



# Utilizarea TIC pentru promovarea și vânzarea online



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Acest proiect a fost finanțat cu sprijinul Comisiei Europene. Această comunicare reflectă numai punctul de vedere al autorului și Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru eventuala utilizare a informațiilor pe care le conține.



## Cuprins

|   |    |
|---|----|
| 1.0 Introducere.....  | 4  |
| Cele mai comune instrumente TIC aplicate de întreprinderile UE..... | 7  |
| 2.0 Marketing etic .....  | 9  |
| 2.1 Marketing .....   | 9  |
| 2.2 Etica în afaceri .....  | 10 |
| 2.3 Marketing etic .....  | 11 |
| 2.4 Principiile marketingului etic.....                             | 12 |
| 2.5 Beneficiile marketingului.....                                  | 12 |
| 3.0 Promovare online și off-line .....                              | 13 |
| 4.0 Modalități de a vă promova afacerea online .....                | 14 |
| 4.1 Social Media .....  | 15 |
| 4.2 Site-ul web.....  | 21 |
| 4.3 E-mail.....   | 22 |
| 5.0 Dezvoltarea unui plan de marketing web .....                    | 23 |
| 6.0 Instrumente web pentru vânzarea online.....                     | 27 |
| 6.1 PayPal .....  | 27 |
| 6.2 Etsy .....  | 27 |
| 6.3 WooCommerce .....   | 28 |
| Referințe.....  | 30 |



## Parteneri



Mici proiecte educaționale  
(România)

<https://www.sep-ngo.eu/>



**institute of  
Entrepreneurship  
Development**

IED - Institutul pentru Dezvoltarea Antreprenoriatului  
(Grecia)

<http://www.ied.eu/>



Inercia Digital  
(Spania)

<http://www.inerciadigital.com/>



**Consulenza e Formazione**

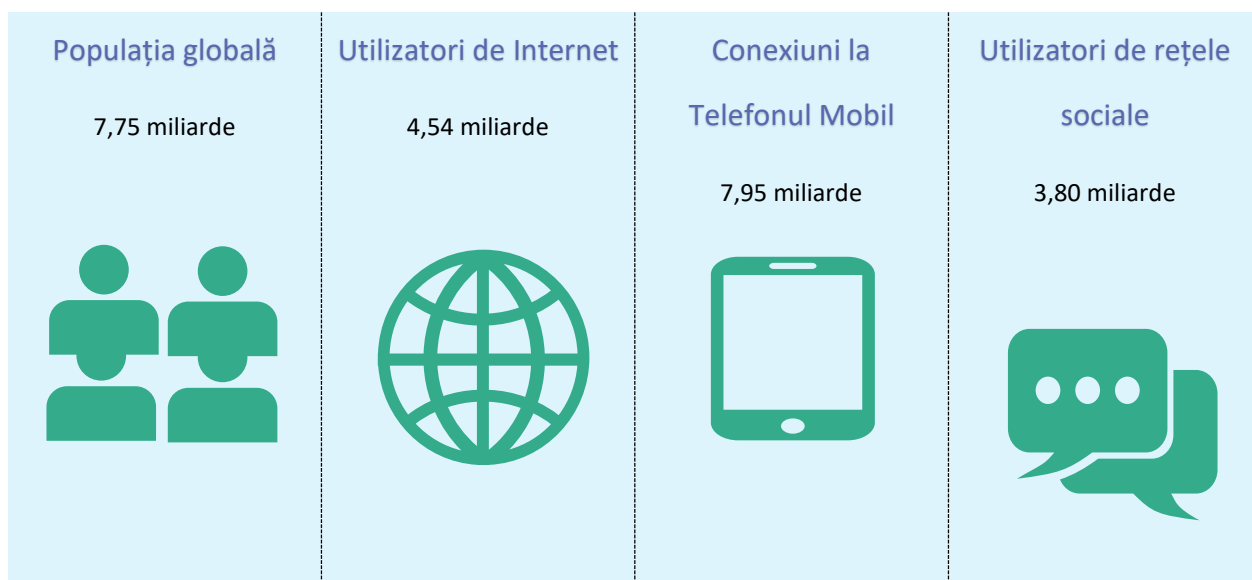
Jurnal de informații  
(Italia)

<http://www.infologsrl.it/>



## 1.0 Introducere

TIC, **Tehnologia Informației și Comunicării**, a fost o parte integrantă a întreprinderilor UE în ultimele decenii. În zilele noastre, tehnologia este una dintre cele mai dezvoltate științe din lume, de aceea este inevitabil ca Internetul să schimbe viața personală și profesională a omului, între comunicare și relație. Peste 77%<sup>1</sup> dintre întreprinderile UE au un site web, care **a contribuit impresionant la vânzările lor electronice**. Având în vedere că **85%<sup>2</sup> din populația UE utilizează Internetul**, merită să învățați cum să utilizați TIC în mediul de lucru pentru a promova și a vinde online.



Sursă: [Suntem social & Hootsuite \(2020\)](#)<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Eurostat. Decembrie 2019. „Statistici de comerț electronic”. Preluat de pe [shorturl.at/cjMN2](https://shorturl.at/cjMN2)

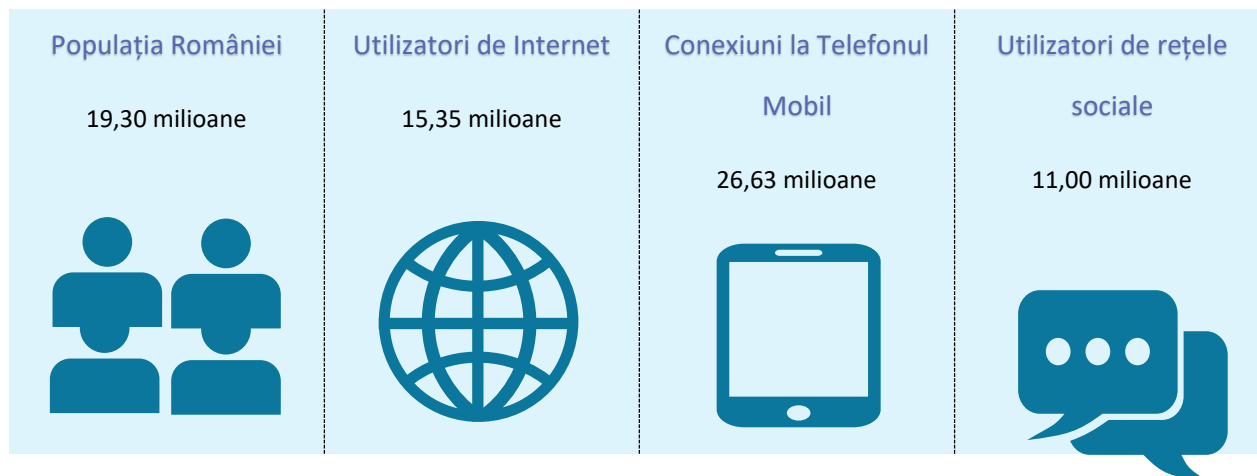
<sup>2</sup> Eurostat. „Persoane fizice – utilizatori de internet”. Preluat de pe [shorturl.at/nxIW6](https://shorturl.at/nxIW6)

<sup>3</sup>We are Social & Hootsuite. 2020. “Global Digital Overview 2020”. Extras din <https://wearesocial.com/digital-2020>

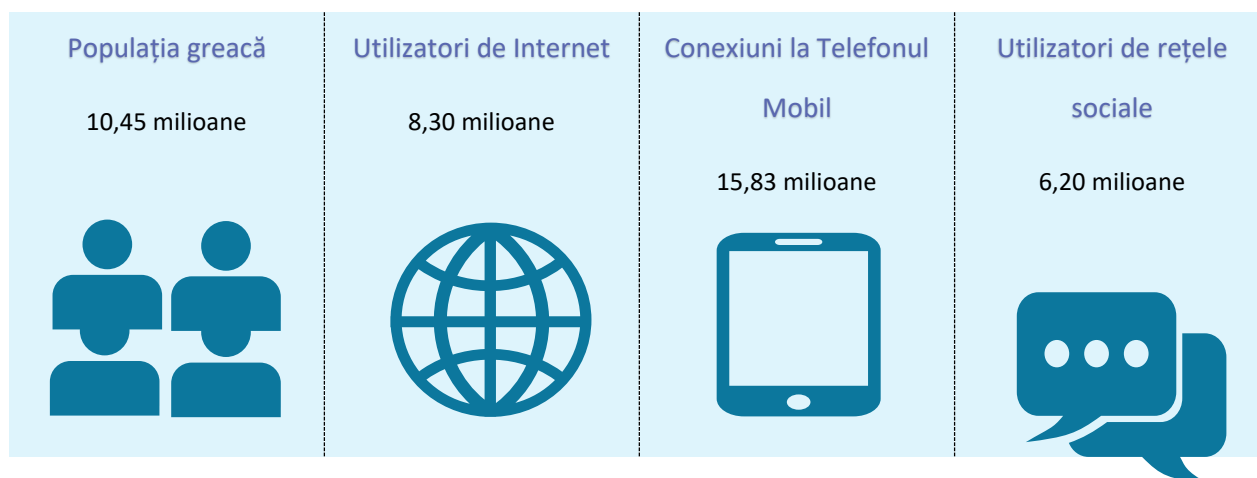




## România

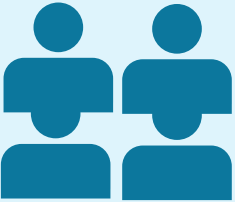





## Grecia



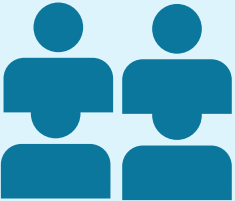





## Italia

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <b>Populația italiană</b><br>60,51 milioane<br> | <b>Utilizatori de Internet</b><br>49,48 milioane<br> | <b>Conexiuni la Telefonul Mobil</b><br>80,40 milioane<br> | <b>Utilizatori de rețele sociale</b><br>35,00 milioane<br> |
|--|---|---|---|



## Spania

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <b>Populația spaniolă</b><br>46,75 milioane<br> | <b>Utilizatori de Internet</b><br>42,40 milioane<br> | <b>Conexiuni la Telefonul Mobil</b><br>54,11 milioane<br> | <b>Utilizatori de rețele sociale</b><br>29,00 milioane<br> |
|--|---|---|---|

În ilustrațiile de mai sus sunt prezentate date pe țară despre populație, utilizatorii de Internet și rețelele sociale, pentru a crea o idee clară despre modul în care TIC și Internetul influențează viața oamenilor. După cum puteți observa, numărul de conexiuni la telefon mobil depășește numărul



total al populației din fiecare țară și din lume. Aceasta rezultă din faptul că o persoană poate deține mai mult de o conexiune de telefonie mobilă în două sau mai multe companii de telefonie mobilă. Comparativ cu 2019, utilizatorii activi de rețele sociale au crescut cu (+4,4%) 20 de milioane de utilizatori noi, iar utilizatorii de internet au crescut cu (+1,6%) 11 milioane de utilizatori noi în Europa.

### Cele mai comune instrumente TIC aplicate de întreprinderile UE

Majoritatea covârșitoare a întreprinderilor din UE utilizează software, hardware și instrumente TIC pentru a-și desfășura activitățile comerciale, conform celor demonstrate în cele ce urmează:<sup>4</sup>



E-mail



Stocarea fișierelor



Programe Office



Găzduirea bazei de date a întreprinderii



Aplicații software financiare sau contabile



Aplicații software CRM



Puterea de calcul pentru software-ul propriu al întreprinderii

<sup>4</sup>Eurostat. Mai 2019. „Statistici privind economia digitală și societatea - întreprinderi”, Extras din: [shorturl.at/cgtu6](http://shorturl.at/cgtu6)





Nu este o coincidență faptul că 20% din activitățile comerciale din UE angajează specialiști TIC. TIC poate afecta pozitiv sau negativ mediul de afaceri, iar facilitarea comerțului în funcție de drum este utilizată.





## 2.0 Marketing etic

### 2.1 Marketing

Marea majoritate a oamenilor au o concepție greșită a ceea ce înseamnă de fapt marketingul, deoarece ei cred că marketingul este doar publicitate sau vânzare. Marketingul a fost utilizat pe scară largă nu numai pentru publicitate, ci și pentru comunicarea și livrarea de produse sau servicii, pentru a ajunge la potențiali clienți și consumatori, pentru a înțelege comportamentul clienților etc. Prin urmare, ca termen este dificil de definit. Cu toate acestea, conceptele predominante sunt:

**„Marketingul este o meserie care implică încurajarea oamenilor să cumpere un produs sau un serviciu.”**

*Dicționarul Cambridge*





„Marketingul este știința și arta de a explora, crea și oferi valoare pentru a satisface nevoile unei piețe țintă cu profit. Marketingul identifică nevoile și dorințele neîmplinite. Acesta definește, măsoară și cuantifică dimensiunea pieței identificate și potențialul de profit. El identifică segmentele pe care compania este capabilă să deservească cel mai bine și proiectează și promovează produsele și serviciile adecvate”

Dr. Philip Kotler

## 2.2 Etica în afaceri

„O afacere este o organizație productivă - o organizație al cărei scop este de a crea bunuri și servicii pentru vânzare, de obicei cu profit. Afacerile sunt, de asemenea, o activitate. O entitate (de exemplu, o persoană, o organizație) „face afaceri” cu o altă entitate atunci când schimbă un bun sau un serviciu pentru o contraprestație valoroasă. **Etica în afaceri** poate fi astfel înțeleasă ca studiul dimensiunilor etice ale organizațiilor productive și ale activităților comerciale. Aceasta include analize etice ale producției, distribuției, marketingului, vânzării și consumului de bunuri și servicii”

Enciclopedia de Filosofie din Stanford



În istoria omenirii, **etica în afaceri** este unul dintre cele mai complicate subiecte care urmează să fie stabilite. *Relația dintre a face ceea ce trebuie și a obține profit a fost studiată atât de cadrele universitare, cât și de liderii de afaceri de-a lungul timpului și s-a ajuns la un consens redus.*<sup>5</sup>

## 2.3 Marketing etic

Marketingul etic este o combinație de strategie de marketing și filosofie de marketing, pune accent în principal pe filosofie. **Acesta urmărește să promoveze onestitatea, corectitudinea și responsabilitatea în toate reclamele și activități de diseminare.** Din cauza faptului că ceea ce este „corect” și ce este „greșit” este greu de determinat în fiecare activitate de afaceri, **etica în afaceri este un set general de linii directoare pentru a ajuta companiile atunci când creează sau evaluează strategiile de marketing.**<sup>5</sup>

Strategia diferă de la companie la companie sau de la persoană la persoană și depinde de cunoștințele, abilitățile, experiențele, etica și prioritățile pe care le are fiecare companie sau persoană. În ultimul timp se observă că 92% dintre consumatori (în principal mileniali) au mai multe șanse să cumpere produse de la companii etice. Prin urmare, crearea unei strategii de marketing etic vă va ajuta să construiți o cale de afaceri puternică și autenticitatea mărcii.

---

<sup>5</sup> Marketing-Schools.org. „Marketing etic”. Extras din: <http://shorturl.at/dnz16>



## 2.4 Principiile marketingului etic



## 2.5 Beneficiile marketingului

O întreprindere poate beneficia de obiectivele de marketing care contribuie la sustenabilitatea, creșterea și vizibilitatea acesteia. Beneficiile generale ale marketingului pot:

- ✓ Lansa noi produse sau servicii pe piață
- ✓ Aborda noi clienți oferindu-le produse sau servicii care să le satisfacă nevoile și dorințele
- ✓ Pastra clienții oferindu-le reduceri sau cadouri
- ✓ Crea notorietatea mărcii
- ✓ Măsura rezultate
- ✓ Crește vânzările sau probabilitatea
- ✓ Pot fi eficiente din punct de vedere al costurilor
- ✓ Asigura acoperire Globală, Națională și Internațională
- ✓ Vă pot dezvolta afacerea





## 3.0 Promovare online și off-line

Se poate realiza o promovare a unui produs sau serviciu **online, folosind tehnologiile digitale TIC**, sau **off-line folosind tehnologiile tradiționale**. Tinerii caută de obicei modalități simple, rapide, eficiente și ieftine de a-și începe propria afacere și de a o promova online. Deși există diverse modalități de a-și promova afacerea online și offline, mai jos vor fi prezentate cele mai simple, ieftine, dar eficiente modalități.

### Promovare online

#### REȚELE DE SOCIALIZARE

Utilizarea platformelor de social media (de exemplu, Facebook, Instagram, Twitter etc.)

#### WEBSITE

Este un loc care deține un mediu concret al afacerii dvs., unde puteți să vă scrieți povestea, să vă oferiți produsele, să vă informați clienții etc.

#### EMAIL

Este cea mai veche formă de promovare online. Marketingul prin e-mail este folosit pentru comunicarea directă cu clienții dvs., pentru a evidenția conținut, pentru a oferi oferte speciale sau pentru a promova un eveniment.

### Promovare off-line

#### MATERIALE DE IMPRIMARE

Proiectarea de broșuri, pliante, fluturași etc.

#### ZIAR

Este una dintre cele mai vechi forme de promovare offline. Distribuți un eveniment pe care îl organizați sau produsul pe care îl veți lansa în ziarul local.

#### TELEFON

O modalitate simplă și rapidă de a disemina un eveniment pe care îl puteți organiza pentru noul dumneavoastră produs sau serviciu.



## 4.0 Modalități de a vă promova afacerea online

Să presupunem că ați găsit deja produsul sau serviciul pe care îl veți vinde. După cum s-a menționat mai sus, tinerii cu afaceri noi caută modalități eficiente și cu costuri reduse de a dezvolta cunoașterea mărcii și de a începe să-și împărtășească produsul sau serviciul.

Puteți începe cu 3 pași:

Pasul ① Social Media

Pasul ② Site-ul web

Pasul ③ E-mail

Dar înainte,

trebuie să identificați care este:

### Publicul dvs. Tintă

**Segmentarea** este un proces care vă va permite să vă împărțiți clienții potențiali în grupuri mici, în funcție de caracteristicile pe care le au în comun. Publicul dvs. poate fi împărțit în 4 categorii de bază:

- Geografic**
- Țara
  - Oraș
  - Limba

- Demografie**
- Sex
  - Vârstă
  - Ocupație
  - Nivel de educație

- Comportamental**
- Rată de utilizare
  - Situație de utilizare

- Din punct de vedere psihologic**
- Activități
  - Interese
  - Modul de viață



Vă este încă dificil să identificați care este publicul dvs. și veți avea nevoie de ajutor suplimentar citind exemplele existente? [Exemple](#) despre cum să vă faceți segmentarea publicului puteți găsi în această [listă](#). În plus, puteți începe să utilizați **șablonul** din [yourfreetemplates.com](http://yourfreetemplates.com).

## 4.1 Social Media

### Alegeți-vă rețelele sociale

Rețelele de socializare creează un mare avantaj companiilor noi și întreprinderilor mici, care le permit să comunice direct cu clienții și următorii.

#### Cea mai populară rețea de socializare

*(sursă: datele utilizatorilor activi lunar au fost preluate din formular: We Are Social, Hootsuite, Kepios Analysis și Statista.)*



#### Facebook

2,45 miliarde de utilizatori activi

lunar. Facebook este cea mai mare rețea socială din lume și cea mai importantă platformă pentru comercianți. Italia și Spania se află pe lista primelor 20 de țări din lume cu un mare potențial de acoperire publicitară pe Facebook.



#### YouTube

2 miliarde de utilizatori activi

lunar. YouTube este cea mai mare platformă multimedia din lume. Este folosit pentru încărcarea videoclipurilor de foarte lungă, lungă sau scurtă durată.



#### Instagram

1 miliard de utilizatori activi lunar.

Instagram este folosit în principal pentru partajarea de imagini, videoclipuri și povești. Această platformă este renumită în principal printre tineri.



### TikTok

800 de milioane  
de utilizatori activi

lunar. Tiktok este folosit pentru videoclipuri de scurtă durată. Această platformă este renumită în principal printre tineri.



### Pinterest

322 de milioane  
de utilizatori activi

lunar. Pinterest este folosit pentru imagini și videoclipuri de scurtă durată.



### Twitter

340 de milioane  
de utilizatori activi

lunar. Twitter este folosit în principal pentru starea postării prin mesaje text pentru ceea ce se întâmplă în lume în timp real. Această platformă faimoasă printre celebrități și personalități celebre.



### LinkedIn

303 de milioane de  
utilizatori activi

lunar. LinkedIn se concentrează pe crearea de rețele profesionale și dezvoltarea carierei. Este renumit în principal printre companii și oameni care caută de lucru, training sau seminarii.



### Tumblr

321 de milioane de  
utilizatori activi

lunar. Tumblr este folosit pentru blogging. Această platformă este renumită pentru proprietarii de magazine de comerț electronic și pentru persoanele care pun accent pe marca lor.



### WhatsApp

1.6 miliarde de  
utilizatori activi

lunar. Este cea mai folosită aplicație de mesagerie directă și necesită înregistrarea cu numărul dvs. de telefon personal. Acesta vă va ajuta clienții să vă contacteze dacă vor avea nevoie de informații suplimentare pentru produsele pe care ar dori să le cumpere.





## REȚINEȚI



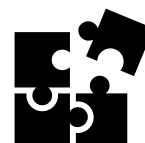
### PUBLIC

Care este publicul dvs. țintă?  
Care sunt caracteristicile lor comune?  
Prin intermediul căror rețele sociale este mai probabil să ajungă la ei?



### TIMP

Identificați cât timp va funcționa prin intermediul rețelelor sociale selectate. 30 de minute pentru fiecare cont de socializare ar putea fi suficiente la începutul afacerii dumneavoastră.



### RESURSE

De ce resurse digitale veți avea nevoie?  
Ce aptitudini sau competențe sunt necesare pentru a face posturi eficiente?

## Strategia de postare

### Ce veți posta? Prioritizare....

- Video
- Imagini sau text grafic
- Povești sau Videoclipuri
- Articole
- Linkuri

Puteți folosi un tip diferit de fiecare dată, pentru a ajunge la toate grupurile publicului țintă, cei care iubesc cititul, cei care preferă să vizioneze videoclipuri sau cei cărora le place să vizualizeze<sup>6</sup>.

<sup>6</sup>Kevan Lee. Septembrie 2017. Biblioteca de marketing a tamponului. „Cum să crezi un plan de marketing pentru rețelele sociale de la zero”. Extras din: <http://shorturl.at/wzELS>



## Cât de des veți posta?

La început puteți posta o dată pe săptămână. Aceasta va fi o oportunitate grozavă de a verifica dacă publicului dvs. vă apreciază postarea și actualizările. Nu fiți dezamăgit dacă nu ajungeți la reacții imediat, dar încercați să urmați programul pe care îl aveți. În timp, vă puteți crește activitățile de diseminare prin postări mai des.

## Când veți posta?

Totul ține de sincronizare. Fiecare cont social necesită un timp diferit pentru postare. Cu titlu indicativ...<sup>7</sup>

|           |  |
|-----------|--|
| Facebook  | <ul style="list-style-type: none"><li>• De luni până miercuri și în weekend între orele 13:00 și 16:00</li><li>• Joi și vineri între orele 13:00 și 15:00</li></ul>                                    |
| YouTube   | <ul style="list-style-type: none"><li>• De luni până miercuri între orele 14:00 și 16:00</li><li>• Joi și vineri între orele 12:00 și 15:00</li><li>• În weekend, între orele 09:00 și 11:00</li></ul> |
| Instagram | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zilnic de la 17:00 la 18:00</li><li>• În weekend, între orele 11:00 - 13:00 și 19:00 - 21:00</li></ul>   |
| TikTok    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zilnic de la 17:00 la 18:00</li><li>• În weekend, între orele 11:00 - 13:00 și 19:00 - 21:00</li></ul>   |

<sup>7</sup> Sproutsocial. Martie 2020. „Cele mai bune perioade pentru a posta pe rețelele sociale în 2020”. Extras din: <http://shorturl.at/fijMO>



- |           |  |
|-----------|--|
| Pinterest | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zilnic și în weekend între orele 14:00 - 16:00 și 20:00 - 23:00</li></ul>                                      |
| Twitter   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Luni și joi de la 13:00 la 15:00</li></ul>   |
| LinkedIn  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zilnic și în weekend între orele 07:00 - 08:00 și 17:00 - 18:00</li><li>• Marți de la 11:00 la 12:00</li></ul> |
| Tumblr    | <ul style="list-style-type: none"><li>• Zilnic și în weekend, între orele 13:00 și 15:00</li></ul>   |

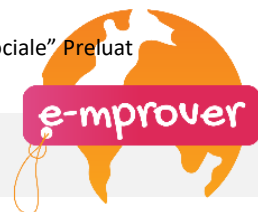
### Colectați și Analizați rezultatele

La sfârșitul fiecărei luni, puteți colecta toate postările pe care le-ați făcut în conturile de social media și puteți începe să le analizați. Scrieți care sunt cele mai bune statistici despre rețelele de socializare și postări și la câte aprecieri și câți urmăritori ajungeți pentru fiecare în parte. În timp, vă veți da seama care mass-media funcționează perfect și de ce veți avea nevoie să vă adaptați sau să schimbați în perioada următoare. În plus, puteți consulta [5 Moduri de a-ți Analiza Performanța de Marketing pe Rețelele Sociale](#).<sup>8</sup>

### Folosiți #hashtag-uri

Hashtag-urile joacă un rol semnificativ în creșterea vizibilității. Includerea unui hashtag în postarea dvs. permite utilizatorilor să vadă și să găsească conținutul dvs. în timp ce își caută interesele. De asemenea, vă ajută să obțineți mai mulți urmăritori și să obțineți mai multe

<sup>8</sup> Examinator de Rețele Sociale. Februarie 2017. „5 moduri de a vă analiza performanța de marketing în rețelele sociale” Preluat de la: <http://shorturl.at/pBFTZ>





aprecieri. **Creați o listă de 10-15 hashtag-uri.** Unul sau două hashtag-uri bazate pe numele și sloganul afacerii dvs. (dacă aveți), iar cele zece până la douăsprezece în funcție de subiectul afacerii dvs. Puteți folosi diferite hashtag-uri în postările dvs., dar cu siguranță vă va ajuta să aveți o listă din care să vă inspirați și pe care să o consultați de fiecare dată. Desigur, lista poate fi actualizată de fiecare dată când găsiți hashtag-uri interesante suplimentare. Încercați să evitați să folosiți o mulțime de hashtag-uri, 4 până la 5 hashtag-uri pe postare vor fi suficiente.

### De exemplu

Să presupunem că lucrați în domeniul turismului, iar afacerea dvs. numită „exemplu” oferă excursii cu barca în insula Zakynthos. Lista hashtag-urilor:

#### Adresat numelui companiei dvs

#example #example\_zakynthos #example\_boattours etc.

#### Adresat subiectului afacerii dvs

#boating #sea #zakynthosgreece #naturalactivities #summeringreece #sun #travelphotography #adventures #tourism #visitgreece #boattrip #greekislands #islands #shipwreckbeach #holiday #navagiobeach #nature #trip #travelling etc.

### Alăturați-vă Grupurilor

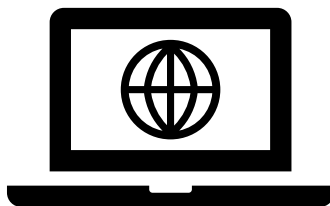
Grupurile de social media sunt esențiale atunci când lansați sau promovați produsul și când organizați un eveniment. Este mai probabil să ajungă la publicul țintă din aceste grupuri. Cum să începeți? **Cercetați cu cuvinte cheie** și alegeți să vă alăturați grupurilor pe care le considerați mai potrivite pentru dvs. și pentru afacerea dvs. Grupurile pot fi locale, naționale sau internaționale.





## 4.2 Site-ul web

Un site web bine construit poate transmite mesaje de marketing puternice, indiferent dacă afacerea dvs. este nouă și mică. În cazul în care afacerea dvs. oferă produse și servicii adecvate pentru vânzare prin Internet, atunci va trebui să luați în considerare construirea unui site de comerț electronic. În ambele moduri, un site web obișnuit sau un site de comerț electronic, este crucial să utilizați și să recomandați următoarele:



- Aveți o adresă URL ușor de reținut.
- Toate informațiile importante despre produsele, serviciile, ofertele, misiunea și viziunea organizației și echipa dvs. ar trebui să fie vizibile.
- Site-ul ar trebui să fie bine structurat și ușor de navigat.
- Designul și culorile ar trebui să aibă un aspect plăcut.
- Site-ul web ar trebui să fie prietenos cu dispozitivele inteligente și să aibă un design receptiv pentru telefoane mobile, tablete și iPad-uri.

O modalitate simplă și gratuită de a vă crea site-ul web este utilizarea<sup>9</sup>:

[WordPress](#): majoritatea clienților sunt găzduiți pe WordPress. Structura este ușor de utilizat și

---

<sup>9</sup> Blue corona. „De ce afacerea dvs. are nevoie de un site web?” Extras din: <http://shorturl.at/ckvV9>



adaptabilă. Vă puteți crea propriul site web de bază gratuit.

[Squarespace](#): o platformă recomandată pentru începători și comerț electronic. Este foarte ușor de utilizat, dar trebuie să plătiți pentru el.

De îndată ce vă construiți site-ul web, **Google Analytics** poate fi folosit pentru a urmări și analiza traficul site-ului dvs.

- Cel mai utilizat serviciu de analiză web de pe Internet.
- Un instrument gratuit de analiză web oferit de Google.
- Urmărește traficul site-ului
- Oferă site-uri web cu rapoarte
- Oferă un SDK care permite colectarea datelor de utilizare de la [iOS](#) și [Android](#) Aplicații, cunoscute ca *Google Analytics pentru aplicații mobile*

## 4.3 E-mail

Email Marketing este una dintre strategiile de marketing digital extrem de eficiente. Este o modalitate directă de a vă informa clienții despre serviciile sau evenimentele dvs. și este întotdeauna la zi și face parte din identitatea dvs. Marea majoritate a companiilor folosesc e-mailurile pentru a comunica cu partenerii, furnizorii, clienții existenți și potențiali. Începeți ziua verificându-vă e-mailurile. Planificați orele din zi în care vă veți verifica e-mailurile. O relație de încredere va începe să se construiască între afacerea dvs. și colaboratorii și clienții externi dacă răspundeți zilnic la e-mailurile dvs. Puteți seta o cronologie în funcție de cerințele dvs. de afaceri (de exemplu, de luni până vineri, vă puteți verifica e-mailurile o oră dimineața și o oră după-amiaza)





## Listă de e-mail

Pentru a începe să creați o comunitate de rețele pentru afacerea dvs., creați o listă de e-mail incluzând contactele existente.

- Contacte personale
- Contacte profesionale
- Contacte din rețelele de socializare

## 5.0 Dezvoltarea unui plan de marketing web

Un plan de marketing servește linii directoare și informații utile pentru ca activitățile de comunicare și exploatare să fie implementate într-o anumită perioadă pentru a obține rezultate specifice. Deși planul de marketing va identifica toate canalele relevante, publicul, informațiile și conținutul care urmează să fie produse și diseminate către publicul țintă.

### Obiectivele dumneavoastră

Începeți să vă scrieți planul de marketing prin definirea obiectivelor dvs. Aveți nevoie să creați trafic pe site-ul dvs.? Aveți nevoie să obțineți la aprecieri pe Facebook? Este posibil să aveți mai multe obiective pentru marketingul dvs. online, dar acest pas vă va ajuta să aflați care sunt obiectivele dvs., să le prioritizați, să creați o cronologie și să estimați câte ore vor fi necesare pentru a lucra la ele.



## Publicul Vizat

Marketingul dvs. online va avea rezultate mai bune dacă vă clarificați publicul vizat. Folosind segmentarea publicului (după cum s-a menționat mai sus) puteți afla care sunt grupurile dvs. țintă, care sunt caracteristicile acestora și cum le veți obține.

## Analiza SWOT

Analiza SWOT este un instrument puternic care vă permite să înțelegeți și să vă evaluați afacerea. Ca tehnică de planificare strategică, analiza SWOT vă ajută să vă identificați punctele forte, punctele slabe, oportunitățile și beneficiile.

### PUNCTE FORTE

- Ce atuuri aveți, cum ar fi clienți, echipamente, tehnologie?
- Ce atuuri aveți, cum ar fi cunoștințe, rețea, abilități?

### PUNCTE SLABE

- Ce resurse vă lipsesc?
- Va trebui să vă specializați în platformele de social media?
- Ce proces de comunicare trebuie îmbunătățit?

### OPORTUNITĂȚI

- Aveți un parteneriat puternic?
- Organizați un eveniment?

### PROVOCĂRI (sau tratate)

- Ce vă poate afecta negativ activitățile online?





Logo-ul este una dintre cele mai importante părți ale afacerii dvs. Dacă nu l-ați dezvoltat deja, este esențial să continuați cu el. [Top 20 de creatori de logo online: Creează-ți Propriul Logo.](#)

## Canale & Instrumente

Ce instrumente și canale veți folosi pentru promovarea afacerii dvs.? Canalele și instrumentele de comunicare asigură îmbunătățirea vizibilității afacerii dvs. și construirea unei relații pe termen lung cu publicul țintă. Un site web, conturile de rețele sociale și e-mailul sunt instrumentele mai potrivite pentru afacerea dvs. online.

## Reclamă

Lansarea unui nou produs sau serviciu necesită adesea proceduri de publicitate. Publicitatea plătită pe Facebook sau publicarea plătită în Presă vă va ajuta să atrageți mai multă audiență. În plus, puteți crea fluturași sau broșuri pe care le puteți partaja prin site-ul dvs. web, conturile de rețele sociale sau prin e-mail. În cazul în care organizați un eveniment, bannerele și afișele sunt cruciale pentru a fi tipărite.

## Evenimente

Conferințele și atelierile oferă o oportunitate excelentă de a vă extinde rețeaua, de a întâlni specialiști, de a face schimb de informații și de a vă împărtăși misiunea și viziunea de afaceri. Puteți căuta evenimente care au loc în orașul dvs., în țara dvs. sau în întreaga lume. Evaluați-le și alegeți-le pe cele care creează valoare pentru afacerea dvs.

## Calendar





Planul de marketing poate fi finalizat prin crearea unui calendar general al activităților care trebuie întreprinse într-o perioadă de timp. Pentru început, se poate proiecta un calendar de un an.

## Exemplu

| Sarcini și activități                     | Cine | Lunile |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
|---|------|--------|---|------|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
|   |      | 2019   |   | 2020 |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
|   |      | N      | D | I    | F | M | A | M | I | I | A  | S  | O  |
|   |      | 1      | 2 | 3    | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Elaborarea Planului de Marketing          |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Elaborarea siglei                         |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Elaborarea site-ului web                  |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Actualizarea site-ului                    |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Elaborarea profilurilor de social media   |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Actualizarea profilurilor de social media |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Elaborarea pliantului și a afișului       |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |
| Broșură                                   |      |        |   |      |   |   |   |   |   |   |    |    |    |

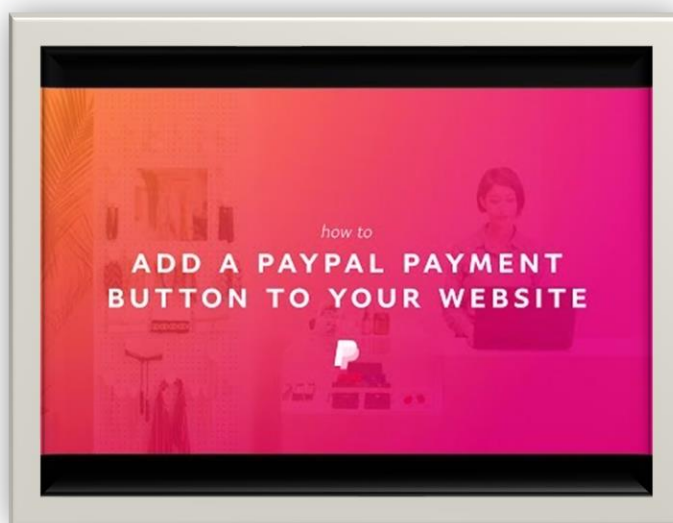


## 6.0 Instrumente web pentru vânzarea online

### 6.1 PayPal

PayPal este un serviciu care permite utilizatorilor să plătească, să trimită bani și să accepte plăți. Utilizează criptarea datelor și tehnologia antifraudă pentru a păstra informațiile securizate, reducând riscul fraudei online.

**Cum puteți adăuga un buton de plată PayPal pe site-ul dvs.?**



Sursă: [Youtube - Paypal](#)

### 6.2 Etsy

Etsy este un site de comerț electronic care se concentrează pe articole handmade și vintage și pe articole de artizanat. Aceste articole se încadrează într-o gamă largă de categorii, inclusiv bijuterii,



genți, îmbrăcăminte, decor și mobilier pentru casă, jucării, artă, precum și rechizite și unelte de artizanat.

### Cum să vindeți pe Etsy?



Sursă: [Youtube - Cedcommerce](#)

## 6.3 WooCommerce

Woo Commerce este o platformă flexibilă de comerț electronic cu sursă deschisă, construită pe WordPress. Woo Commerce transformă site-ul dvs. într-un magazin online prin configurarea opțiunilor de livrare, gestionarea inventarului, setările fiscale, acceptând plăți prin porți de acces precum PayPal și extragând rapoarte detaliate ale performanței generale a magazinului dvs. Platforma [oferă un ghid pas cu pas pentru începerea](#) vânzării online.

**O poveste de succes a unui magazin cu sprijinul WooCommerce.**





JOCO Shop Collections Co Brand About Why No Plastic

Know your size

|     | Espresso | Macchiato | Piccolo | Cafe Latte | Flat White | Cappuccino | Long Black | Tea |
|-----|----------|-----------|---------|------------|------------|------------|------------|-----|
| XS  | 4oz      | 118ml     | ✓       | ✓          | ✓          |            |            | ✓   |
| S   | 6oz      | 177ml     |         | 3/4        | 3/4        | 3/4        | ✓          | ✓   |
| S/M | 8oz      | 236ml     |         | ✓          | ✓          | ✓          | ✓          | ✓   |
| L   | 12oz     | 345ml     |         | ✓          | ✓          | ✓          |            | ✓   |
| XL  | 16oz     | 454ml     |         | ✓          | ✓          | ✓          |            | ✓   |

Joco Cup 4oz  
\$23.95 XS • 118ml

● ● ● ● ● +10

Joco Cup 6oz  
\$25.95 S • 177ml

● ● ● ● ● +35

8oz JOCO Cup  
\$27.95 S/M • 236ml

● ● ● ● ● +16

12oz JOCO Cup  
\$29.95 L • 345ml

● ● ● ● ● +27



## Referințe

1. Dr. Jeff Tanner & Dr. Mary Anne Raymond (2012). Principiile Marketingului 2.0.
2. Marketing: principii și practici (D. Adcock și A. Halborg și C. Ross, 2001)
3. Eurostat. Decembrie 2019. „Statistici de comerț electronic”. Preluat de pe [shorturl.at/cjMN2](http://shorturl.at/cjMN2)
4. Eurostat. „Persoane fizice – utilizatori de internet”. Preluat de pe [shorturl.at/nxIW6](http://shorturl.at/nxIW6)
5. We are Social & Hootsuite. 2020. “Global Digital Overview 2020”. Extras din <https://wearesocial.com/digital-2020>
6. Eurostat. Mai 2019. „Statistici privind economia digitală și societatea - întreprinderi”, Extras din: [shorturl.at/cgtu6](http://shorturl.at/cgtu6)
7. Marketing-Schools.org. „Marketing etic”. Extras din: <http://shorturl.at/dnz16>
8. Kevan Lee. Septembrie 2017. Biblioteca de marketing a tamponului. „Cum să crezi un plan de marketing pentru rețelele sociale de la zero”. Extras din: <http://shorturl.at/wzELS>
9. Sproutsocial. Martie 2020. „Cele mai bune perioade pentru a posta pe rețelele sociale în 2020”. Extras din: <http://shorturl.at/fijMO>
10. Examinator de Rețele Sociale. Februarie 2017. „5 moduri de a vă analiza performanța de marketing în rețelele sociale” Preluat de la: <http://shorturl.at/pBFTZ>
11. Blue corona. „De ce afacerea dvs. are nevoie de un site web?” Extras din: <http://shorturl.at/ckvV9>

### Imagini

<https://www.flaticon.com/>





<https://unsplash.com/>

