

# Marketing digital



- TIPOLOGIA MARKETINGULUI ANTREPRENORIAL;  
DEZVOLTAREA MARKETINGULUI ANTREPRENORIAL  
PENTRU COMPANIILE CE ACTIVEAZĂ PE PIAȚĂ  
INTERNAȚIONALĂ;
- STUDIUL ȘI ANALIZA PIEȚEI PENTRU DEZVOLTAREA ȘI  
CREȘTEREA AFACERII; D
- MARKETING ONLINE, AVANTAJELE ȘI RISCURILE  
ACESTUIA;
- ELEMENTELE CHEIE PRIVIND VIZIBILITATEA PRIN PAGINI  
WEB, BLOGURI ȘI MAGAZINE ONLINE;
- INSTRUMENTELE DE MARKETING ONLINE.;
- EVALUAREA PROMOVĂRII ON-LINE, STATISTICI,  
REZULTATE;
- CREAREA CONȚINUTULUI PER COMPANIE ȘI PRODUS;
- DETERMINAREA COSTURILOR DE PROMOVARE ȘI  
VÂNZAREA ON-LINE (E-COMERȚ).

**AUDITUL INTERN**

**RAPOARTELE**

**TEHNICA -AIDA-**

**STRATEGIA  
DE PIAȚĂ**

**SISTEM CRM**

**AVATARUL CLIENTULUI**

**SMART**

**PLAN**

**JOB'S TO BE DONE**

**STRATEGIA  
DE PREȚ**

**ECOSISTEM  
DIGITAL**

**ACIUNI PER CANAL**

**STRATEGIA  
DE PRODUS**

**MISIUNE - VIZIUNE -VALORI**

**BRAND BOOK**

**AUDITUL EXTERN**

**POP and POD**

**ECHIPĂ**

**CANALE**

**ANALIZA CONCURRENTEI**

**PÎLNIA DE MARKETING**

**TONE of VOICE**

**PLAN**

**CONVERTOARE**

**GENERAL DE ACȚIUNI**

**BUGETUL DE  
MARKETING**

**CUSTOMER JOURNEY MAP**

**3**

**nivele a unei strategii de marketing în contextul de activitate a unui departament de marketing.**



## MICRO / START UP

1. Postări organice (Social Media)
2. Boost Post
3. email marketing (bază de date cumpărată)
4. Viber, Whatsap

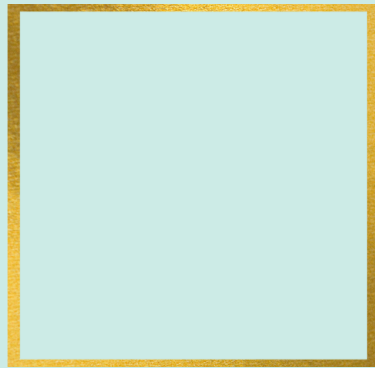
\* de regulă face tot de unul singur

**Buget marketing anual - 1000-3000 euro (200-400/lună)**





- 1. Pentru CINE vom crea/comunica?**
- 2. Ce BRAND construim?**
- 3. Cum acest brand va schimba/influența în bine viața consumatorilor?**



- Vârsta
- Genul
- Locație
- Interese
- Nivel de studii
- Statut social
- Domeniul de activitate
- Venituri
- Statut familial
- Hobby

### **Valori**

**Ce valori promovează și care dintre ele sunt importante?**

**Exemplu: Familia, calitatea, cantitatea, desing, preț, etc.**

### **Obiecții**

**Ce obiecții manifestă utilizatorul la procurarea produsului/serviciului tău?**

**Exemplu: scump, departe, mult, puțin, etc.**

### **Frici**

**Ce frici simte utilizatorul față de afacerea -produsul/serviciul tău?**

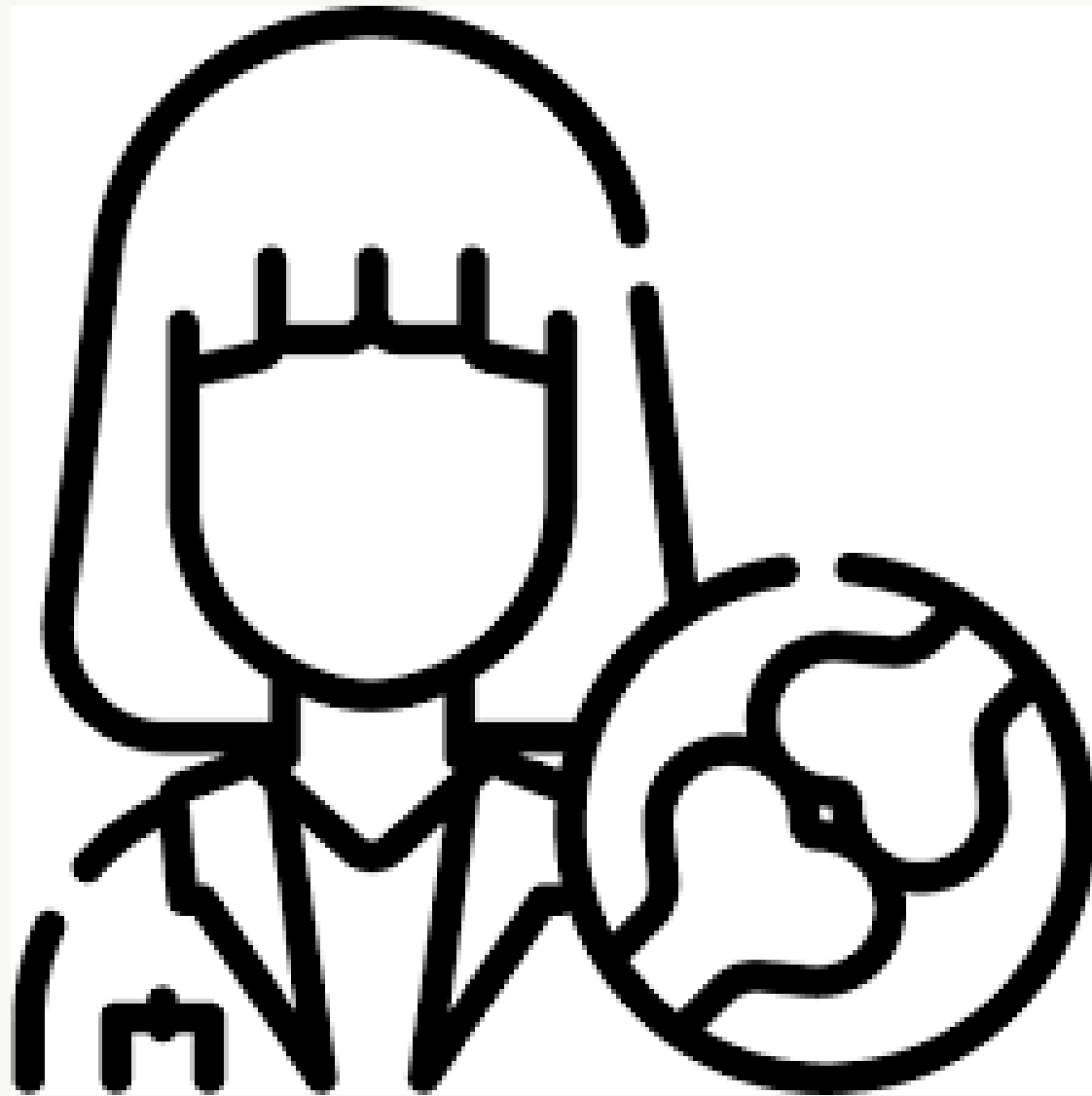
**Exemplu: nu va fi livrat la timp, nu va fi suficient de bun, nu va corespunde mărimea.....**

### **Surse de informare**

**Din ce surse se informează?  
Pe ce platforme stă?**

**Exemplu: FB, Insta, OK, Tik, Tok, TV, Ecrane LED, etc.**

# exemplu



Suntem o clinică de recuperare medicală cu experiență de 10 ani, ce folosește cele mai performante tehnologii, cu aparaturi de ultimă generație, cu specialiști certificați, pentru a trata herniile de disc la cel mai bun raport preț-calitate, de pe piață.

Ne găsiți în Chișinău, str. Neculce..., de la 8.00-17.00, sau pentru prgramari la telefonul 069999....

Vă așteptăm!

**CE AȚI REȚINUT?**



# Audiențele (contul de publicitate)

**1 PERSONALIZATĂ** (AUDIENȚĂ CALDĂ, FORMATĂ DIN PERSOANE CARE ÎȚI CUNOSC DEJA AFACEREA, CLIENȚI EXISTENȚI, FIE CĂ AU INTERACȚIONAT DEJA CU AFACEREA TA PE FB, IN, ETC)

**2 ASEMĂNĂTOARE** (SUNT AUDIENȚE CARE SE ASEAMĂNĂ CU AUDIENȚELE PERSONALIZATE)

**3 SALVATĂ** (LOCAȚIA, VÂRSTA, SEX, LIMBĂ, DATE DEMOGRAFICE, INTERESE ȘI COMPORTAMENTE)

Vânzările se fac pentru  
audiența caldă și fiebinte



Misiunea noastra este ca serviciile noastre integrate de transport agabaritic, proiect cargo, manipulari si relocari industriale sa fie cat mai sigure, corecte si la un inalt nivel de profesionalism.

MISIUNE

Viziunea noastra este de a ramane lideri pe piata transporturilor agabaritice din Romania si Europa de Est, punand in valoare pasiunea, profesionalismul si orientarea catre client.

VIZIUNE

VALORI

Ne asumam valori precum: atitudinea pozitiva, pasiunea si devotamentul, profesionalismul, flexibilitatea si cuvantul dat clientilor nostri.

# ANALIZA SWOT

## PUNCTE TARI

- Ce face startup-ul tau bine
- Calitati ce te diferentiaza de concurentii tai
- Resursele de care dispui: USP, beneficii, oameni bine pregatiti etc.
- Parteneriate si servicii extra pe care nu le au altii

## STRENGTHS

## PUNCTE SLABE

- Ce lipseste startup-ului
- Lucruri pe care concurenta le face mai bine
- Limitari ale firmei date de lipsa anumitor resurse
- Nu stii precis ce vrei sa faci, ce ai in plus, nu stii USP-ul

## WEAKNESSES

## OPORTUNITATI

- Piete potentiale neobservate de concurenti
- Concurenti putini in zona ta de actiune / locatie
- Trenduri care semnalez o nevoie mai mare pentru produsele tale
- Tu ai un nume cunoscut deja in piata, asa ca poti atrage atentia repede prin brandul personal

## OPPORTUNITIES

## AMENINTARI

- Numarul de concurenti este in crestere
- Procese ingreunate de schimbari la nivel legal
- Opinii negative in presa, grupuri sau bloguri
- La testare s-a observat o primire rece din partea clientilor

## THREATS

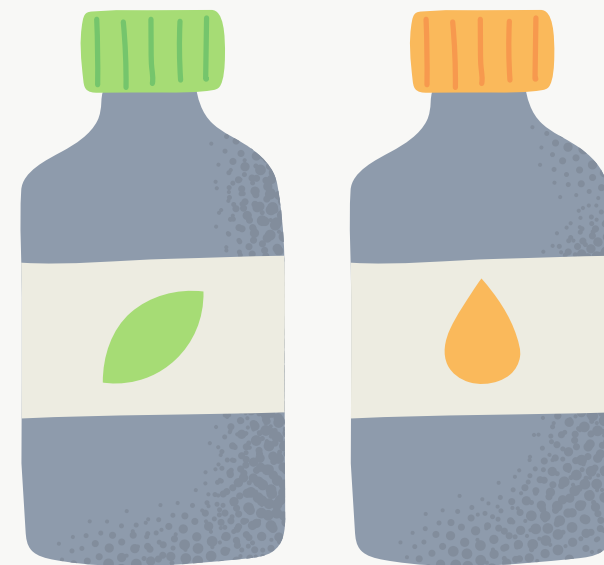


# strategii



1

Strategia de piață



2

Strategia de produs



3

Strategia de preț

Rezultatele  
realității: vedem  
mai bine calea pe  
care o avem de  
parcurs.




# 3. Viteza



**Planifică și acționează instant**



 Visapina Impex SRL este la Restaurant Capitoles Park. 25 iunie · 🌐

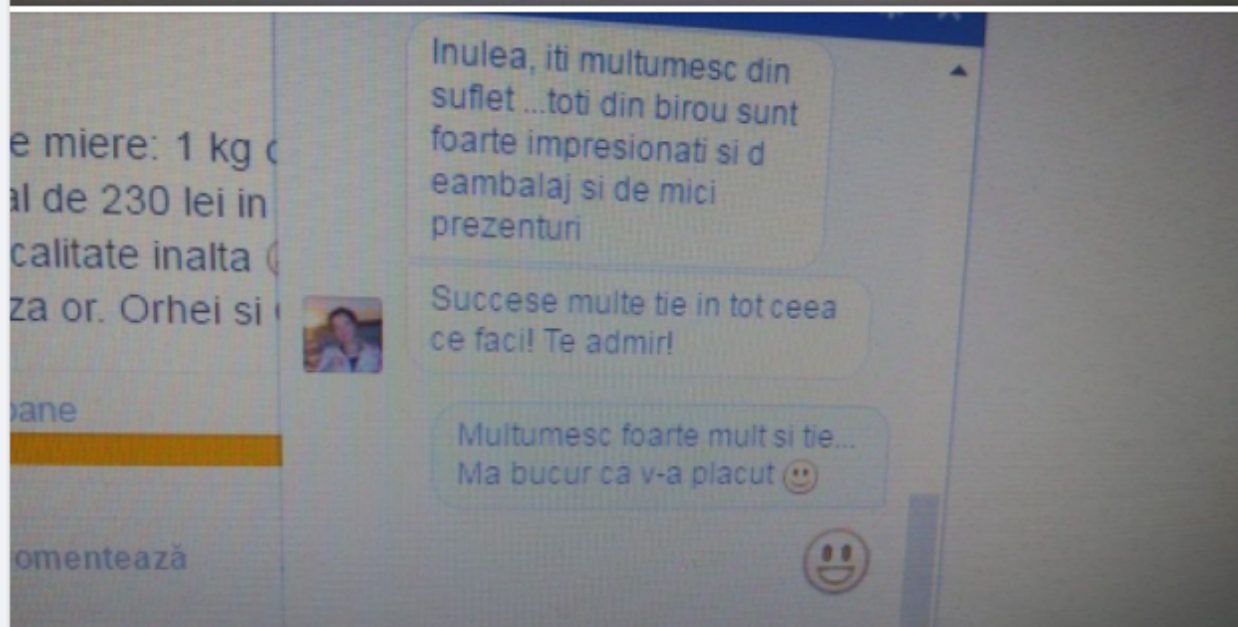
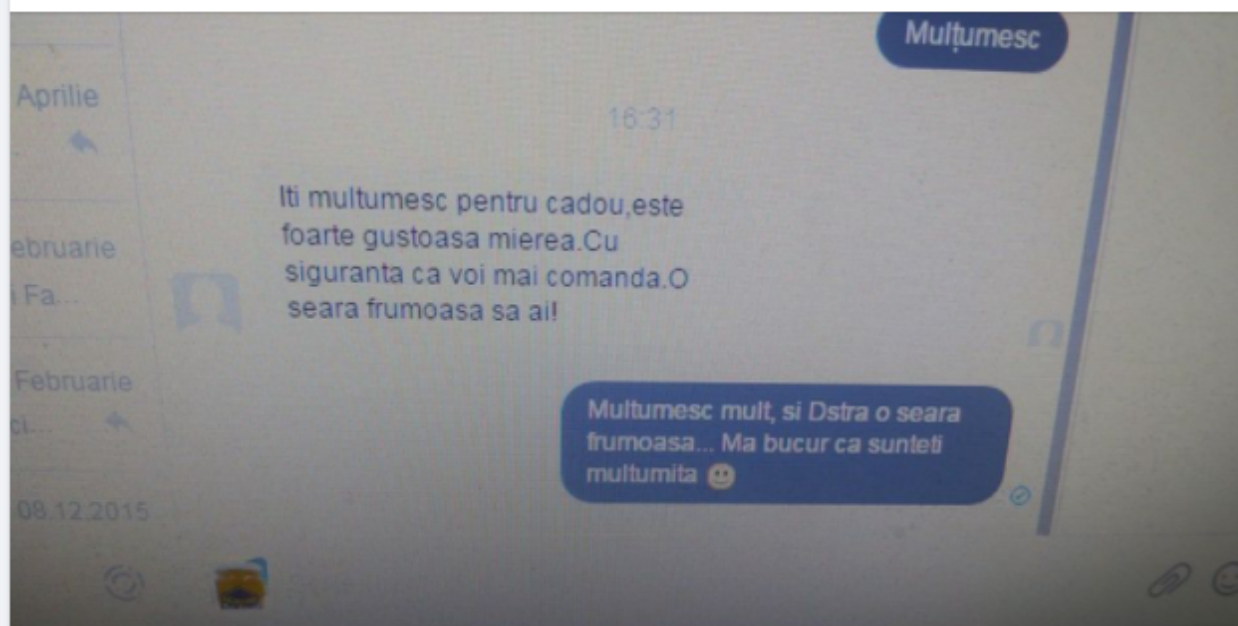
👏 Pentru al 4-lea an consecutiv, compania Visapina Impex SRL este laureată a Premiului Zeița Calității, oferit de Camera de Comerț și Industrie, în cadrul Galei Business-ului Moldovenesc.


🏆 Ne mândrim mult cu acest premiu, care denotă, încă o dată, calitatea produselor noastre!



 visapina impex srl 5 mai 2016 · 🌐

1005 like-uri si 69 mii de vizualizări ale postărilor... Uraaaaa! O adevărată reușită pentru Visapina! Mulțumim, dragi prieteni... Iar aprecierile voastre sunt cel mai frumos dar!



 EduJoc - Jucarii educative a fost în direct. 20 iulie la 11:45 · 🌐

Vizita la fabrica de jucării!





# informativ

TENDINȚELE DOMENIULUI/CEVA NOU/DATE STATISTICE

ANUNȚURI DE ANGAJARE

COMENTARIILE LA O SITUAȚIE TANGENȚIALĂ  
DOMENIULUI DE ACTIVITATE

CIFRE DIN INTERIORUL COMPANIEI

INFOGRAFICE



# agreement

ISTORII DE SUCCES

MEM-URI

INFO-TRIGGERE (DECLANȘATOR AL PSIHOLOGIEI UMANE)

FELICITĂRI DIN PARTEA COMPANIEI

POZE ATMOSFERICE

REBUSURI





Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului  
Întreprinderilor Mici și Mijlocii

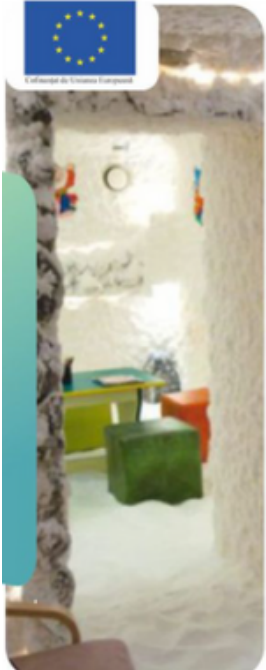
24 iulie la 09:00 · 🌐

📖 Și în acest weekend, vă delectam cu o nouă **istorie de succes**.

✅ **Irina Bordian din orașul Rezina a deschis o salină**, unică de acest fel din țară. Totul a pornit după ce a observat că terapia cu sare este la mare căutare de către moldovenii care apelau la serviciile agenției de turism conduse de soțul Irinei.

📌 **Inițierea afacerii a fost posibilă datorită finanțării europene din cadrul Programului „Femei în Afaceri”**.

➡️ Mai multe detalii, vedeți aici: <https://bit...> Vezi mai mult



**Irina Bordian**  
orașul Rezina  
beneficiară a programului  
„Femei în Afaceri”



RIKIPAL  
2 mai · 🌐

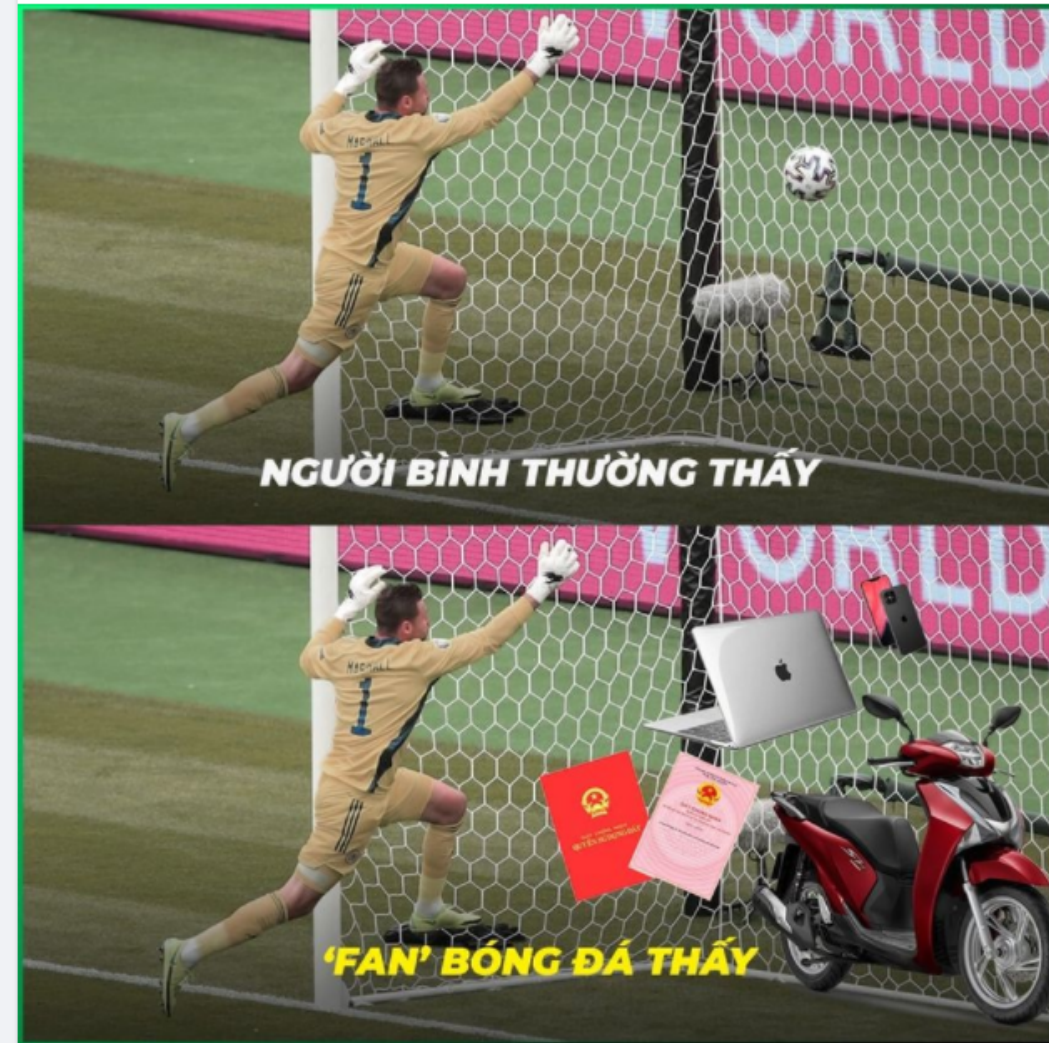
Hristos a Înviat!

Dragii noștri clienți și parteneri, să aveți parte de sărbători luminoase alături de cei dragi. Să prețuim aceste momente la nesfârșit și să avem încrederea că putem fi mai buni, în toate. Cu drag, echipa Rikipal!



Color  
14 iunie · 🌐

concainit 🙄🙄🙄



👍🙄🙄 12 K

375 comentarii 335 distribuiri



# user experience

EXPERIENȚĂ DIRECTĂ A CLIENTULUI CU  
PRODUSUL/SERVICIULUI

TEST-DRIVE-URI

POSTĂRI ALE UTILIZATORILOR

ARTICOLE DESPRE EXPERIENȚE DE UTILIZARE

TESTIMONIALE

RUBRICI: ÎNTREBĂRILE FANILOR

SFATURI ȘI TRUCURI





# Formate posibile

**TEXT**

**STATUS**

**ARTICOL**

**NOTIȚA**

**REVENIMENT**

**ROȘU – POSTĂRI CU SCOP DE  
VÂNZARE;**

**ORANJ – POSTĂRI DISTRACTIVE;**

**VIOLET – POSTĂRI CARE  
STIMULEAZĂ ENGAGEMENT-UL**

**ALBASTRU – POSTĂRI PRIVIND  
AUTORITATEA BRANDULUI;**

**ROZ – POSTĂRI EDUCAȚIONALE;**

**MARO – ȘTIRI**

**GALBEN – POSTĂRI VIRALE.**

Luni	Marți	Miercuri	Joi	Vineri	Sâmbătă	Duminică
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



**\* ATENȚIE!**

**RAPORTUL OPTIM DINTRE NUMĂRUL DE POSTĂRI COMERCIALE**

**ȘI TOATE CELELALTE ESTE DE 1: 5.**

# Ce trebuie de făcut pas cu pas?

1

Analiza digitală a concurenților

2

Strategia pe canal

3

Eco sistem

# Ce trebuie de făcut pas cu pas?

4

Mood board per canal

5

Planul de content

6

Media planul