



Ovaj termin, ovaj agresivni naziv „Gerila marketing“ je izmislio i uveo marketinški stručnjak Jay Conrad Levinson sredinom 1980-ih, tačnije 1984. godine kako bi objasnio nekonvencionalne marketinške kampanje i metode oglašavanja, namenjene malim firmama ili pojedincima, u borbi protiv velikih giganskih firmi, koje su raspolagale velikim budžetima – odatle i naziv gerila. Gerila jer kao mali preduzetnik, imate mogućnost da se brzo snađete, da koristite širok spektar marketinških alata i da budete ofanzivni. Tako su gerilske marketinške strategije osmišljavane za firme sa malim budžetima, za male i nepoznate marke koje su tek počinjale proboj na tržište i nisu sebi mogle da priušte velike budžete. I uopšte, da bi opstala u toj tržišnoj borbi manja preduzeća su morala da koriste svoje prednosti, da budu fleksibilna i mobilna, da brže reaguju na novonastale promene u okruženju i da budu stalno prisutna.

U međuvremenu su ovaj vid marketinga počela da koriste i velika preduzeća, kao nekonvencionalne metode za privlačenje pažnje, koje na lakši način nalaze širu publiku i publiciteta metodom od usta do usta, a tome je posebno doprinela pojava interneta nekih 90-ih godina prošlog veka.

Danas je gerila marketing u ekspanziji i stalnom razvoju, on je potreba XXI veka kako za velike preduzetnike, tako i za većinu malih i srednjih preduzeća. U odnosu na velike, gigantske firme, koje raspoložu ogromnim novčanim sredstvima, preduzetnici nemaju na raspolaganju ta sredstva, i prinuđeni su da traže druge načine kako da opstanu na tržištu.

Dakle, suština gerila marketinga je u korišćenju onih marketinških oružja koja će u konkretnoj situaciji dati najbolje rezultate. Na vama je da istražite koja od tih oružja su najuspešnija u ostvarenju vaših ciljeva, tj. praviljenjs profita, na vama je da uložite sve svoje napore u njihovo maksimalno iskorišćavanje, a da po strani ostavite sve ono što ne doprinosi vašem zacrtanom cilju. Na taj način vaše preduzće će biti u mogućnosti da na relativno jeftin način zaradi ogromne sume novca, a kada se to desi, tada više i nećete biti mali preduzetnici, već ćete prerasti u veliku firmu, pa vam koncept gerila marketinga neće više biti potreban.

Pa, šta je gerila marketing, kako bismo ga definisali?

Gerila marketing su jednostavne i jeftine marketinške strategije, osmišljenje za ostvarivanje velikog profita od vašeg biznisa, a kao jedino oružje koje vam je potrebno u surovoj marketinškoj borbi protiv velikih kompanija.

I šta je to što ga razlikuje od tradicionalnog marketinga? Pomenuću samo nekoliko, po meni najznačajnijih i najzanimljivijih razlika:

1. Dok je za tradicionalne marketare novac odlučujući faktor ako hoćete kvalitetno da se reklamirate, za gerilce su na prvom mestu vreme, energija i mašta. Ako ovo poseduješ, nije ti potreban ogroman novac da bi povećao svoju konkurentnost. Gerila marketing akcija je prava mala "preduzetnička ideja", kreativna, hrabra, glasna, može biti pobunjenička ili čak drska. U interakciji je sa potencijalnim potrošačima, sposobna da skrene pažnju i da se prenose "od usta do usta". Cilj treba da vam bude da privučete nove potrošače, a ova strategija vam daje prednost u odnosu na konkurenciju, posebno u odnosu na onu koja je prestala da se oglašava.

2. Za razliku od tradicionalnog marketinga, koji obim prodaje i obim prometa koristi kao osnovni indikator, učinka marketinga, za gerilce je najvažniji pokazatelj sopstvenog uspeha profit. Profit je za gerilce jedina istina za kojom vredi tragati i boriti se.
3. Tradicionalni marketing je usmeren prvenstveno na prodaju, smatra da je posao obavljen prodajom proizvoda i često ne vodi računa o zadovoljstvu kupaca proizvodom. Gerila marketing nastavlja komuniciranje sa klijentima i posle izvršene prodaje kako bi saslušao njihove primedbe, zamerke, pohvale. Gerila marketing se brine o tome šta može da da klijentu, gerilci dakle u centar pažnje stavljaju svoje klijente, i koriste tzv. "VI" marketing, dok tradicionalni marketing razmišlja o tome šta može da dobije od klijenata, to je tzv. "JA" marketing jer velike firme prvenstveno polaze od sebe i stavljaju sebe i svoje ja u prvi plan. Tradicionalisti uvek na kraju meseca broje novac, dok gerilci broje nove kontakte. I to zapamtite.
4. Tradicionalni marketing nastoji da eliminiše konkurenciju, a gerila marketing savetuje da izvidite situaciju, i nađete način za udruživanje, takozvani udruženi marketing, a koji treba da vam donese manje troškove.
5. Tradicionalni marketing koristi radio, televiziju, direktnu poštu, skupe časopise i Internet oglašavanja, puca iz jakog oružja jer svi ovi mediji manje -više zahtevaju velike novčane izdatke za firmu i ubeđuju vas da se svaki od ovih načina reklamiranja isplati. Gerila marketing je uvek nameran i te kako vodi računa o svim detaljima komunikacije sa spoljnim svetom. Gerilci ni za jedan medij neće reći da je najbolji, znaju da jedino što se isplati jesu marketinške kombinacije jer jedino one otvaraju vrata uspeha marketinga. Na gerilcu je da savršeno razume i poznaje svrhu, suštinu i karakteristike svih medija i kanala za plasiranje poruka. Svaki medij ima svoje prednosti i nedostatke, ali gerilci znaju da ih mudro i pametno koriste imajući u vidu ciljnu grupu i njihove karakteristike kao i cilj koji žele da postignu gerila kampanjom. Gerilci znaju i koriste oko dve stotine načina reklamiranja.
6. I kao poslednju razliku bih pomenula da je tradicionalni marketing uglavnom toliko zaodnut misterijom da plaši vlasnike firmi i često dovodi do njihove pasivne uloge u kreiranju marketing strategije, a gerila marketing skida taj veo misterije i pokazuje šta je zapravo marketing – proces koji kontrolišeš, a ne proces koji kontroliše tebe.

Znači gerila marketing je u nekoliko reči kreativan, maštovit, neočekivan, neuobičajen, agresivan, interaktivan, fokusiran, jeftin, inspirativan, uverljiv, mobilan, fleksibilan. Nije obavezno da budete provokativni, ali treba da bude originalan, poseban i raznovrstan.

Zahvaljujemo se na slušanju, ovo je bila naša deseta epizoda. Javljajte nam se sa predlozima! Pozdrav do sledeće slušanja, DevanaDoli sa enformel.com kako da VAS inspirišemo.