski agenti izrađuju relativno kompletan dosije o vama, koliko trošite, kakve su vam navike sa računarom. Ovaj proces se obavlja pomoću sistema „kolačić“ (*Cookies*) datoteke kreirane na zahtev Web servera i uskladištenja na korisnikovom fiksnom uređaju. Tako Web sajt može da „zapamti“ vaše prošlo ponašanje na Internetu.

*DoubleClick* zatim priprema reklamu za 3M projektore. Reklama je usmerena na ljude čiji profil odgovara onome što je potrebno za 3M. Tako, ako ste vi korisnik *Unixa*, ili ste zaposleni kod neke reklamne agencije, kada budete sledeći put pretraživali bilo koji od 300 sajtova, bićete iznenađeni što ste pronašli baš ono što vam treba: informaciju o multimedijalnom projektoru.

Kako se ova firma finansira? 3m plaća *DoubleClicku* za svoju reklamu. Provizija se zatim deli između Web sajtova koji prenose reklamu 3M, a u zavisnosti od toga koliko se puta reklama uklopila sa posetiocima Weba.

*Napomena:* Možete izbeći stvaranje „kolačića“ na vašem računaru (fiksnom uređaju) ako se odlučite za takvu opciju korišćenjem specijalizovanog softvera (npr. *Cookie Cuter*) ili isključite „kolačiće“ na programu za pretraživanje. Ipak samo mali broj ljudi zna ove činjenice. U većini slučajeva „kolačić“ se smešta na vaš računar bez vašeg znanja. Možete pokušati da sami onesposobite „kolačiće“ tako što ćete učiniti da budu u *read-only* formatu, takođe, danas i određeni antivirusni programi poseduju opcije za onesposobljavanje zlonamernih „kolačića“.

### Pitanja i zadaci za ovaj Mini slučaj

1. Da li je ovo B2C ili B2B? Objasniti zašto.
2. Imena posetilaca nisu poznata nijednoj strani – učesnici, pa imak se mnogi protive ovoj metodi. Zašto?
3. Da li se može predložiti bolji način za deljenje prihoda?
4. *DoubleClick* se ne suočava sa tako direktnom konkurencijom. Šta mislite zašto?