



# DEFINISANJE MULTIMEDIJALNE STRATEGIJE ZA POVEĆANJE BROJA KORISNIKA USLUGA ŽELEZNICE

## DEFINITION OF THE MULTIMEDIA STRATEGY TO INCREASE THE NUMBER OF RAILWAY SERVICES

**Zoran Pavlović**

"Srbija Voz" a.d, Beograd, Srbija

**Jelena Vuksanović**

Ekonomski institut, Beograd, Srbija

**Željko Gavrić**

Fakultet za informacione tehnologije, Bijeljina, Republika Srpska, BiH

©MESTE

Jel Category: L82, L92

### APSTRAKT

*Razvojem Interneta transportne organizacije imaju bolje mogućnosti za povećanje učešća na konkurentnom tržištu usluga. Povećanjem udela povećava se i broj zadovoljnih korisnika usluge i naravno, transportne organizacije ostvaruju veću finansijsku dobit. Multimedije mogu da imaju široku primenu u svakoj organizaciji. Multimedija je specifična, a krasi je četiri osnovne karakteristike: interaktivna je, personalna je, digitalna je i potrebno je korišćenje računara. Na osnovu navedenog potrebno je definisati strategiju koja kroz multimediju ima osnovni zadatak da zadovolji očekivanja korisnika usluga preko Interneta i multimedijalnih komunikacija. Korišćenje veb sajta ima široku primenu, a pri tome postoje različiti stepeni upotrebljivosti. Cilj rada je da pokaže kako korisničko iskustvo može da bude moćan alat za vrednovanje i poboljšanje dizajna sajta nove transportne organizacije. Na praktičnom primeru izvršice se testiranje korisnika usluge na železničkoj stanici, gde će detaljno biti obrađeni, korak po korak: prikupljanje, analiziranje i predstavljanje pokazatelja korisničkog iskustva. Na osnovu dobijenih pokazatelja korisničkog iskustva mogu se predložiti mere koje utiču direktno na sajt nove transportne organizacije.*

**Ključne reči:** multimedija, korisničko iskustvo, strategija, korisnik usluge

Adresa autora:

**Zoran Pavlović**

[✉ zoran.g.pavlovic@gmail.com](mailto:zoran.g.pavlovic@gmail.com)



### **Abstract**

With the development of Internet, transport organizations are better able to increase participation in the competitive services market. By increasing its stake, increases the number of satisfied users of services and, of course, transport organizations achieve greater financial gain. Multimedia can have wide application in every organization. Multimedia is specific and it is distinguished by four main features: it is interactive, personal, digital and requires the use of computers. Based on the above it is necessary to define the multimedia strategy that fulfills the fundamental task: to meet the expectations of service users over the Internet and multimedia communication. The usefulness of the website is widely used, but there are different degrees of usability. The aim of this article is to show how the users' experiences can be a powerful tool for evaluating and improving the website design in new transport organization. On a practical case, there will be tested the service users at the railway station. There will be presented in details, step by step, processes of: the collection, analysis and presentation of indicators of users' experience. Based on the obtained indicators of user experience, one can propose measures that impact directly on the site of the new transport organization.

**Keywords:** multimedia, user experience, strategy, customer

### **Kako citirati ovaj rad? / How to cite this article?**

#### *Style – APA Sixth Edition:*

Pavlović, Z., Vuksanović, J., & Gavrić, Ž. (2016, July 15). Definisanje multimedijalne strategije za povećanje broja korisnika usluga železnice. (Z. Čekerevac, Ed.) *FBIM Transactions*, 4(2), 111-119. doi:10.12709/fbim.04.04.02.11

#### *Style – Chicago Sixteenth Edition:*

Pavlović, Zoran, Jelena Vuksanović, and Željko Gavrić. 2016. "Definisanje multimedijalne strategije za povećanje broja korisnika usluga železnice." Edited by Zoran Čekerevac. *FBIM Transactions (MESTE)* 4 (2): 111-119. doi:10.12709/fbim.04.04.02.11.

#### *Style – GOST Name Sort:*

**Pavlović Zoran, Vuksanović Jelena and Gavrić Željko** Definisanje multimedijalne strategije za povećanje broja korisnika usluga železnice [Journal] // *FBIM Transactions* / ed. Čekerevac Zoran. - Belgrade : MESTE, July 15, 2016. - 2 : Vol. 4. - pp. 111-119.

#### *Style – Harvard Anglia:*

Pavlović, Z., Vuksanović, J. & Gavrić, Ž., 2016. Definisanje multimedijalne strategije za povećanje broja korisnika usluga železnice. *FBIM Transactions*, 15 July, 4(2), pp. 111-119.

#### *Style – ISO 690 Numerical Reference:*

*Definisanje multimedijalne strategije za povećanje broja korisnika usluga železnice. Pavlović, Zoran, Vuksanović, Jelena and Gavrić, Željko.* [ed.] Zoran Čekerevac. 2, Belgrade : MESTE, July 15, 2016, *FBIM Transactions*, Vol. 4, pp. 111-119.