



Divni novi digitalni svijet

IZVJEŠTAVA: *Stanislav Marušić*

FOTO: *Ljiljana Podrepšak*

Konferencija "Nove tehnologije, mediji i marketing 21. stoljeća" okupila je u zagrebačkom Westinu petstotinjak sudionika.

Glavni akter konferencije bio je Nicholas Negroponte, vodeći futurolog našeg vremena, predsjednik vodećeg svjetskog interdisciplinarnog istraživačkog centra MIT Media Lab kao i neprofitne organizacije - One Laptop per Child (OLPC).

Profesor Negroponte autor je bestselera "Biti digitalan" (Being digital) u kojem je prvi predvidio i opisao utjecaj digitalizacije na tvrtke i industrije diljem svijeta.

Negroponte predviđa:

U idućih pet godina pojavit će se **tri milijarde novih korisnika Interneta**, većinom **mlađih od 25 godina**, što će zasigurno dovesti do drugačijih korisničkih obrazaca ponašanja u općoj komunikaciji.

U uvodnom predavanju posvećenom današnjem digitalnom svijetu, profesor je naglasio da najveća prednost širokopojsnog pristupa Internetu, kojega koristi sve veći broj ljudi u svijetu, nije u količini prenesenih podataka, nego u brzini kojom su informacije dostupne.

U nastavku je predstavio svoj dobrotvorni projekt "One Laptop per Child", koji je namijenjen distribuciji računala ponajprije djeci u zemljama u razvoju. Cilj ovoga projekta je omogućiti svakom djetetu jeftino, funkcionalno i štedljivo prijenosno računalo koje će pomoći njihovom obrazovanju te time i razvoju društva u cjelini. Ova računala troše svega 2 W energije (oko 20 puta manje od prosječnog prijenosnog računala), a posjeduju i zaslon koji odlično funkcionira i pod direktnim sunčevim svjetlo što je često okruženje u kojem se ona koriste.

Kao dodatna pomoć prikupljenim donacijama za proizvodnju računala zanimljiv je i koncept "Get one, give one". Na taj način kupci iz razvijenih



Prijenosno računalo za bolji svijet

- **OLPC (One Laptop per Child) računalo trenutno stoji 187 dolara, a do kraja 2009. planira se cijena od 100 dolara. Cilj je do 2012. cijenu prijenosnih računala spustiti na 50 dolara.**
- **Tijekom 2008. planira se proizvesti 2 milijuna OLPC računala, a za 2009. od 10 do 50 milijuna.**

Uloga ICT kompanija u rastu životnoga standarda građana

Nakon bloka s predavanjima sudionika iz državne uprave i isporučitelja ICT rješenja uslijedio je okrugli stol na kojem su uz Nicholasu Negropontea i Nicka Wredena sudjelovali i hrvatski sudionici konferencije među kojima je bio i dr. sc. Darko Huljenić. Moderator skupa i ovoga okrugloga stola prof. dr. sc. Mario Kovač, ciljanim je pitanjima potaknuo aktivnu raspravu sudionika i publike o temama konferencije, a bilo je i konkretnih prijedloga o implementaciji i promociji ICT rješenja s ciljem poboljšanja života građana Hrvatske.

zemalja poput SAD-a ili Velike Britanije mogu kupiti dva prijenosna računala za 399 američkih dolara od kojih jedno poklanjaju djetetu iz zemlje u razvoju. OLPC širi svoje aktivnosti i na Hrvatsku pa je tako već osnovana neprofitna udruga OLPC Hrvatska o kojoj možete više pročitati na www.olpcroatia.org.

Uslijedilo je vrlo zanimljivo predavanje Nicka Wredena, stručnjaka za područje internacionalnog brandinga, mjerenja snage marke i lojalnosti kupaca. On ima više od 20 godina iskustva u ovome području, a surađivao je s vodećim tehnološkim tvrtkama. U svom predavanju na temu digitalnog brandinga istaknuo je da su uz klasičnih 4P (product-proizvod, price-cijena, place-mjesto prodaje, promotion-promocija) dva elementa koja zaslužuju posebnu pozornost ukoliko se želi uspješno poslovati kupac i vrijednost

koju proizvod za njega ima. Ovdje je cilj također postići veću angažiranost kupaca te saznati njegove emocije i stavove prema nekome brandu. U tom smislu je naglasio veliku važnost alata za upravljanje odnosima s kupcima te istraživanja što predstavlja vrijednost za kupca. Odlično sredstvo u mnogim industrijama za ove i druge namjene predstavlja Web 2.0, druga generaciju web servisa koja nudi mnoge interaktivne usluge i korisnicima prilagođene sadržaje. Web 2.0 omogućuje socijalno-društvene mreže, blogove i još mnogo toga. Poduzećima nudi novi način upoznavanja svojih kupaca i ciljani marketing. Uz navedeno ovakve stranice potiču kreativnost, dijeljenje informacija te suradnju među korisnicima ovih usluga. Na primjeru jedne hrvatske internetske stranice ponudio je i niz prijedloga za konkretna poboljšanja u ovome smjeru.