

Bányai Edit – Novák Péter (szerk.)

Online üzlet és marketing

Akadémiai Kiadó, Budapest, 2011

Nehéz lenne ma a gazdasági és társadalmi életnek olyan területét megnevezni, ahol az internet ne lenne jelen. Erről tesz bizonyosságot az Online üzlet és marketing című mű, amely az Akadémiai Kiadó gondozásában jelent meg. A szerkesztők (Bányai Edit és Novák Péter) több mint egy tucat szerző bevonásával 15 fejezeten keresztül mutatják be az e-business és online marketing különböző aspektusait.

A könyv az olvasót elsőként az internet társadalmi vonatkozásaiba avatja be, ami betekintést nyújt az információs társadalom kialakulásába és a digitális kultúra jellegzetességeibe. Szintén az online kommunikáció alapozó fejezetének számít az új médiával foglalkozó fejezet. Létfontosságú, hogy a vállalatok megértsék, milyen hatást gyakorolnak a felhasználókra a digitális kommunikációs eszközök és platformjaik, mivel a közösségi oldalakat egyre több cég integrálja a marketing-kommunikációs tevékenységébe. Szintén gyakorlatban hasznosítható ismereteket tartalmaznak az online marketinggel foglalkozó fejezetek, amelyek segítenek eligazodni az online kommunikációs eszközök, a web 2.0, a kereső- és mobilmarketing világában. Ezen túl a szerzők arra is kitérnek, hogy az online marketing nem csupán kommunikációs és értékesítési csatornaként alkalmazható, hanem hatásos piackutatási eszköz is.



Az online vállalkozások különböző célokat követnek, ezért más folyamatokra (pl. informálás, értékesítés, közösségépítés) helyezik a hangsúlyt, amelyek eltérő üzleti modelleket (portálok, közösségi oldalak, elektronikus kereskedők... stb.) eredményeznek.

Az online kereskedelem megjelenése megváltoztatta a vásárlási szokásokat is, amely önálló kutatási területté nőtte ki magát a fogyasztói magatartás témakörén belül. A hazai online kereskedelemmel foglalkozó fejezet mind a lakossági, mind a szervezeti piacokon meghonosodott kereskedelmi formákat tárgyalja. Különösen izgalmas rész az online aukciókkal foglalkozó fejezet, amely a B2C- és B2B-piacokon egyaránt növekvő jelentőséggel bír.

Az online kereskedelemmel szorosan összefügg az online fizetési módszerek megválasztása, amely az online vásárlásoknál az egyik legfontosabb kockázati tényezőként jelenik meg. A fizetési módok bemutatásán túl az ide vonatkozó rész az olvasókat a gyakorlati megvalósításban (pl. fizetési mód kiválasztása) is segíti. Hasonlóan hasznos információt jelent az online kereskedelem biztonsági és jogi hátterének részletes ismertetése, amely a biztonság és titkosítás kérdéseit, illetve az online üzleti élet jogi szabályozását foglalja magában.

A szerzők az e-business és az online marketing legfontosabb tudnivalóit foglalták össze az Online üzlet és marketing című szakkönyvben, amely hasznos olvasmány lehet a gyakorlati szakemberek, valamint a felsőoktatásban a marketingszakos hallgatók és oktatók számára is.

*Agárdi Irma
Budapesti Corvinus Egyetem*