

Abstract geometric lines in the top left corner, consisting of several thin, light brown lines that intersect to form various polygons and shapes, creating a modern, minimalist design element.

MARKETING ONLINE PENTRU AFACERILE SOCIALE

Doina Iațișin

MARKETING

TRADIȚIONAL

un proces social și managerial prin care indivizi sau grupuri de indivizi obțin ceea ce le este necesar și doresc prin crearea, oferirea și schimbul de produse și servicii o anumită valoare Philip Kotler

ANTREPRENORIAL

un set de practici neconvenționale care pot ajuta întreprinderile noi și firmele mai tinere să apară și să aibă un avantaj pe piețele competitive.

MIX DE MARKETING

Setul de instrumente utilizate pentru a atinge obiectivele de marketing.

GUERILLA MARKETING

Abordări creative de marketing care urmăresc să obțină o expunere maximă prin mijloace neconvenționale.

RELATIONSHIP MARKETING

Se concentrează pe crearea unei legături puternice între brand și client.

EXPEDITIONARY MARKETING

Implică crearea de piețe și dezvoltarea de produse inovatoare. Companiile acționează mai degrabă ca lideri decât ca adepți.

REAL-TIME MARKETING

Încercări de a transforma datele de vânzare disponibile imediat (adesea colectate de pe rețelele de socializare, site-uri web, sisteme de la punctul de vânzare și altele asemenea) în strategii acționabile și în timp util care vizează peisajul în schimbare al gusturilor și tendințelor consumatorilor.

TIPOLOGIA

VIRAL MARKETING

Plasează mesaje de marketing pe Internet, astfel încât să poată fi partajate și extinse de către clienți.

WORD-OF-MOUTH MARKETING

Apare atunci când un client mulțumit le spune altora despre experiența lor pozitivă cu un bun sau un serviciu.

ONE-TO-ONE MARKETING

Clienții sunt abordați ca persoane fizice. Toate eforturile de marketing sunt personalizate.

MARKETING ONLINE

Utilizează puterea instrumentelor de internet, cum ar fi e-mailul și rețelele sociale, pentru a sprijini eforturile de marketing

TIPOLOGIA



MARKETING ONLINE

Marketingul online este un set de instrumente și metodologii utilizate pentru promovarea produselor și serviciilor prin internet.



AVANTAJE

COSTURI MICI

Publicul larg este accesibil la o fracțiune din bugetele tradiționale publicitare, permițând companiilor să creeze reclame atractive pentru consumatori.

FLEXIBILITATE ȘI COMODITATE

Consumatorii pot cerceta și cumpăra produse și servicii în timp liber.

ANALITICĂ

Rezultatele statistice eficiente sunt facilitate fără costuri suplimentare.

AVANTAJE

OPTIUNI MULTIPLE

Instrumentele de publicitate includ publicitate cu plată pe clic, marketing prin e-mail, anunțuri și bannere interstițiale, publicitate în rețelele sociale și integrarea căutării locale

TARGETARE DEMOGRAFICĂ

Consumatorii pot fi vizați demografic mult mai eficient într-un proces online, decât într-un proces offline.



RISCURI

LIPSA UNEI STRATEGII CLARE

Un plan de marketing digital este la fel de esențial ca orice alte comunicări strategice generate de o companie.

RISCURILE DE EXPUNERE ȘI DE DIFAMARE

Riscul de a avea un cont de bază pentru rețelele sociale include șansele de ridiculare publică. O singură greșeală poate afecta reputația organizației.

RISCURI ÎN UTILIZAREA SERVICIILOR

Marketingul prin canale online include utilizarea motoarelor de căutare și absența utilizării acestora duce la ieșirea de informații vechi, învechite. Dar utilizarea acestor servicii într-un mod incorect poate deschide firma la riscuri multiple.



RISCURI

LIPSĂ DE CERCETARE A PUBLICULUI ȚINTĂ

Pericolul în marketingul online este lipsa de cercetare în special în ceea ce privește analiza publicului.

OMNI-CHANNEL MARKETING

Dependența de un singur canal de comunicare este riscantă.

ÎNCĂLCAREA MĂRCII COMERCIALE

Cu atât de mult accent pe branding, fiecare marcă dorește să-și protejeze ideile și orice concepte care sunt sau ar putea fi un atu al său.

STUDIU DE CAZ

Analiza strategică

Analiza afacerii



ANALIZA STRATEGICĂ

ANALIZA MEDIULUI DE AFACEI

presupune evaluarea factorilor direcți, indirecti și macroeconomici care influențează afacerea în prezent și în perspectivă

EVALUAREA INTERNA

este un diagnostic al afaceri care presupune cercetări mai ample decât analizele obișnuite ale conducerii.

ANALIZA CONCURENȚEI

definește competitorii, evaluând ce fac aceștia, bun sau rău, și care sunt tendințele lor de viitor, si identificarea amenintarilor pentru intreprindere.

ANALIZA SWOT

asamblează toate elementele evaluate subliniind punctele forte și slabe ale firmei, rezultate din evaluarea internă și oportunitățile și amenințările rezultate din analiza mediului de afaceri

ANALIZA SWOT

Puncte tari

reprezintă resurse sau capacități interne care oferă
posibilitatea îmbunătățirii competitivității
întreprinderii/organizației.

Puncte slabe

deficiențe din întreprindere care o pot face
vulnerabilă la o mișcare strategică a concurenților;
aceste deficiențe determină o poziție de
inferioritate față de concurenți.

Oportunități

evoluția mediului extern în raport cu întreprinderea
pune în valoare un atu de care întreprinderea
beneficiază și care oferă posibilități semnificative
de îmbunătățire a competitivității față de
concurenți.

Riscuri

reprezintă orice situație defavorabilă din mediul
extern care poate produce prejudicii pentru
strategia organizației (scăderea vânzărilor sau a
profitului).

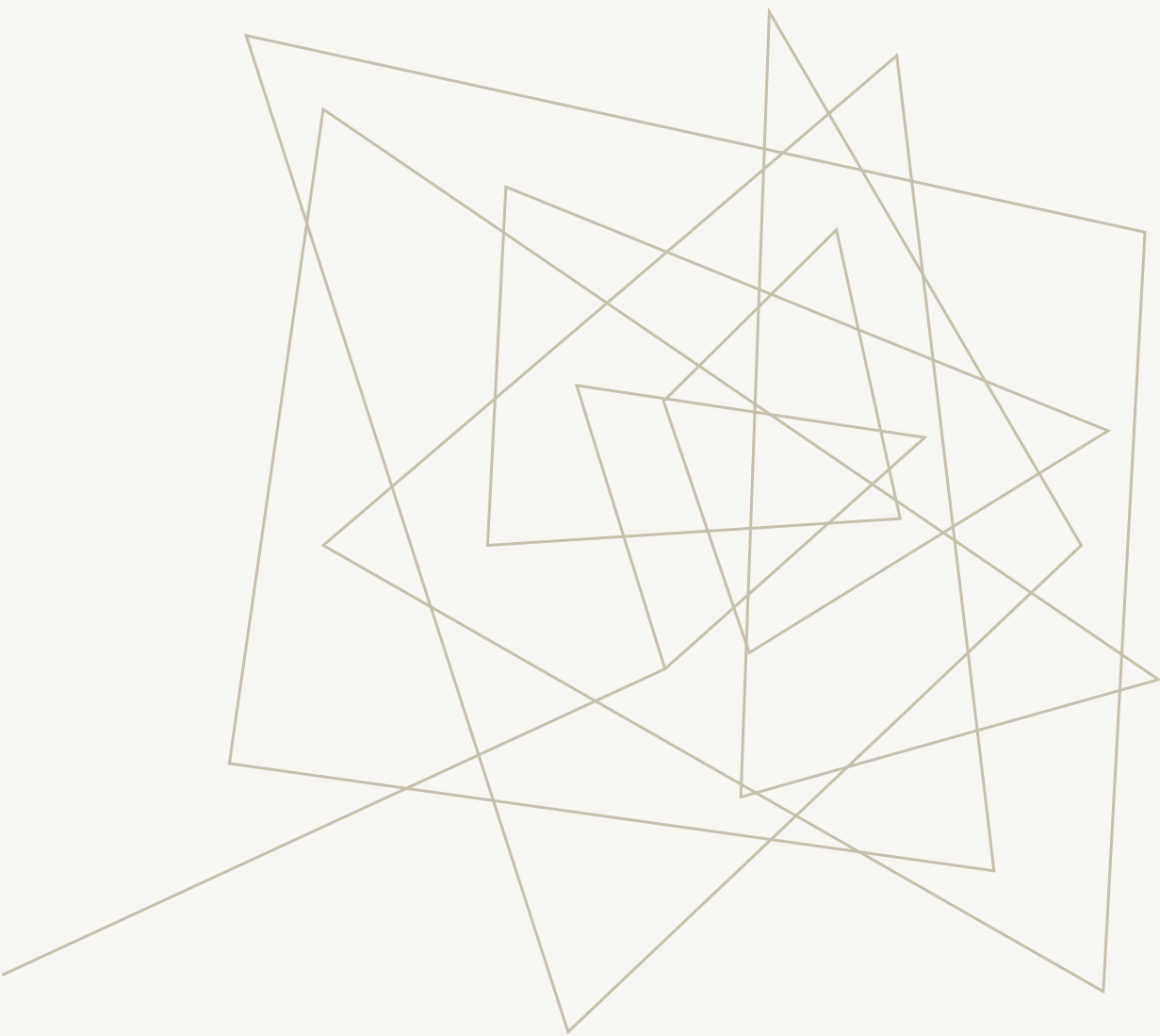


VIZIBILITATEA ÎN MEDIUL ONLINE

PAGINI WEB

BLOGURI

MAGAZIN ONLINE



INSTRUMENTE DE MARKETING ONLINE

MARKETING ONLINE

SEARCH ENGINE

Optimizarea motoarelor de căutare (SEO) și marketingul pentru motoarele de căutare (SEM)

EMAIL

Expedierea lor informative și ofertelor personalizate de produse sau servicii specifice nevoilor clientului

SOCIAL MEDIA

Platformele de socializare precum Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram și Pinterest sunt toate oportunități de marketing online.

BLOGGING

O modalitate de a conversa cu clienții dvs. și de a-i ține la curent cu produsele sau serviciile dvs. Un blog poate fi folosit pentru a oferi sfaturi și a obține feedback util.

MARKETING ONLINE

CONTENT MARKETING

Se concentrează pe comunicarea cu clienții, mai degrabă decât pe vânzare, oferind conținut care educă, amuză sau oferă în alt mod valoare clienților

INFLUENCER MARKETING

Influencerii (persoane cu un număr mare de urmăritori) sunt plătiți pentru a promova produse sau servicii.

AFFILIATE MARKETING

Oferirea unui comision prin promovarea sau publicitatea produselor sau serviciilor dvs.

REPUTATION MARKETING

dezvoltarea unui brand distinctiv, încurajarea clienților să posteze recenzii și răspunsul rapid la preocupările sau reclamațiile clienților pe rețelele de socializare și pe platformele de revizuire.

Abstract geometric lines in the top left corner, consisting of several overlapping, irregular polygons and lines in a light beige color.

CREAREA CONTINUTULUI

Workshop

VIDEO

Potrivit 54% dintre specialiștii în marketing, video este cel mai valoros format de conținut pentru atingerea obiectivelor sociale.

IMAGINI

Imaginile sunt foarte apropiate, al doilea în clasamentul celui mai valoros format de conținut. Acestea sunt, de asemenea, cel mai frecvent tip de conținut postat pe rețelele sociale.

POSTĂRI BAZATE PE TEXT

Este important ca întreprinderile să acorde prioritate conținutului vizual, dar nu ar trebui să piardă din vedere puterea cuvintelor.

ISTORII

Istoriile nu neapărat vor mări gradul de cunoaștere a mărcii, dar sunt aurul implicării comunității.

TIPURI DE CONȚINUT



EVALUAREA PROMOVĂRII ONLINE

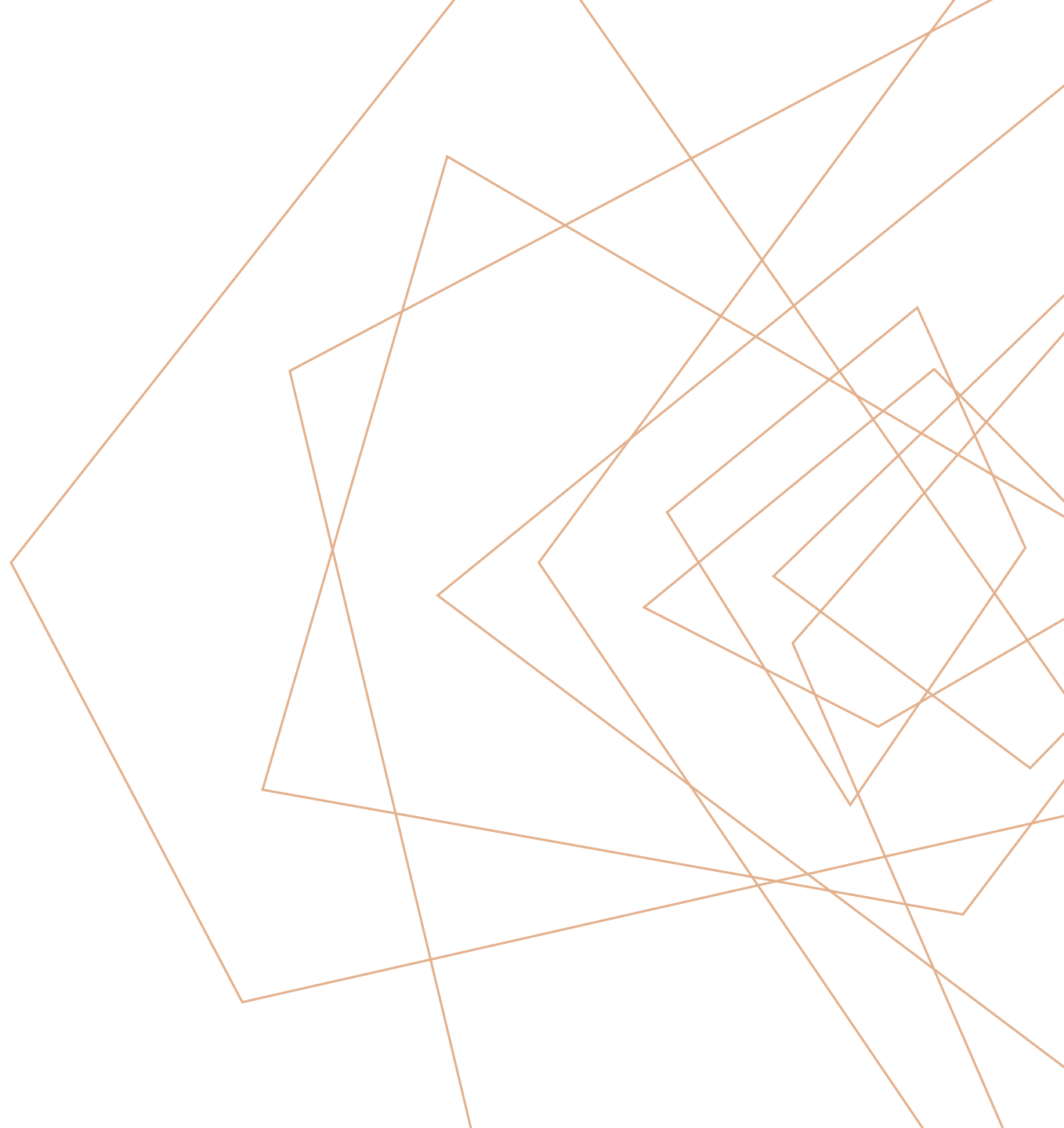
STUDIU DE CAZ

Analiza unui startup și prezența lui în mediul online.

Cum citim statisticile.

Cum analizăm impactul campaniilor organizate.

Concluzii.



An abstract graphic on the left side of the slide, consisting of several overlapping, thin-lined triangles in a light beige color. The triangles are of various sizes and orientations, creating a complex, layered geometric pattern.

COSTURI PENTRU MARKETINGUL ONLINE

CUM CALCULĂM BUGETUL DE MARKETING?

To calculate, enter details in the highlighted boxes.

Your Annual Revenue:	\$5,000,000
Your Business Type:	B2C Service
Percent of Annual Revenue Generated Online:	<15%
How Many Internal Staff Are On Your Marketing Team?	1
View Budget Data As:	Monthly



SUMMARY	LOW Monthly	HIGH Monthly
Total Marketing Budget	\$25,417	\$46,250
Digital Marketing Budget	\$6,891	\$13,783

DETAIL	LOW Monthly	HIGH Monthly
Search Advertising	\$1,206	\$2,412



ÎNTREBĂRI

A series of thin, light brown lines forming an abstract geometric pattern in the top left corner of the slide. The lines intersect to create various triangular and polygonal shapes.

CONTACTE

Doina Iațișin

+373 60 596 777

doina.iatisin@gmail.com