



Finanțat de
Uniunea Europeană

CONTACT 



ASOCIAȚIA
BUSINESSULUI
EUROPEAN



Suedia
Sverige

Acest proiect este finanțat de Uniunea Europeană și este cofinanțat de Suedia prin intermediul Fundației Est-Europene

**ANTREPRENORIATUL SOCIAL ȘI TINERII DIN MOLDOVA PENTRU O SOCIETATE
MAI INCLUSIVĂ, DURABILĂ ȘI INOVATIVĂ / GoYouth +**

TEMA nr. 6

Marketingul inițierii afacerii sociale și vânzări

*Proiectul GoYouth+ este implementat de Asociația Henri Capitant de Cultură Juridică /AHCCJ
(Grant nr.979)*

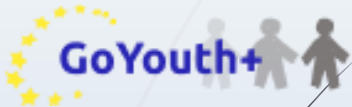


Association
Henri Capitant

www.henricapitant.md / www.haitinere.md

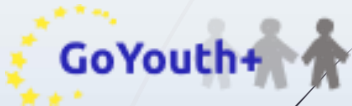


Unități de conținut:



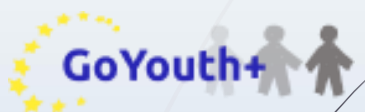
- ▮ Strategia de marketing: concept, structură, mixul de marketing, targetarea publicului țintă: profilulul clientului ideal
- ▮ Politica de produs: strategii și modalități de formare a prețului, distribuția produselor/serviciilor
- ▮ Palnia de vânzări
- ▮ Împachetarea afacerii: brand, logo, site, materiale promo
- ▮ Instrumente și platforme de promovare online și offline
- ▮ Bugete de promovare. Măsurarea rezultatelor

Obiective de referință



- De a crea strategia de marketing pentru afacerea sa;
- De a analiza piața și de a cunoaște mai bine clientul potențial;
- De a crea avatarul clientului;
- De a cunoaște politica de preț, distribuție, canalele de promovare;
- De a determina cum să-și împachetezi afacerea pentru a începe promovarea;
- De a descoperi platformele de promovare online: Facebook, Insta, LinkedIn, Google, etc.
- De a identifica bugetele de promovare și cum să măsoare rezultatele activităților de marketing;

Bibliografia recomandată



powered by
moldcell
FOUNDATION

1. [Strategii de marketing – Cum creăm o strategie de marketing - https://organic-agency.ro/2019/12/16/strategii-de-marketing-cum-cream-o-strategie-de-marketing-exemple/](https://organic-agency.ro/2019/12/16/strategii-de-marketing-cum-cream-o-strategie-de-marketing-exemple/)
2. STRATEGII DE MARKETING - Cele mai bune tehnici și rolul acestora - <https://www.sendsms.ro/ro/strategii-de-marketing-cele-mai-bune-tehnici-si-rolul-acestora/>
3. Politica de Produs în Marketing - <https://smarters.ro/grow/politica-de-produs/>
4. [Ce este si cum functioneaza o palnie de vanzari? - https://despre-vanzari.ro/ce-este-si-cum-functioneaza-o-palnie-de-vanzari/](https://despre-vanzari.ro/ce-este-si-cum-functioneaza-o-palnie-de-vanzari/)
5. [Ghid practic de creare a unei pâlnii de vânzări - https://angrybusiness.md/blog/item/ghid-practic-de-creare-a-unei-palnier-de-vanzari](https://angrybusiness.md/blog/item/ghid-practic-de-creare-a-unei-palnier-de-vanzari)

1. Strategia de marketing



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

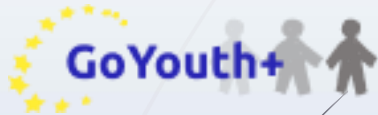
O **strategie de marketing** reprezintă un plan de acțiune ce are scopul de a ajuta la creșterea unei afaceri.

Ne oferă o imagine de ansamblu și astfel știm ce și când să prioritizăm. Apoi, ne ajută să vedem care sunt resursele de care avem nevoie.

Având de la început o planificare și direcții de acțiune, vom putea identifica resursele și riscurile posibile.



Ostrategie de marketing viabila cuprinde:



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

- Definirea obiectivelor
- Analiza pieței
- Poziționarea companiei și a produsului
- Canale și Platforme de promovare
- Metrici



PAS 1. Definiște scopul și obiectivul strategiei

- Ce dorești să obții???
- Exprimarea obiectivelor SMART (specific, măsurabil, realizabil, realist și la timp)

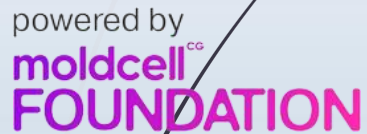


powered by
moldcell
FOUNDATION



PAS 2. Analizează piața și competiția

- ▮ Cat de mare este piața?
- ▮ Cat de repede crește piața?
- ▮ Cine este clientul tău?
- ▮ Analizează competitorii: ce strategii de marketing folosesc? Cum se poziționează ca brand, ca preț, ca propunere de valoare? Puncte forte/puncte slabe?



Ce este avatarul clientului?

În linii mari, care sunt caracteristicile unui client ideal?

- Cumpără frecvent și generează venituri semnificative în afacerea ta;
- Apreciază produsele și serviciile pe care i le furnizezi și nu negociază la “leu”;
- Îți trimite frecvent recomandări - alți clienți asemeni lui;
- Îți oferă feedback constructiv și te ajută astfel să îți îmbunătățești produsele/serviciile;
- Este alături de tine și în momentele dificile, când “o mai dai în bară”. Știe că în spatele produselor și serviciilor achiziționate sunt oameni care sunt supuși greșelilor;





powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

De ce este important să stabilim cui vindem???

Philip Kotler spunea: „Nicio companie în toate mințile nu va încerca să vândă tuturor.”

Cum creezi profilul clientului ideal?

- 1) Dacă nu ai încă clienți care au cumpărat produsele sau serviciile tale, vei contura profilul clientului ideal bazându-te în mare parte pe intuiție și presupuneri.
- 2) Dacă ai o afacere de ceva timp și un portofoliu consistent de clienți, cel mai simplu mod de a creiona profilul clientului ideal este să-ți analizezi portofoliul de clienți existenți.

👉 regula 80/20 (principiul Pareto)

**5 întrebări esențiale pentru
succesul unei campanii de
marketing și vânzări.**

1. Cine sunt clienții tăi?
2. Unde îi găsești în număr cel mai mare?
3. Care va fi oferta ta și de ce ar vrea s-o cumpere?
4. Care sunt principalele beneficii pe care le obțin dacă cumpără oferta ta?
5. Cum le vei comunica oferta ta



powered by
**moldcell^{cc}
FOUNDATION**

PAS 3. Definește poziționarea ta și a produsului

- ✓ Propunerea unică de valoare – sumarizează, în câteva cuvinte, esența afacerii și modul în care ne diferențiem
- ✓ Crează o listă de beneficii și elemente prin care produsul compania voastră se diferențiază
- ✓ Testează diferite mesaje



PAS 4. Alege canale de marketing, platformele și canalele de promovare

Ce canal de promovare să aleg pentru afacerea mea?

- ✓ Cost redus
- ✓ Timp redus de implementare
- ✓ Targetare – să ajungi cât mai ușor la client
- ✓ Timp redus de măsurare a rezultatelor
- ✓ Efort de implementare
- ✓ Potențialul asupra afacerii
- ✓ Competiția



PAS 5. Metrici

- ✓ Stabilește o listă cu indicatori de marketing
- ✓ Monitorizează-ți în permanență performanțele



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION



O strategie de marketing nu este gata niciodată.
Măsoară, îmbunătățește, adaptează!!!

2. Politica de produs: strategii și modalități de formare a prețului, distribuția produselor/serviciilor

Preț

Valoarea unui bun sau serviciu atât pentru vânzător, cât și pentru cumpărător

Cunoaște-ți piața!

Calculează-ți costurile!

Stabilește-ți obiectivele financiare!

la în calcul valoarea produsului !



2. Politica de preț și distribuție

Strategiile de preț pentru produsele noi



Strategia prețurilor înalte



Strategia prețurilor - țintă



Prețuri de smântânire



Strategia urmării după leader



Strategia prețurilor moderate



Strategia prețurilor psihologice



Strategia prețurilor scăzute



Strategia calitate-preț

Modalități de formare a prețurilor



**Orientarea după
costuri**



**Orientarea după
concurență**



**Orientarea după
cerere**

Cum calculezi prețul produsului?

**Costul
materialelor**



Munca depusă



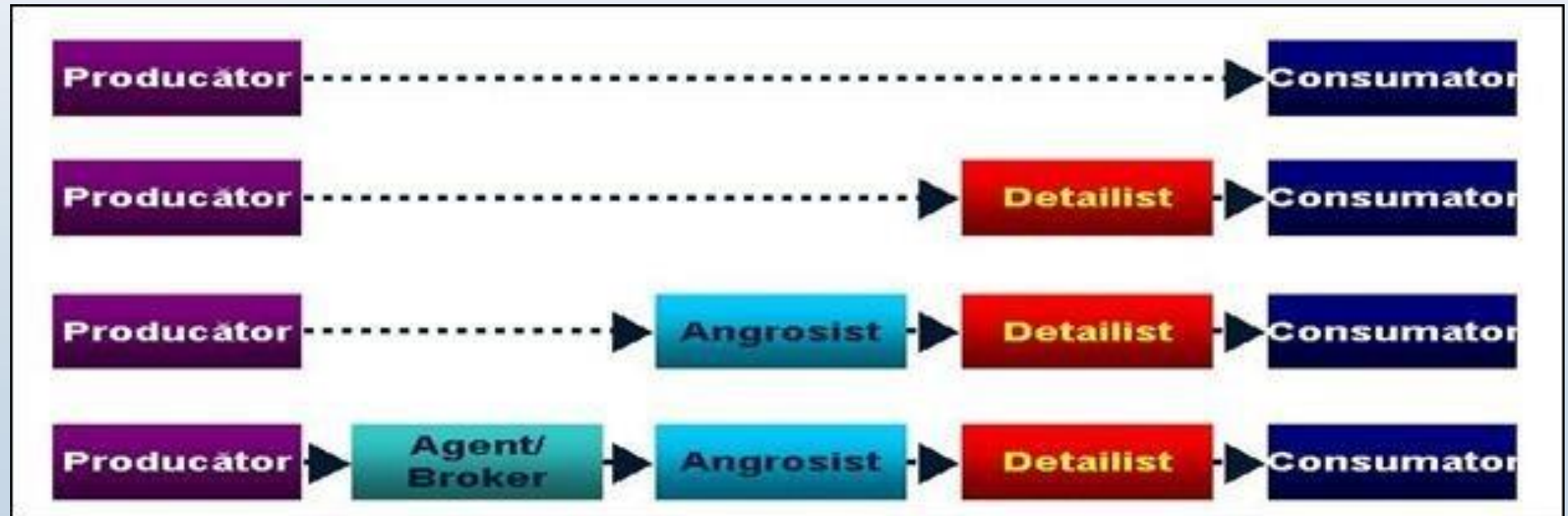
Profit

Canale de distribuție

Distribuția - operațiuni prin intermediul cărora produsele și serviciile realizate de firmă sunt puse la dispoziția clienților, consumatorilor



powered by
moldcell
FOUNDATION



3. Pâlnia de vânzări



powered by
moldcell
FOUNDATION



Pâlnia de vânzări



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

- Palnia de vanzari este reprezentarea vizuala a parcursului (calatoriei) clientului si defineste procesul de vanzare din stadiul constientizarii pana in stadiul actiunii.
- Aceasta palnie ilustreaza ideea ca fiecare vanzare incepe cu un numar made de potentiali clienti si se termina cu un numar mult mai mic de persoane – cei care fac o achizitie.

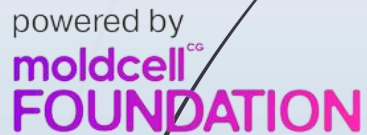


4. Împachetarea afacerii: brand, logo, site, materiale promo

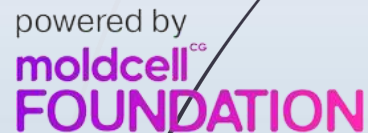
Brand

Un brand este suma tuturor percepțiilor clienților, a experiențelor, este fața, personalitatea și vaorle pe care le ai ca business și chiar mai mult decât atât.

Brandul te reprezintă, tu ești brandul, angajații sunt brandul, materialele de marketing și serviciile sunt, de asemenea, brandul.



CE SERVICII POT CONSTITUI UN BRAND?



- ▮ **Numele de firmă** – cuvântul sau cuvintele utilizate pentru a identifica o companie, un produs
- ▮ sau un serviciu;
- ▮ **Creație logo** – mașca vizuală care identifică brandul;
- ▮ **Slogan** – spre exemplu sloganul McDonald's: "I'm lovin'it";
- ▮ **Graphică** – spre exemplu panglica dinamică de culoare albă pe sticla de Coca-Cola este o parte
- ▮ componentă a brandului;
- ▮ **Țoacă; Culoare;**
- ▮ **Sunet;**
- ▮ **Miros; Gust.**

5 pași în crearea unui website

STRUCTUREAZĂ
INFORMAȚIA

ALEGE
PLATFORMA

LANSEAZĂ,
TESTEAZĂ,
ÎMBUNĂTĂȚEȘTE

1

2

3

4

5

CUMPĂRĂ
DOMENIU

ALEGE
ȘABLON

Website vs Landing Page



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

5. Instrumente și platforme de promovare online și offline



powered by
moldcell^{CS}
FOUNDATION

- Ce platforme de promovare folosești pentru afacerea ta?



**Trebuie să fii acolo unde
este grupul tău țintă**

Canale de promovare



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION



Google

optimizarea pentru motoarele de căutare,
are drept scop mărirea traficului calitativ
al unui site

SEO & Google Ads

SEO

Concluzie:

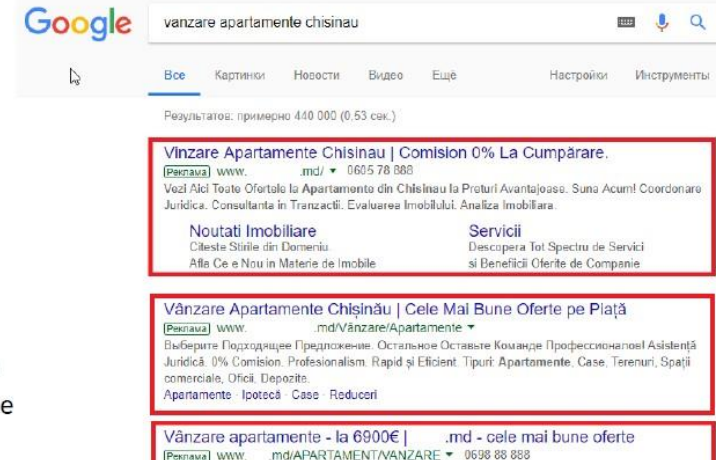
SEO mărește calitatea unui site,
crește traficul către site,
crește notorietatea companiei,
crește baza de clienți.

Google Ads (Adwords)

sistem de publicitate online prin care
clientul plătește doar atunci când o persoană i-a vizitat pagina.
Este una din cele mai bune surse de trafic calitativ.

#1. Google Ads Search

Campaniile de tip Search bazate pe cuvinte cheie te
ajută să plasezi anunțul tău în primele rezultatele ale
căutărilor clienților tăi, în funcție de cuvintele introduse
de către aceștia în motorul de căutare.



#2. Google Ads Display

Campaniile de Display îți permit plasarea diferitelor
formate de anunțuri - text, imagine, gif, html în cadrul
milioanelor de website-uri vizitate de către publicul tău
țintă. În acest mod, te poți asigura că ești prezent acolo
unde sunt și potențialii sau actualii tăi clienți.



powered by
moldcell^{CG}
FOUNDATION

Google Ads (Adwords)

sistem de publicitate online prin care
clientul plătește doar atunci când o persoană i-a vizitat pagina.
Este una din cele mai bune surse de trafic calitativ.

#3. Google Ads Remarketing

Prin campaniile Google Ads Remarketing îți urmărești
cu bannere, la propriu, utilizatorii care au accesat
anterior site-ul. Acest tip de reclame este un fel de
“etapa II” pentru o campanie de Search sau Display.

Materialele publicitare de tip video pot fi plasate în
cadrul website-ului YouTube. Persoanele care
vizionează conținutul acestui site vor intra în contact cu
o serie de spoturi video destinate promovării unui
business, produs, serviciu sau a unei idei.

#4. YouTube Ads



E-mail marketing



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION



integrează strategii și tactici folosite pentru a crea și distribui conținut prin e-mailuri cu scopul de a crea relații între brand și clienți, sau pentru a trimite informații și actualizări de natură promoțională.

12 tipuri de email pe care ar trebui sa le trimiti clientilor -

https://www.gomag.ro/blog/12-tipuri-de-email/?fbclid=IwAR1bEOqjgAaR_D5Pqf3luTRJ3dhjicfLtmDTmRD7qdP8vkcacC32wu0WnF8

8 pași în email marketing

1. Crează strategia de email marketing, clară, cu pași bine definiți
2. Crează baza de email-uri
3. Scrie conținutul mesajelor, personalizează conținutul, în subiect sau în corpul newsletterului,
4. Segmentează bazele de date, nu toată lumea trebuie să primească aceleași informații
5. Alege o platformă de automatizare, simplitate în design, folosește emoticoane,
6. Trimite la momentul potrivit, în funcție de localizarea abonatului
7. Orientează-te către client, mai mult despre abonat și mai puțin despre compania ta,
8. Măsoară rezultatele



ActiveCampaign >





powered by
moldcell^{CG}
FOUNDATION



Instrumente de promovare în Facebook



VIDEO



PLANȘĂ



CARUSEL



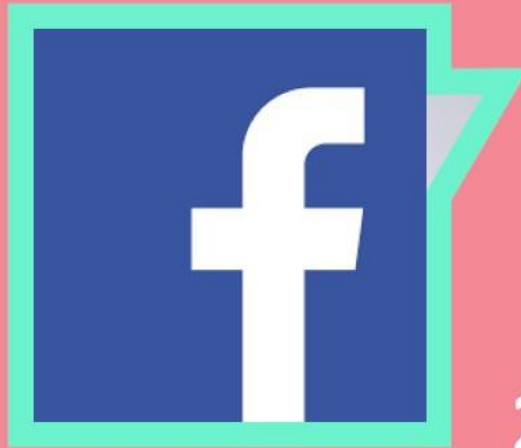
CALECȚIE



LIVE



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION



Să fim prezenți nu este de ajuns,
trebuie să facem lucrurile corect!

2 moduri de promovare în Facebook

Organic

oamenii văd pur și simplu
postările de pe pagina noastră

Promovat

plătim pentru ca o anumită
postare să fie afișată oamenilor

Promovarea organică - Facebook

Cum îmi pot
cunoaște
audiența mai
bine?

Cât de des să
postez?

Când e bine să
postez pe
Facebook?

Cum putem face
oamenii să
interacționeze cu
postările
noastre?

Sfaturi în Promovarea Organică

1. Crează-ți un plan de postări pe 2-4 săptămâni
2. Organizează conținutul în trei categorii:
 - ✓ postări prin care să îndemni oamenii să interacționeze cu tine (o întrebare de exemplu);
 - ✓ postări prin care să îi informezi;
 - ✓ postări prin care să le ceri să treacă la acțiune.
3. Video-urile și imaginile funcționează cel mai bine pe Facebook, e important să alegi imaginile potrivite și care captează atenția. Pune imagini în format pătrat (1200×1200 pixeli)
4. Pune logo-ul la imaginea de profil.
5. Pune logo-ul pe fiecare imagine postată
6. Scopul postării este să transmiți o emoție.



powered by
moldcell
FOUNDATION

Promovarea prin Facebook Ads

Cum creezi o reclamă pe Facebook?

 https://www.youtube.com/watch?v=qDybFDEI_cY



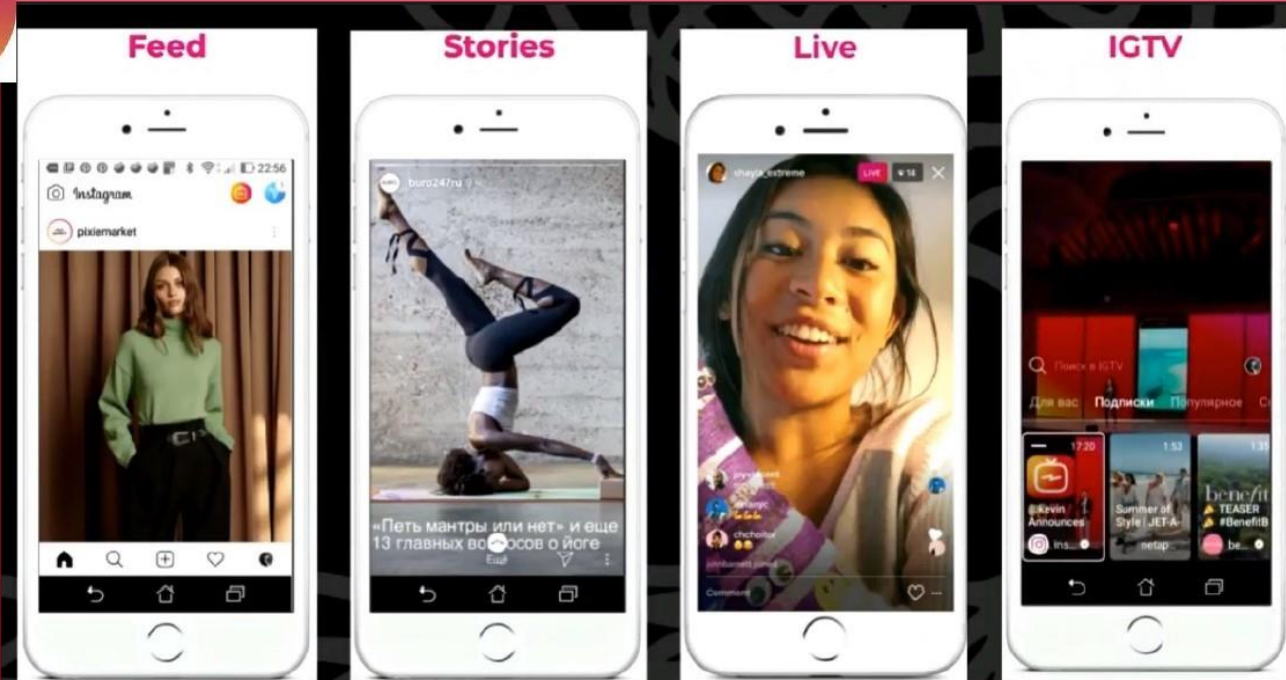


Promovare pe Instagram: trucuri

1. Crează-ți un cont de instagram business și unește-l cu pagina de facebook



powered by
moldcell
FOUNDATION





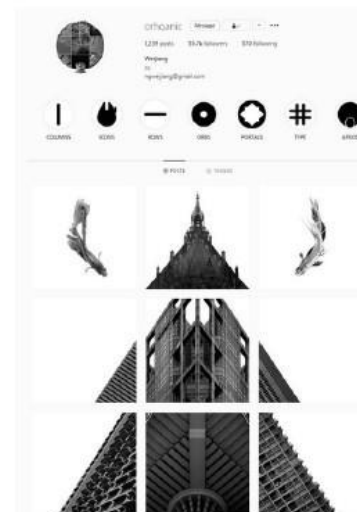
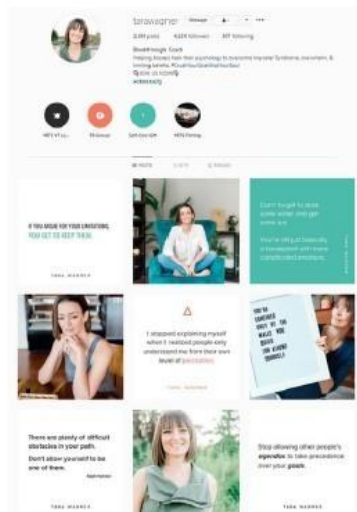
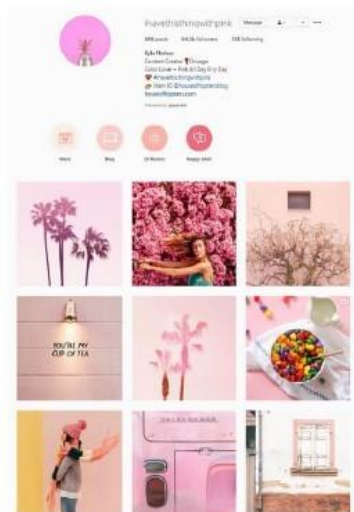
powered by
moldcell
FOUNDATION

2. Adăuga în „Bio” informații interesante

3. Crează Instagram Highlights



4. Stabilește o tematică a profilului, în concordanță cu brandul tău



LinkedIn

LinkedIn este foarte util atunci când targetul tău este format din companii – compania ta oferă produse sau servicii B2B.



Pași în promovarea pe LinkedIn

1. Creează un profil personal completat și actualizat
2. Conectează-te apoi cu persoanele pe care le cunoști
3. Creează pagina de companie
4. Conectează profilul tău personal cu pagina de companie.
5. Începe a crea postări
6. Rulează reclame

LinkedIn este în primul rând despre calitate, nu despre cantitate – spre deosebire de alte rețele de socializare. De aceea este mai puțin valoros numărul mare de conexiuni sau de persoane care urmăresc pagina de companie și este mai important cine sunt acele persoane și cu cine sunt ele conectate.



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

6. Bugete de promovare Măsurarea rezultatelor



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

Avantajul marketingului online este că e mult mai ușor să măsoari aproape orice. Există o mulțime de instrumente gratuite care îți permit să vezi câți vizitatori ai, de unde vin, cât timp petrec pe pagini, unde dau click, și multe altele.

Mereu testează, măsoară rezultatele, trage concluzii și ia-o de la început.



Ce Buget trebuie să investim în Marketing?

Investițiile în marketing variază de la 1% din totalul banilor obținuți din vânzări și 30%. Însă, sunt și câteva companii care investesc peste 50% din banii obținuți în urma vânzărilor.



min 1\$/ zi
optimal 10 \$/zi



de la 200-300\$/lună
setarea de la 100\$/lună



min 10\$/zi



abonament
de la 50 euro



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

Indicatori de marketing online

Scopul campaniilor de promovare este generarea unui număr cât mai mare de vânzări și creșterea profitului afacerii. Însă, până la obținerea rezultatelor dorite, există o serie de indicatori de marketing care reflectă impactul deciziilor tale din mediul online și care te ghidează spre următorii pași.



powered by
moldcell
FOUNDATION



Indicatori de marketing pentru website

Indicatori generali:

- Traficul total al site-ului
- Vizitatorii direcți
- Recomandări (referrals)
- Numărul căutărilor organice
- Social Media

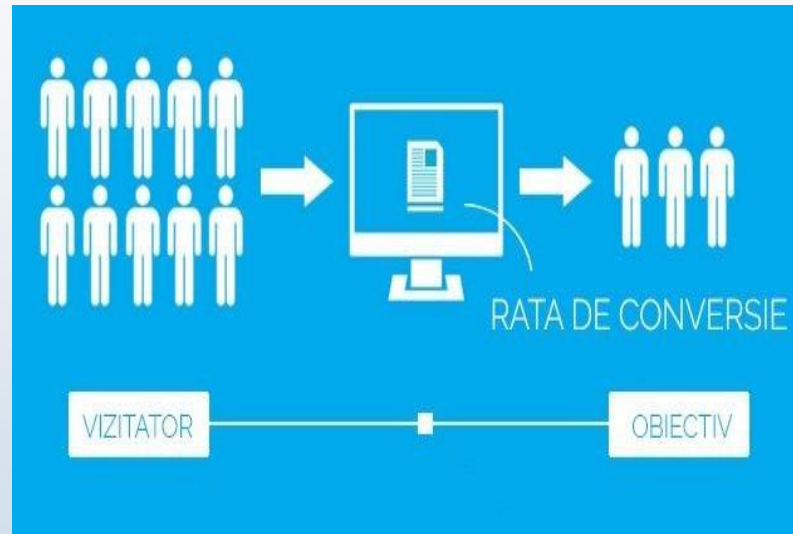
Indicatori de conversie:

- Rata de respingere
- Rata de conversie
- Costul per lead
- Costul per conversie

!!! unul din cei mai importanți indicatori ai site-ului pe care trebuie să îl urmăriți este conversia



powered by
moldcell
FOUNDATION



Câteva link-uri despre acest indicator:

- 👉 <https://fivestars-webdesign.com/.../chto-takoe.../>
- 👉 <https://www.youtube.com/watch?v=DfJVeqfyMN0>
- 👉 <https://www.owox.ru/blog/articles/website-conversion/>
- 👉 <https://www.bigcommerce.com/.../conversion-rate.../>

!!! Performanța acestui indicator este garantată în primul rând de traficul către web site.

Video despre cum puteți crește semnificativ numărul de vizitatori pe site-ul vostru:

👉 <https://www.youtube.com/watch?v=lkgLUo82eWg> (în limba engleză)

Cum urmăriți Google Ads conversiile pe site - <https://support.google.com/google-ads/answer/7521212?hl=ro>



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

Indicatori de marketing pentru Social Media



Numărul de următori
Rata reacției următorilor (engagement)
Reach-ul organic/platit
Rată de click-uri

**Analizează fiecare
dintre aspectele
detaliate mai sus.**

Numai așa îți poți forma o perspectivă de ansamblu asupra activității tale online și vei putea ști unde trebuie să îmbunătățești lucrurile.



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

SARCINĂ

!!!Alege canalele de promovare pentru afacerea ta și
începe să promovezi (fă postări) !!!



powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION

Mulțumesc pentru atenție!





CONTACT



Partenerii proiectului GoYouth +

Fundația Moldcell

Ambasada Franței în Moldova

Alianța Franceză din Moldova

Camera de Comerț și Industrie Francez

Asociația Națională pentru Turism Receptor și Intern

AO „ASPIRE”

AO „Indigo”

SRL „NetSistem”

Beneficiarii proiectului:

Consiliul raional Hâncești

Consiliul raional Căușeni

Consiliul raional Dubăsari

powered by
moldcell^{cc}
FOUNDATION



Proiectul GoYouth+ este implementat de Asociația Henri Capitant de Cultură Juridică /AHCCJ (Grant nr.979)

