

Marketing și vînzări

(marketing on-line)

Olga Colesnicova
Business trainer
OKTRAININGS SRL


trainings.com
Ольга Колесникова

ODIMM
ORGANIZAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA SECTORULUI
ÎNȚREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII

Centrul de Formare Continuă

Camera de Comerț și Industrie
a Republicii Moldova

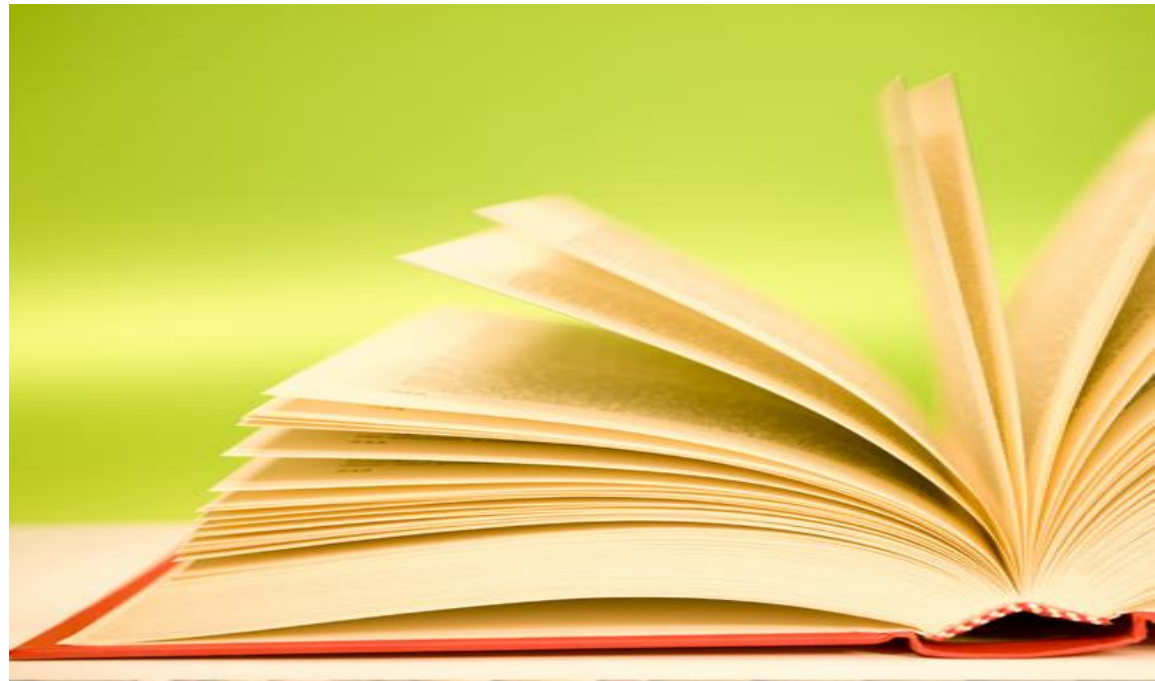

Marketing



Etapele procesului luării deciziei de cumpărare:

- ① identificarea nevoii
- ② căutarea informațiilor și prelucrarea lor
- ③ evaluarea alternativelor
- ④ decizia de cumpărare
- ⑤ comportamentul post-cumpărare

Marketing - știința și arta de a
convinge clienții să cumpere



Este o activitate menită să satisfacă
nevoile și dorințele prin procese de
schimbare.

oferta



=

cererea



*REZULTAT AL
PROCESULUI DE
MARKETING =*

~~SATISFACERE + PROFIT~~

Conceptele de baza ale MK

- analiză de marketing;
- dezvoltarea unui nou produs;
- administrarea ciclului de viață al unui produs;
- stabilirea prețului.



The Retail Mix



Funcțiile marketingului

1. Investigarea pieței, a nevoilor de consum
2. Adaptarea continuă a firmei la mediul de piață
3. Satisfacerea nevoilor de consum
4. Maximizarea profitului



SUCCESS




Orientarea spre clienti înseamnă identificarea și analiza continuă și cuprinzătoare a așteptărilor clienților, transpunerea acestora în realizarea produselor și serviciilor, în modul de desfășurare a interacțiunii cu clienții, cu scopul dezvoltării și menținerii unor relații pe termen lung și economic avantajoase cu clienții.

Se considera ca o întreprindere are o buna orientare spre clienti daca:

- prezinta calitate ridicata produselor/serviciilor;
- aplica un management activ al reclamatiilor, o reactie rapida la cererile deosebite ale clientilor;
- aplica o motivare puternica salariatilor;

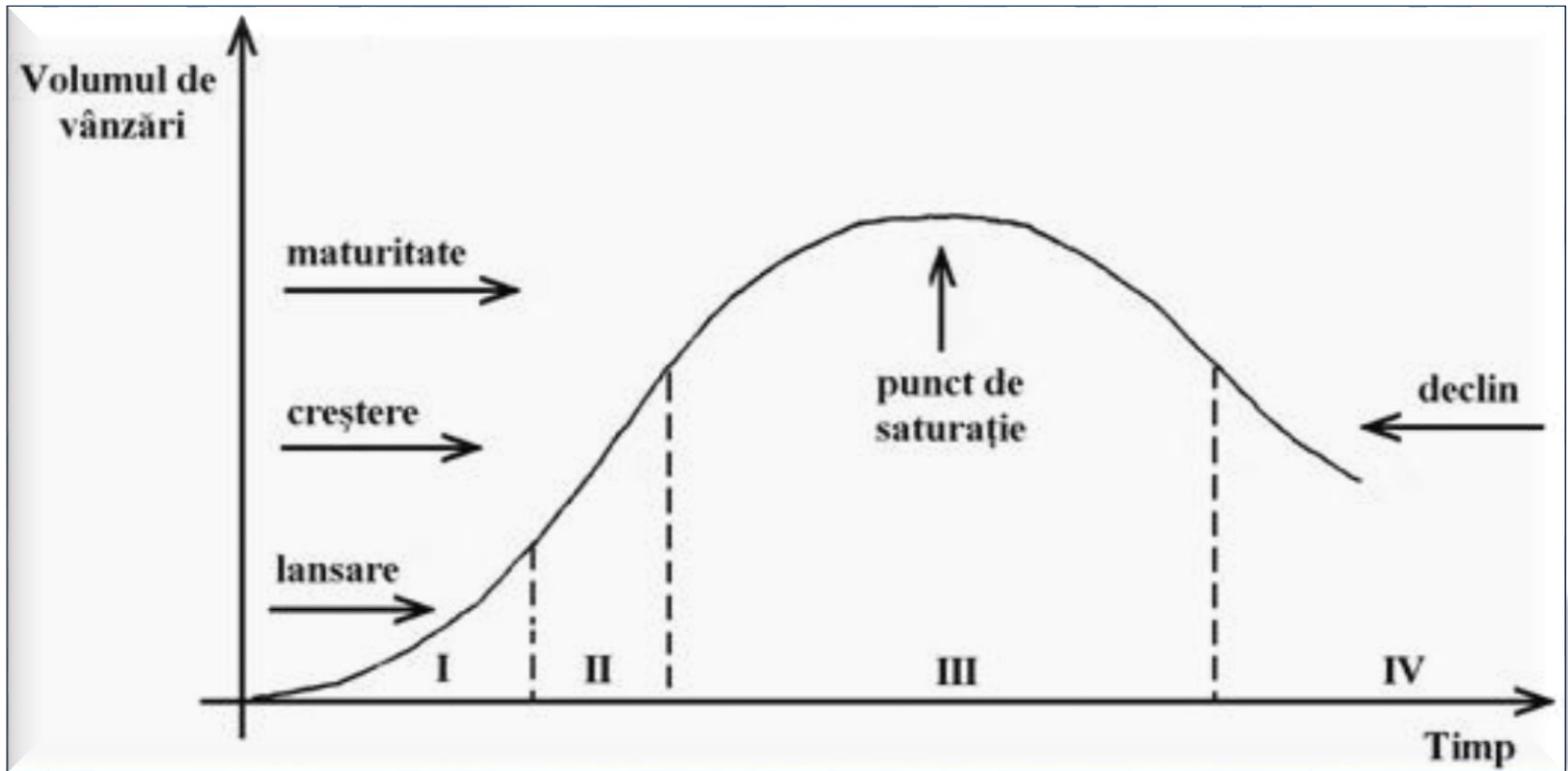
Cinci pași pentru identificarea clienților ideali

1. Alcătuieste un top cu primii 10 clienți actuali - cei mai valoroși pentru afacerea ta (posibile criterii: cei mai profitabili, ușor de servit, ușor de obținut, cei mai fideli).
2. Notează caracteristicile acestor clienți (date generale, date demografice, informații comerciale, pasiuni, clișee verbale, comportament, criterii de cumpărare).
3. Scrie principalele provocări și obstacole ale acestor clienți în legătură cu serviciul / produsul tău.
4. Trece în revistă principalele aspirații ale consumatorilor și așteptările lor față de serviciul / produsul profilat.
5. Alcătuieste o listă cu aspirațiile, obiectivele, caracteristicile, temerile, obstacolele, comportamentele și modalitățile de lucru comune clienților tăi de top.



**Un client de vis este un
partener strategic pentru
dezvoltarea companiei
tale!**

Ciclul de viata a produsului



Formarea pretului

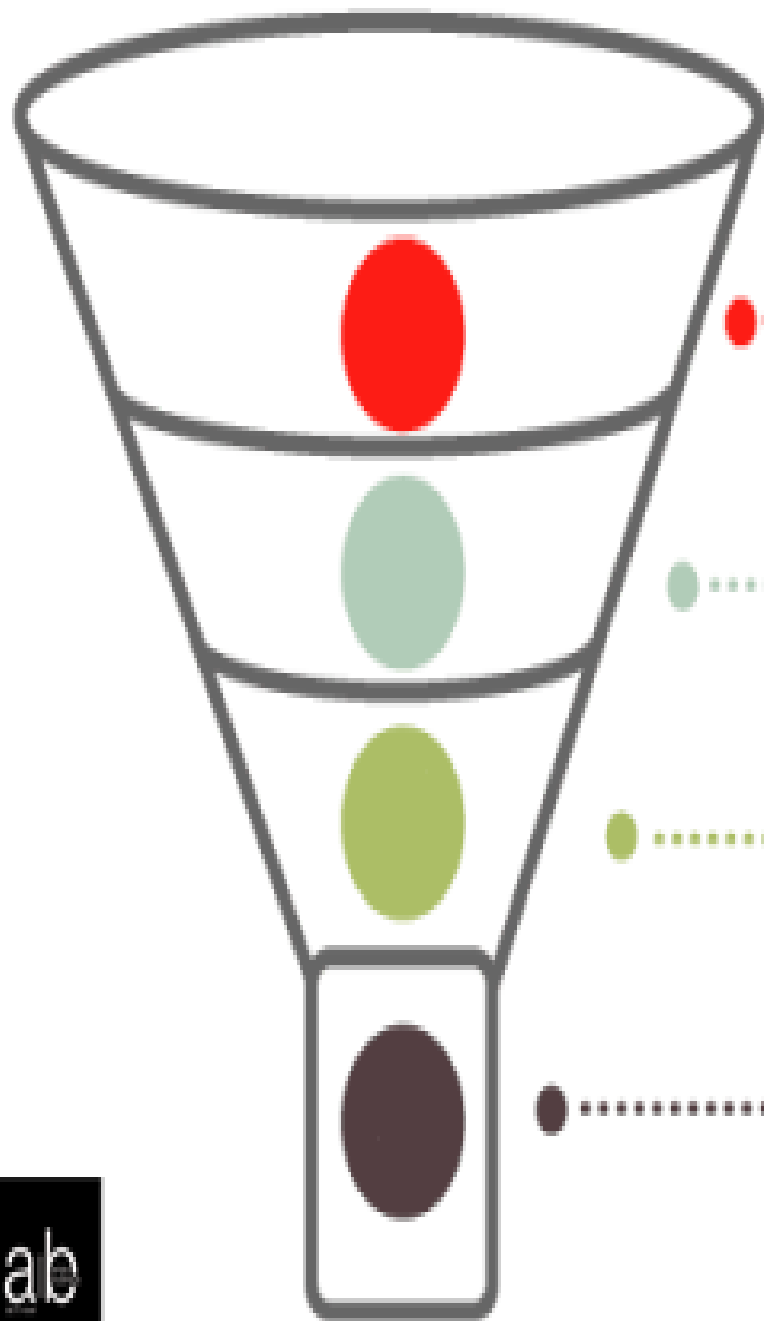
- pe baza costurilor
- pe baza cererii
- pe baza concurenței



Strategii care pot influența nivelul prețurilor

- ✓ *strategia "prețului lider"*
- ✓ *strategia "prețului următor"*
- ✓ *strategia prețurilor reduse*
- ✓ *strategia de "luare a caimacului"*
- ✓ *strategia prețului de penetrare*
- ✓ *strategia prețului psihologic*





Etapa 1: Baza de date cu prospecti

Etapa 2: Intalnire vânzare / Remitere ofertă

Etapa 3: Vânzare / Semnare contract

Etapa 4: Client fidel

Promovarea

Un mesaj clar
destinat grupului-
țintă!



PÂRNGHIILE DE CREȘTERE A UNEI AFACERI

CUM FACEM OAMENII SĂ AUDĂ DE NOI?

CUM LE OFERIM CLIENȚILOR MOMENUL „AHA!”?

CUM FACEM CLIENȚII SĂ SE ÎNTOARCĂ LA NOI?

NOTORIETATE

ATRAGERE

ACTIVARE

CONVERSIE

RETENȚIE

RECOMANDĂRI

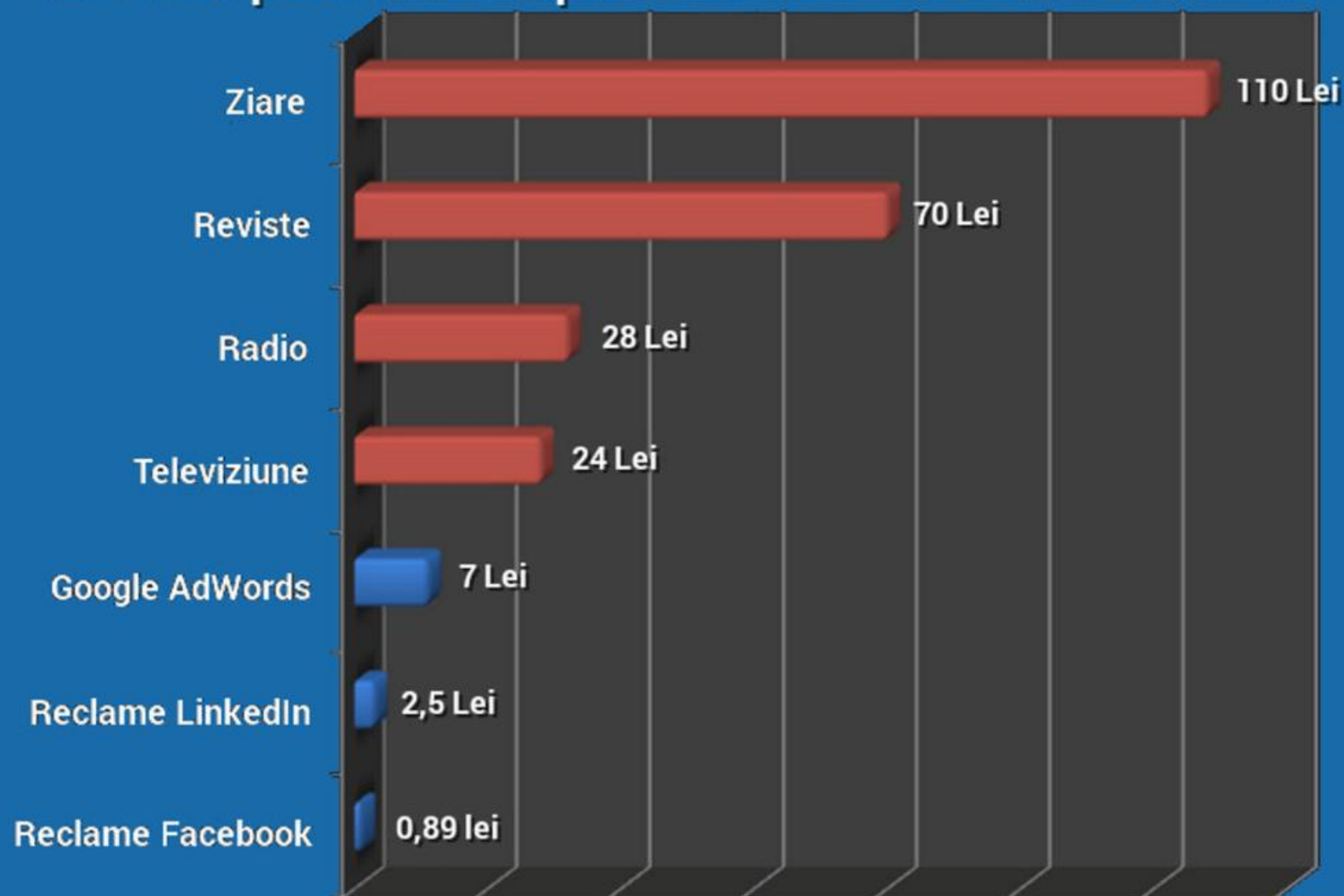
CUM ATRAGEM OAMENII SPRE AFACEREA NOASTRĂ?

CUM TRANSFORMĂM CLIENȚII POTENȚIALI ÎN CLIENȚI ACTUALI?

CUM FACEM CLIENȚII SĂ NE ADUCĂ ALȚI CLIENȚI?



Costul pentru impresia a 1000 de oameni



Etapele procesului de vanzare consultativa

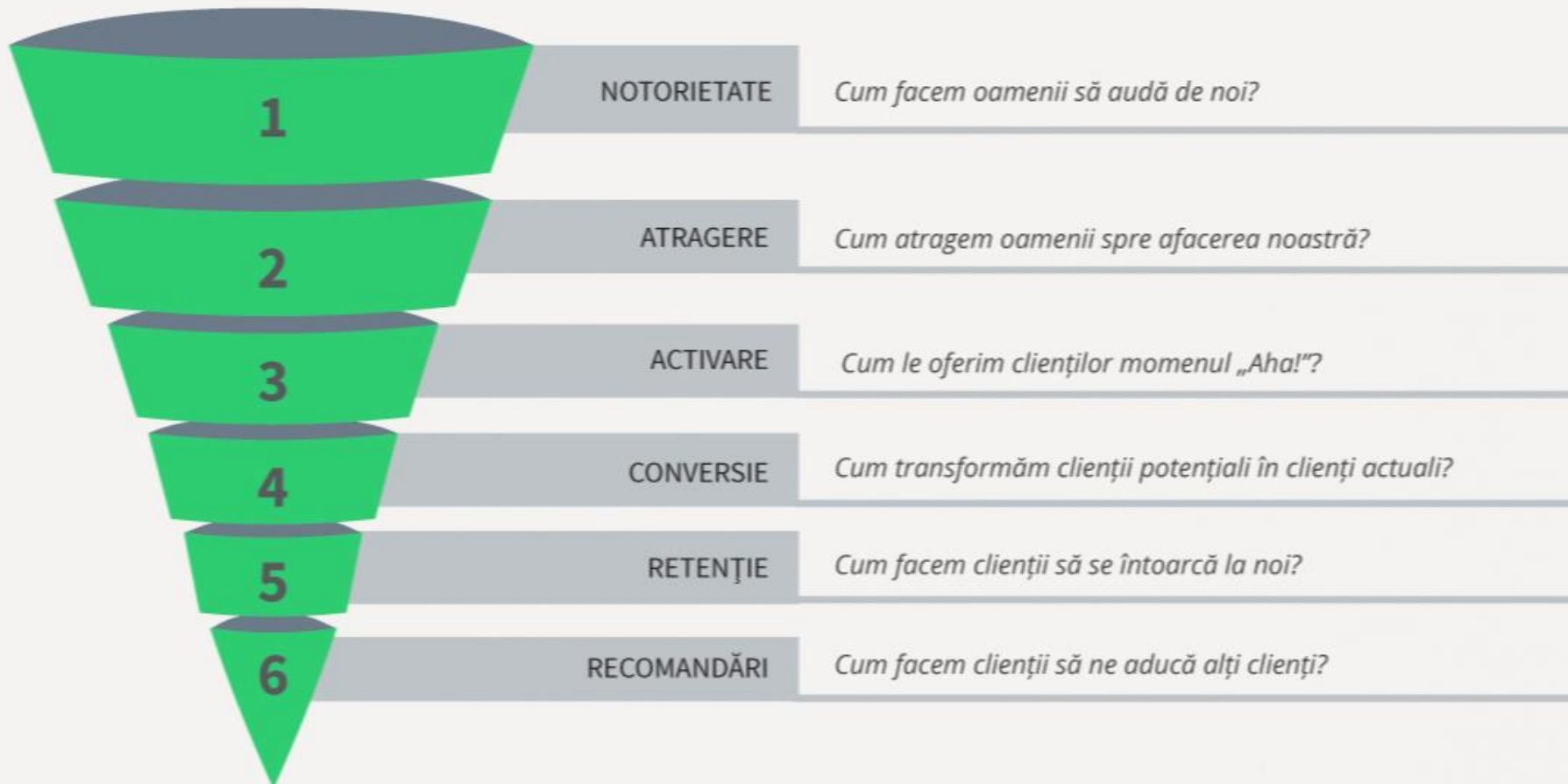


- **Prospectare**
 - Activitatea de cautare a clienti, si de stabilire a potentialului lor de a achizitiona produsele sau serviciile oferite de omul de vanzari.
- **Pregătirea abordării**
 - Strangerea si analiza informatiilor importante despre prospecti, inainte de demararea actului de vanzare propriu-zis.
- **Abordare**
 - Faza initiala de contactare a clientului.
- **Sustinerea prezentarii**
 - Faza de atragere a atentiei, sustinere a interesului si stimulare a nevoii fata de produs
- **Depășirea obiectivelor**
 - Argumente sau ajustari ale ofertei pentru a preintampina sau depasi barierele ridicate de client.
- **Closing (finalizare)**
 - Stadiul la care omul de vanzari cere clientului sa cumpere produsul
- **Follow-up**
 - Investigheaza satisfactia clientului, rezolva eventuale probleme.

Cum putem gestiona vânzărilor?



Pâlnie de vânzare



Cum să-ți promovezi afacerea prin marketing online.



Promovarea prin Google Adwords – (sau PPC) se referă la reclamele care apar deasupra rezultatelor organice când facem o căutare pe Google.





firma social media marketing timisoara



Toate

Imagini

Știri

Hărți

Videoclipuri

Mai multe ▾


Instrumente de căutare

Aproximativ 140.000 (de) rezultate (0,27 secunde)

Firma social media - Consultanță în Marketing Timișoara - smarters.ro

Anunț www.smarters.ro/ ▾

Aducem rezultate, căci altfel!

 BD. EROILOR DE LA TISA nr. 8, TIMISOARA, Timisoara

Articole de studiu pentru firma social media marketing timisoara

Marketing financiar-bancar Ed. a 2-a - Adam - Citat de 5 ori

Social Media Marketing - Smarters

smarters.ro > Servicii si Consultanta in Marketing ▾

... cu mai puțini bani? Vezi cum **Social Media Marketing** te poate ajuta. ... Cu toate acestea, 90% dintre firme folosesc **social media marketing** în mod greșit.

Firmă de Servicii și Consultanță în Marketing Orientat spre Creștere

<https://smarters.ro/> ▾

Suntem prima firmă de growth hacking marketing și oferim servicii integrate de marketing axate pe ...
Avem experiență în **Social Media Marketing**, Google Adwords, **Marketing** prin conținut și alte ...
SMARTERS Online **Marketing Timisoara**



New keywords

Keywords from account

Performance forecasts

Search volume trends

Keywords from account >

Search volume trends

Search volume trends

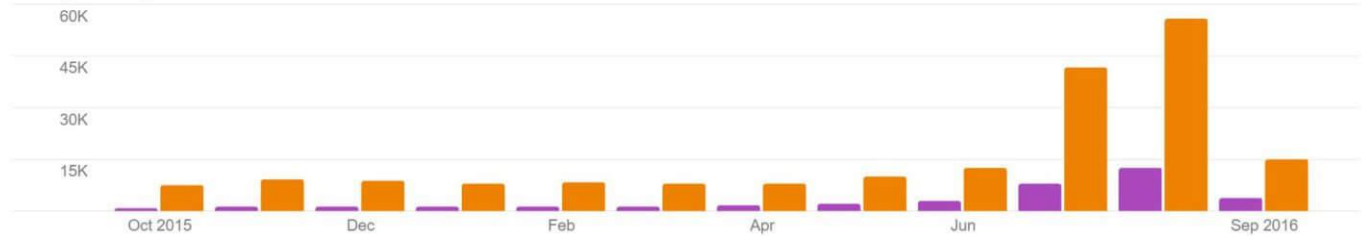
Average monthly searches



Mobile trends

Mobile Total

Average monthly searches



Breakdown by device

раскрутка сайта



Подобрать

По словам

По регионам

История запросов

Все регионы

Последнее обновление: 18.07.2013

Что искали со словами «раскрутка сайта» — 31 757 показов в месяц

Статистика по словам Показов в месяц

[раскрутка сайта](#) 31 757

[раскрутка сайта алматы](#) 2 787

[раскрутка сайта бесплатно](#) 2 234

[бесплатная раскрутка сайта](#) 2 234

[программа +для раскрутки сайта](#) 1 100

Что еще искали люди, искавшие «раскрутка сайта»:

Статистика по словам Показов в месяц

[оптимизация бизнес процессов](#) 1 900

[оптимизация](#) 222 946

[продвижение сайта +в поисковых системах](#) 3 543

[поисковая оптимизация](#) 4 798

[поисковая оптимизация сайтов](#) 2 345

SEO (Search Engine Optimization) –
sau [optimizarea pentru motoarele de căutare](#) se referă
la eforturile prin care site-ul nostru urcă în rezultatele
motoarelor de căutare.



Social media marketing – se referă la [promovarea prin intermediul rețelelor sociale](#). În România, cele mai populare rețele sociale sunt, de departe, Facebook și Instagram.



Marketing prin conținut – acesta se referă la o abordare mai permisivă de a face marketing. Presupune să creezi conținut care oferă valoare oamenilor, iar aceștia vor ajunge ulterior să cumpere de la tine.

Marketing prin

CONTINUT



Video marketing (YouTube & Facebook) – puțini știu, dar YouTube este al doilea cel mai mare motor de căutare, după Google. Peste 1 miliard de oameni consumă lunar conținut de pe această platformă.



Email marketing – dacă metodele de mai sus se folosesc mult pentru a atrage oamenii, pentru a-ți face afacerea mai cunoscută, [email marketing](#) te ajută să păstrezi legătura cu ei.



Chatbot messenger

ManyChat.

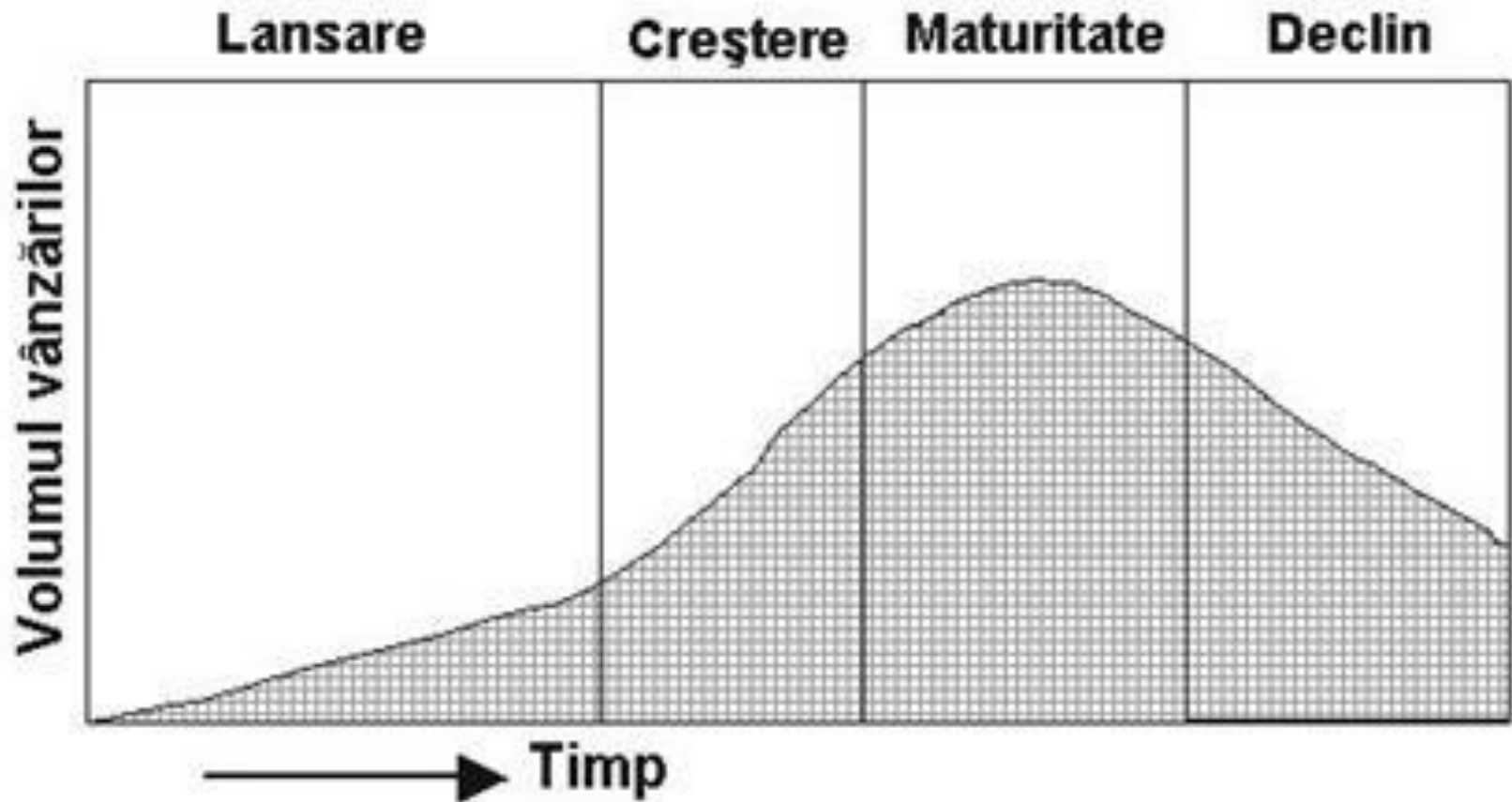


Ce canal de promovare online sa aleg pentru afacerea mea în 2020?



Virale	Organice	Plătite
Social Media (Facebook, Pinterest, Snapchat etc.)	SEO - optimizarea pentru motoarele de căutare	Reclame offline (TV, print, bannere stradale)
Widget-uri incorporale	Presă	Reclame online (Google Adwords, Facebook, Youtube)
Programe de recomandare	Marketing prin conținut	Marketing afiliat
Video-uri online	Optimizarea aplicațiilor din app store	Campanii cu influenceri
Participarea activă în comunități	Instrumente gratuite	Radio
Concursuri	Email marketing	Retargeting
Integrare cu alte platforme	Construirea unei comunități	Rețele de reclame
Crowdfunding	Parteneriate strategice	Sponsorizări
Jocuri, chestionare	Contributor pe alte bloguri	Reclame native

Ciclul de viață al produsului





[www. oktrainings.com](http://www.oktrainings.com)

+373 79776951

+373 68170022

ok@oktrainings.com

Success!