

meraki
— marketing bureau —

Cuprins:

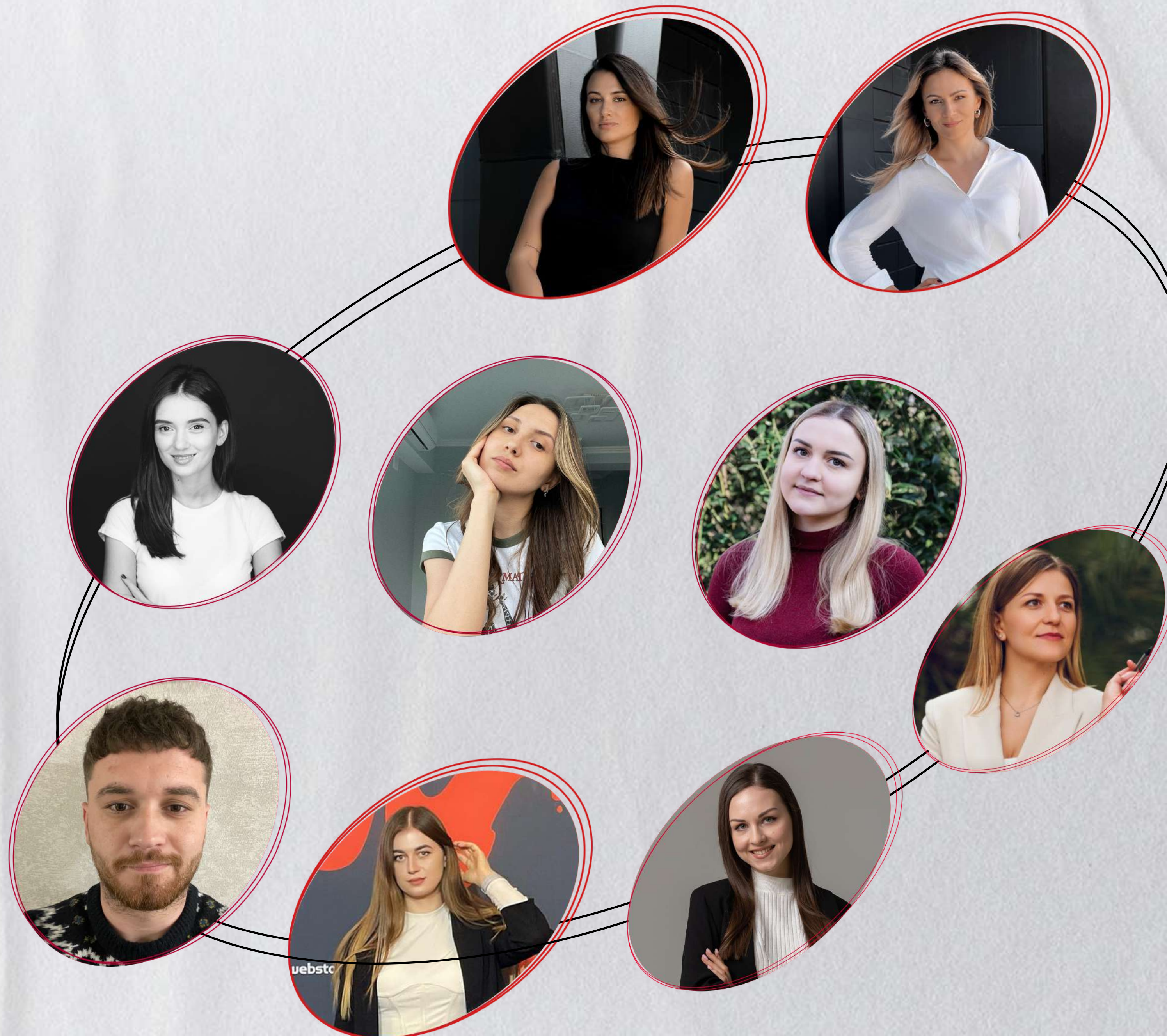
1. Despre noi
2. Abordarea noastră
3. Ce putem face bine
4. Case
5. Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate
6. Experiență în domeniul prestării serviciilor de design și creare de conținut scris și video similare deja realizate
7. Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online, similare deja realizate
8. Referințe și Recomandări de la instituțiile anterioare
9. Experiență în colaborarea cu Influenceri (campanii cu mai mulți influenceri implicați, urmărind atragerea a diverse grupuri de audiență)

Salut,

Noi suntem Meraki, echipa de marketing care poate transforma obiectivele de business în rezultate. **Ne dorim să te convingem prin fapte, nu prin vorbe.**

Până atunci,

hai să-ți povestim puțin despre noi!

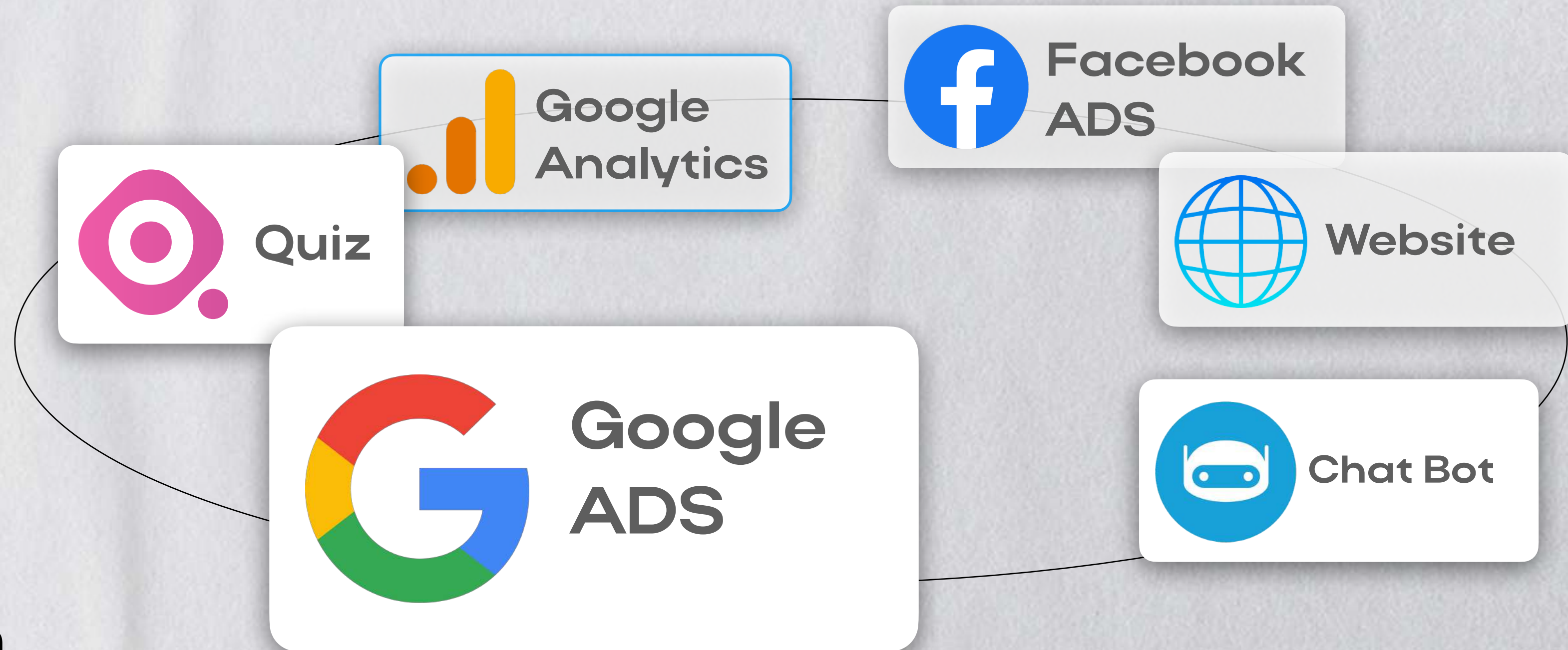


Abordarea noastră

Noi nu vindem servicii,
ci soluții.

De aceea, nu este în stilul nostru să-ți prezentăm pachete clasice de servicii.

Facem o ofertă abia după ce înțelegem care sunt cele mai eficiente soluții pe care le putem livra fiecărui proiect în parte.



Ce putem face bine?

01

Marketing de performanță:

realizăm campanii pe platformele Meta, Google și LinkedIn pentru a genera trafic și clienți relevanți.

Rezultate, septembrie 2023

ZIUA USILOR DESCHISE
la impact A&C

18 iulie, 16:00 - workshop pentru copii 11-14 ani
19 iulie, 16:00 - workshop pentru copii 5-7 ani
21 iulie, 16:00 - workshop pentru copii 8-10 ani

CĂUTĂM COPII CURIOSI
ca să-i pregătim pentru un viitor promițător

TABĂRĂ IT DE VARĂ
Prinde un loc în grupele din iulie

ЛЕТНИЙ ИТ ЛАГЕРЬ
для детей 5-17 лет

НА БОТАНИКЕ

Мы создаем будущее
8-14 лет

Профессии будущего
8-10 лет

Пайтон
14-17 лет

0 (68) 65...

Регистрируйтесь

CURSURI IT PENTRU COPII

EARLY BIRD - 10%
la înscrierea până pe 13 august

Dezactivat / Activat	Se de atril	Rezultate ↑	Impact	Frecvență	Cost per rezultat	Buget	Suma cheltuită
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	412 [2]	33.569	2,54	0,33 € [2]	Se folosește bu...	137,73 €
<input type="checkbox"/>	7..	74 [2]	50.800	1,64	3,71 € [2]	Se folosește bu...	274,56 €
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	42 [2]	21.008	2,88	2,45 € [2]	Se folosește bu...	103,10 €
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	18	17.525	4,84	18,80 €	Se folosește bu...	338,46 €
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	63	53.585	3,01	8,72 €	Se folosește bu...	549,07 €
R...	7...	—	137.506	3,46	—	—	1.402,92 € Total cheltuit

AFISARI	1 818 301
REACH	254 960
CLICKS	5 529
LEADS	779
CONVERSIE SITE	14,09%
	0,52
	3,69
	2871

Ce putem face bine?

02 | Campanii de marketing de la concept la implementare, cu producție de înaltă calitate.



impact
ACADE-
MIES &
CAMPS

(Спасибо за БУДУЩЕЕ*)

IT-курсы для детей

/Инвестируйте в образование вашего ребенка,
и будущее скажет вам "спасибо"/

A graphic with a grid background. It features a child in a white t-shirt, a laptop, and a blue robot. The text is in Russian and Romanian, promoting IT courses for children.

Moldova are lapte
Alba are lapte

Împreună donăm
bucurie!

100%
Centrul de plasament "Alexandra
Grajdan", or. Criuleni

2 t.
1 t.
0 t.

**Împreună cu tine donăm
2 TONE DE LAPTE
pentru 3 AZILURI de bătrâni!**

Particip în campanie

- Cumpără produsele preferate Alba
- Înregistrează codul de pe ambalaj
- Donează bucurie împreună cu noi!

decembrie 5 ianuarie 5

An advertisement for Alba milk. It features a woman pouring milk from a pitcher into a glass. A vertical scale on the right shows 0t, 1t, and 2t. Text includes "Moldova are lapte, Alba are lapte" and "Împreună cu tine donăm 2 TONE DE LAPTE pentru 3 AZILURI de bătrâni!". It also lists campaign instructions and dates from December 5 to January 5.

Alba

Moldova are lapte
Alba are lapte

130 de ferme
6000 mii vacuțe
100 tone de lapte zilnic
Din 1997 susținem
fermierii din toată țara

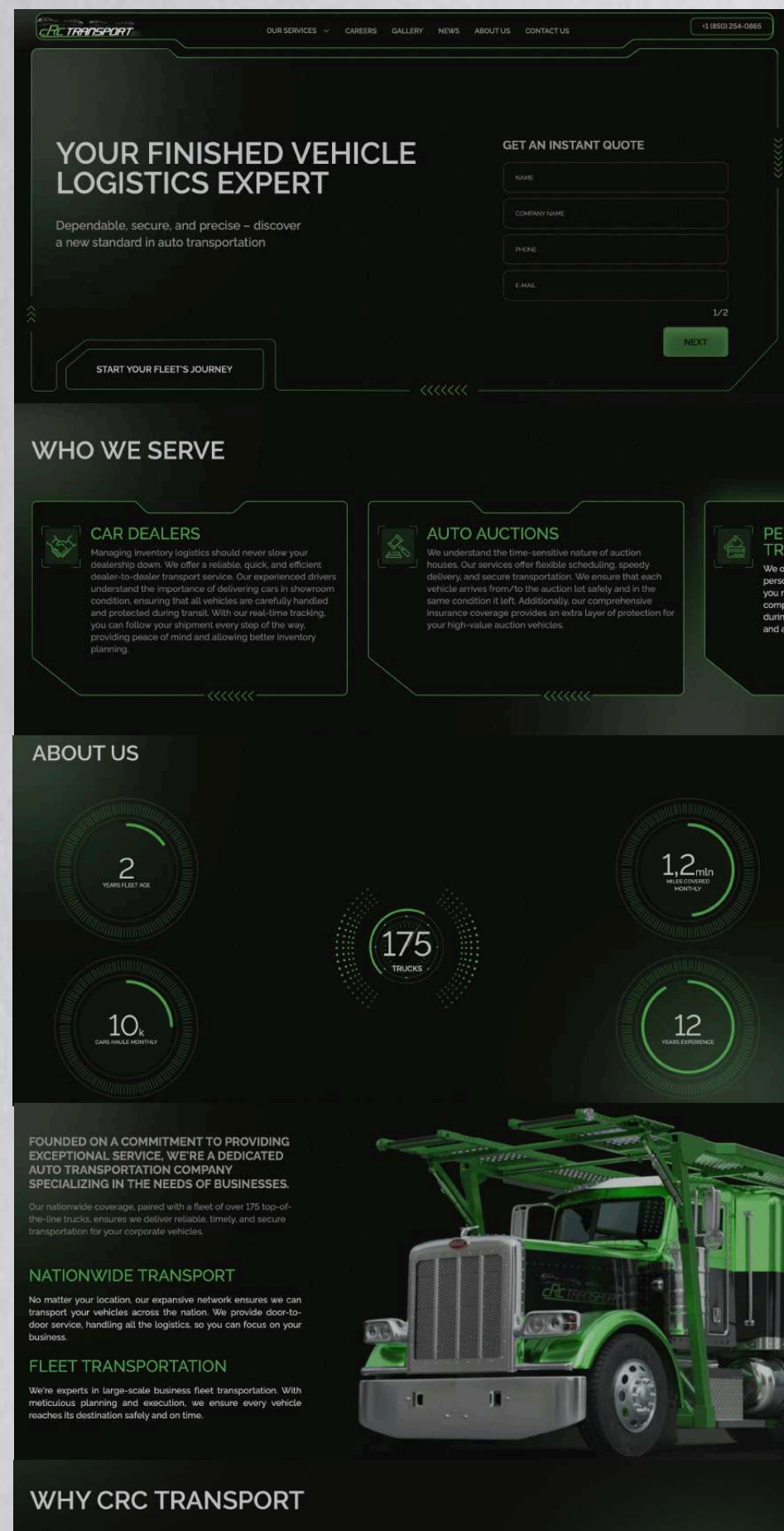
A woman in a white blouse and black skirt is pouring milk from a pitcher into a glass. The Alba logo is at the top left. Text below describes the company's scale: 130 farms, 6000 cows, 100 tons of milk daily, and support since 1997.

Ce putem face bine?

03

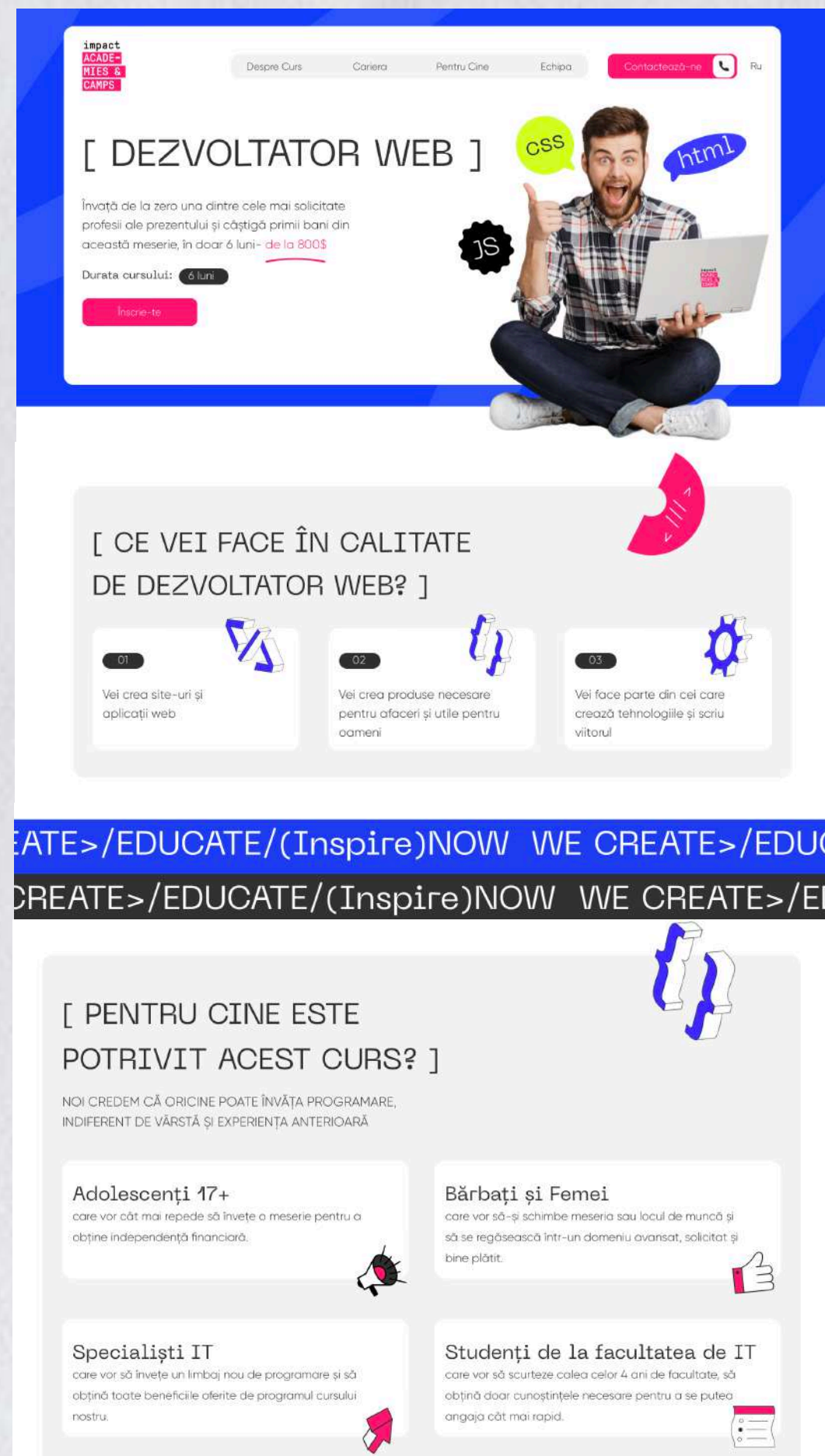
Web development

creăm website-uri complexe, pagini de vânzare convingătoare și landing-uri explicative pentru campanii de marketing.



<https://impactacademies.com/ro/web-developer>

LP cursuri IT pentru copii



<https://crctransport.us/>
website pentru companie de trucking din USA impact

<https://www.albaarelapte.md/>

LP pentru campanie de Marketing



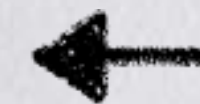
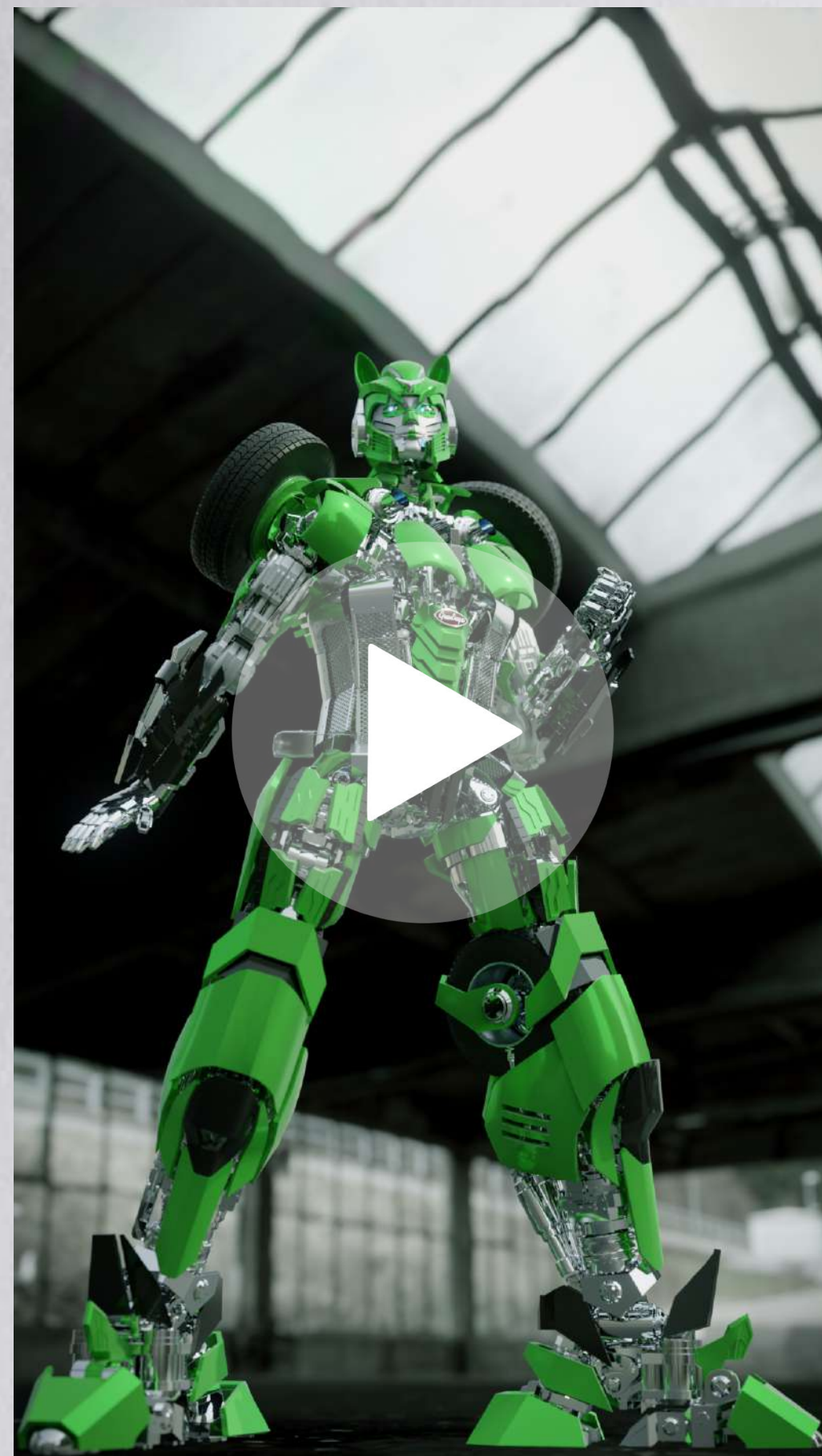
<https://merakibureau.md/>
LP pentru servicii de Digital marketing

Ce putem face bine?

04

Alte lucruri

cum ar fi crearea ambasadorilor digitali pentru branduri.



FUTURE OF TRANSPORT
Safe & Efficient

EFFICIENT
LOGISTICS:
CRC Transport's Route
Planning Revealed

The
**ONE-WORD
STORY** of
CRC Transport

HONORING OUR HEROES ON
Memorial Day

*HAPPY
Independence
DAY*

CASE. ALBA

Campania "Moldova are lapte, Albă are lapte"

Obiectivele setate la început:

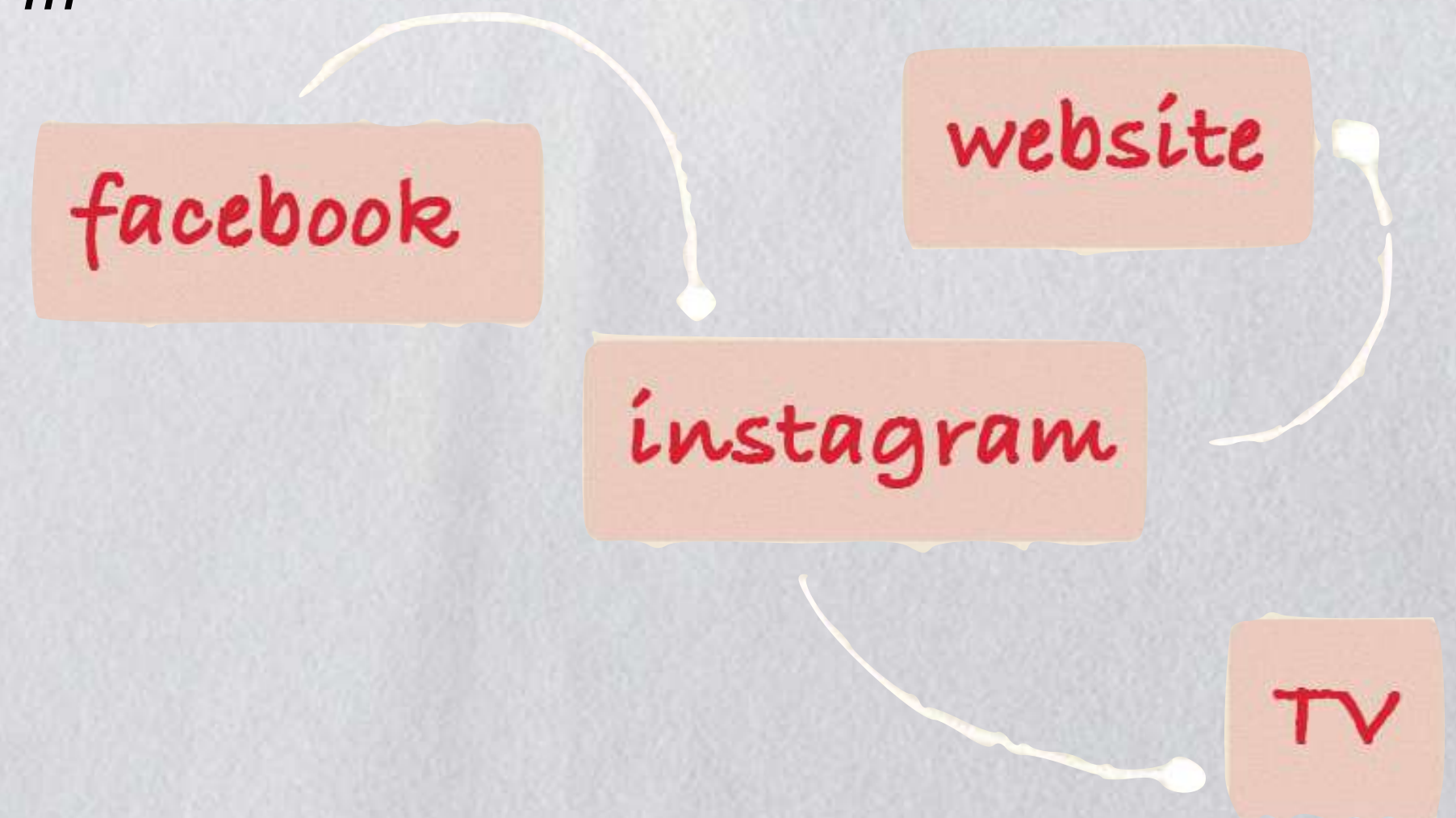
- De a deveni *Líderi pe piață* după vânzări
- De deveni *cel mai popular brand de lactate* din țară
- Crearea unui brand *care se asociază cu lactate naturale* produse din lapte autohton
- Dezrădăcinarea convingerii eronate că în Moldova nu sunt ferme, nu este lapte.



CASE. ALBA

În urma unui audit (*rețele de socializare, site, campanii e Marketing*) am ajuns la următoarea concluzie:

Campania nu comunică suficient avantajele sale competitive.



Iată cu ce soluție am venit:

O campanie de Marketing națională cu headline-ul *Moldova are lapte, Alba are lapte*
Cifre cu care am operat și care au devenit afirmații-cheie ale campaniei:

130 de ferme **6000** de văcuțe **100** tone de lapte zilnic

de 25 de ani susținem fermierii din toată țara

CASE. ALBA

Ce am făcut?

- Conceptul campaniei
- Strategia de social media
- Strategia Media
- Video/Photo production

Rezultat

Campania a ajuns la **peste 80%** din audiența țintă din toată Moldova!

Asta înseamnă că 80% dintre populația țării (categoria femei, bărbați 25+) a văzut cel puțin o dată publicitatea noastră!



Alba
Moldova are lapte
Alba are lapte

130 de ferme
6000 mii vacuțe
100 tone de lapte zilnic
Din 1997 susținem
fermierii din toată țara



Alba
Moldova are lapte
Alba are lapte

130 de ferme
6000 mii vacuțe
100 tone de lapte zilnic
Din 1997 susținem
fermierii din toată țara



Alba
Moldova are lapte
Alba are lapte

Nașterea fermelor – Bistrițanștii
sărbătorim. Lașcuțuștii
nașterea produselor – corect
oțelul, corectul, corectul și corectul,
corectul și corectul și corectul.

Meniul văcuților este
unul variat și conține până la
13 elemente nutritive.

Controlăm ca toate animalele
să fie în bune condiții
confidențiale cu supravegherea
constantă a medicilor veterinar.

Anual, la fiecare fermă de care dispunem
sau cu care colaborăm, se recoltează
în jur de 200 tone de lapte,
1'000 de tone de alinași și
în jur de 300 de tone a altor
categorii ferajene.

Văcușii și bănușii înseamnă
lapte de calitate. Și o bună grijă
de fiecare din vacuțe peste
6000 de animale.

Înainte ca laptele
să fie acceptat de fabrică,
acesta este supus la
17 teste obligatorii.

Colectăm zilnic până la
100 tone din cele 130 de ferme
și ne mândrim cu cea mai mare
rețea de colectare a laptelui.

130 de ferme
6000 mii vacuțe
100 tone de lapte zilnic
Din 1997 susținem
fermierii din toată țara

CASE. Nefis

Campania "Adună momente. Creează amintiri"

Obiectivele campaniei:

- creșterea notorietății brandului Nefis
- reinventarea brandului Nefis
- asocierea brandului cu toate categoriile de generații

Ce am făcut:

- Analiză și Strategie
- Concept campanie
- Strategie Social Media
- Planificare și Distribuție Media
- Producție Foto și Video



Nefis



CASE. Nefis

Video / Photo Production:

- 1 Spot Tv - 1 min
- 1 Spot Tv - 35 secunde
- 1 Spot Radio
- 16 Reels
- 21 Poze feed
- 14 Bannere Facebook și Google

Rezultat:

Compania a ajuns la **peste 80%** din audiența țintă din toată Moldova!



CASE. Nefis

Social Media

- 1.042.909 Impact Unic
- 4.511.819 Afișări
- 691.743 Vizionări Video (minim 50%)



Google:

- Display / Brand Awareness
1.080.551 impressions
- Video Efficient reach
333.644 impressions
- Video Consideration
2.992 impressions



CASE. LH 47ARCH

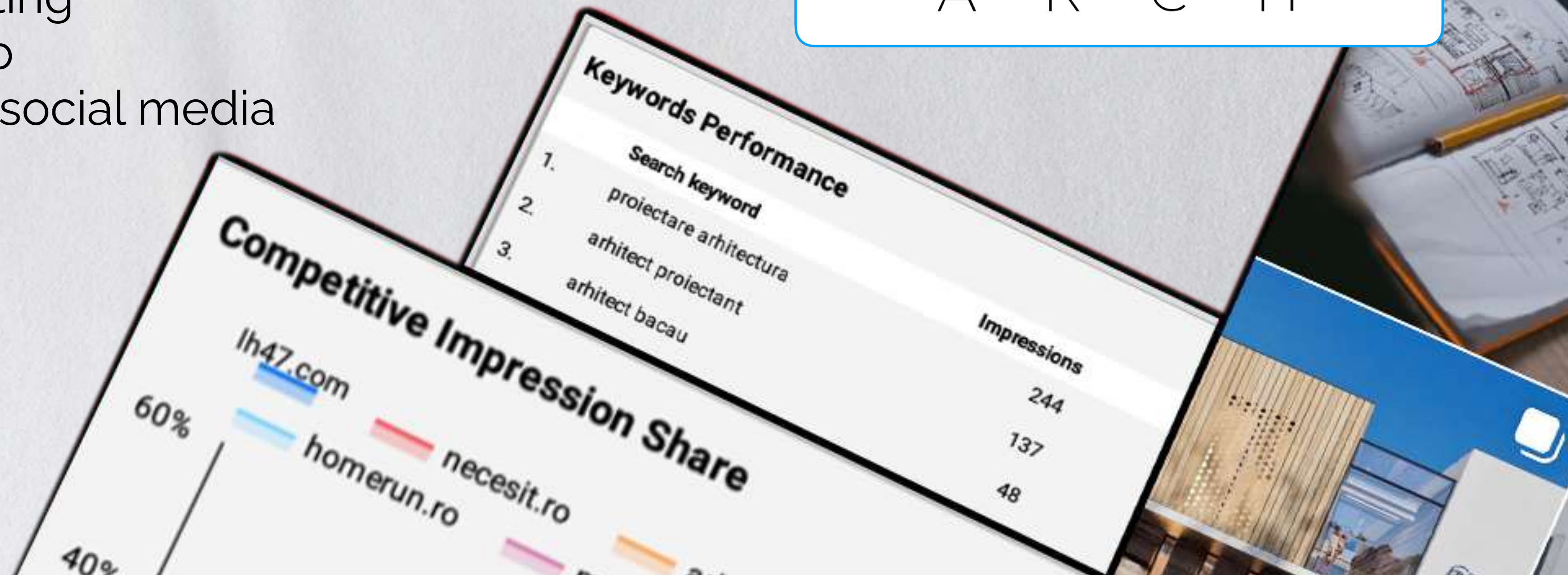
Domeniul de activitate: proiectare și arhitectură

Scop: Lansarea pe piața din Romania și sistematizarea activității de Marketing

Ce am făcut:

- Strategie și Plan de Marketing
- Eaborare și optimizare web
- Creare de continut pentru social media
- Împachetare case-uri
- Campanii META
- Campanii Google Ads

LH47
A R C H



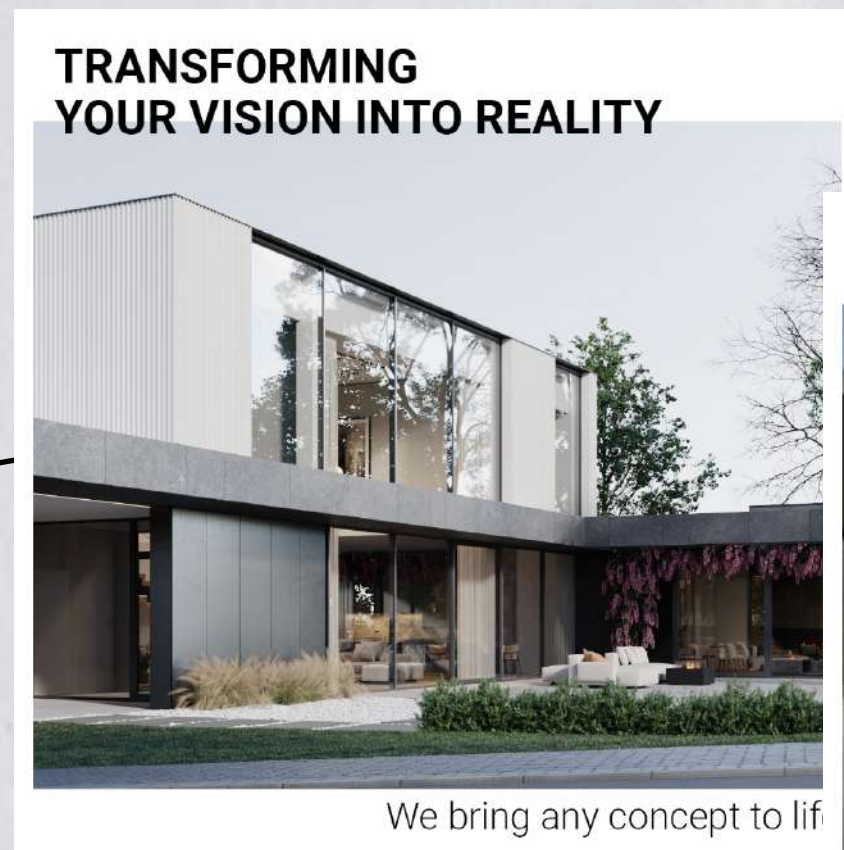
CASE. LH 47ARCH

Dupa testarea câtorva ipoteze, am obținut rezultate remarcabile chiar din prima lună:


130 de leaduri la un cost mediu de 10 dolari.

Încă peste câteva luni, au urmat vânzările mult așteptate, chiar peste așteptări.

Cifre de vânzări? Despre ele nu putem vorbi, taină comercială.


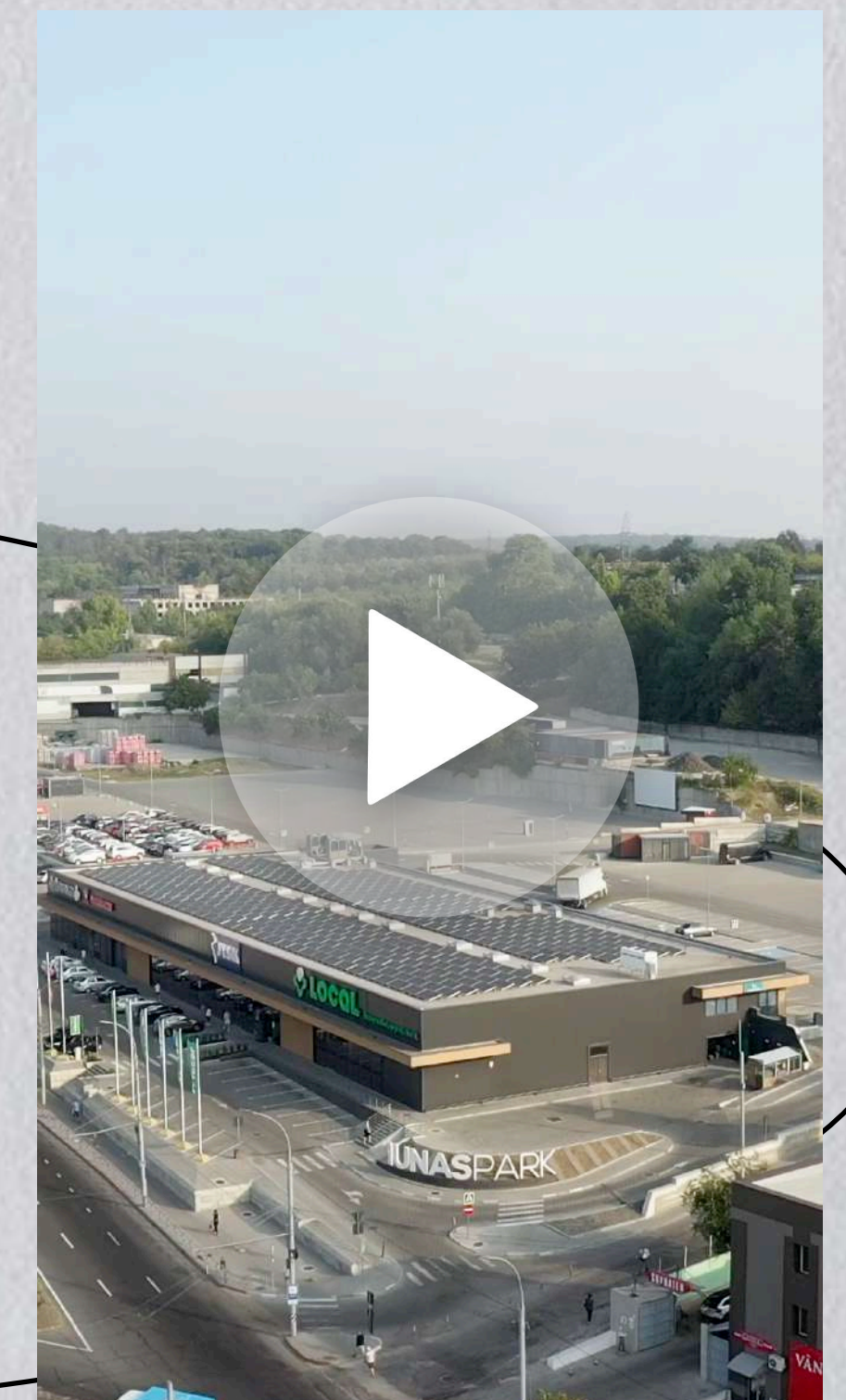


LH47 ARCH - de la idee, la transformarea ei în realitate



Servicii arhitecturale complete

- Coerență la nivel de viziune și procese
- Eficiență în comunicare și gestionarea resurselor
- Experiența unei echipe

	Total	Martie	Aprilie	Mai	Iunie	Iulie	August	Septembrie
Sumar								
Buget	5063.89	935.27	1608.49	2520.13	2135.41	1748.01	1503.18	1552.81
Lead-uri	428.00	75.00	170.00	183.00	136.00	94.00	72.00	105.00
Cost lead	11.90	12.47	9.46	13.77	15.70	18.60	20.88	14.79
Lead-uri calificate				95	53	53		

CASE. Impact A&C

Generăm constant în jur **260 de lead-uri lunar** la un cost mediu de **3.54 dolari**.



The table displays performance metrics for various campaigns. It includes columns for activation status, start date, results, impact, frequency, cost per result, budget, and total cost. A summary row at the bottom shows a total cost of 1,402.92 €.

Dezactiv / Activat	Se de atril	Rezultate ↑	Impact	Frecvență	Cost per rezultat	Buget	Suma c
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	412 [2]	33.569	2,54	0,33 € [2]	Se folosește bu...	
<input type="checkbox"/>	7..	74 [2]	50.800	1,64	3,71 € [2]	Se folosește bu...	274,56 €
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	42 [2]	21.008	2,88	2,45 € [2]	Se folosește bu...	103,10 €
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	18	17.525	4,84	18,80 €	Se folosește bu...	338,46 €
<input checked="" type="checkbox"/>	7..	63	53.585	3,01	8,72 €	Se folosește bu...	549,07 €
	R...	7 ...	137.506	3,46	—		1.402,92 €
		Conversii multiple	Conturi din Administ...	Per cont din Admini...	Conversii multiple		Total cheltuit

impact
ACADE-
MIES &
CAMPS

CASE. Impact A&C

Ce facem?

- dezvoltare si optimizare web
- campanii meta
- campanii Google
- campanii de awareness

The image displays three promotional banners. The top-left banner is for a summer IT camp, featuring a young boy at a computer. The top-right banner is for coding courses in London, featuring a view of Big Ben. The bottom banner is for a franchise, featuring a young girl with a laptop and headphones, with three numbered points in Russian.

Tabăra de vară IT
pentru copii de 5-17 ani

Rezervă un loc pentru copilul tău și profită de **20%** re

Coding courses for Kids
in London!

Over 80 modules to choose
*The largest number of coding direction for kids in the world

Face to Face lessons, with new, high-performing technology

Real working environment

ed in the course

Почему инвестирование во франшизу детской IT-академии является крайне перспективным бизнесом?

#1 Родители готовы вкладывать в развитие своих детей

#2 Спрос на IT-образование для детей растет

#3 IT-образование считается одним из самых быстро растущих сегментов на рынке

Узнать больше

Mai exact?

- ➔ Digitalizam si urmărim constant toți indicatorii din Funnel-ul de Marketing pentru a interveni în momentul potrivit, la locul potrivit.
- ➔ Creăm și îmbunătățim paginile de aterizare pentru a menține un nivel de conversie optim, în mediu de 10%.
- ➔ Testăm mereu instrumente de lead generare, Landing page-uri, quiz-uri dar si alte metode pe care le considerăm potrivite.
- ➔ Elaborăm constant creații noi, bannere statice, animații, video-uri.
- ➔ Identificăm ipoteze de comunicare și motive informaționale care ar diferenția o campanie de alta.

CASE. CRC Transport LLC

Efectuăm funcția **departamentului de marketing la distanță.**

Domeniul de activitate: Transportare de automobile pe teritoriul SUA.

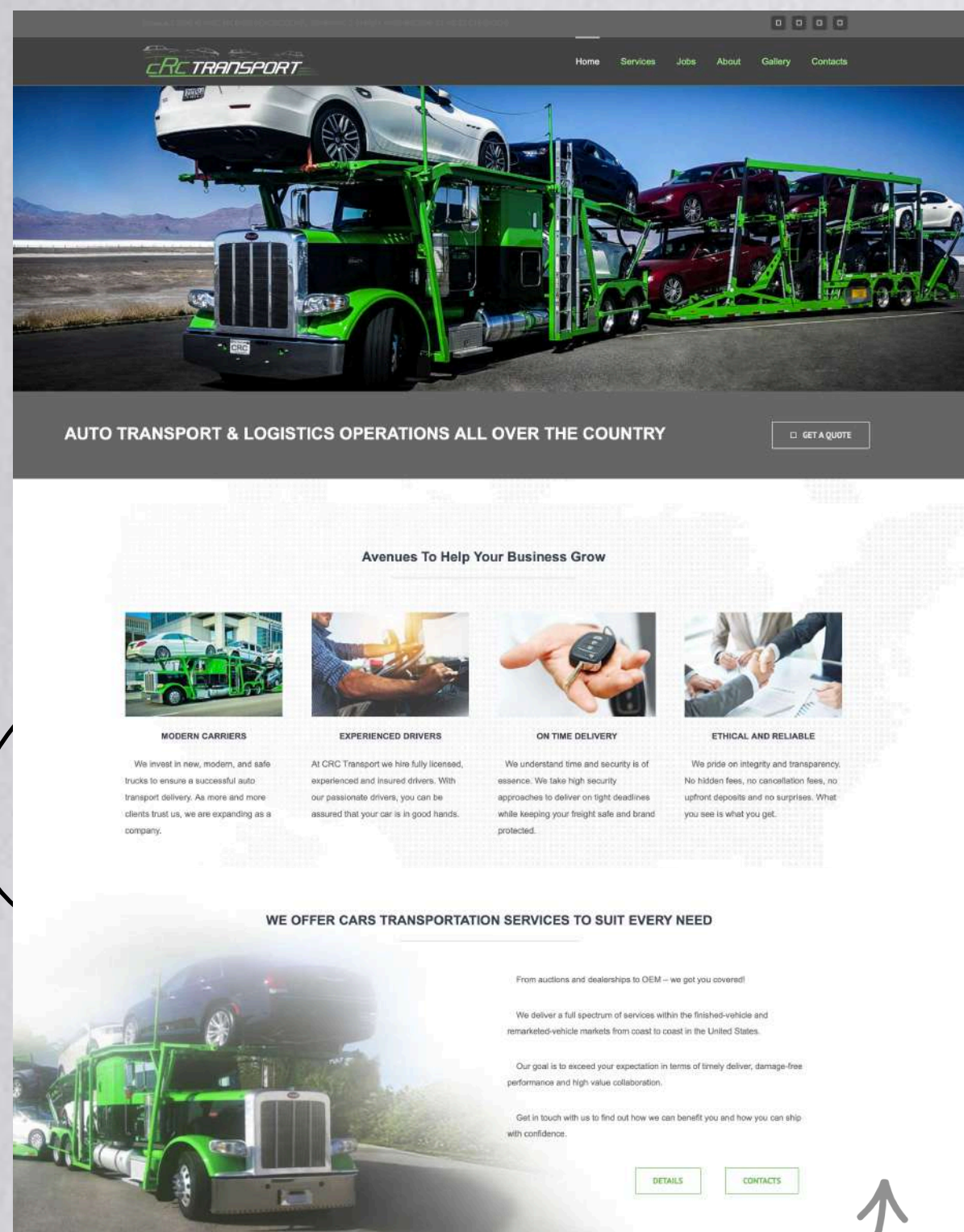


Ce am făcut și facem:

CASE. CRC Transport LLC. Ce am făcut.



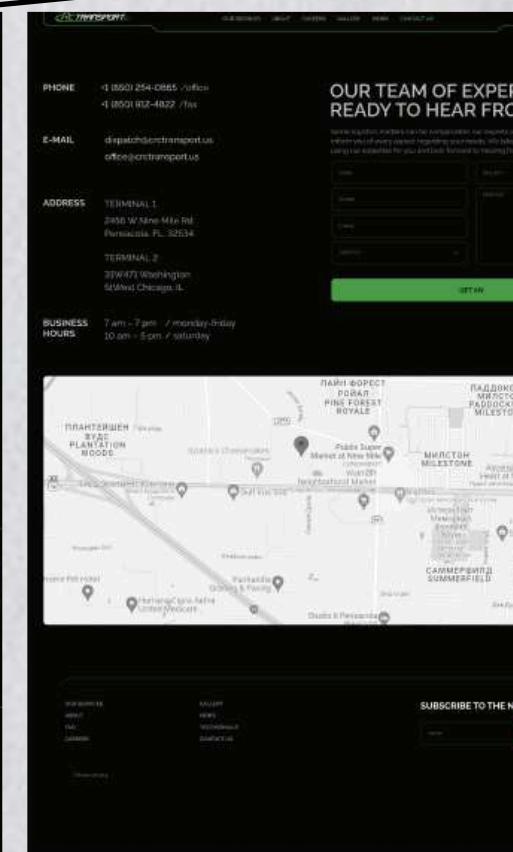
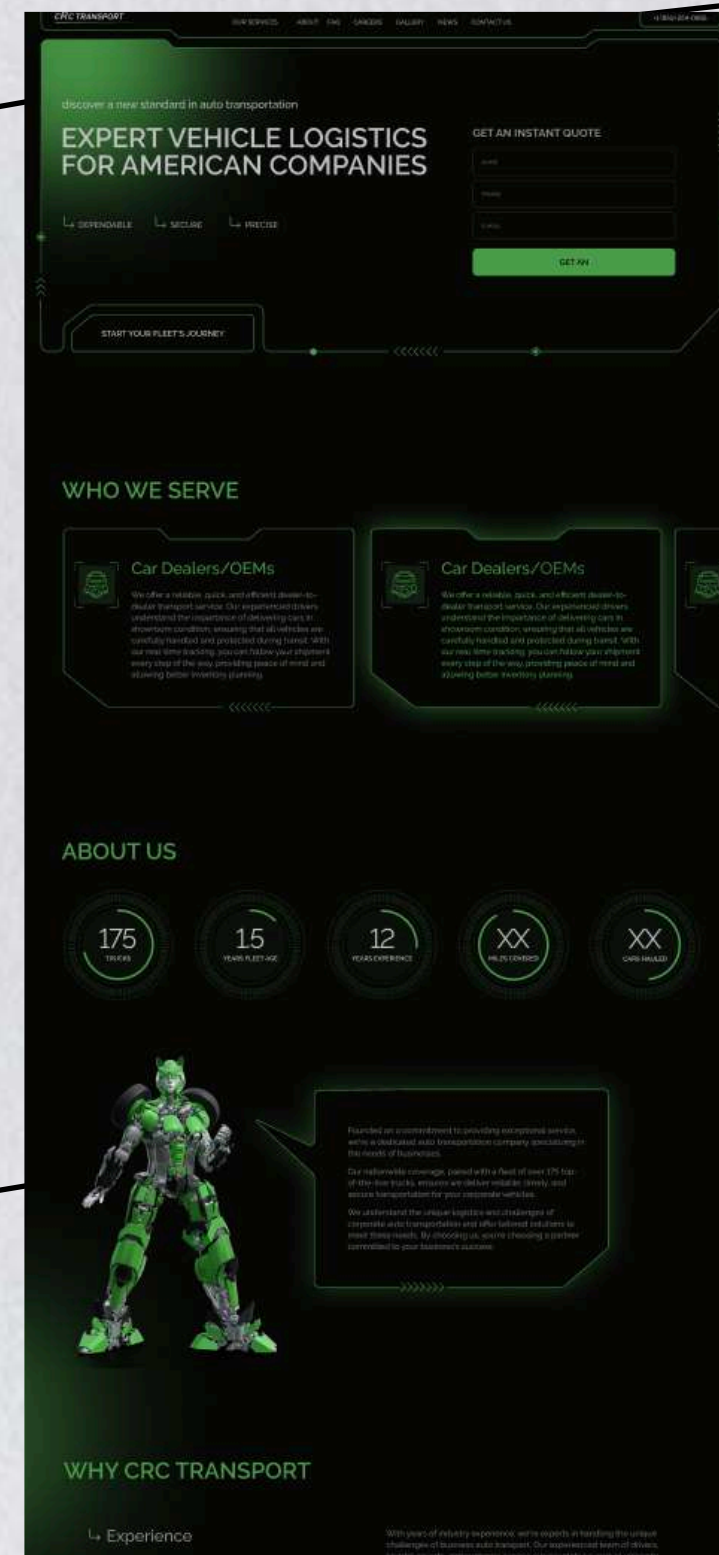
Modificarea website-ului companiei.



Până

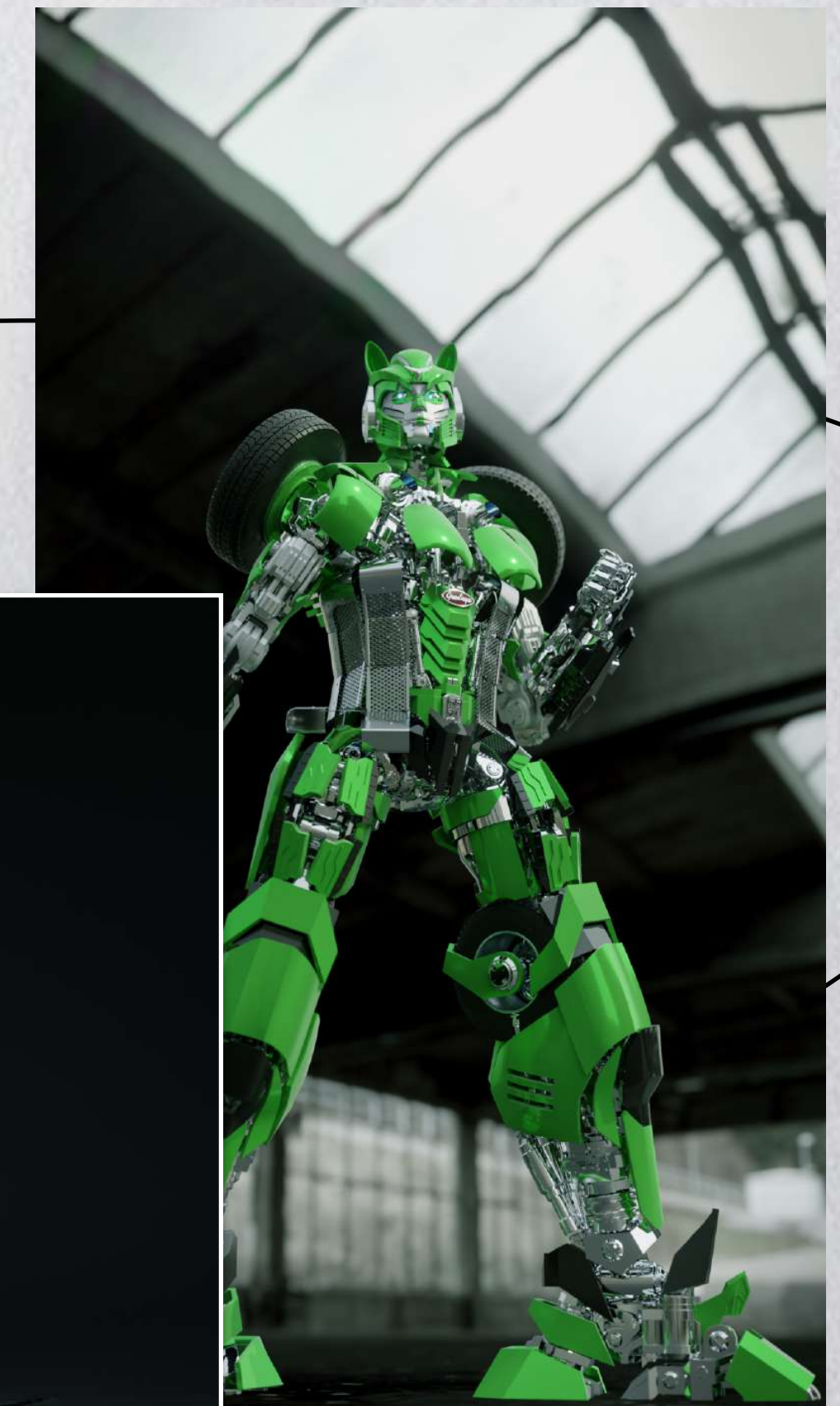
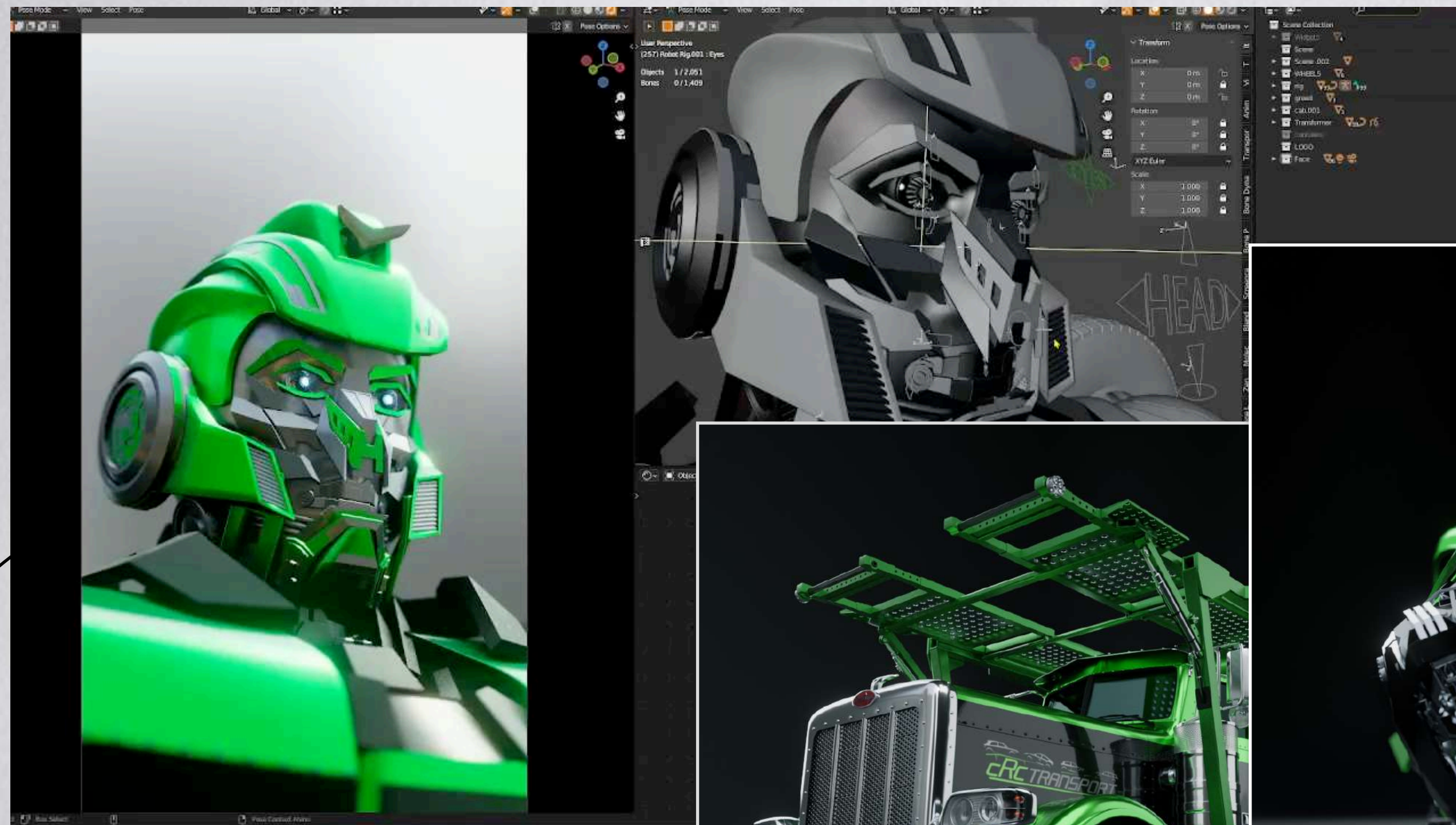


După



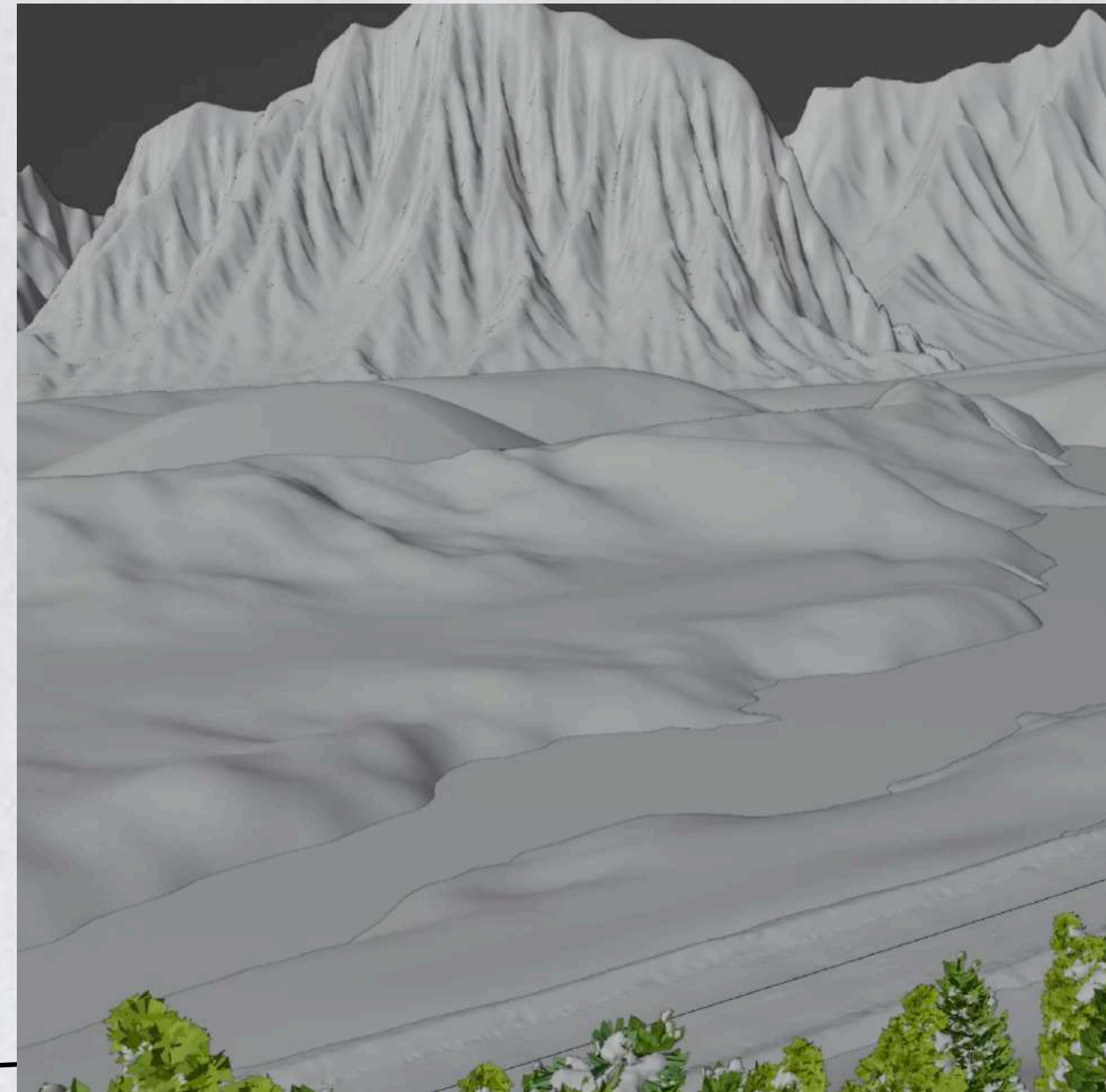
CASE. CRC Transport LLC. Ce am făcut.

Crearea Ambasadorului Digital Green Onyx



CASE. CRC Transport LLC. Ce am făcut.

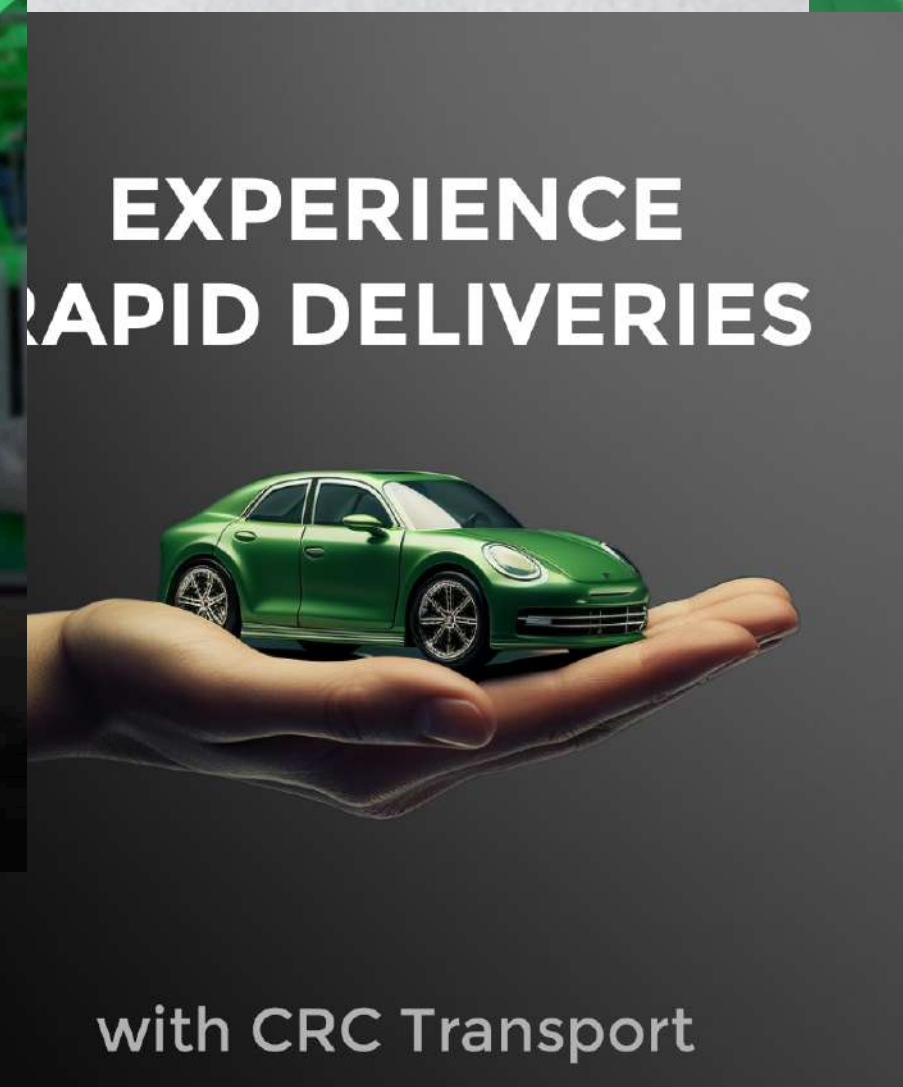
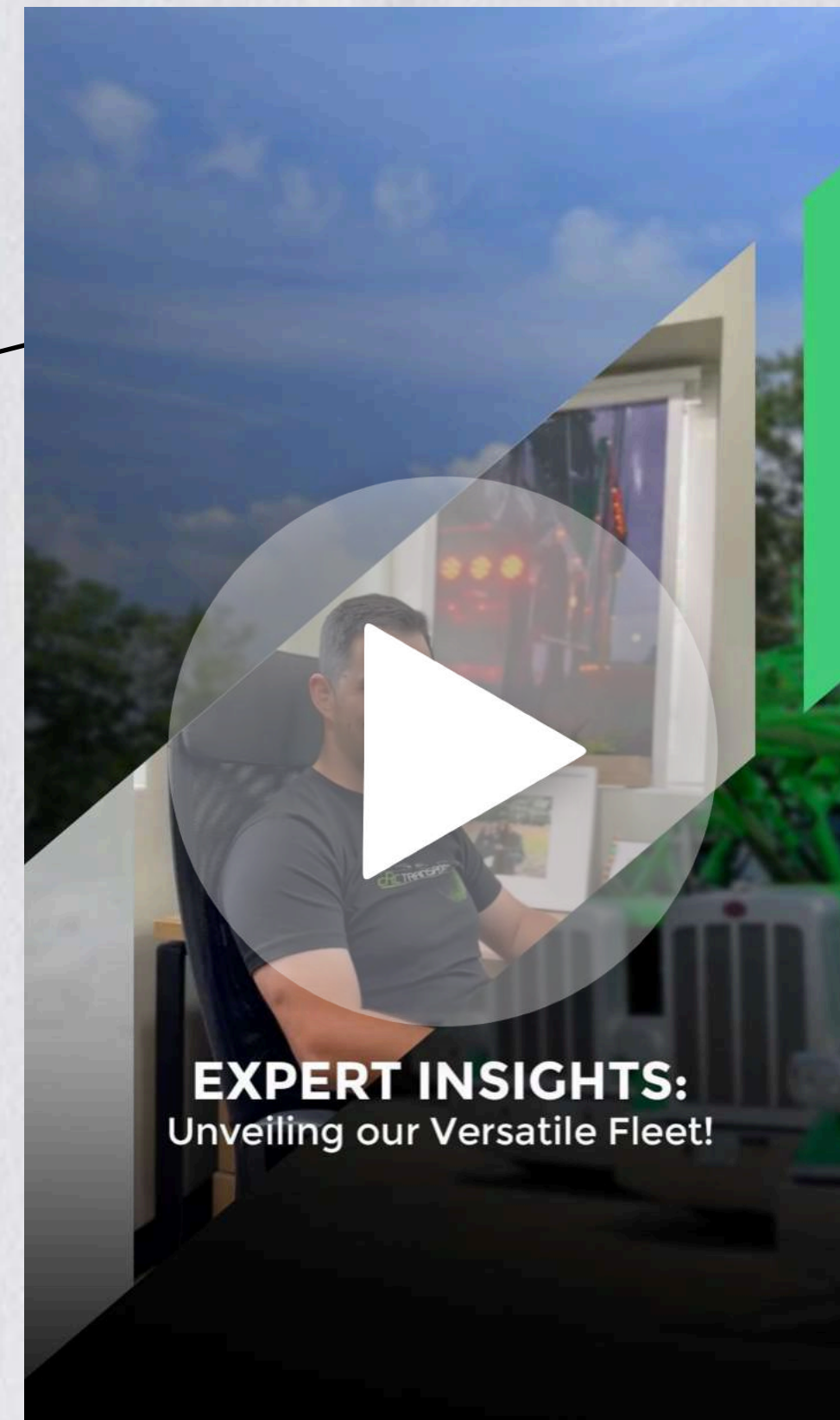
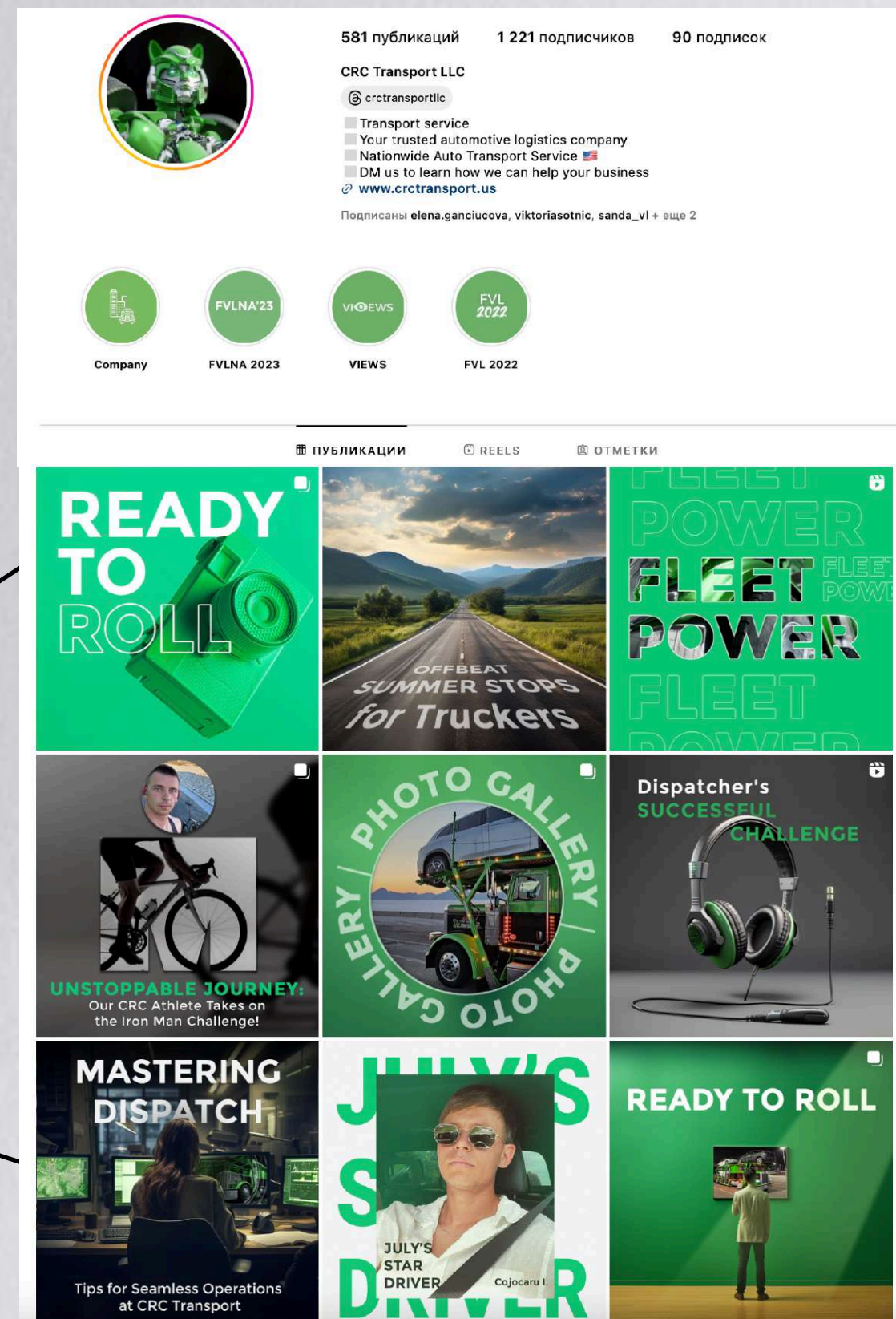
➔ Crearea spot video 3D animat pentru New Year 2024 și
Filmarea spotului de prezentare a companiei 2024



Coming soon...

CASE. CRC Transport LLC. Ce am făcut.

➔ Social Media Management. Facebook / Instagram / LinkedIn / TikTok / Youtube



CASE. CRC Transport LLC. Ce am făcut.

➔ *Sî multumulte altele:*

Implementare CRM

Prezentări corporative

Strategia de participare la expozițiile FVLNA 23 si FVLNA 24



Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate.

Edusfera

Strategie de marketing:

analizăm situația curentă a activității de marketing, concurența, clienții și comportamentul lor de consum pentru a crea o strategie eficientă.

Analiza concurenților. Criterii de analiză

Criteriile de analiză	Ce nu a mers și putem îmbunătăți?	Ce a mers și putem prelua
Date generale (istorie, platforma brandului)	Toate platformele au o istorie relativ scurtă, cea mai veche fiind din 2017. Se pare că atunci cererea pentru un astfel de produs era mai mică, un astfel de format fiind mai neobișnuit. Din acest motiv, platformele au stagnat și nu s-a investit în dezvoltarea lor.	Suntem favorizați din punct de vedere al perioadei în care va avea loc lansarea. Șansele de reușită sunt mai mari, întrucât publicul e deja familiarizat cu astfel de posibilități de instruire, iar educarea audienței va fi mai simplă și mai de scurtă durată.
Poziționare și comunicare	Majoritatea se poziționează ca platforme care oferă instruire rapidă și sigură la orice disciplină. tootorro transmite emoții calde, pozitive prin modalitatea de comunicare. Tonul și abordarea sunt prietenoase, de la egal la egal. Se comunică slab avantajele și beneficiile platformei. Profesorii nu sunt prezentați într-o manieră atractivă.	Am observat că fiecare platformă se diferențiază punând accent pe un anumit tip de cursuri dau lecții. De exemplu, pe una dintre platforme găsești tutori pentru cele mai exotice limbi. Putem prelua de la tootorro tonul prietenos, întrucât atrage publicul

Platforma brandului

Platforma Edusfera - Facem educația de calitate accesibilă și sigură pentru toți

Misiune

V1 Misiunea noastră este să oferim acces la educație de calitate, aici și acum, eliminând tiparele clasice și aducând o abordare nouă în ceea ce privește învățarea. Ne dorim să construim o concepție în care procesul de învățare să fie pozitiv și plăcut, iar colaborarea între profesor și elev să se bazeze pe respect și prietenie.

V2 Misiunea noastră este să oferim acces la educație de calitate, aici și acum, eliminând barierele geografice.

V3 Misiunea noastră este să oferim educație de calitate accesibilă și sigură pentru toți elevii, conectându-i cu tutori competenți. Ne dorim să fim platforma numărul 1 în alegerea studiilor suplimentare de calitate.

FUNNEL DE MARKETING și etapele de promovare

Ce prezentăm în vizual și pe mesaj

- Prezentare a brandului, a unui nou serviciu, principalul USP
- Prezentarea produselor vândute, recenziiile consumatorilor, prezentarea principalelor avantaje
- Preț, ofertă limitată, campanii de reducere

Analiza audiențelor

Link analiza desfășurată: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1zulykozeA34XqgmA0JrxGdksPwVdfapG/edit#gid=14838697>

Segment 1	Segment 2	Segment 3
Profesori	Părinți	Elevi
- Profesori până la 40 urban - Profesori 40+ rural - Profesori 40+ urban	- Mame cu copii până în clasa a 4a, care au timp - Mame cu copii după clasa a4	- Elevi clasa 9a - Elevi clasa 10 - 12a

Analiza audiențelor. Profesori până la 40 urban

Nadia are 26 ani, este căsătorită și are un copil de 2 ani, a revenit de curând la muncă după concediul de îngrijire a copilului. Nu are în grijă cui lăsa copilul, bună nu-și poate permite. În acest sens, a solicitat ajutorul părinților, a făcut pentru aceștia un grafic, uneori vine mama ei, alteori mama sau tatăl copilului.

A revenit la muncă mai mult din motive de realizare profesională, carieră, ocupație. Nu că familia lor ar sta foarte bine financiar, doar că salariul ei de învățător nu e atât de mare ca să acopere cheltuieli importante.

Scopuri, Visuri, aspirații

- Ea își dorește realizare și creștere în carieră.
- Vrea să se simtă importantă, vrea validarea rudelor, a prietenilor.
- Vrea să câștige mai mult.
- Vrea să poată avea un grafic mai flexibil pentru a putea combina munca cu familia.
- Totuși, nu-și dorește să muncească prea mult, pentru că nu va avea timp să facă 4 feluri de bucate pe zi pentru soțul ei.

Tone of voice:

Vorbim cu tine prietenos, de la egal la egal, empatic, dar totodată autoritar și încrezător. Suntem respectuoși unii cu alții.

Respectuos, prietenos, empatic, autoritar, încrezător, inteligent.

Personaj: Mascota noastră este Erudith, o bufniță înțeleaptă și prietenoasă, care reprezintă înțelepciunea și dorința de cunoaștere

Mesajele de comunicare și mixul de promovare

Avatar	Canal de promovare	Mesaj de promovare
A1	Facebook Instagram Google Search, Display Bloggeri mame, fashion, educative Press online eamă, perfectemă	<ul style="list-style-type: none"> • Mergi mai departe în cariera ta de profesor și descoperă o platformă care îți oferă oportunități de creștere și dezvoltare. • Alătură-te comunității noastre de profesori pasionați și descoperă cum poți îmbunătăți experiența de învățare a elevilor tăi. • Îți oferim un mediu în care poți să-ți exprimi creativitatea și să-ți pui în valoare abilitățile unice. • Încercă platforma noastră gratuit timp de 6 luni și vei descoperi cum poți câștiga mai mult și cum să-ți gestionezi timpul într-un mod flexibil. • Pune valoare pe abilitățile tale de profesor, fi stăpân pe timpul și venitul tău. • Exprimă-ți și realizează-ți, fi stăpân pe propriile lecții. • Alege să lucrezi cu cine îți place. • Învățătorii pot și trebuie să câștige bine.
A2	Canale de comunicare: Facebook Volanta, Nouțai, website-uri de stiri, Radio	Comportamentul de achiziție: indicăți, poate să intre și apoi să uite să se înregistreze. Respectiv are nevoie de instrucțiuni super clare și accesibile.
A3	Facebook Site-uri de stiri gen ProTV Bloggeri din sfera educațională Press online	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilitatea de a-și crește statutul și de a acumula un alt tip de experiență în calitate de profesora de matematică. • Oportunitatea de a câștiga mai mulți bani, ceea ce îi va permite să își susțină mai bine familia și să își îmbunătățească calitatea vieții. • Oportunitatea de a avea un echilibru între muncă și viața personală. • Mediu competitiv. Competiția cu profesori cu mai multă experiență. • Oportunități pentru profesori cu orice nivel de experiență.

Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate.

Nefis

Poziționare

Nu este clară care este poziționarea, care sunt punctele noastre forte și care este audiența țintă pentru fiecare tip de produs.



- De a deveni, long term, producătorul autohton nr.2 de bomboane din R.M. la capitolul percepție, preferințe și vânzări, continuând să fim lider în biscuiți
- De a informa și întipări în mintea potențialilor consumatori faptul că Nefis are o gamă largă de bomboane.
- De a crește notorietatea brandului Nefis
- De a atrage un segment nou de audiență - Gen Z

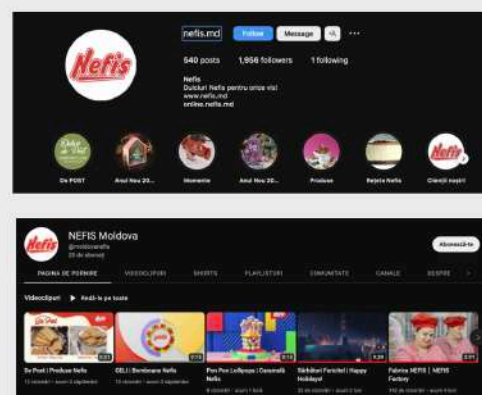


Nefis - alegerea care îți descrie caracterul și personalitatea

Comunicare

Făcând o analiză asupra conturilor de social media observăm că Nefis se promovează pe următoarele conturi media:

- Instagram
- Facebook
- Youtube



Concurența

Concurent principal - Bucuria
Cont instagram - 1016 urmăritori
Cont facebook - 11 mii

Aceeași paletă de produse cu accent pe categoria de ciocolate

Diferența
texte pe social media mai lungi
postări pe instagram mai slab vizual

La fel promovează doar produsele



Concluzii

Din cele 3 reguli, selectăm punctele cu care putem începe atacul, și anume

- Lipsa de marketing și comunicare
- Tehnologia veche
- Lipsa de poziționare printre audiența tânără

Ce presupune o strategie de marketing corectă?

- Definirea poziționării brandului.
- Definirea segmentelor de audiență și elaborarea produselor specifice fiecăruia.
- Revizuirea sortimentului de produse (eliminarea unor poziții și dezvoltarea altora).
- Elaborarea și definirea logică a categoriilor și sub-categoriilor de produse.
- Poziționarea pentru fiecare categorie de bomboane.
- Rebranding etichetă.
- Strategie de Marketing long term.
- Plan de Marketing pe minim un an.
- Campanii de marketing.

Audiență

Segment 1

Femei, bărbați 30+ - considerăm această audiență cea mai strategică deoarece amintirile din copilărie a acestora sunt legate de dulciurile Nefis.

Astfel, considerăm că va fi relativ ușor să ne consolidăm sau/și revindecăm locul de preferat în rândul acestora!



Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate.


HR-consulting



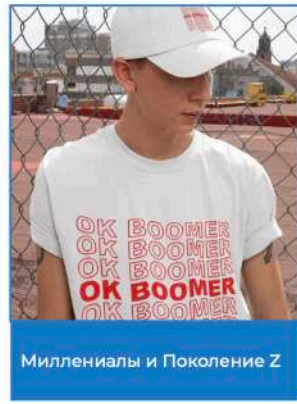
АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
 search4staff.com
hr-consulting

by MERAKI

БРЕНД.АВАТАР




Средние компании и Корпорации



Миллениалы и Поколение Z

БРЕНД.ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- Иновационное рекрутинговое агенство нового поколения.
- Профессионалы своего дела которые постоянно адаптируются под тренды рынка.
- К нам приходят крутые кандидаты потому, что мы видим в них не только строку в базе данных, мы видим в них партнеров.
- Мы смотрим на людей вне стандартных HR шаблонов и анализируем их соответственно.




БРЕНД.TONE-OF-VOICE


Tone of Voice

Смешной	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Серьезный
Официальный	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Разговорный
Уважительный	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Дерзкий
Восторженный	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Сдержанный


БРЕНД.ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ




Мы смелые




Мы знаем как




Мы новаторы




Мы дерзкие




Мы говорим на языке IT



Мы яркие



Мы опытные



Мы любим шутить

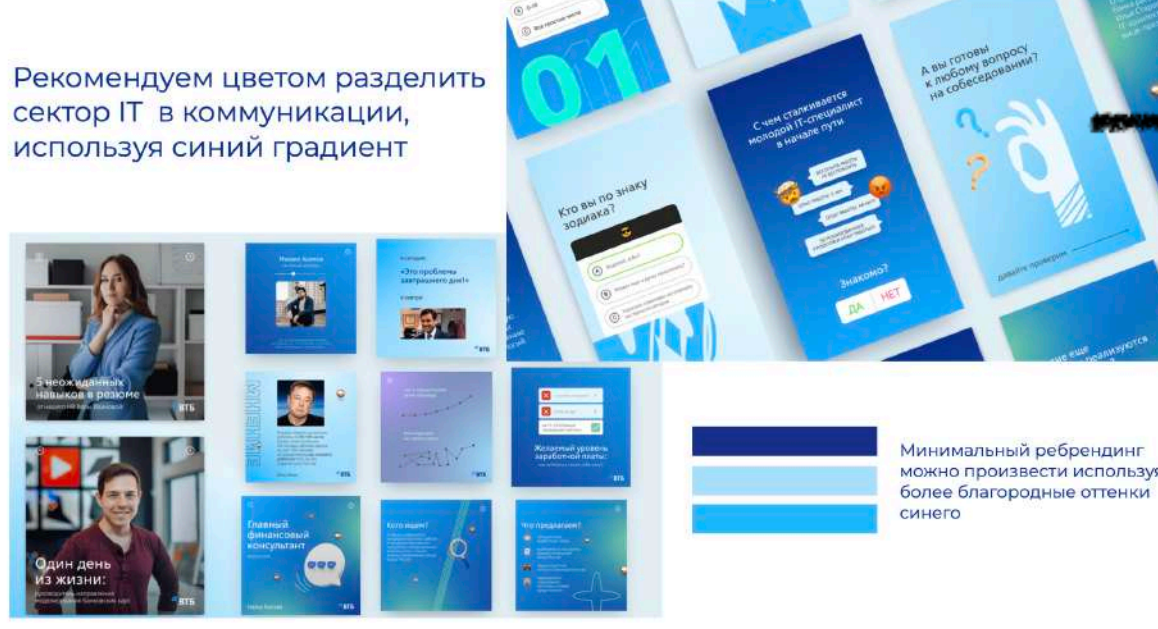
КОММУНИКАЦИЯ.MOODBOARD

Однотипные вакансии? Мы нашли решение как сделать это ярко и при этом стандартизировать их в общей ленте + классная идея для таргетинга 😊



КОММУНИКАЦИЯ.MOODBOARD

Рекомендуем цветом разделить сектор IT в коммуникации, используя синий градиент



Минимальный ребрендинг можно произвести используя более благородные оттенки синего

ПРОДВИЖЕНИЕ.РЕКОМЕНДАЦИИ

- Ребрендинг - актуализировать логотип и визуальную айдентикю.
- Переделать сайт в соответствии с новым позиционированием, брендингом и стратегией коммуникации.
- Организовать сообщество HR специалистов и начать системное с ним общение



MERAKI

ПРОДВИЖЕНИЕ.РЕКОМЕНДАЦИИ



Средние компании и Корпорации

Коммуникационные триггеры

- Оплата после чего нашли кандидата.
- IT - компании
Закреть позицию как можно быстрее
Не тратить время на анализ стопки CV
Прессинг руководителей
- Общая имиджевая - будем коммуницировать наши преимущества и выделять за счет яркого визуала
- Количество закрытых сделок за год либо за все время существования HR consulting.
- Количество партнеров/клиентов которые нам доверяют - кто они (покажем лого).
- профессиональный подход к общению с кандидатами.
- сколько лет на рынке.

Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate.

Dieselok

Cuprinsul strategiei de Marketing:

- Scopul activității de marketing
- Categoriile de produse
- Segmentarea audienței
- Eco buyer Persona descriere
- Pâlnia de conversie
- Tip de conținut în dependența de etapa din funnel și categorii de clienți
- Linia de Produse
- To Do
- Idei de conținut

Cum am gândit strategia de marketing?

Din contul la ce și cum urmează să creștem?:

1. Majorarea cotei de piață de la 25% la **50%**.
puncte de control: numărul de mașini deservite, majorarea veniturii.

Concurenți Clienți neinformați Majorarea conversiei

Segmentarea audienței

Dieselok poate fi făcută după mai multe criterii:

- După tipul de automobil
- După gradul de informare
- După tipul de personalitate

Din contul la ce și cum urmează să creștem?:

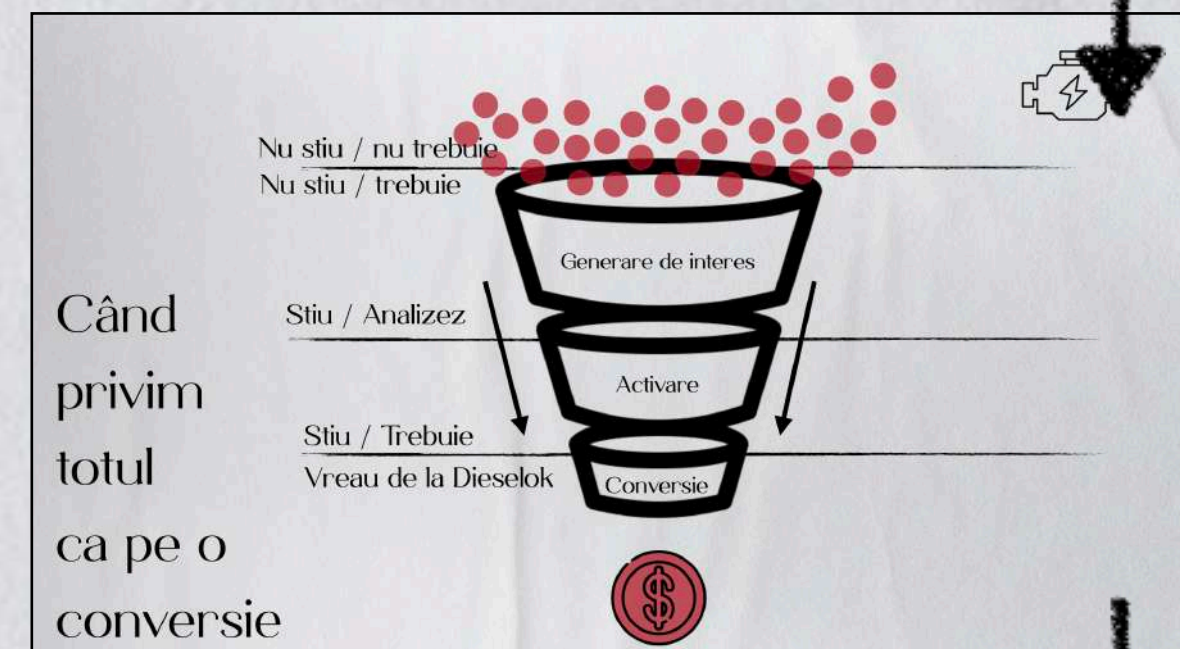
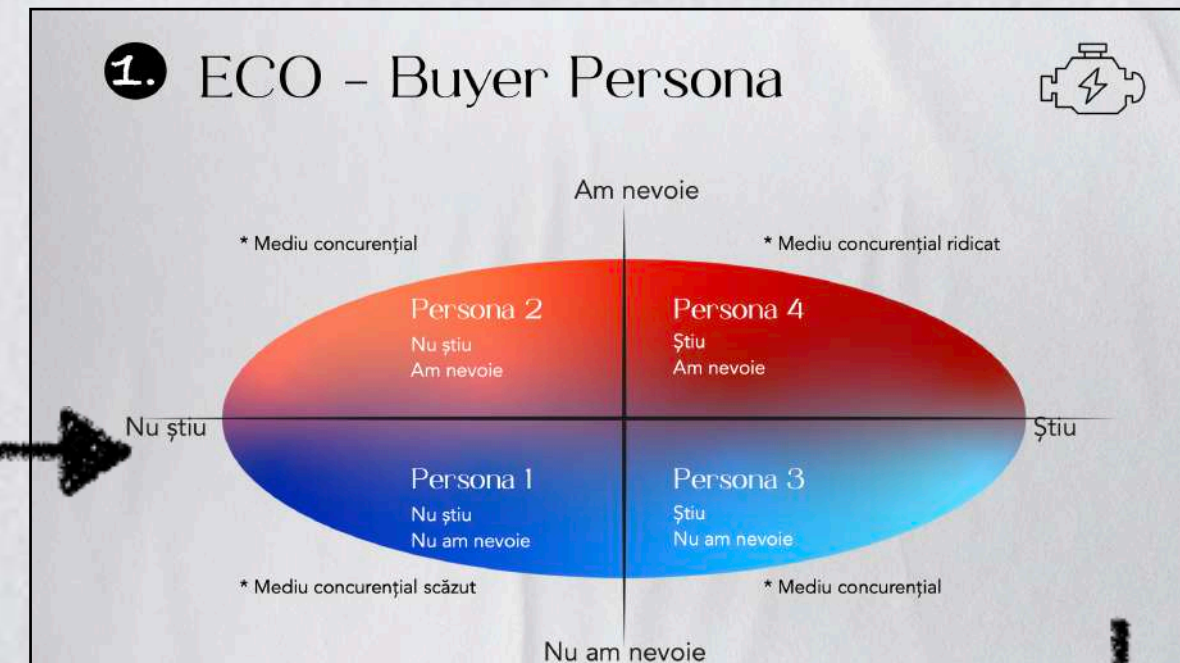
2. Creșterea Brand Awareness și a notorietății pe piață.

Campanii publicitare plătite Crearea conținutului Campanii de Mk tematice

Din contul la ce și cum urmează să creștem?:

3. Sistematizarea activității de marketing și a vânzărilor

Digitalizarea funnel-ului de marketing Structurarea activității sales Digitalizarea funnel-ului de vânzări



Etapa 1. Lansare cu resurse minimale în cel mai scurt timp

- Analizăm conținutul produs de Radu până în prezent la subiectul serviciilor ECO, selectăm cel mai popular conținut organic și îl promovăm la promovare
- Creăm conținut video și grafice noi
- Adunăm case-urile și recenzii pe care le fel le pornim la promovare
 - Case-uri
 - Recenzii
 - De ce noi/prin ce suntem mai buni decât concurenții? (vorbim despre)
 - Ai nevoie de EGR, DPF AdBlue? află de ce Dieselok e alegerea potrivită
 - recenzii + ofertă specială
 - case-uri + ofertă specială
 - Quiz află dacă poți salva EGR, DPF, AdBlue
- Quizuri
 - Quiz "Află când este momentul să faci un Diagnostic pentru mașina ta" Dacă mașina ta are nevoie de un Diagnostic auto
 - Quiz auto divertisment pentru a capta atenția celor care Știu dar nu au Nevoie la moment

Etapa 2. Dezvoltare

Etapa 2

- Site cu LP dedicat fiecărui serviciu Chiptuning în parte + traducere articole în limba română.
- Google Search pe CHIPTUNING
- Email Marketing

Repartizarea efortului de MK

1. Eco 40%

2. Chiptuning 60%

Servicii din categoria «Trebuie» pentru mașinile din categoria Diesel

- DPF (Filtru de particule)
- EGR (exhaust recirculation system)
- AdBlue / SCR / NOX - nivelul ureei
- Flaps off (Deconectarea clapetelor vorticale)

Servicii din categoria «Vreau / Am un moft»

- Diesel D, TDI, CDI, CRDI, IDTEC, DCI
- Benzina T, TSI, TFSI

Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate.

Safety Experts & Consulting

Demographics:

1. **Age:** The target audience primarily consists of individuals aged 30-60 years old.
2. **Gender:** Both male and female business owners, fleet managers, and safety supervisors.
3. **Location:** Primarily located in the United States, with a focus on regions with significant trucking and logistics activities (e.g., Midwest, South, and West Coast).
4. **Education:** The audience may have diverse educational backgrounds, ranging from high school diplomas to advanced degrees in business, logistics, or engineering.
5. **Occupation:** Primarily business owners, fleet managers, safety supervisors, and other decision-makers in the trucking industry.

Positioning:

Safety Experts Consulting will position itself as the go-to authority on safety compliance and best practices for the trucking industry. By providing valuable insights, useful resources, and expert guidance, the company will establish itself as a trusted partner for trucking businesses looking to remain compliant and operate safely.

The positioning strategy will focus on the following key aspect

1. **Expertise:** Emphasize the company's deep industry knowledge, experienced team, and track record of successfully assisting trucking businesses in navigating complex regulations and maintaining compliance.
2. **Comprehensive Services:** Showcase the full range of services offered by Safety Experts Consulting, from business registrations and insurance guidance to federal compliance and DOT audit support. This highlights the company's ability to provide end-to-end solutions for clients.
3. **Client Success Stories:** Share compelling case studies and testimonials that demonstrate the company's commitment to helping clients achieve their goals and overcome challenges related to safety and compliance.
4. **Thought Leadership:** Position Safety Experts Consulting as a thought leader in the industry by sharing insightful content, participating in industry events and discussions, and collaborating with other experts.
5. **Approachability:** Ensure potential clients view the company as an accessible and supportive partner that is genuinely invested in their success.

Task Description:

To increase brand awareness, engage with the target audience, and generate leads for Safety Experts Consulting through strategic social media marketing efforts.

Tone of Voice

The tone of voice used across all communication channels will be crucial in conveying the company's positioning and establishing trust with the target audience. The following guidelines will help shape the tone of voice for Safety Experts Consulting:

1. **Professional:** Use clear, concise language and maintain a level of formality that reflects the company's expertise and credibility. Avoid using jargon, slang, or overly casual language.
2. **Informative:** Ensure all content is well-researched, accurate, and up-to-date. Focus on providing valuable insights and actionable advice that demonstrate the company's deep understanding of industry regulations and best practices.
3. **Supportive:** Adopt a helpful, empathetic tone that acknowledges the challenges faced by trucking businesses and communicates a genuine desire to help clients succeed. Use inclusive language and avoid talking down to the audience.
4. **Approachable:** While maintaining professionalism, convey warmth and friendliness in the tone of voice. Make it clear that Safety Experts Consulting is a trustworthy partner that clients can turn to with their concerns and questions.
5. **Consistent:** Ensure that the tone of voice remains consistent across all communication channels, including social media, email marketing, and website content. This will help reinforce the company's positioning and create a strong, recognizable brand identity.

Behavioral Characteristics:

1. **Online Habits:** The target audience likely uses social media platforms (such as LinkedIn, Facebook, and Twitter) to stay informed about industry news and trends, connect with peers, and seek advice or recommendations.
2. **Preferred Content Formats:** They may prefer a mix of content formats, including articles, videos, webinars, infographics, and downloadable resources. Providing content in various formats will cater to different learning preferences and increase audience engagement.
3. **Decision-Making Process:** The audience likely seeks expert advice, case studies, and testimonials when evaluating potential service providers. They value transparency, trustworthiness, and proven success in helping businesses navigate the complex world of trucking safety and compliance.

Psychographics:

1. **Values:** The target audience values safety, compliance, efficiency, and reliability in their operations. They understand the importance of adhering to industry regulations to protect their businesses and ensure long-term success.
2. **Pain Points:** They face challenges related to staying current with ever-changing regulations, managing insurance costs, maintaining fleet safety, and addressing personnel issues (e.g., driver training, retention, and hiring).
3. **Goals:** The audience seeks to maintain compliance with industry regulations, improve fleet safety, reduce insurance costs, and streamline their operations.

Audience and Avatar Description

The target audience consists of owner-operators, small to medium-sized trucking companies, and carriers. They are decision-makers who value safety, compliance, and efficiency in their operations. The audience is primarily located in the United States and is composed of business owners, fleet managers, and safety supervisors.

Ideas of Content:

- > A series of blog posts or articles that address common compliance challenges faced by trucking companies
- > A weekly or monthly newsletter that shares industry updates and tips for staying compliant
- > Live webinars or online workshops featuring expert speakers discussing best practices in trucking safety and compliance
- > Case studies showcasing how Safety Experts Consulting has helped clients overcome challenges and achieve success
- > Video interviews with clients sharing their experiences working with Safety Experts Consulting
- > "Safety Spotlight" – A monthly feature highlighting a specific aspect of trucking safety or regulation
- > A library of downloadable resources, such as checklists, guides, and templates, to help trucking businesses stay compliant and operate safely

Experiență în domeniul dezvoltării și gestionării strategiilor de lansare similare deja realizate.

DiazTech

SARCINILE PROIECTULUI

- Dezvoltarea unei strategii de prezență și promovare în social media.
- Elaborarea strategiei de conținut.
- Elaborarea moodboard-ului.
- Elaborarea tacticii de promovare a evenimentelor.
- Stabilirea procesului de lucru între Meraki și DiazTech.



Noi suntem cei care dictează schimbarea în segmentul agrar.

Modelăm comportamentul de consum, oferind cele mai de calitate servicii, care se bazează pe parteneriat și corectitudine.

Lucram cu cei mai buni și cream din acestea o comunitate de oameni de afaceri din segmentul agrar.

BRAND.TONE-OF-VOICE

Tone of Voice			
Vesel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Serios
Oficial	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Vorbăreț
Respectuos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Arogant
Entuziast	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Reținut

Concurența



- Comunicarea are loc prin intermediul Facebook și YouTube.
- Mărimea comunității variază de la 600 la 1700 de followers.
- Subiectele abordate se rezumă la tehnica disponibilă, participarea la expoziții și promovarea serviciilor existente în cadrul companiilor.
- În calitate de conținut se folosesc fie poze preluate de la furnizor, fie poze făcute «în câmp» dar calitatea acestora lasă de dorit.
- Cea mai mare audiență o are compania Agroprofi.
- Campanii de promovare/targeting active pe perioada efectuării analizei - nu au fost.
- Nimeni din concurenți nu are un stil sau tone-of-voice personal. Singurele puncte de diferențiere fiind brandingul acestora.

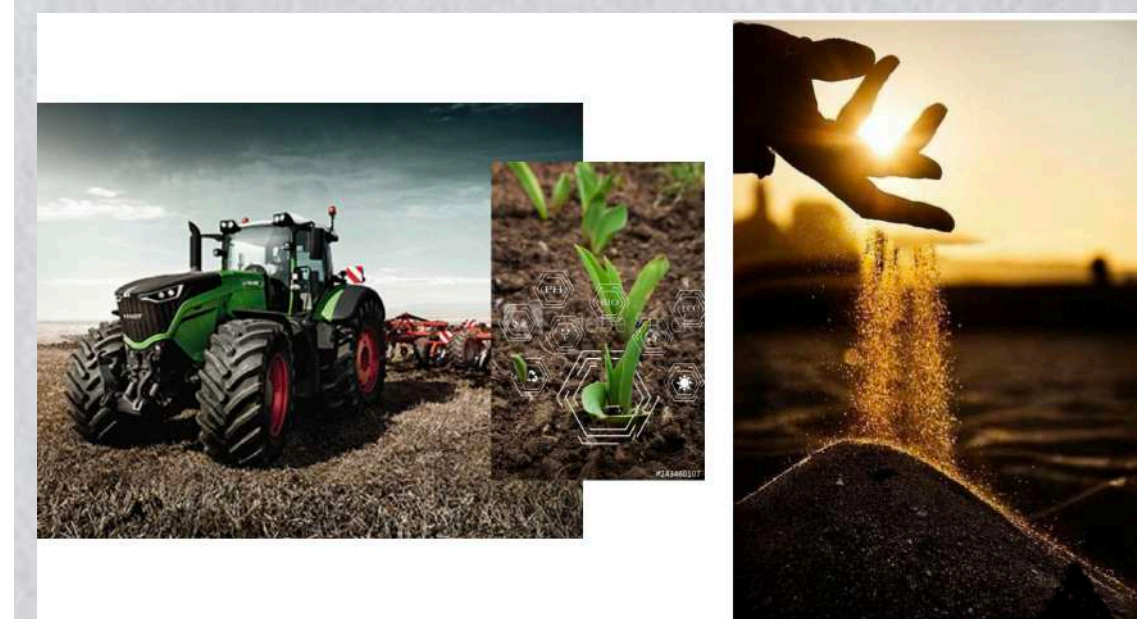


OPORTUNITĂȚI

Inerția concurenților în rețelele sociale, precum și asemănările în prezentarea informațiilor și vizualurile lor plictisitoare, ne permit să ne remarcăm semnificativ.

- ⊕ Acest lucru poate fi realizat semnificativ ușor și la costuri minime - prin includerea imaginației.
- ⊕ După ce am ales un nou vector de comunicare, luăm automat rolul unui trendsetter într-o nișă și dăm tonul.
- ⊕ Acest lucru va duce la un nou flux de solicitanți și clienți.
- ⊖ Concurenții automat o să înceapă să copieze strategiile folosite de noi.

BRAND.POZIȚIONARE



Fermierii / Owners <300-1000h <

- Bărbați. Segmentul de vârstă 40 +
- Dureri:
 - Să reușească să prelucreze/semene/colecteze totul în timpul optim.
 - Optimizarea costului de întreținere.
 - Să nu plece tractoristul.
 - Parteneri în care să poată avea încredere 24h/7
 - Să fie la curent cu tot ce se întâmplă pe piață și să țină mâna pe puls. Să simtă control asupra situației.
- Interese:
 - Cum e la vecin?
 - Statutul propriu.
 - Tehnologiile în domeniul agriculturii și nu doar.
 - Subvenții de la stat.
- Fiind la etape de dezvoltare, achiziția tehnicii pentru el reprezintă un milestone în drumul său spre ascensiune.
- Consumă conținut pe YouTube, Facebook, TikTok și alte platforme de video streaming.



Operatorul tehnicii

- Bărbați Segmentul de vârstă - 40/45 +
- Interese cheie: Confortul personal în timpul manevrării tehnicii, Calitatea și rapiditatea deservirii tehnice a acestora.
- Conștienți despre importanța funcției sale față de agricultor și pot servi drept ultima instanță care poate influența procesul de luare a deciziei.
- Consumă conținut pe YouTube, Facebook, TikTok și alte platforme de video streaming.

Rubrica/Linia de subiect	Descrierea	Periodicitatea de publicare	Platforma	Format
Despre noi	În această rubrică vorbim despre companie: misiune, viziune, principii și valori. Tot aici, putem vorbi despre echipa, devotamentul oamenilor față de companie, expertiza pe care o au în domeniu.	1 data în luna	facebook	imagini autentice, reale (fotosesie) în combinație cu text pe imagine și/sau alte elemente grafice de branding
Produse/servicii	Aici prezentăm produsele și serviciile companiei. Vorbim despre avantajele și beneficiile pe care le au acestea. De ex. prezentarea modelelor noi de tehnica agricolă, prezentarea brandurilor, comparate între brandurile pe care le vindem, rapiditatea serviciului de suport tehnic, etc.	1 data la 2 săptămâni	facebook	imagini grafice create din poze reale cu elemente aditionale
Educationale- Smart farming	Oferim fermierilor suport informativ legat de activitatea lor, de ex.: cum te asiguri ca esti pregătit de sezonul de semănat, când se cultiva x,y, z., secrete pentru o roada bogată, tips and tricks din domeniul agricol pentru diferite situații.	0 postare la 2 săptămâni	facebook	imagini grafice + text
Recomandări de la experți	Agricultori cu experiență bogată într-o anumită nișă sau poate experți cu care facem colaborări pentru a lua de la această interviuri scurte pe anumite subiecte	1 data în luna	fb, tik-tok	video
Noutati din domeniu	Granturi pentru agricultori, schimbarea legislației, statistici, etc.	atunci când apare vreo știre importantă	facebook,	share la articoli cu un o fraza succintă, prin care transmitem esența și cream interes pentru a da click pe link
În ospetie la fermierii Moldovei	Facem un calendar de vizite la clientii companiei, fermieri și într-o forma lejera discutăm despre cum îi merg acestuia treburile. Aratăm cîmpurile, vorbim despre culturile pe care acestea le cultivă.	odată în luna	facebook, youtube, tik-tok	video, articoli pe site

AgroUpgrade Sunt fermier
WeGrow Agrogeek SolFertil

#MarketingPartizan

- Testăm și analizăm tehnica noastră în comparație cu tehnica concurenților.
- Format: un prezentator incognito + 1 invitat între clienți.
- Periodicitatea: 2 ori pe lună

#SmartFarming by Diaztech

- Despre noi
- Produse/servicii
- Educationale- Smart farming
- În ospetie la fermierii Moldovei.
- Format: Un prezentator angajat la DiazTech care devine imaginea companiei.
- Periodicitatea: 4 ori pe lună

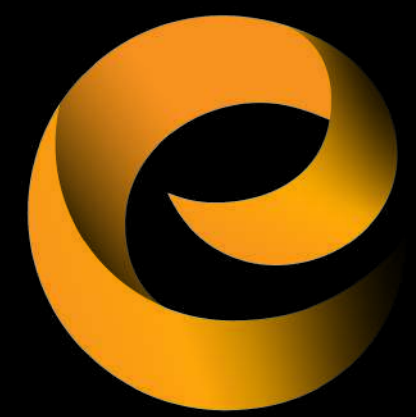
#NoiCultivăm

- Task-urile și viața unui fermier. Deci practic creăm bloggerul nostru din un client existent.
- Format: O persoană/client care are gospodărie mare și este gata să se mediatizeze.
- Periodicitatea: 2 ori pe lună

Experiență în domeniul prestării serviciilor de design. Branding Edusfera



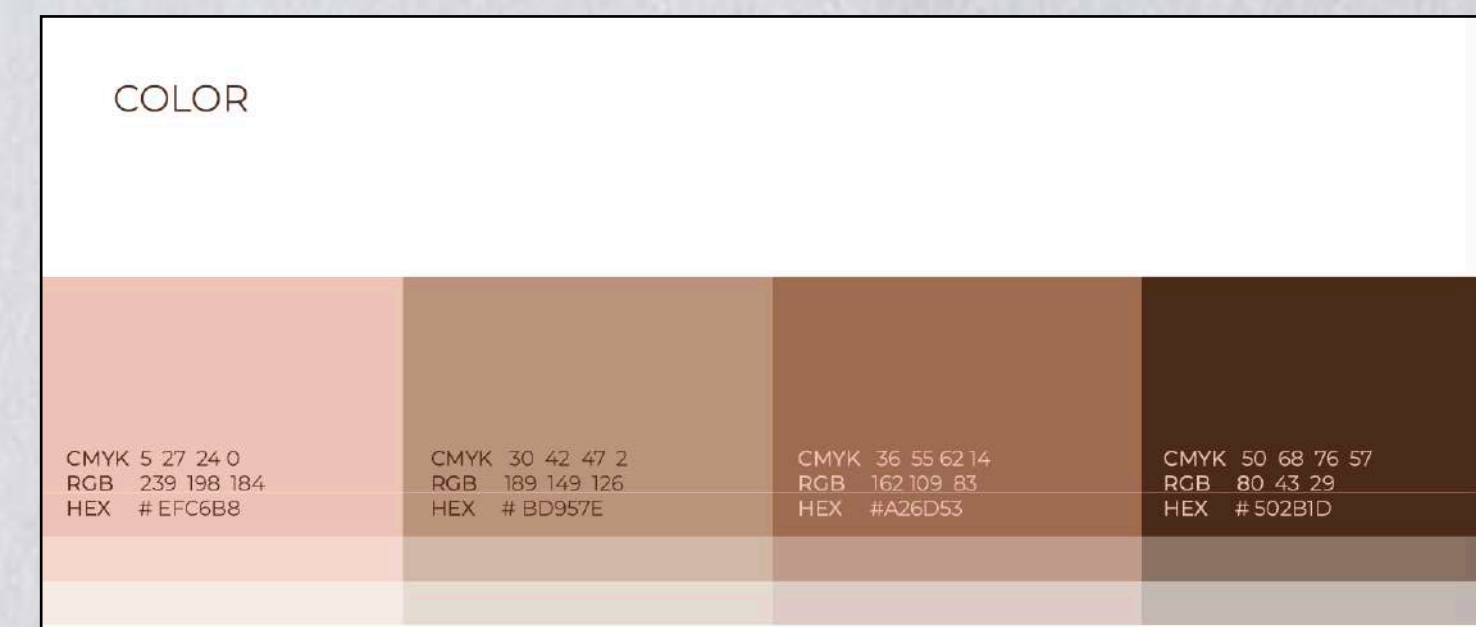
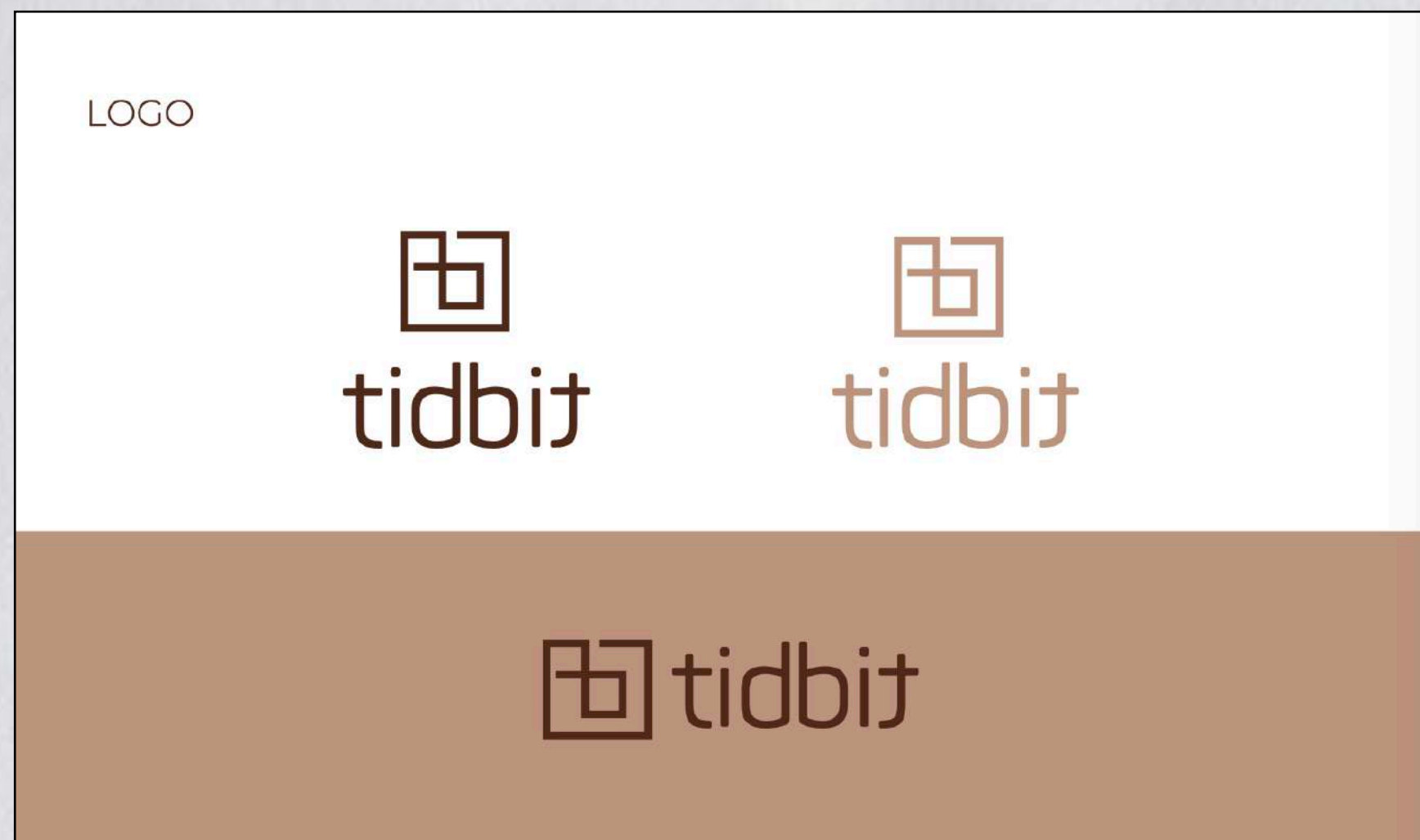
edusfera
Progress & Performance



edusfera
Progress & Performance



Experiență în domeniul prestării serviciilor de design. Branding TidBit



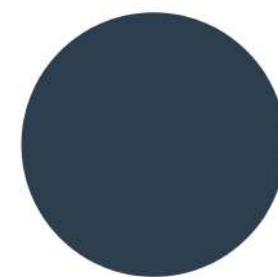
Experiență în domeniul prestării serviciilor de design.

Advanced Beauty

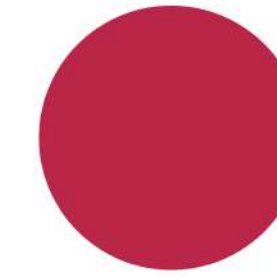
ADVANCED
—BEAUTY—

ADVANCED
—BEAUTY—

COLOR



CMYK 84 65 45 44
RGB 45 62 72
#1a1a18



CMYK 19 95 57 10
RGB 186 38 72
ba2648

FONTS

Along sans

QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
qwertyuiopadfg hjklzxcvbnm

Antipasto Pro

QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM
qwertyuiopadfg hjklzxcvbnm

Experiență în domeniul prestării serviciilor de design.
Julie Pati

julie pati

julie pati

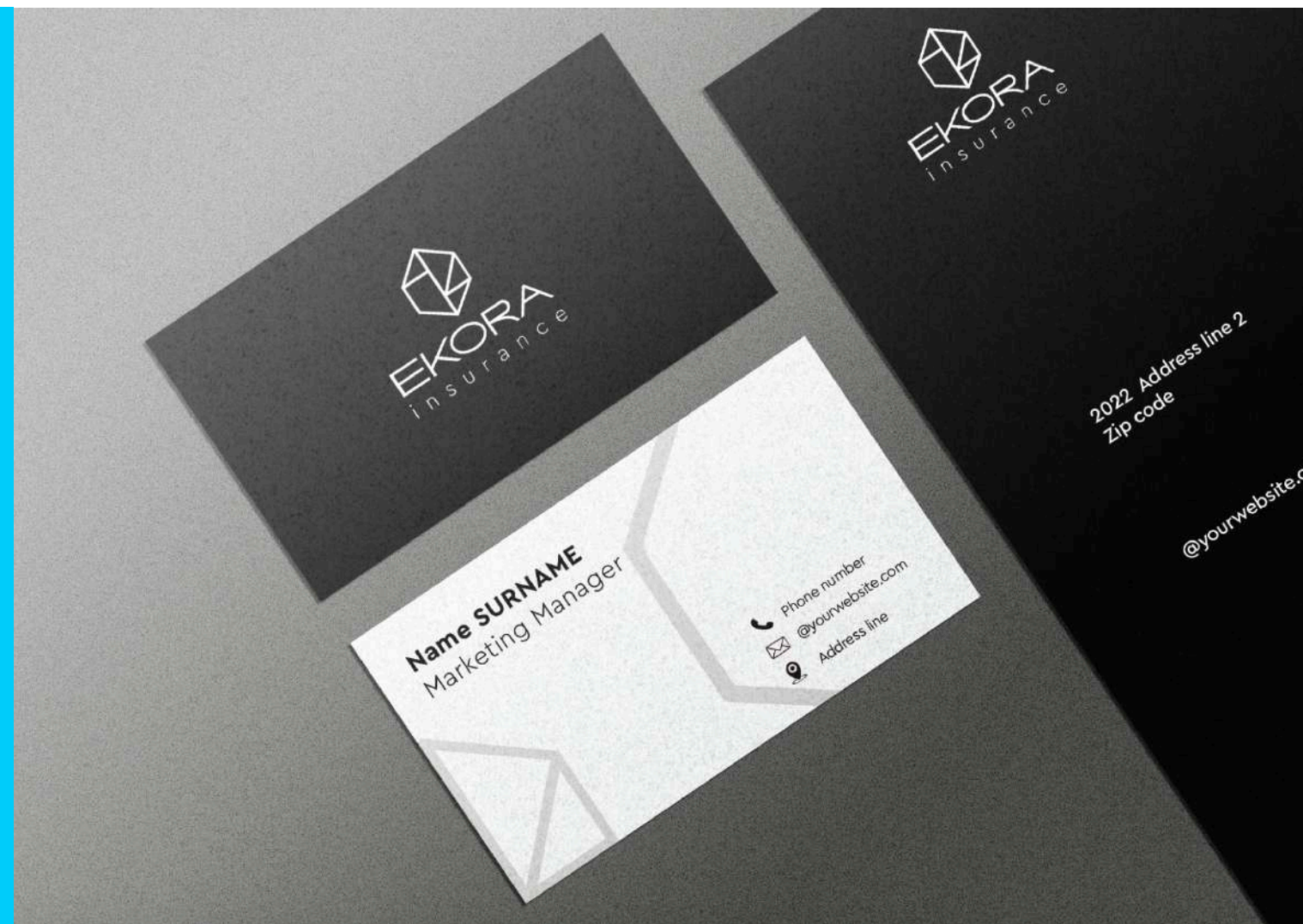
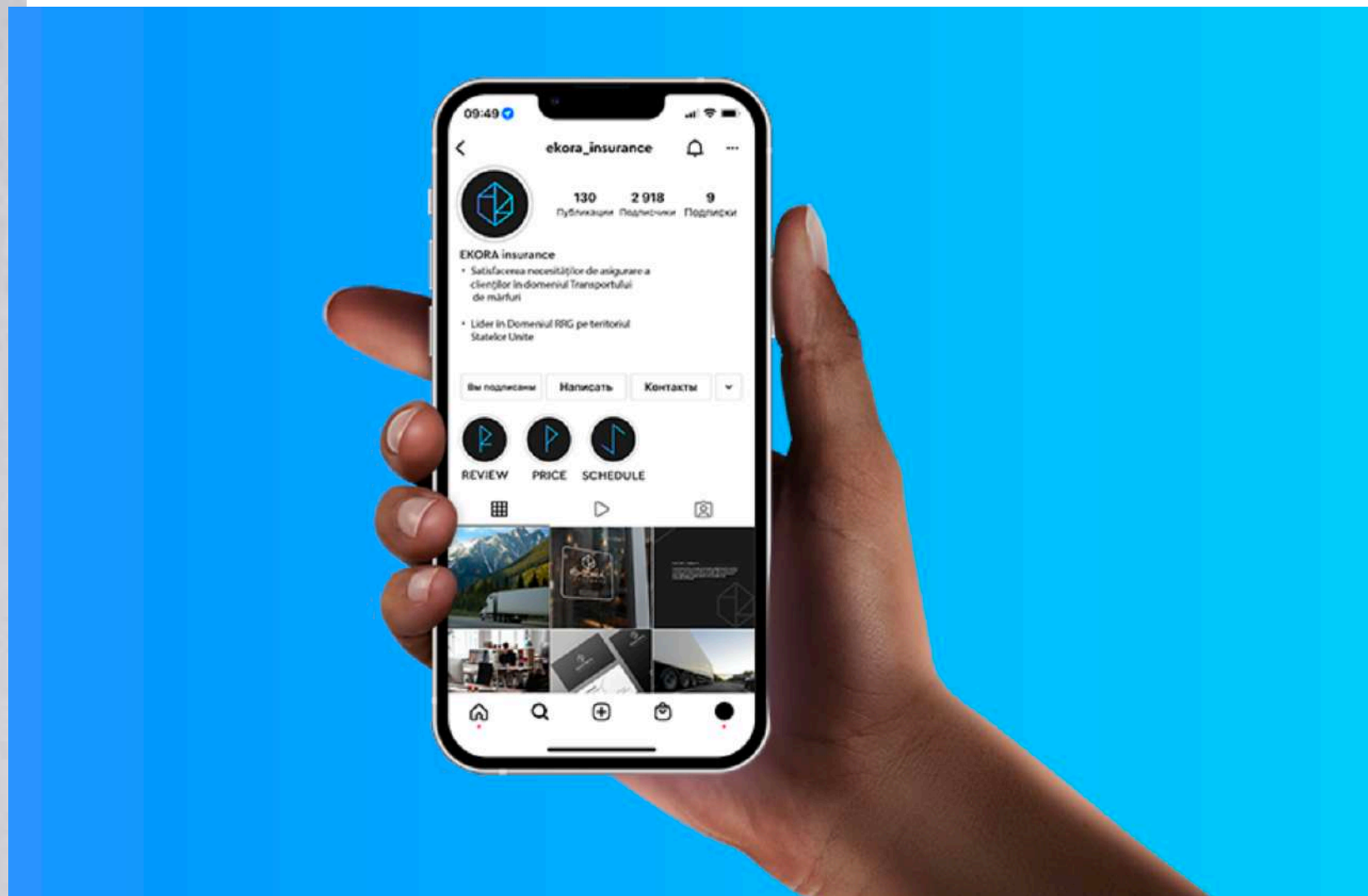
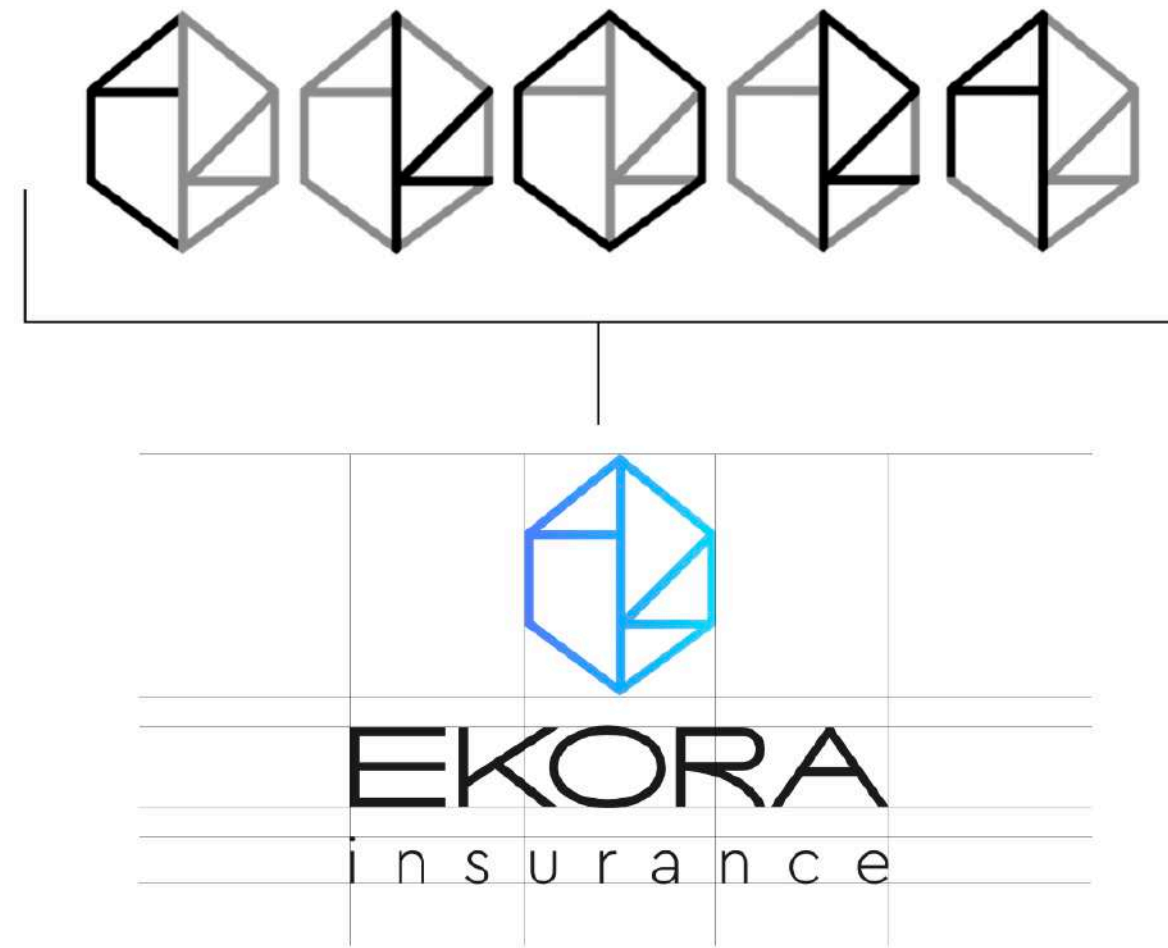
julie pati

julie
pati

julie
pati



Experiență în domeniul prestării serviciilor de design. Ekora Insurance



Experiență în domeniul prestării serviciilor de design.
Buburuza Vintage

Buburuza
VINTAGE

Buburuza
VINTAGE

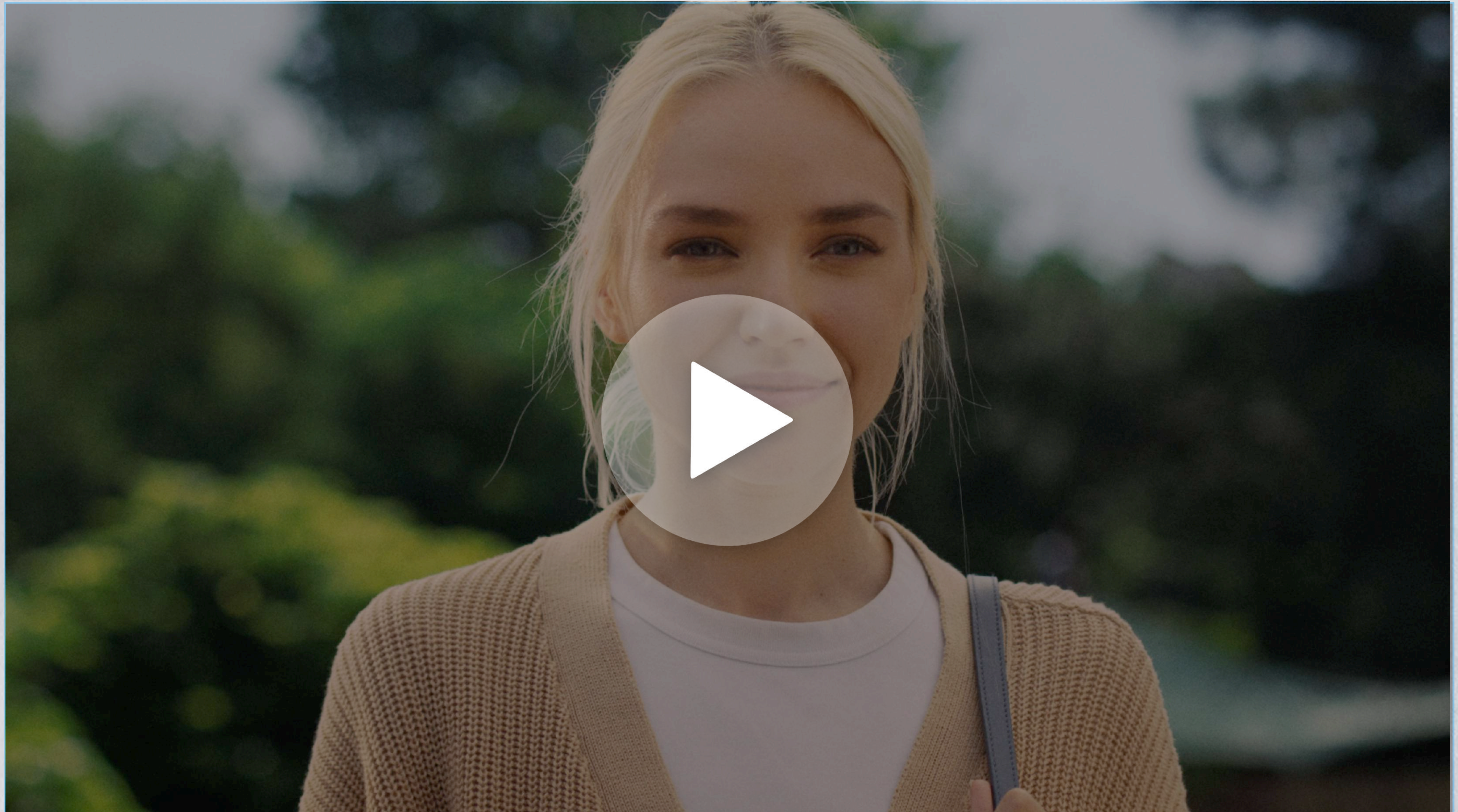
Buburuza
VINTAGE



Creare de conținut scris și video. Alba



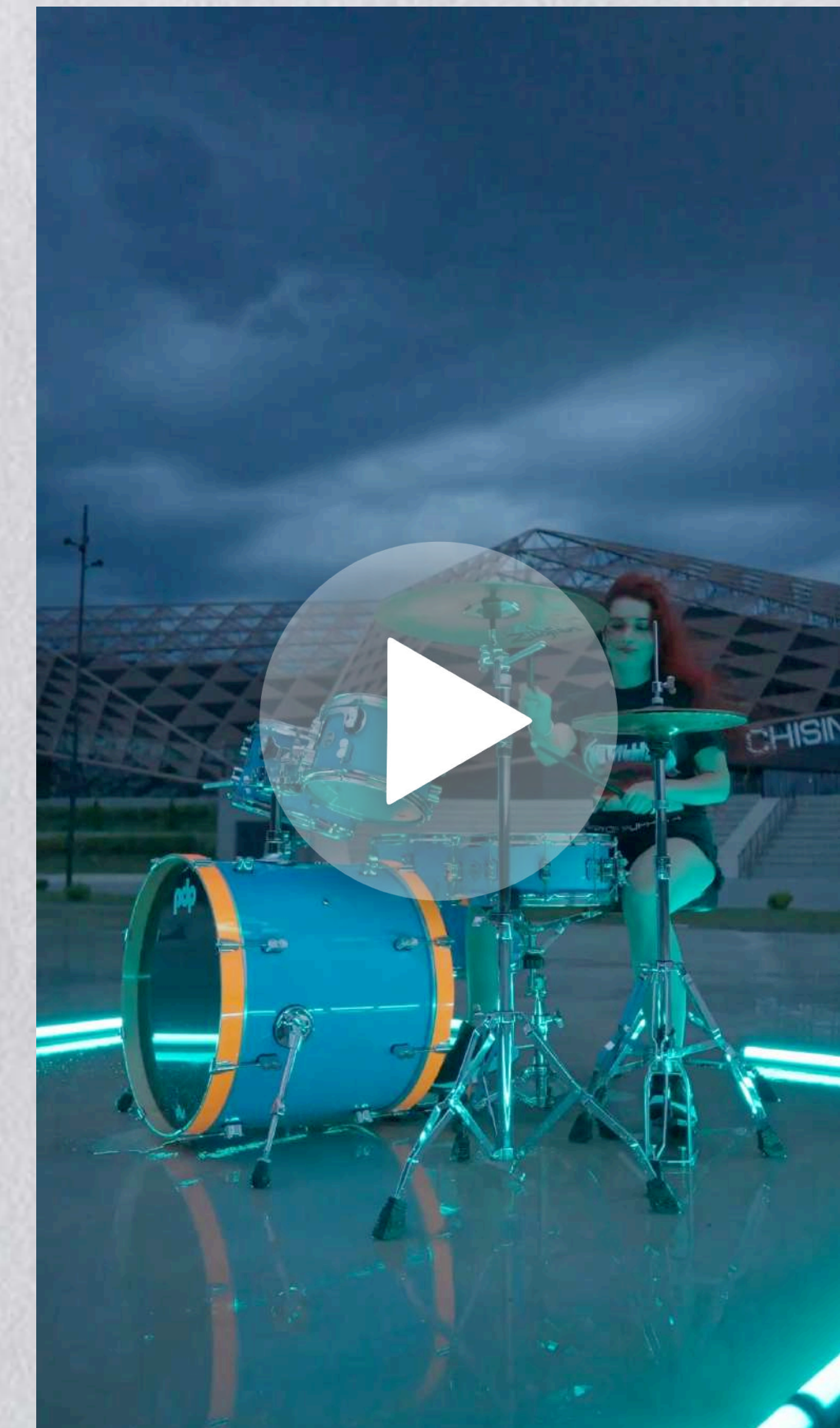
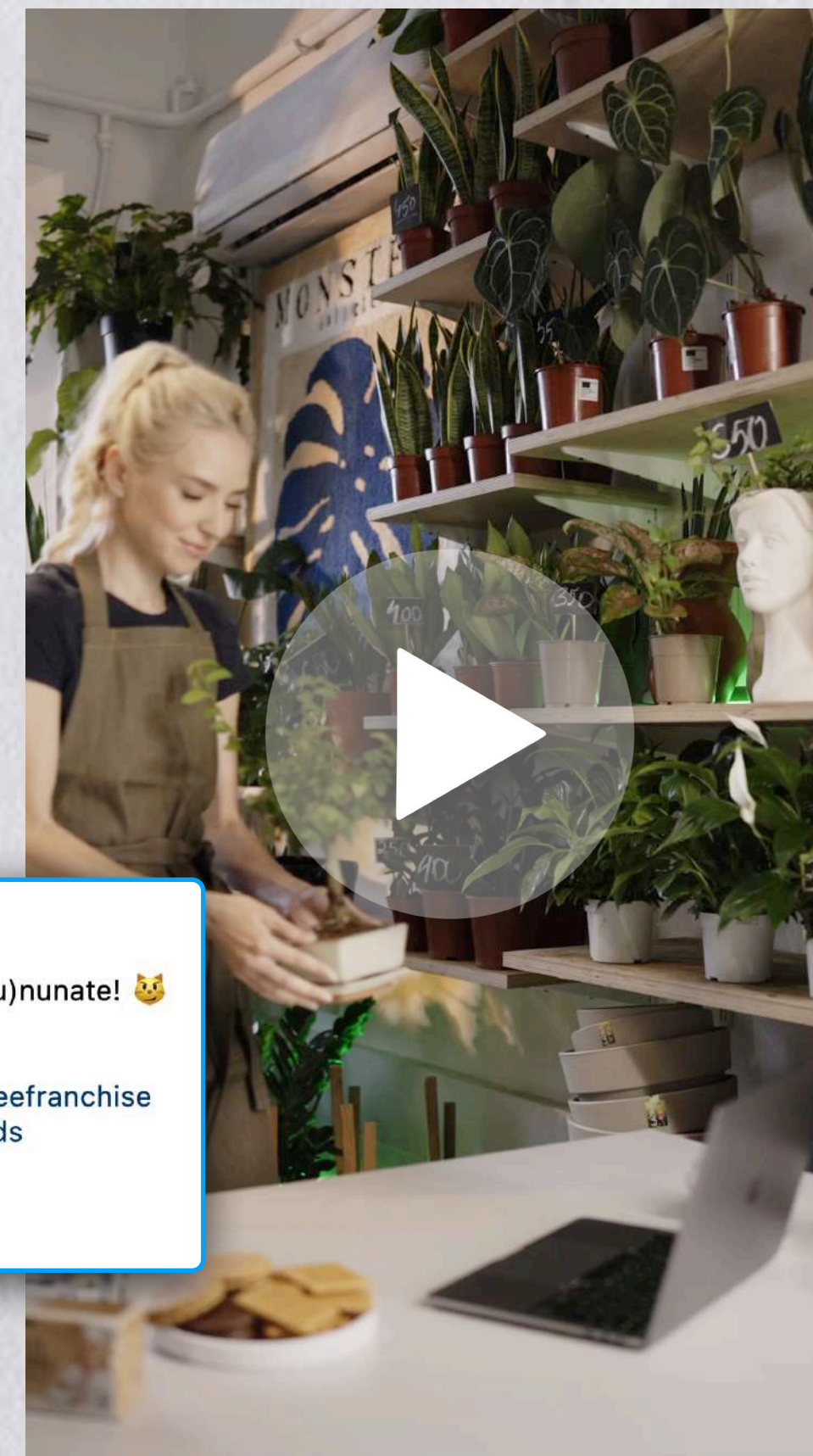
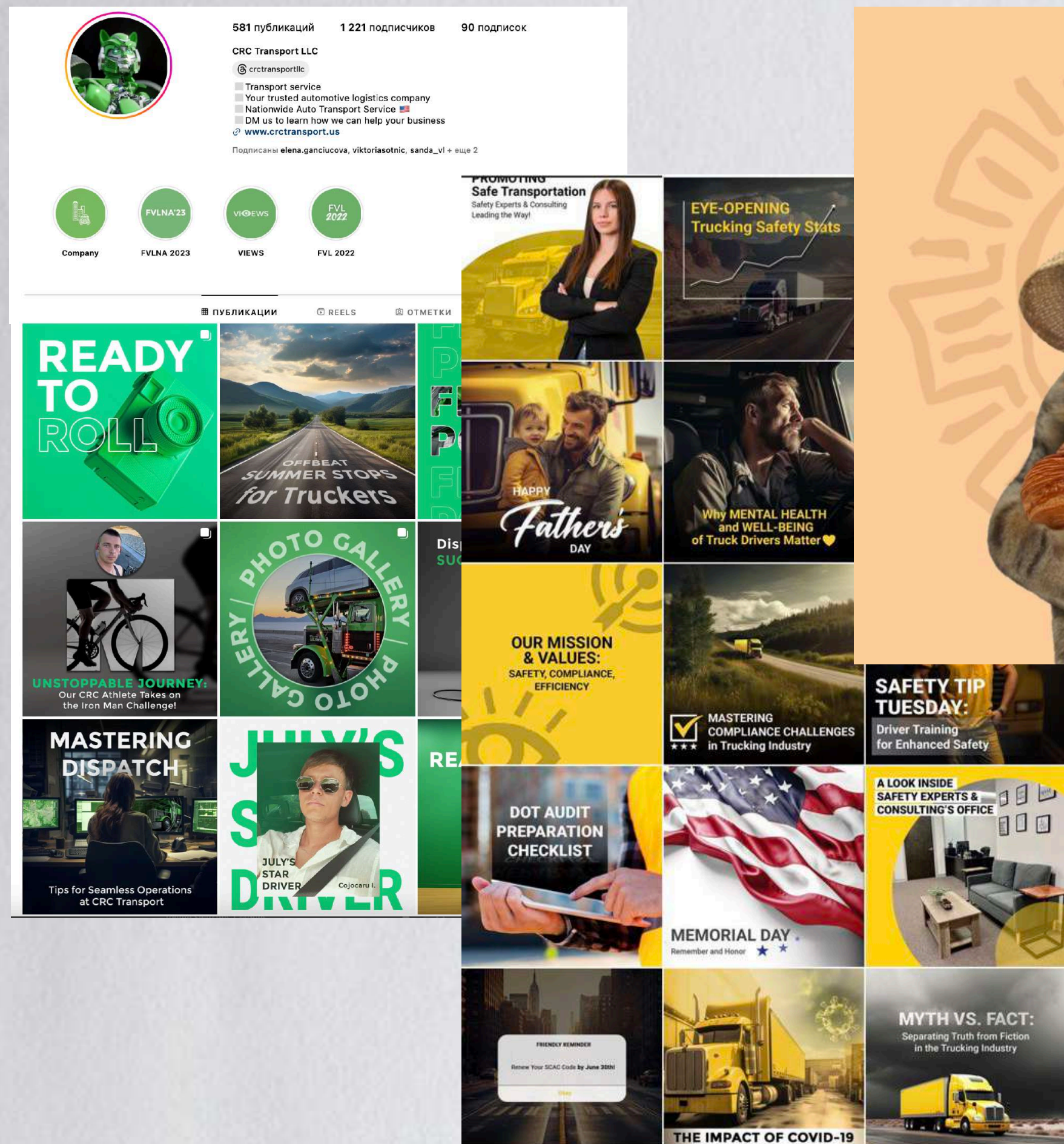
Creare de conținut scris și video. Nefis



Creare de conținut scris și video. CRC Transport



Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online, similare deja realizate



Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. CRC Transport

581 публикации 1 221 подписчиков 90 подписок

CRC Transport LLC
 @crctransportllc
 Transport service
 Your trusted automotive logistics company
 Nationwide Auto Transport Service 🇺🇸
 DM us to learn how we can help your business
 www.crctransport.us

Подписаны elena.gancucova, viktoriasotnic, sanda_vl + еще 2

Company FVLNA 2023 VIEWS FVL 2022

ПУБЛИКАЦИИ REELS ОТМЕТКИ

National Truck Driver Appreciation Week
 Thank You Truckers for All You Do!

FALL INTO FITNESS
 CRC's Autumn Sports Enthusiasts

Uladzimir's Iron Man Journey: PROGRESS UPDATE
 10 SEPTEMBER

HAPPY Labor DAY

READY TO ROLL

CHOOSING THE RIGHT TRUCKING PARTNER: CRC Transport Checklist

VEHICLE TRANSPORT SOLUTIONS

Delivering Your Car Right to Your Doorstep

Strengthening Our Commitment to CANADA

Embark on your car's relocation journey with CRC Transport! 🚗
 Instantly book top-notch transportation on our user-friendly platform, connecting you with industry-leading professional drivers. 🌐

No need to adjust to our schedule – our expert auto transport team coordinates with you for a seamless pickup. 🚗🌟 From thorough inspections to paperwork, we ensure a smooth and transparent process. Experience the joy of your vehicle safely delivered to your doorstep by CRC Transport.

🍁 **Announcement: Strengthening Our Commitment to Canada 🇨🇦**

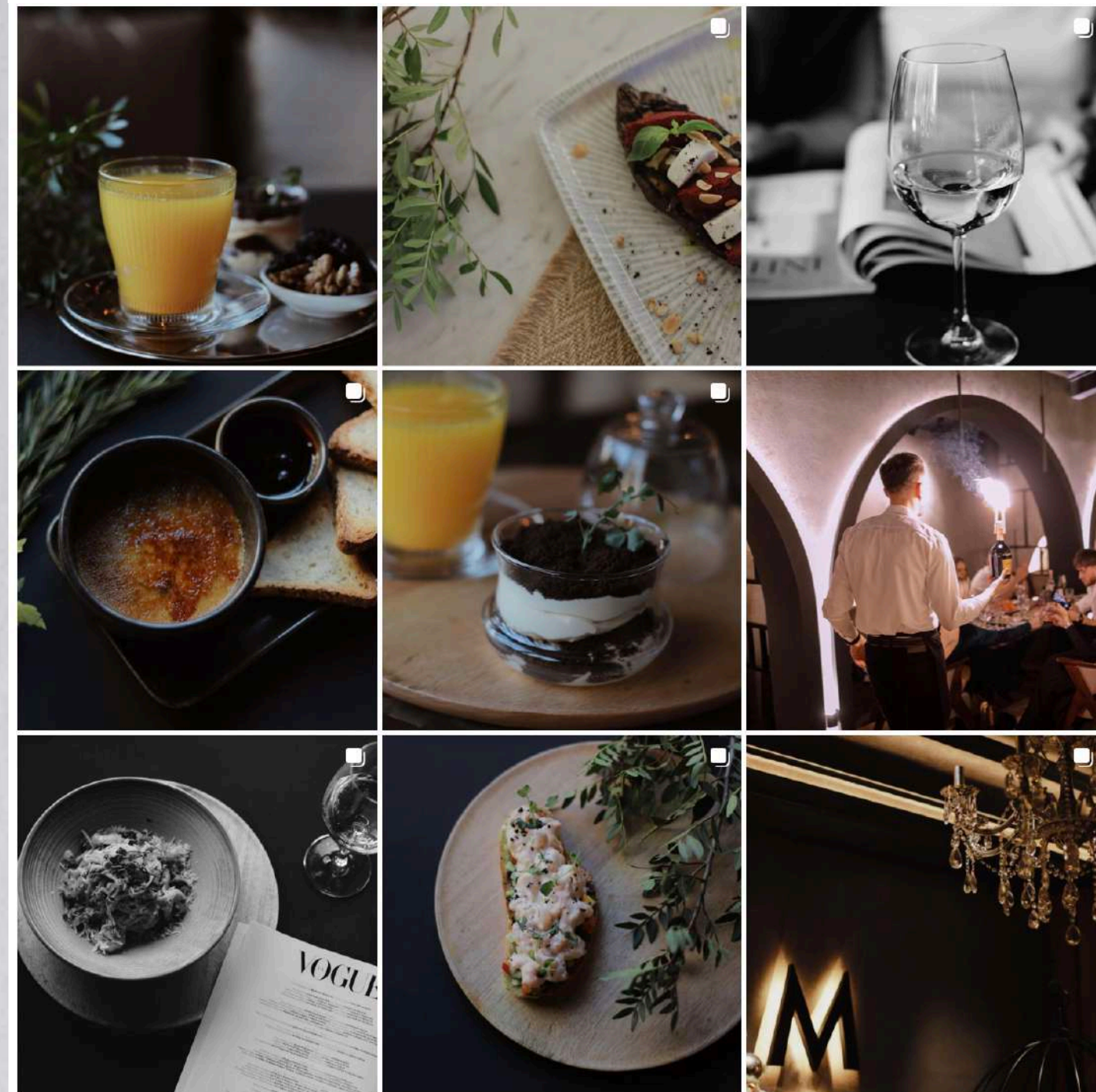
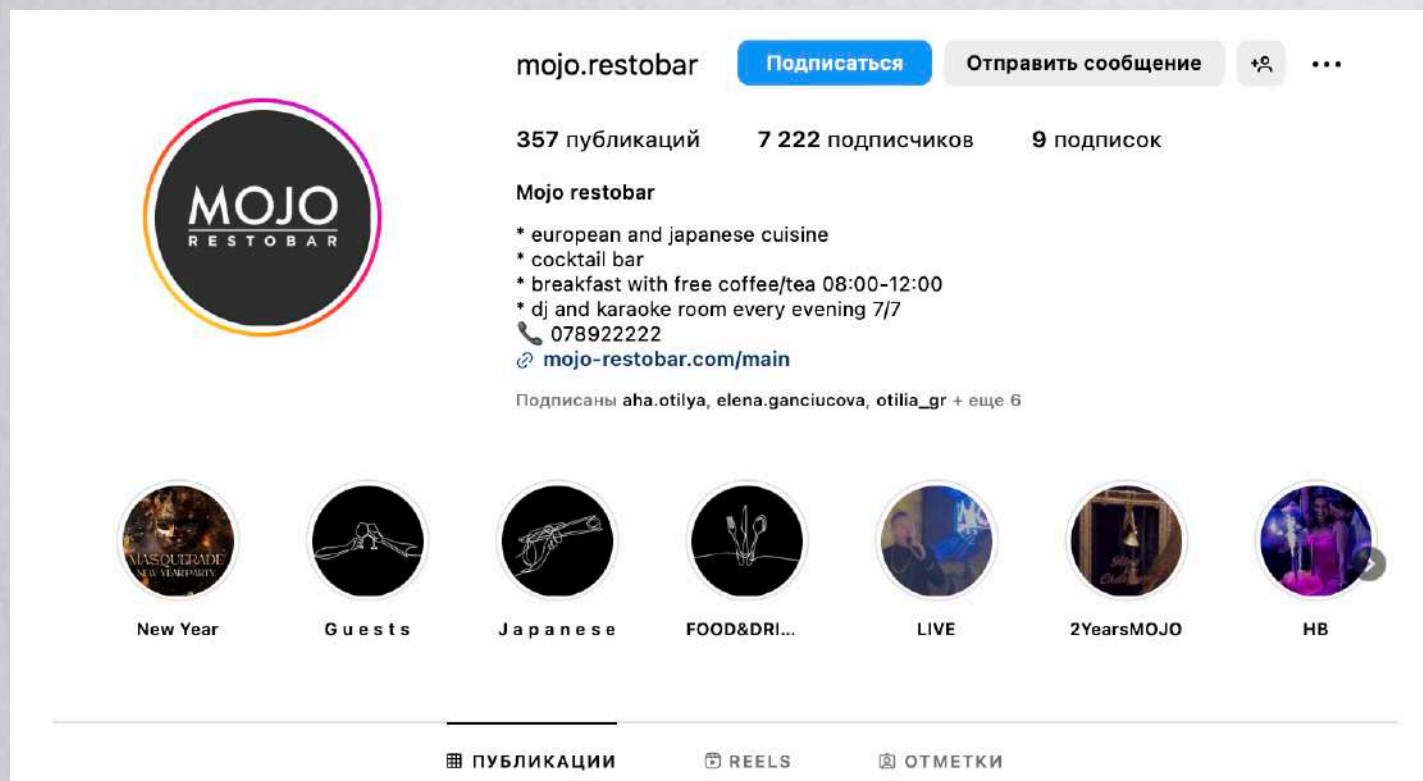
We are pleased to announce the expansion of our operations in Canada! Our meticulous routes underscore our dedication to efficiency and excellence.

This expansion marks a significant milestone in our journey, symbolizing the strength of our partnerships and the meticulous attention we dedicate to each stage of the logistics process. We look forward to continuing to contribute to the automotive landscape in Canada and fostering lasting connections with our esteemed partners.

🚛🌐 #canadaoperations #LogisticsExcellence #automotiveindustry

EXPERT INSIGHTS:
 Unveiling our Versatile Fleet!

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. MOJO Restobar



👉 Doar imaginează-ti...vii la MOJO și acolo e EL. Brutal si răcoritor, cocktailul nostru pentru bărbați FORESTER. 🍷

👉 Только представь. Заходишь в MOJO, а там ОН. Брутальный, охлаждающий, наш мужской коктейль FORESTER. 🍷



👉 Doar imaginează-ti...vii la MOJO și acolo e EL. Brutal si răcoritor, cocktailul nostru pentru bărbați FORESTER. 🍷

👉 Только представь. Заходишь в MOJO, а там ОН. Брутальный, охлаждающий, наш мужской коктейль FORESTER. 🍷



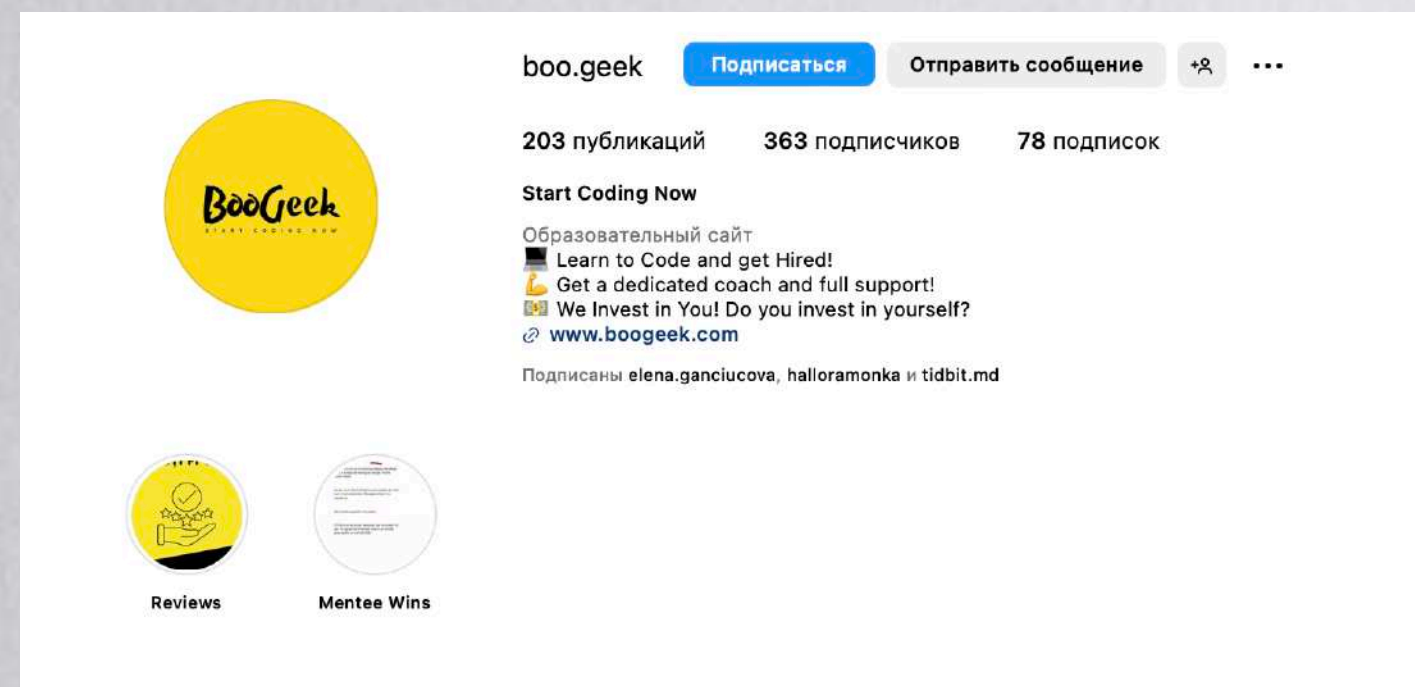
Atâta timp cât gălăgioasa familie McCallister se află în toiul pregătirilor pentru vacanța din Franța, iar Kevin încă nu a rămas singur acasă, vă propunem să încercați acest desert bestial 🌟🥰.

Faceți cunoștință, nemaipomenit de fin, consistent si perfect îmbibat - tortul tort de smântână cu cremă de cafea 🥰👉.

Пока шумная семейка МакКалистеров всю готовится к предстоящей поездке во Францию, и Кевин не остался один дома, мы предлагаем вам попробовать этот, не побоимся этого слова, божественный десерт 🌟🥰.

Знакомьтесь, необычайно нежный, насыщенный и идеально-пропитанный сметанный торт с кофейным кремом 🥰👉.

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. BooGeek



😊 E tare fain să studiezi vara. Înveți ceva nou fără grabă, în ritmul tău.

Tot vara e mai simplu să faci schimbări în carieră, mai ales când ești ghidat de un mentor. Să o iei în altă direcție profesională sau să începi un domeniu absolut nou de la zero poate părea dificil dacă nu ai suportul unui expert care să te îndrume și motiveze. 🔥

🙌 În postarea de azi îți aducem câteva argumente de ce învățatul cu un mentor alături e mai rapid, mai interesant, mai eficient și mai fun. Derulează în carusel, iar dacă ți-a fost util lasă o ❤️.

Tot mai mulți introverți aleg să-și construiască o carieră în domeniul IT! 🙌

De ce anume IT? Probabil, calitățile specifice unui introvert sunt compatibile și cu job-urile din domeniul IT. 👍👍

Deși sunt mai închise de felul lor în raport cu lumea exterioară, persoanele introverte sunt foarte bine organizate și tind mereu spre perfecțiune.

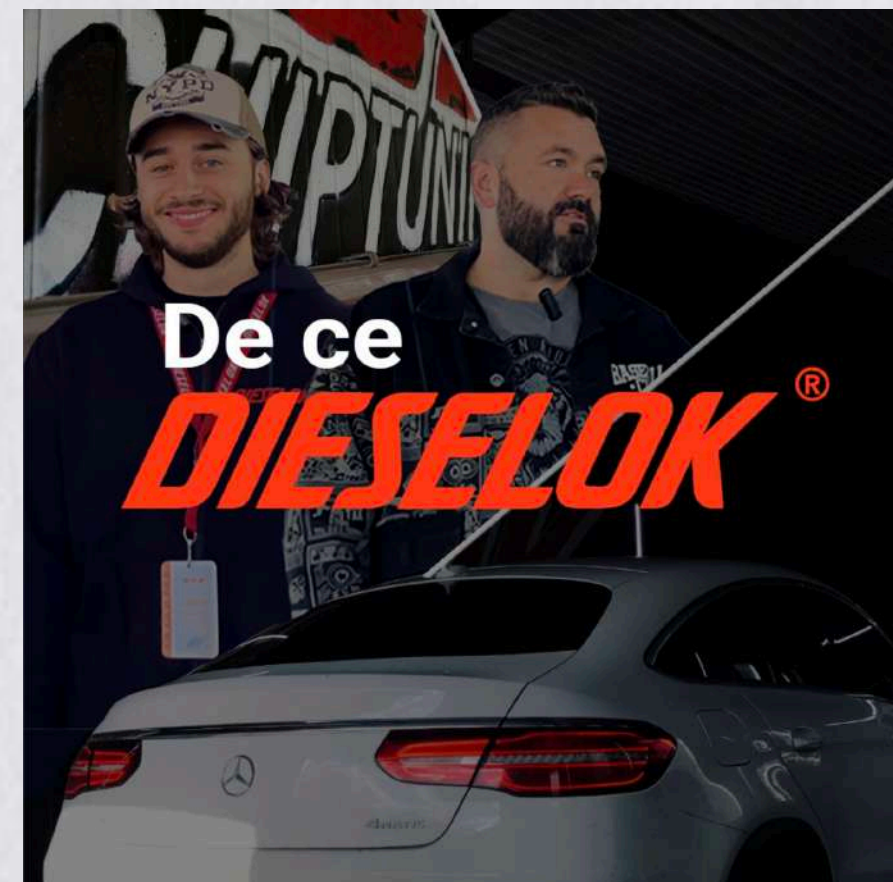
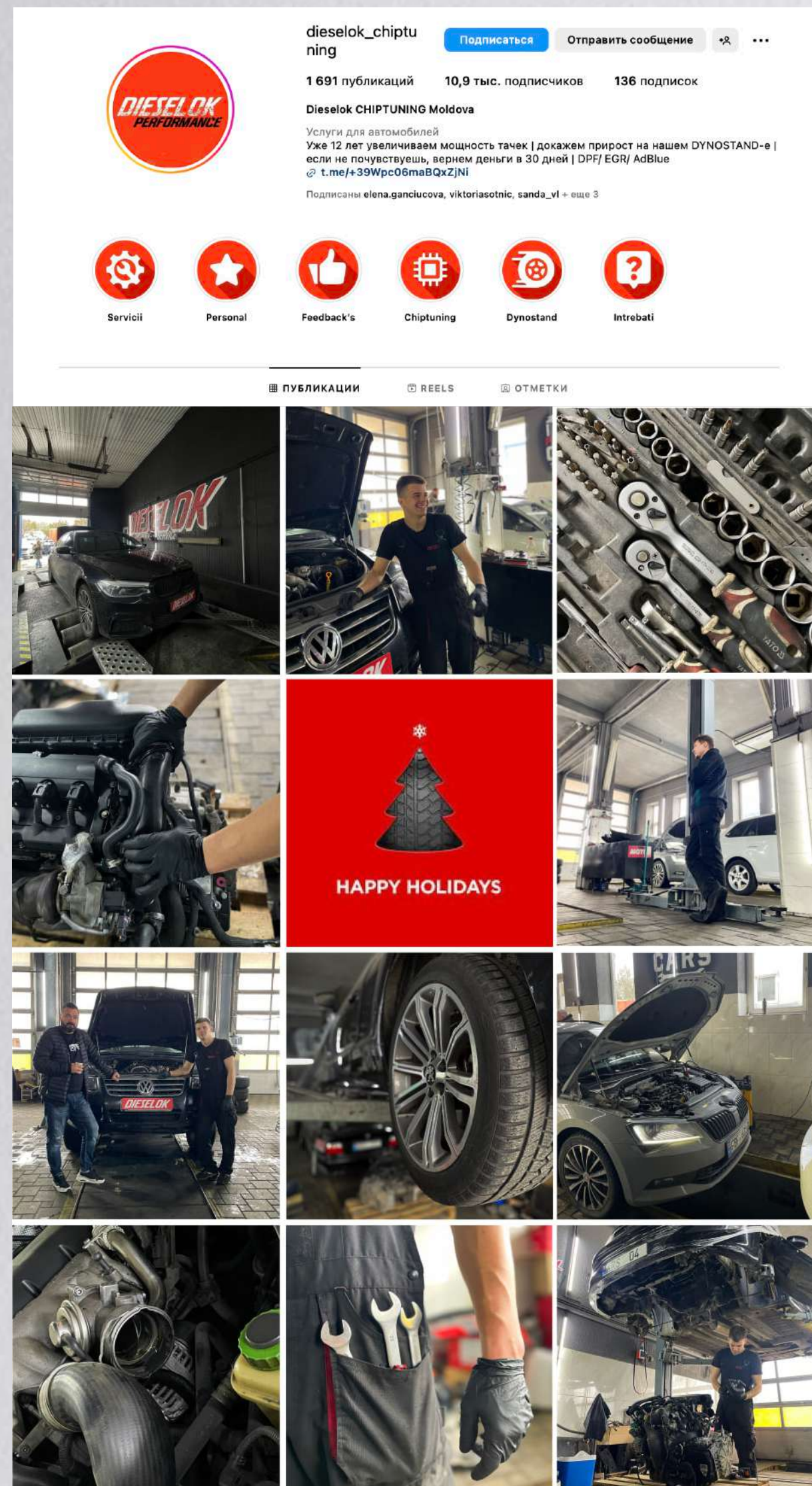
- ✓ La serviciu obișnuiesc să lucreze singuri și caută un mediu liniștit pentru a se putea concentra
- ✓ Studiază subiectul în profunzime și dau mereu totul la maxim pentru a produce ceva genial
- ✓ Energia acestora provine din interior, astfel vin mereu cu idei creative și originale
- ✓ Alocă o atenție sporită micilor detalii
- ✓ Sunt foarte disciplinați

Noi nu facem diferențe între temperamente! Noi susținem persoanele creative, disciplinate, talentate, bine-intenționate.

Alege-ți activitatea în funcție de talentele cu care ești înzestrat! Nu te mai lăsa ghidat de idei precum: "Asta se cere pe piață!, Astfel voi avea mai multe șanse de angajare!" etc. 📝

P.S. BooGeek te ajută să te descoperi și să-ți iei primul tău job în IT. Accesează link-ul din BIO și aplică cu încredere

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. Dieselok



De ce să îți încredințezi automobilul specialiștilor Dieselok? Foarte simplu. Pentru că:

- Peste 12 ani de experiență
- Peste 50 de branduri auto compatibile
- Peste 1.000 de proiecte reușite
- Unicul DynoStand accesibil din țară
- 10 ani garanția rezultatului și păstrarea soft-ului

Convingător? Nu mai sta pe gânduri, programează o consultație la +373 60 16



Știi și tu, omul gospodar pregătește sania de cu vară...
Ei bine, cu mașina o poți lăsa mai spre octombrie, dar nu zăbovi prea mult.

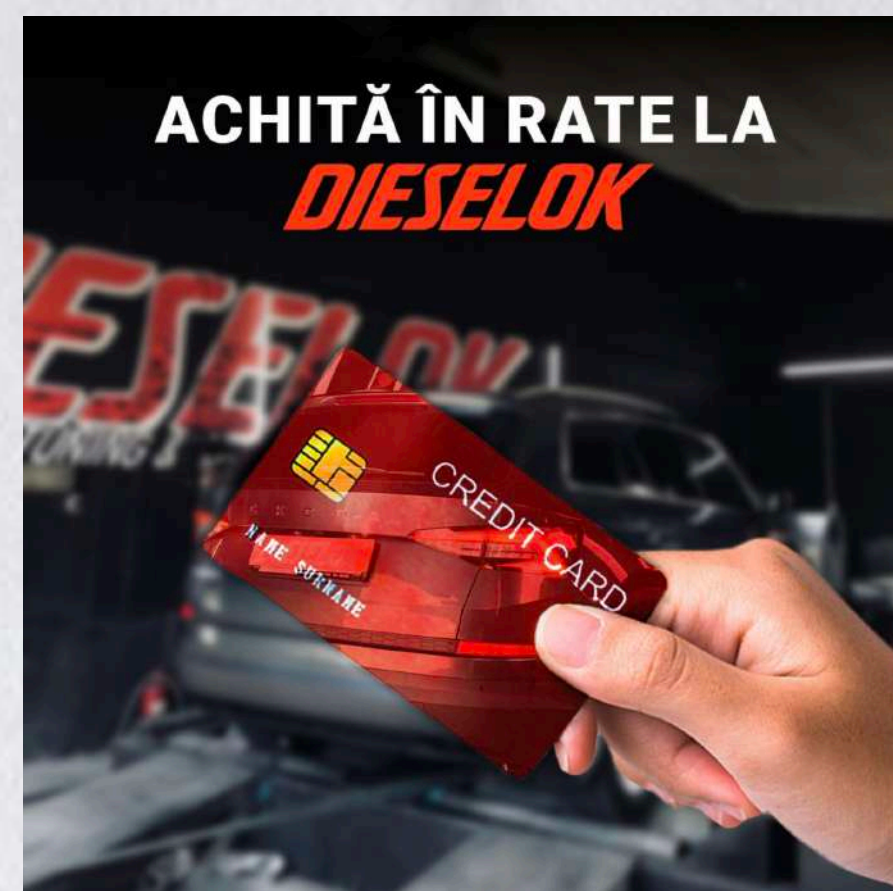
La Dieselok ai tot spectrul de servicii pentru a intra pregătit în noul sezon:

- Vino pentru o verificare a anvelopelor, a sistemului de frânare, al acumulatorului, sistemului de iluminare și de climatizare ș.a.
- Rezolvă problemele legate de sistemele ecologice - DPF, EGR, AdBlue;
- Optează pentru chip-tuning pentru mai multă siguranță în trafic pentru tine și familia ta.

Nu aștepta până cad troiene!

Vino cât mai curând la Dieselok și asigură-te că mașina ta e pregătită pentru perioada rece.

Ne găsești pe str. Balcani 1, Chișinău.

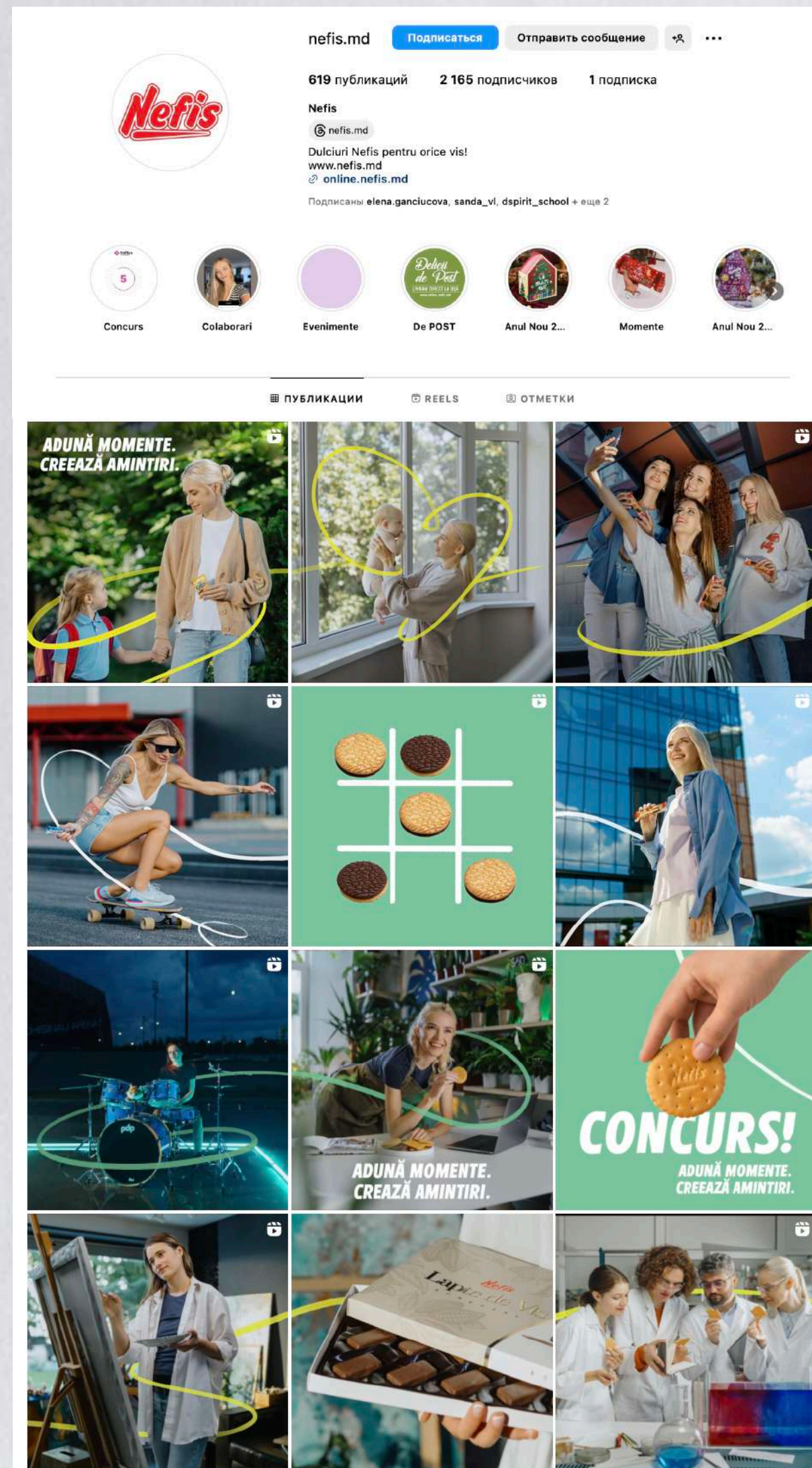


✦ Știai că la Dieselok poți achita în 3 rate, fără plăți ascunse sau suprataxe, folosind StarCard de la Victoriabank sau LiberCard de la MAIB?

🚗 Dacă ești posesorul unuia dintre aceste carduri, ai acum oportunitatea să îți faci viața mai ușoară și să beneficiezi de serviciile noastre în rate, fără complicații! Fie că vrei mai mulți cai putere pentru mașina ta, ai nevoie de stopare EGR sau extragere DPF, acum acestea sunt mai accesibile ca niciodată!

👉 Alege serviciile noastre și bucură-te de flexibilitatea

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. Nefis



Cunoști această senzație, nu?

Când trăiești o experiență atât de specială încât să te facă să gândești că "Woow! Asta e ceva special!". Momentele tale sunt demne de gustul WOW al biscuiților acoperiți cu ciocolată, cu gust de caramelă și lapte.



Emoția primelor începuturi- ți-o mai amintești?

Când ai făcut primii pași spre un nou capitol din viața ta și, plin(ă) de emoții, stăteai în fața unui întreg univers ce aștepta să fie descoperit. Atunci când ochii îți sclipeau de entuziasm, iar palmele îți transpirau în fața necunoscutului, mama a fost lângă tine oferindu-ți toată susținerea și dragostea ei pentru ca tu să înaintezi cu încredere și să reușești.

Și tu ai îndrăznit! Ai pășit, ai avut încredere în tine și în ceilalți, fiindcă, în inima ta, tu știai că mama va fi mereu alături de tine cu ceva special.

Calipso era gustul familiar care în orice mediu nou te făcea să te simți ca acasă- medalia de ciocolată pe care o primeai cu iubire de la cei dragi.

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. Lapmol

The image shows the Instagram profile of Lapmol, featuring the brand logo, follower statistics (679 publications, 7,523 followers), and a grid of promotional content. The grid includes: a chocolate cake with ice cream; a collection of Lapmol products with the text 'Produsele LAPMOL au acel ceva care te face SĂ LE ALEGI MEREU'; a carton of Lapmol milk and a cup of coffee with the text 'IT'S COFFEE TIME!'; a bowl of cereal with milk and the text 'VARA E ÎN TOI Nu uita de hidratare'; a bowl of red soup; a collage of cheese products with the text 'Sășos ✓ Gustos ✓ Cremos ✓'; a bottle of Lapmol milk with the text 'Ce reprezintă culorile VERDE și ALBASTRU de pe ambalaje?'; and a collage of cheese products with the text '5 lucruri pe care nu le știai despre brânzeturi'.



🎆 Se încheie încă un an în care v-am fost alături. Ne dorim să vă fim aproape și în anul care vine, să vă inspirăm cu produsele și ideile noastre interesante, iar noi, la rândul nostru să ne lăsăm inspirați de ideile și creativitatea voastră.

Ne bucurăm când vedem că produsele noastre sunt prezente nu numai pe mesele, dar și în sufletele voastre și ne impresionați cu ce bunătăți ies din mâinile voastre. 😊

Începem încă un an, tot alături de tine, tot pe masa ta.

🎉 Un an nou frumos, gustos și răsfățat.

La mulți ani! 🥂



😬 Există combinații îndrăznețe, dar și unele imposibile și mai ales care nu o să-ți bucure deloc stomacul.

Vezi mai jos cu ce nu ar trebui să combini lactatele la aceeași masă: ⬇️

📌 Carne. Sunt 2 tipuri de proteine puternice, așa că digestia poate fi afectată.

📌 Laptele și peștele nu trebuie să se regăsească în același timp pe masa ta.

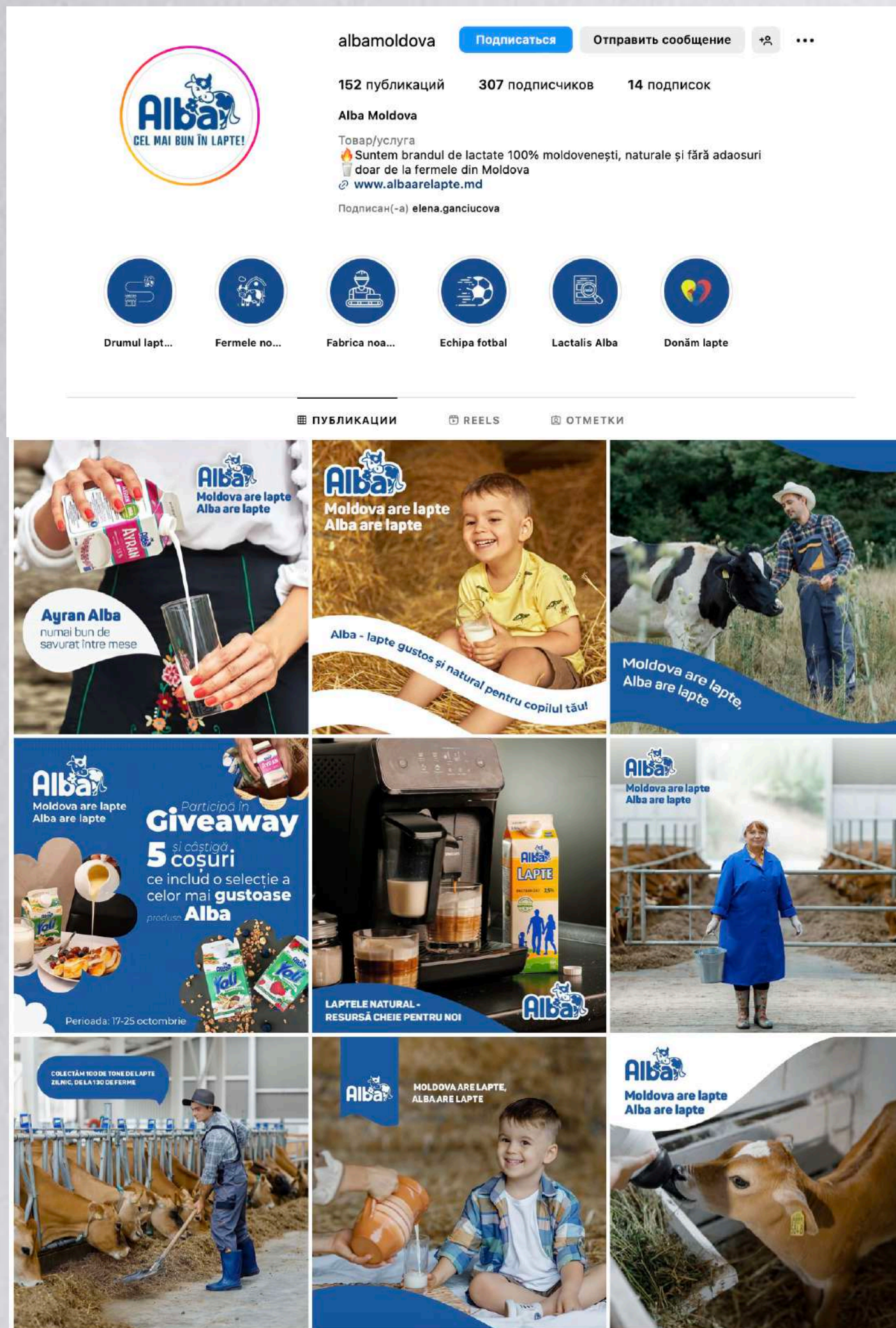
📌 Iaurt cu mezeluri. Multe persoane consuma un iaurt lângă un sandwich cu șuncă fără să știe cât e de greșit. Mezelurile conțin nitrați care, în combinație cu acidul lactic se transformă în nitrozamină, o substanță cancerigenă.

📌 Banane și lapte. Dacă ai senzația că un milkshake cu banane e o alegere bună, te înșeli. Această combinație îngreunează digestia. Mai degrabă, bea un pahar cu lapte pe post de gustare în prima parte a zilei, iar apoi mănâncă o banană între masa de prânz și cea de seară.

📌 Fasole și brânză. Această combinație se regăsește în mod deosebit în preparatele specific mexicane precum faimosii nachos. Proteinele din produsele lactate asociate cu fasolea produc balonare și flatulență.

Despre care dintre aceste combinații greșite nu știai?

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. Albă



Bine crescut înseamnă crescut cu lapte 🥛

Consumul de lactate 🥛 asigură necesarul zilnic de calciu care-i atât de important în dezvoltarea sistemului osos și a dinților.

Totuși, cât lapte ar trebui să bea copiii? 🤔

Depinde de vârstă!

✅ Bebelușii au nevoie cam de 700 de ml de lapte pe zi.

✅ De la 1 la 2 ani, copiii nu au nevoie de mai mult de 500 ml de lapte pe zi. Acesta îi asigură copilului tot necesarul de calciu, dar și de vitamina D. Restul lichidului zilnic de care are nevoie copilul este apa.

Cam cât lăptic bea piculul tău într-o zi? 🤔



Pentru cea mai importantă masă a zilei, alege cel mai bun iaurt- Yoli. 🥛

Yoli conține toți nutrienții necesari pentru un mic dejun complet: 🍌

proteine ✅

grăsimi ✅

fibre dietetice ✅

probiotice ✅

carbohidrați ✅

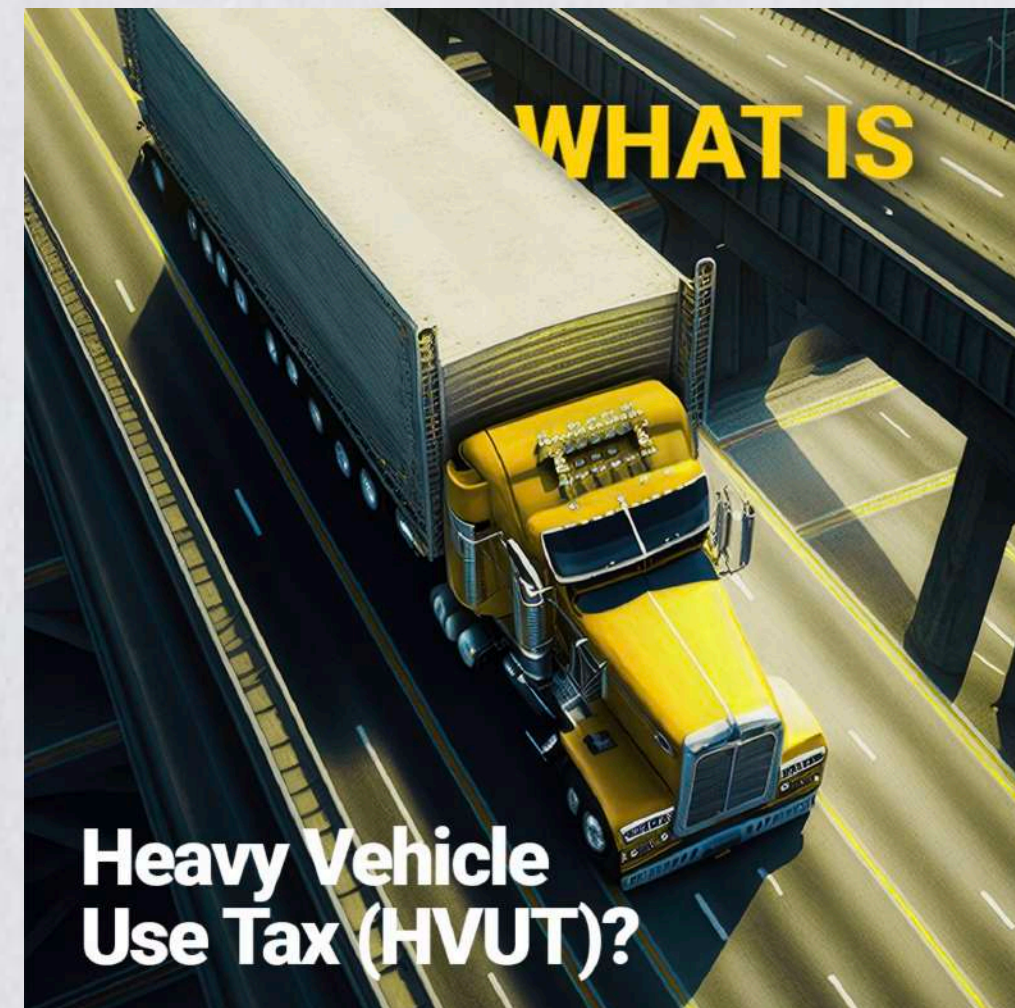
🍌 Combinat cu granola formează cel mai bun și nutrient mic dejun.

Tu cu ce ai combina iaurtul Yoli? 🤔

Experiență în domeniul prestării comunicării și gestionării de rețele în mediul online. Safety Experts & Consulting

The image shows a LinkedIn profile for 'safetyexpertsconsulting' with 92 publications, 224 followers, and 11 posts. Below the profile is a grid of nine promotional posts:

- HAPPY Independence Day!**: Features the Statue of Liberty.
- TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS: Ensuring Top-Level Security**: Shows a yellow truck in a garage.
- ROAD SAFETY ESSENTIALS**: Shows a yellow truck on a road.
- PROMOTING Safe Transportation**: Features a woman in a black blazer.
- EYE-OPENING Trucking Safety Stats**: Shows a truck on a road with a line graph.
- PUTTING SAFETY FIRST**: Shows a white truck with the text 'Strong Foundation for Your Trucking Business'.
- HAPPY Father's DAY**: Shows a man and a child.
- Why MENTAL HEALTH and WELL-BEING of Truck Drivers Matter**: Shows a man in a truck cab.
- HAPPY FLAG DAY**: Shows American flags with the date 'June 14'.



🚛💰 Navigating HVUT with Ease! Let Us Help You.

The Heavy Vehicle Use Tax (HVUT) is an annual IRS tax on vehicles with taxable gross weights of 55,000 pounds or more. Calculated by combining the vehicle's unloaded weight, trailer weight, and maximum load weight, it's a complex task.

🇺🇸 How Can We Assist You?

Our company specializes in guiding you through the intricacies, deadlines, and uncertainties linked to IRS tax. Whether you need assistance or want to determine if your operations qualify for HVUT exemptions, we've got you covered.

Save time and avoid the confusion. Let's navigate HVUT together! 📅📞 Contact us at 217-284-6095.



🇺🇸 FMCSA is back in action, reevaluating pre-empted meal and rest break rules for California and Washington State.

The Federal Motor Carrier Safety Administration (FMCSA) is reviewing petitions to potentially update these regulations. Back in 2018 and 2020, FMCSA pre-empted these state-specific rules due to their stringency compared to federal standards. Despite court challenges, the review is on once again.

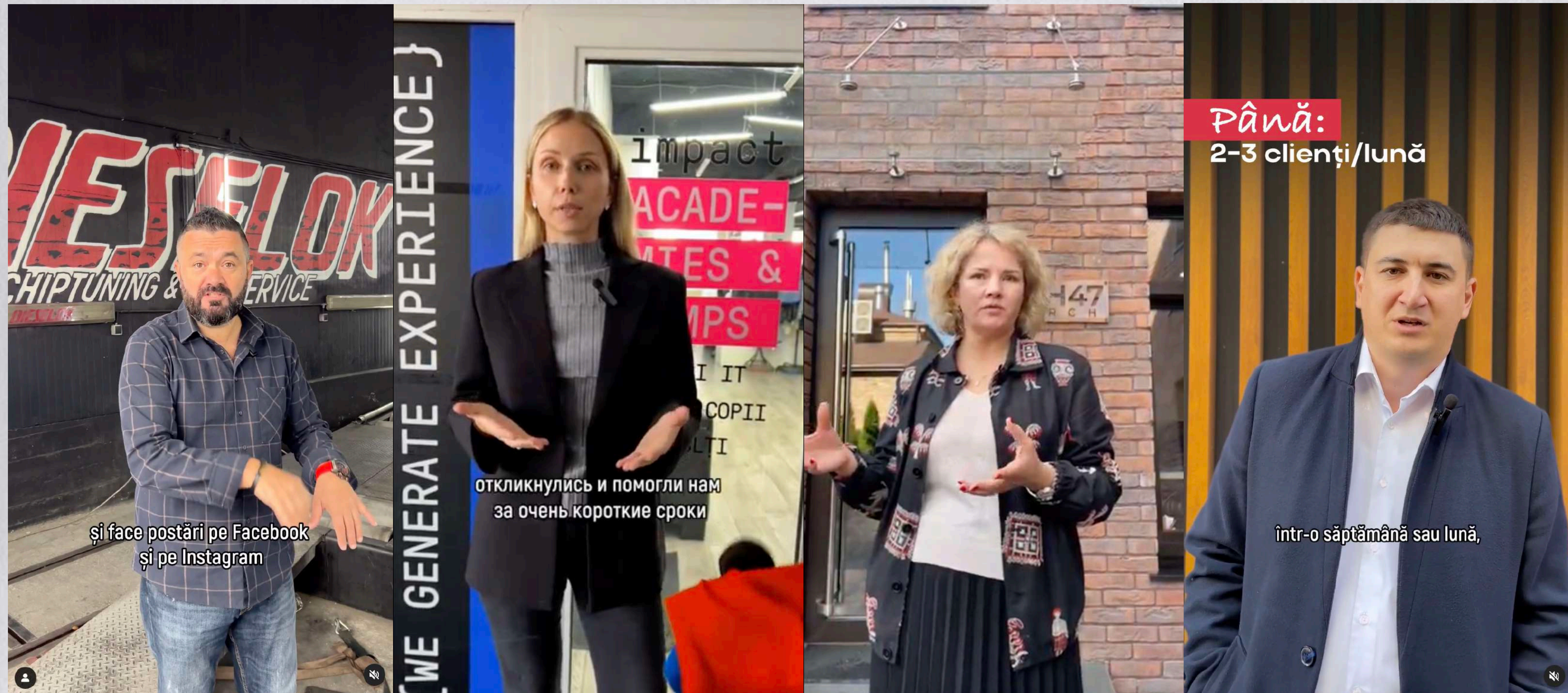
If you have petitions to challenge these waivers, don't miss the Nov. 13 deadline!

Let's stay tuned for the outcome! 🚛🗳️

Source: trucknews.com.

Referințe și Recomandări de la instituțiile anterioare

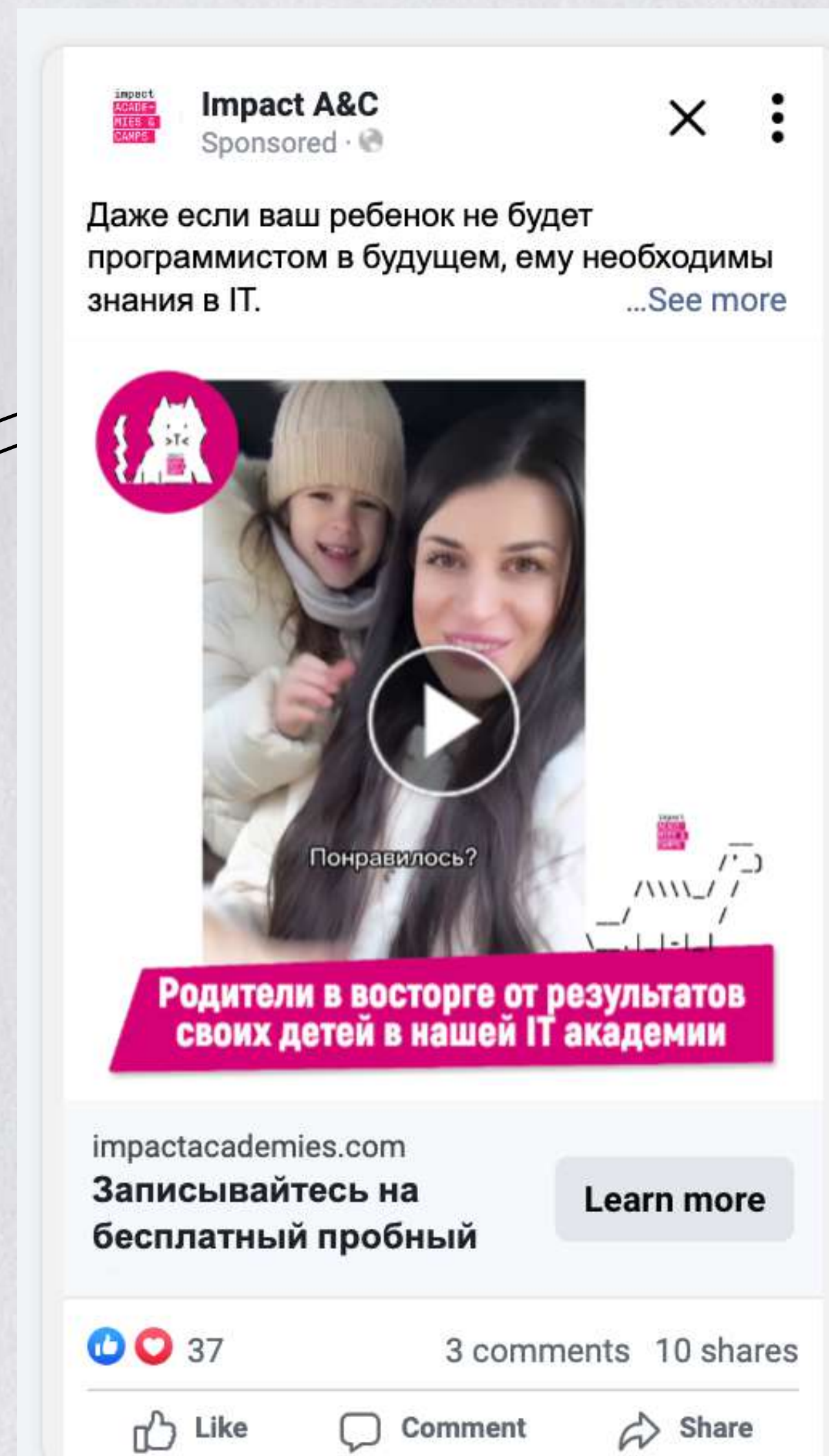
https://drive.google.com/drive/folders/1TJ6Fxu6dMliezpruIB37DCQKsfRjeYYj?usp=share_link



Colaborarea cu Influenceri. impact A&C

Campania "Mulțumesc pentru viitor"

În cadrul acestei campanii, am colaborat cu influenceri pentru a mediatiza beneficiile cursurilor IT pentru copii și pentru a stimula vânzările prin atragerea de lead-uri calitative din mediul online.



Impact A&C
Sponsored

Даже если ваш ребенок не будет программистом в будущем, ему необходимы знания в IT. [...See more](#)

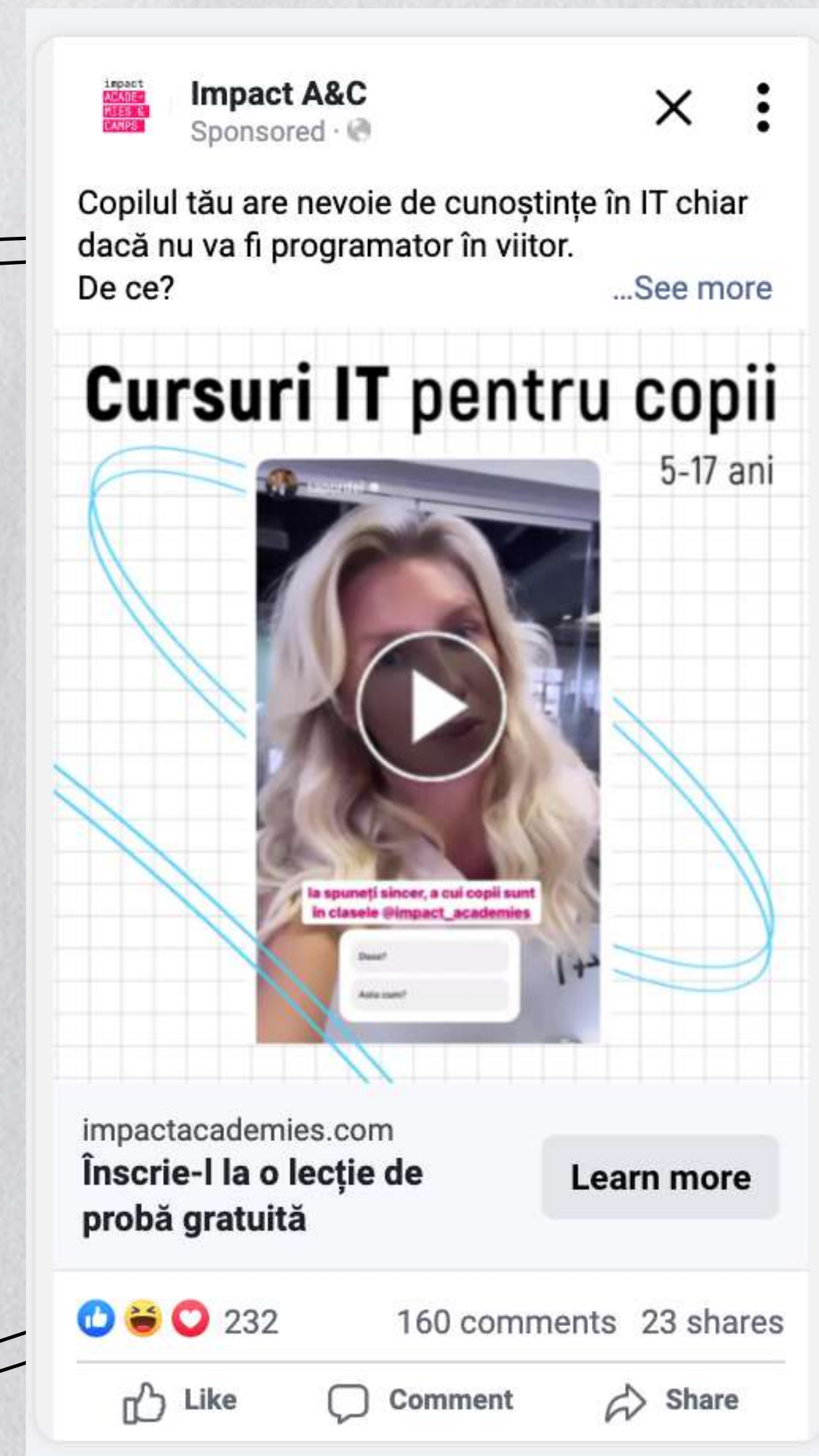
Понравилось?

Родители в восторге от результатов своих детей в нашей IT академии

impactacademies.com
Записывайтесь на бесплатный пробный [Learn more](#)

37 likes 3 comments 10 shares

Like Comment Share



Impact A&C
Sponsored

Copilul tău are nevoie de cunoștințe în IT chiar dacă nu va fi programator în viitor. De ce? [...See more](#)

Cursuri IT pentru copii
5-17 ani

la spuneți sincer, a cui copii sunt în clasele @impact_academies

impactacademies.com
Înscrie-l la o lecție de probă gratuită [Learn more](#)

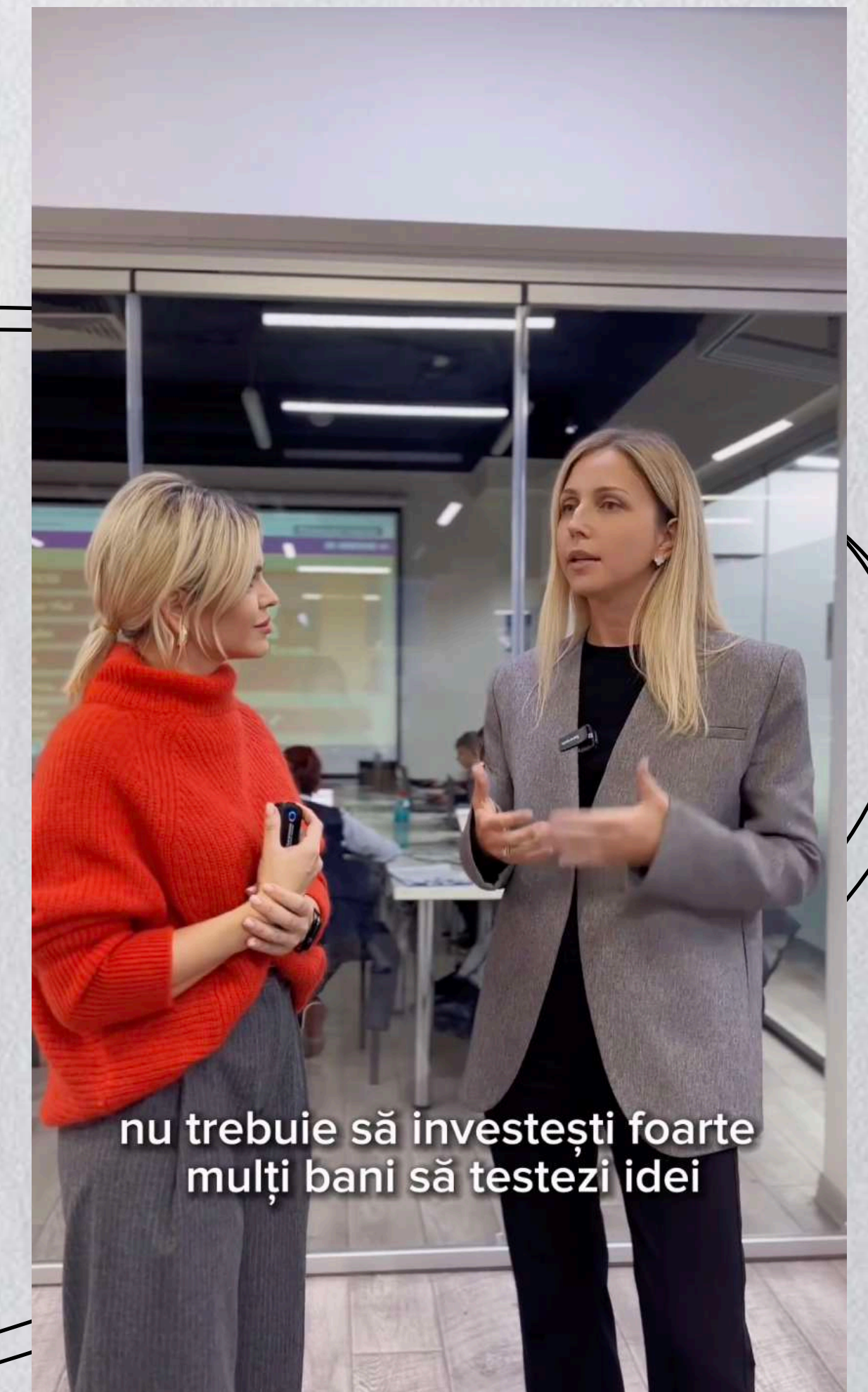
232 likes 160 comments 23 shares

Like Comment Share

Colaborarea cu Influenceri. impact A&C

Brand Awareness

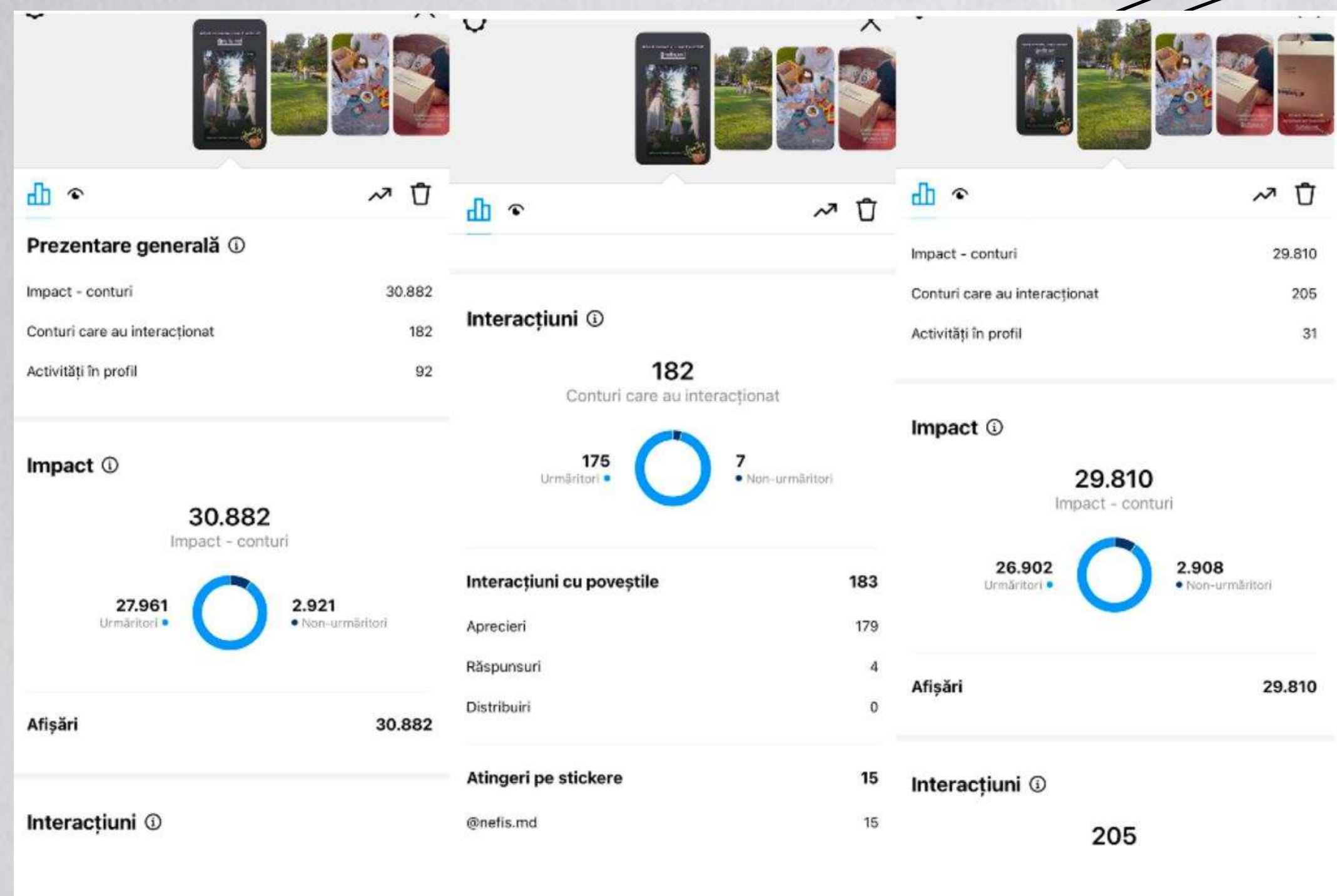
Colaborarea cu influencerii locali pentru susținerea imaginii brandului pe rețelele de socializare, cu scopul de a ridica vizibilitatea și încrederea față de academia pentru copii impact A&C.



Case. Colaborarea cu Influenceri. Nefis

Campania "Adună Momente, Crează Amintiri"

Pe parcursul campaniei "Adună Momente, Crează Amintiri" colaborarea cu bloggerii locali a adus un impact semnificativ asupra imaginii brandului Nefis. Peste 200 000 de oameni au fost impactați doar prin intermediul influencerilor.



Case. Colaborarea cu Influenceri. Nefis

Campania de Crăciun

În cadrul campaniei de Crăciun, influencerii locali au promovat cutiile cu dulciuri Nefis, transmitând în continuare mesajul cheie al campaniei anterioare: "Adună Moment, Crează Amintiri" alături de Nefis.

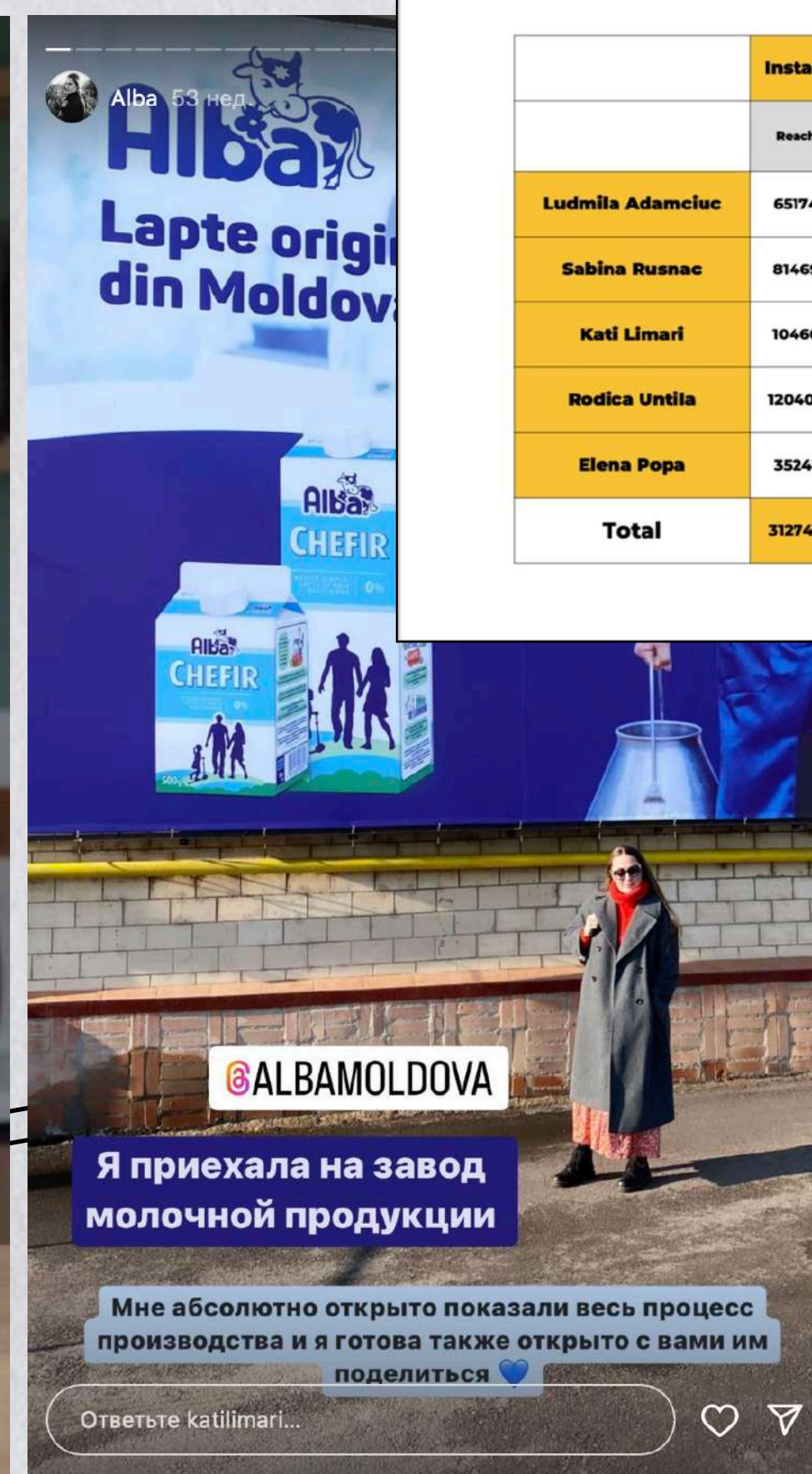


Case. Colaborarea cu Influenceri. Alba

Campania de PR de Crăciun (CSR), care continua comunicarea campaniei publicitare "Moldova are Lapte, Alba are Lapte!"

Colaborarea cu bloggerii a avut drept scop mediatizarea campaniei de colectare a laptelui pentru 3 aziluri de bătrâni.

În urma campaniei au fost colectate 2 tone de lapte.

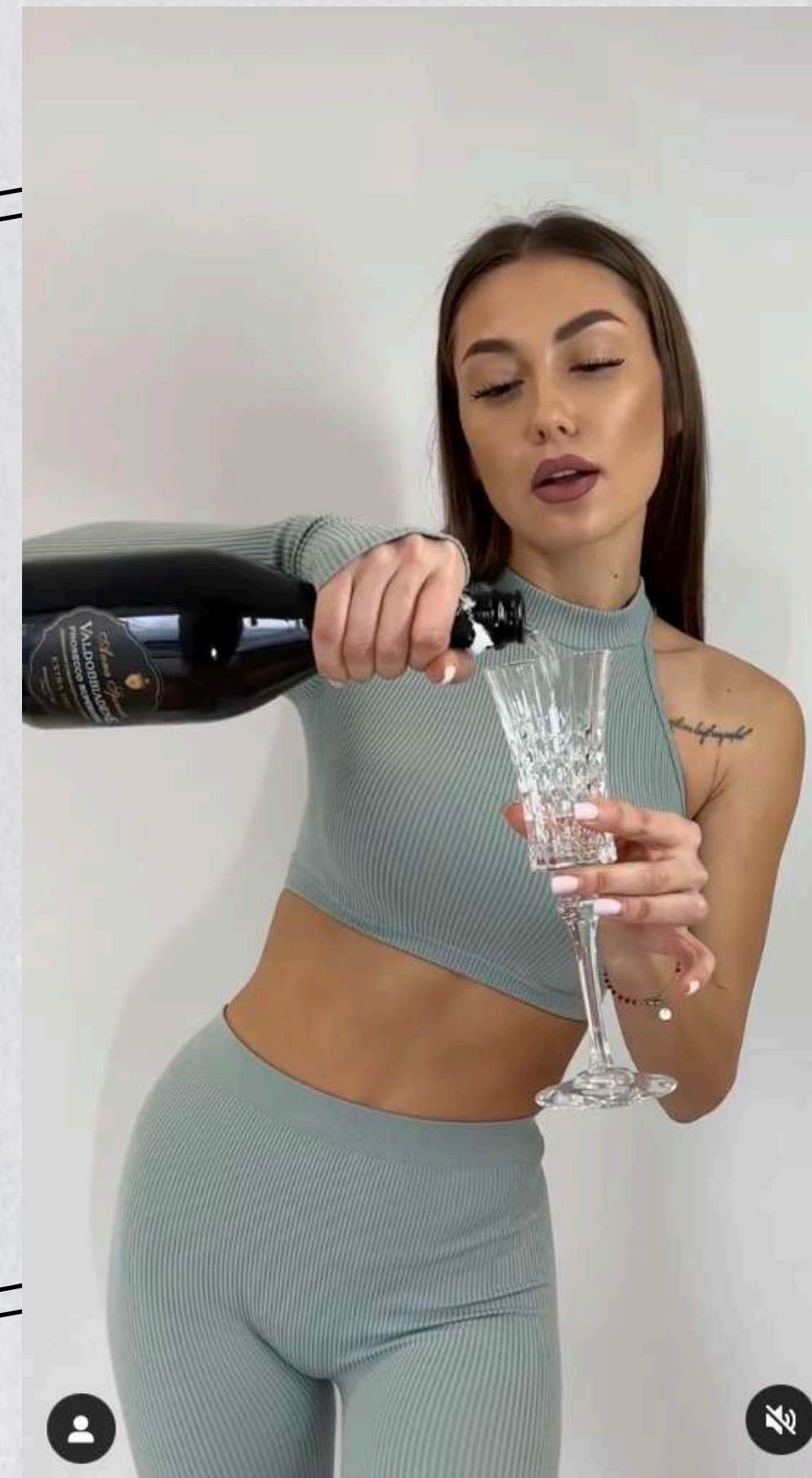


РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БЛОГЕРЫ

	Instagram Story		Reel/Postare		TikTok		Facebook		
	Reach	Engagement	Visualizări	Engagement	Visualizări	Engagement	Reach	Views	Engagement
Ludmila Adamciuc	65174	65	42700	2371	30800	1459			
Sabina Rusnac	81469	59	132043	7323	124200	5806	380966	104000	11697
Kati Limari	10460	223	2064	197					
Rodica Untila	120405	49							
Elena Popa	35241	157	10400	313					
Total	312749	553	275164	10204	216800	11860	380966	145000	11697

Case. Colaborarea cu Influenceri. Biorganic

Colaborarea cu bloggerii vizează menținerea imaginii brandului în mediul online, creșterea credibilității acestuia și, ulterior, stimularea vânzărilor atât online, cât și offline.



Persoana de contact:

Elena Ganciucova
Co-Fondator Meraki Bureau
Tel.: +373 69563740

Cu mare respect față de afacerile care susțin economia țării înainte!

Echipa Meraki
Entuziaști și dedicați

