

Proiectul SUSE

Modulul 4 – Marketing digital și Social Media

CE ESTE SUSE?

SUSE este un program menit să îmbunătățească capacitatea de inserție profesională și să ofere tinerilor oportunitatea de a învăța despre antreprenoriatul social, de a lucra pe cont propriu și, în același timp, de a se preocupa de problemele de mediu din societate. Această abordare pe plan local va încuraja tinerii să devină parte a comunității și va stimula cetățenia activă

Obiective:

- Sensibilizarea tinerilor cu privire la antreprenoriatul social ca oportunitate de (auto)angajare în viitor și de creștere a capacității de inserție profesională pe termen scurt și lung
- Promovarea competențelor antreprenoriale pentru a îmbunătăți oportunitățile antreprenoriale și pentru a abilita tinerii să acționeze ca întreprinzători interni.
- Combaterea șomajului în rândul tinerilor din întreaga Europă
- Activarea tinerilor prin implicarea lor în găsirea de soluții pentru problemele sociale din comunitatea locală, axate pe sustenabilitate
- Încurajarea lucrătorilor de tineret să ghidze și să susțină tinerii pentru a avea un rol activ în societate și să-i educe în utilizarea coaching-ului digital.
- Atragerea atenției asupra necesității de a inspira activ tinerii să devină antreprenori sociali
- Reducerea decalajului dintre tineri și mediul de afaceri prin facilitarea conexiunilor între tineri și antreprenori.

Powered by:



SUSE - MODULE

Tinerii antreprenori sociali

Introducere în SDG

01

02

Modelul de afaceri sociale Canvas și stabilirea prețurilor

03

Rețele și comunicare

04

Marketing digital și social media

SUSE - GHIDURI

Tinerii antreprenori sociali

01

Degradarea mediului înconjurător în afaceri

02

Egalitatea de gen în afaceri

03

Instrumente digitale în industria 4.0 și 5.0

Modelarea spiritului antreprenorial în noua societate digitală

INTRODUCERE

Vizionați videoclipul SUSE pentru modulul 4

https://www.youtube.com/watch?v=DXgoX3A6EKI&list=PLcG96fou9ugJSXJMWE9H_CxdTzUI58Wbl&index=3

În peisajul de afaceri actual, marketingul digital și social media sunt indispensabile. Cu miliarde de utilizatori activi, acestea oferă oportunități de neegalat pentru dezvoltarea brandului de produs. De la crearea de conținut la informații bazate pe date, stăpânirea acestor instrumente este esențială pentru a rămâne competitiv.

OBJECTIVE

- Înțelegerea marketingului digital în sectorul social: prezentarea noțiunilor de bază ale marketingului digital și a importanței acestuia în antreprenoriatul social
- Valorificarea social media pentru binele social: învățarea modului de utilizare eficientă a platformelor social media pentru a promova cauze sociale și întreprinderi sociale



REZULTATELE PRECONIZATE ALE ÎNVĂȚĂRII

- Să înțeleagă importanța și impactul marketingului digital în promovarea cauzelor sociale și a întreprinderilor.
- Să identifice modalitățile prin care marketingul digital poate contribui la realizarea obiectivelor sociale și sustenabile.
- Să demonstreze o înțelegere a caracteristicilor, punctelor forte și demografiei publicului pentru diverse platforme de social media.
- Să evalueze care platforme sunt cele mai potrivite pentru diferite tipuri de mesaje și campanii de antreprenariat social.
- Să dobândească abilități în crearea de conținut captivant și adecvat pentru social media, inclusiv text, imagini și videoclipuri.
- Să înțeleagă principiile povestirii eficiente și ale elaborării mesajelor adaptate antreprenoriatului social Să dezvolte abilitatea de a planifica și de a executa campanii de marketing de bază pe social media
- Să înțeleagă cum să utilizeze hashtaguri, cuvinte-cheie și conținut țintit pentru a spori vizibilitatea și implicarea utilizatorilor
- Să înțeleagă care sunt indicatorii cheie de performanță în social media ce pot fi colectați și analizați pentru a măsura eficiența
- Să înțeleagă cum să utilizeze informațiile rezultate din analiză pentru a rafina și îmbunătăți strategiile de social media

REZULTATELE PRECONIZATE ALE ÎNVĂȚĂRII

- Să recunoască implicațiile etice ale marketingului digital, mai ales în contextul antreprenoriatului social.
- Să înțeleagă importanța creării de conținut și de campanii demne, autentice și responsabile din punct de vedere social.
- Să dobândească abilitatea de a conceptualiza și de a schița un plan simplu de marketing digital pentru o idee de afacere socială.
- Să înțeleagă componentele unui plan de marketing, inclusiv obiectivele, publicul țintă, platformele, strategia de conținut și considerentele bugetare.



CUPRINS

Tinerii antreprenori sociali

- 01 **Marketingul digital în întreprindere socială**
 - 1.1 – Ce este marketingul digital
 - 1.2 – Etapa digitală a întreprinderilor sociale
 - 1.3 – Marketingul digital pentru întreprinderi sociale
- 02 **Elaborarea unui plan de marketing digital de bază**
 - 2.1 – Nucleul planului tău de marketing digital
 - 2.2 – Mai multe despre strategia de conținut
- 03 Familiarizează-te cu diversele platforme de social media
- 04 Crearea de conținut digital captivant
- 05 Implementarea strategiilor de marketing de bază pentru social media
- 06 Analiza social media
- 07 Aspecte etice în marketingul digital
- Q Exerciții și autoevaluare

[Apasă aici
pentru a
accesa
videoclipul
acestui
modul](#)

01 Întelegerea rolului marketingului digital în antreprenoriatul social

De ce este esențial marketingul digital pentru un (viitor) antreprenor social ca tine?

CE ESTE MARKETINGUL DIGITAL?

Marketingul digital este, în esență, orice formă de marketing care se desfășoară online.

Este o modalitate prin care întreprinderile comunică cu publicul lor prin intermediul internetului și al dispozitivelor digitale.

Exemple:

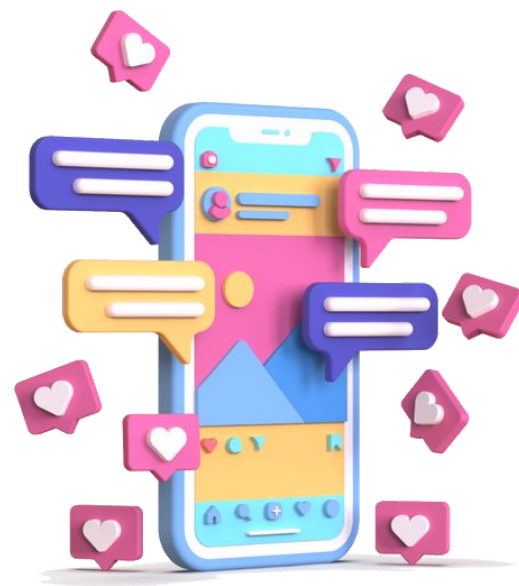
- Social media
- Email
- Motoare de căutare
- Pagini web
- Alte canale digitale care permit interacțiunea cu potențialii clienți sau susținători.



Etapa digitală a întreprinderilor sociale

Pentru antreprenorii sociali, contextul digital reprezintă o platformă valoroasă pentru a-și comunica misiunea, a construi comunități și a promova schimbarea.

Scopul tău este să produci un anumit impact.



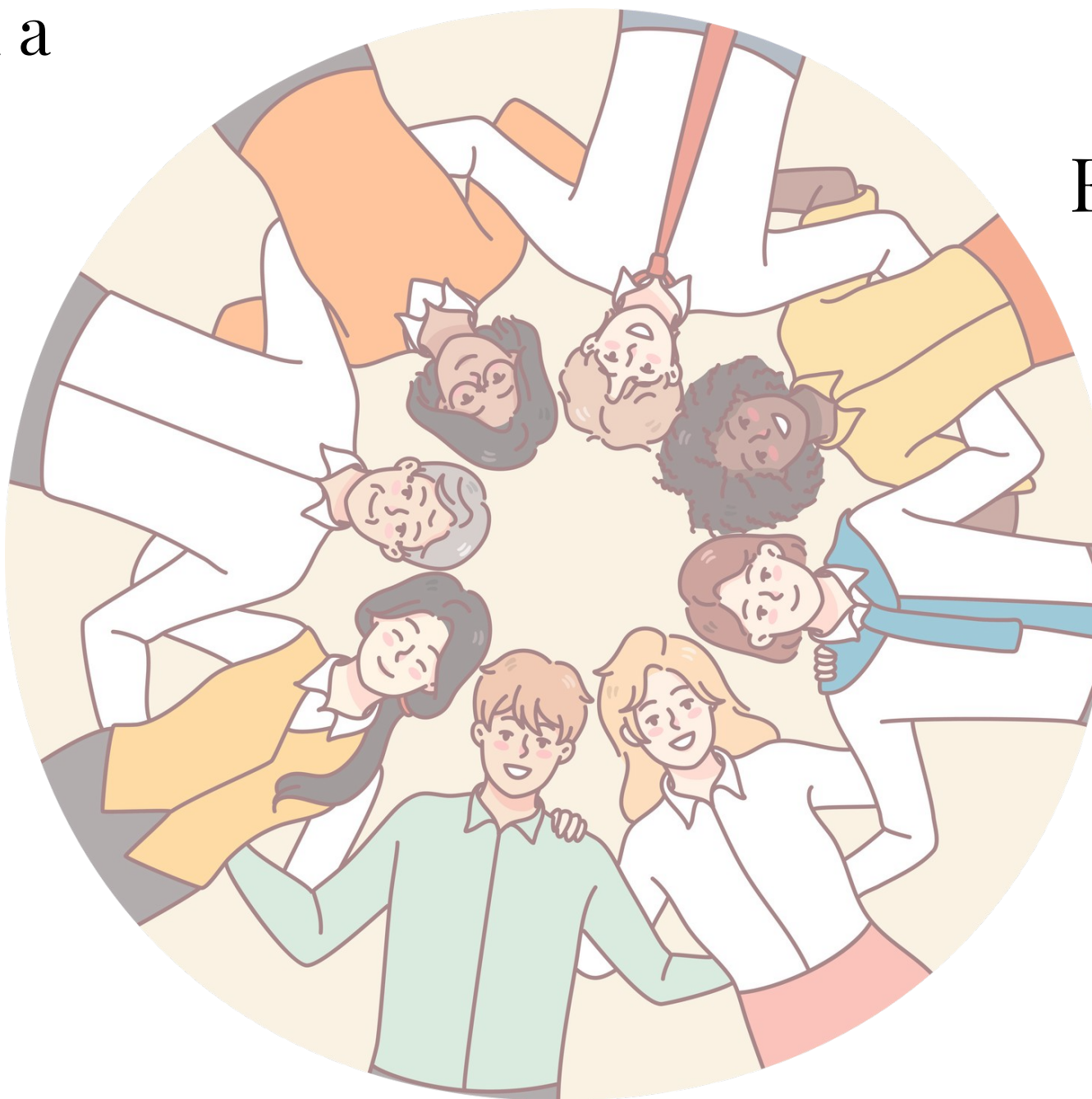
Marketingul digital îți permite să îți spui povestea, să sensibilizezi publicul cu privire la problemele pe care le abordezi și să obții susținere din toate colțurile lumii.

Conectarea cu cei care gândesc similar cu tine

Frumusețea marketingului digital constă în puterea sa de a crea legături. Te ajută să te conectezi cu persoane care împărtășesc aceeași pasiune pentru schimbare. Aceștia nu sunt doar publicul tău, ci și aliații tăi în promovarea schimbării sociale. Cum? O postare incitantă pe Instagram, un buletin informativ motivant prin e-mail, un blog convingător pe site-ul tău, etc.

Creșterea vizibilității și a impactului

Marketingul digital facilitează evidențierea impactului concret prin actualizări frecvente, rapoarte de impact și relatări detaliate. **Această transparență crește încrederea și încurajează angajamentul și sprijinul constant.**



Eficiență și accesibilitate

Marketingul digital este eficient din punct de vedere al costurilor și oferă o vizibilitate fără precedent. Cu o strategie corectă, te poți conecta cu utilizatori din întreaga lume, îți poți răspândi mesajul și îți poți atrage sprijinul fără a avea nevoie de un buget enorm.

SETUL TĂU DE INSTRUMENTE DE MARKETING DIGITAL

- **SOCIAL MEDIA:** Excelent pentru crearea de povești și construirea unei comunități, împărtășirea succeselor, învățarea de la alții și implicarea alături de susținătorii tăi
- **MARKETING DE CONȚINUT:** Bloguri, videoclipuri, podcasturi. Acesta este modul în care educi, inspiri și îndemni la acțiune.
- **MARKETING PRIN E-MAIL:** Pentru relații mai solide, e-mailul este cel mai bun prieten al tău. Distribuie actualizări, informații și oportunități în exclusivitate.
- **SEO ȘI SEM:** Este important fii găsit. Optimizarea pentru motoarele de căutare și marketingul garantează că mesajul tău ajunge la cei care îl caută.
- **ANALITICI:** Cunoașterea înseamnă putere. Înțelegerea modului în care funcționează demersurile tale digitale te ajută să îți rafinezi strategia și să maximizezi profitul.

Înțelegerea rolului marketingului
digital în antreprenoriatul social

02

Elaborarea unui plan de marketing digital de bază

Cum poți crea un plan de marketing digital care să fie eficient?



sustainable young
entrepreneurs

NUCLEUL PLANULUI TĂU DE MARKETING DIGITAL

1. **Definește-ți misiunea și obiectivele** – Ce schimbare vrei să aduci în lume?
2. **Cunoaște-ți publicul** – Cui te adresezi? Identifică-le nevoile, dificultățile și domeniile în care își petrec timpul online.
3. **Alege-ți canalele cu chibzuință** – Fă cercetări și află pe ce platforme este activ grupul tău țintă.
4. **Elaborează-ți strategia de conținut și formulează mesajele de bază** – Conferă structură și orientare eforturilor tale de marketing
5. **Planifică-ți conținutul** – Planifică un mix de conținut educațional și inspirațional
6. **Stabilește-ți bugetul** – Gândește-te ce resurse ai la dispoziție și ce resurse sunt necesare pentru implementarea planului tău.
7. **Evaluează și adaptează-te** – Folosește informațiile analitice pentru a-ți rafina abordarea, a experimenta noi tactici și a-ți îmbunătăți continuu impactul

MAI MULTE DESPRE STRATEGIA DE CONȚINUT



Prin strategia ta de conținut:

- Vrei să îi înveți ceva pe alții. Ce ar dori clientul tău ideal să învețe de la tine?
- Vrei să îți distrezi cititorii. Ce îi place clientului tău ideal?
- Vrei să ajuți. Ce l-ar ajuta pe clientul tău ideal?
- Vrei să inspire. Folosește citate inspiraționale care îi îndeamnă la acțiune sau îi ajută să își înceapă ziua cu un zâmbet.
- Vrei să informezi cititorul.

Formulează mesaje clare și convingătoare care să comunice misiunea ta, problema pe care o abordezi și modul în care oamenii te pot ajuta. Mesajul ar trebui să rezoneze emoțional cu publicul tău, motivându-l să actioneze.

03 Familiarizează-te cu diversele platforme de social media

Care sunt punctele forte și punctele slabe ale fiecărei platforme de social media?



Facebook

PUNCTE FORTE

- Cea mai mare bază de utilizatori
- Demografie diversă
- Excelent pentru construirea de comunități
- Implicarea prin intermediul grupurilor și a paginilor de internet

PUNCTE SLABE

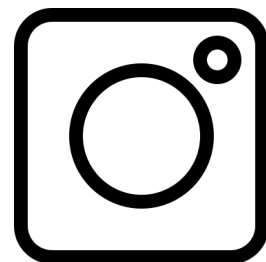
- Concurență ridicată
- Audiență în scădere
- Uneori, considerată mai puțin atractivă de către populația tânără

OPORTUNITĂȚI

- Facebook Marketplace pentru vânzarea de produse
- Facebook Live pentru interacțiuni în timp real
- Oportunități de promovare încrucișată cu Instagram

RISCURI

- Modificarea algoritmilor poate reduce vizibilitatea
- Eventualele reacții sau comentarii negative
- Temeri ale utilizatorilor în ceea ce privește confidențialitatea



Instagram

PUNCTE FORTE

- Platformă extrem de vizuală
- Rate înalte de implicare
- Populară în rândul publicului tânăr
- Excelentă pentru colaborările cu influenceri

PUNCTE SLABE

- Necesită imagini de înaltă calitate
- Poate fi consumatoare de timp
- Algoritmul poate fi imprevizibil

OPORTUNITĂȚI

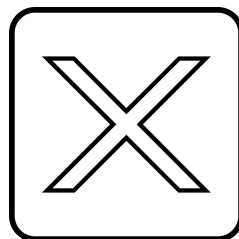
- Tipuri variate de conținut
- Funcții de cumpărături
- Sondaje și stickere cu întrebări pentru atragerea utilizatorilor

RISCURI

- Concurență puternică
- Reducerea vizibilității, pe măsură ce platforma se dezvoltă



**sustainable young
entrepreneurs**



PUNCTE FORTE

- Comunicare în timp real
- Eficient pentru interacțiunea directă cu susținătorii
- Excelent pentru distribuirea de actualizări rapide

PUNCTE SLABE

- Numărul limitat de caractere
- Tweet-urile pot fi rapid date uitării
- Dificultatea de a ieși în evidență

OPORTUNITĂȚI

- Chat-uri pentru a iniția conversații specifice domeniului
- Utilizarea hashtag-urilor pentru a creșterea vizibilității
- Anunțuri pentru campanii țintite

RISCURI

- Potențial pentru probleme legate de relații publice
- Gestionarea feedback-ului negativ poate fi o adevărată problemă





LinkedIn

PUNCTE FORTE

- Rețea profesională
- Ideal pentru marketing B2B (Business-to-Business)
- Conținut de înaltă calitate
- oportunități de networking

PUNCTE SLABE

- Stil formal
- Ritm mai lent al interacțiunilor

OPORTUNITĂȚI

- Articole LinkedIn pentru a împărtăși conținut detaliat
- Grupuri LinkedIn pentru crearea de rețele
- Anunțuri LinkedIn pentru publicuri profesionale specifice

RISCURI

- Audiență limitată doar la publicul profesional
- Conținutul trebuie să fie foarte bine șlefuit și profesional
- Rate mai lente de accesare a conținutului





TikTok

PUNCTE FORTE

- Platformă cu creștere rapidă și implicare crescută
- Conținut foarte creativ cu accent pe tendințe și vizibilitate

PUNCTE SLABE

- Distribuția demografică poate să nu se potrivească tuturor întreprinderilor
- Crearea de conținut poate fi consumatoare de timp
- Viitorul platformei este incert

OPORTUNITĂȚI

- Provocări vizuale
- Conținut generat de utilizatori
- Formate inovatoare

RISURI

- Tendințe schimbătoare
- Potențialul pentru comentarii negative
- Concurența cu creatorii de conținut viral



**sustainable young
entrepreneurs**



PUNCTE FORTE

- Cea mai mare platformă video, cu o gamă demografică variată
- Ideală pentru conținut de lungă durată
- Potențial ridicat pentru ca materialul să rămână relevant și să fie ușor de găsit

PUNCTE SLABE

- Necesită investirea unui timp semnificativ pentru a produce videoclipuri de înaltă calitate
- Concurență puternică din partea creatorilor consacrați

OPORTUNITĂȚI

- YouTube Ads pentru publicitate direcționată
- YouTube Live pentru interacțiune în timp real
- Parteneriate cu alți creatori pentru o audiență mai largă

RISCURI

- Modificările algoritmului pot afecta vizibilitatea
- Gestionarea unui canal YouTube poate necesita multe resurse
- Potențiale probleme legate de drepturile de autor pentru conținutul video

04 Crearea de conținut digital captivant

Cum să creezi conținut care este
„mai puțin comercial”?

MARKETING DE CONȚINUT

Marketingul de conținut este mai eficient
deoarece este mai:

- **Personal:** Împărtășește povestea ta unică
- **Autentic:** Subliniază ce te face diferit (punctul tău de vânzare emoțional – ESP)
- **Fiabil:** Demonstrează expertiza și cunoștințele tale

Elemente pe care le poți utiliza pentru a crea conținut captivant:

- Sondaje
- Întâlniri din spatele scenei
- Răspunsuri la întrebările frecvente
- Știri din compania ta
- Știri din domeniul tău
- Bloguri
- Infografice
- Povestiri despre eșecuri
- Fotografii
- Acte
- Informații suplimentare despre produsul/serviciul tău
- Amintiri

BINE DE ȘTIUT

- **Scrie mesaje scurte și utilizează scrierea activă**
- **Folosește componente vizuale**
- **Nu uita să folosești un îndemn la acțiune**
- **Deprinde-te cu utilizarea hashtag-urilor**

Hashtag-urile sunt promotorii vizibilității tale. Utilizează hashtaguri relevante care rezonază cu industria, conținutul și publicul tău.

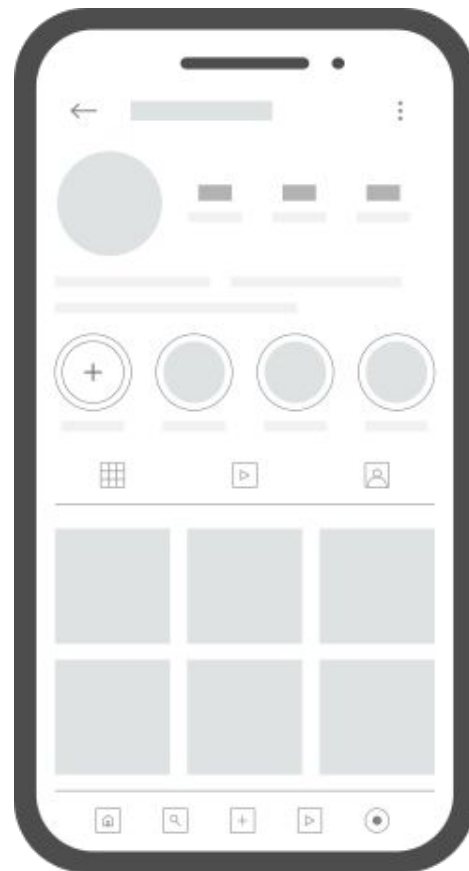
- **Stăpânește cuvintele-cheie**

Cuvintele-cheie sunt termenii pe care publicul tău țintă îi folosește atunci când caută conținut legat de domeniul în care activezi. Folosește-le în mod natural în titlurile, descrierile și în textul postărilor tale.

05 Implementarea strategiilor de marketing de bază pentru social media

Cum pot implementa strategiile de bază pentru social media în afacerea mea?

1. CONSOLIDEAZĂ-ȚI PREZENȚA ÎN SOCIAL MEDIA



Asigură-te că prezența brandului tău este puternică pe toate platformele de social media selectate.

Optimizarea profilului:

- Personalizează-ți profilul cu imagini de înaltă calitate, descrieri convingătoare și linkuri către site-ul tău.
- Fii consecvent în folosirea elementelor vizuale și mesajelor pe toate platformele.
- Utilizează fotografii realizate special pentru afacerea ta, în locul celor de stock.

2. CREAREA UNUI CALENDAR AL CONȚINUTULUI

Planificarea este **foarte importantă**. Un calendar al conținutului te va ajuta să îți organizezi și să îți programezi conținutul în mod eficient, asigurând un flux constant de postări atractive.

- **Mix diversificat de conținut:** Planifică o combinație echilibrată de tipuri de conținut care să răspundă intereselor și nevoilor publicului tău.
- **Oportun și relevant:** Programează conținuturi care se aliniază cu sărbătorile sezoniere, evenimentele generale sau evenimentele relevante din domeniul tău.

Month			Year			
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun

3. IMPLICARE AUTENTICĂ

Implicarea este o stradă cu două sensuri. Participarea activă pe canalele tale contribuie la construirea unei comunități și încurajează formarea relațiilor.

- **Răspunsuri prompte:** Monitorizează-ți în mod regulat canalele și răspunde la comentarii, mesaje și recomandări. Acest lucru arată publicului tău că îi apreciezi contribuția și participarea.
- **Conținut generat de utilizatori:** Încurajează și distribuie conținutul pe care urmăritorii tăi îl crează referitor la brandul afacerii tale. Aceasta amplifică încrederea și consolidează legăturile cu comunitatea.



4. MONITORIZAREA ȘI MĂSURAREA SUCCESULUI



Pentru a înțelege impactul strategiilor tale, urmărirea performanței este esențială. Aceste date vor sta la baza deciziilor și ajustărilor strategice.

- **Metrici cheie:** Concentrează-te pe metrici care se aliniază cu obiectivele tale. (De exemplu, ratele de implicare, creșterea numărului de adepți, traficul pe site din social media și ratele de conversie).
- **Instrumente de analiză:** Utilizează instrumente de analiză specifice platformei și aplicații terțe pentru a aduna informații și a analiza performanța.

5. ITERAȚIA ȘI OPTIMIZAREA



Mediul digital este în continuă evoluție, așa cum trebuie să fie și strategia ta. Folosește informațiile obținute din analiză pentru a-ți optimiza și rafina abordarea în mod continuu.

- **Experimentarea:** Nu ezita să testezi noi tipuri de conținut, timpi de postare și tactici de implicare. Este esențial pentru dezvoltare să afli ce rezonază cel mai bine cu publicul tău.
- **Bucla de feedback:** Încorporează feedback-ul din partea publicului și a echipei tale. Este esențial pentru îmbunătățirea continuă și pentru a te asigura că strategiile tale rămân în concordanță cu nevoile comunității tale.

IMPORTANT!



- **Fiecare fragment de conținut este o oportunitate de a-ți îndruma publicul către o acțiune dorită.** Apelurile la acțiune (CTA, call to action) clare și convingătoare sunt cele mai bune instrumente pentru a converti implicarea în rezultate concrete.
- **Strategia ta de marketing digital nu este un plan pe care să îl stabilești și apoi uiți de el.** Prin punerea în aplicare a acestor strategii, nu transmiți doar mesaje în eterul digital, ci îți ajustezi planul în funcție de reacțiile publicului.

06 Analiza social media

Pot determina rentabilitatea investiției și eforturilor mele în social media?

Dacă da, cum pot face acest lucru?

Modelul celor patru faze

Începe să măsoari eforturile depuse pe social media la nivel de campanie și mesaj. Mesajele, statusurile, actualizările, fotografiile, materialele video și alte conținuturi pot fi comparate între ele.

Multe organizații au trecut deja de faza de expunere (adică numărul de vizualizări este un indicator de branding, dar nu este întotdeauna fiabil). Este mai bine să te implici alături de grupul tău țintă și să generezi o anumită influență.

Adevărata rentabilitatea a investiției se regăsește în faza de acțiune. Aceasta este demonstrată, de exemplu, prin faptul că cineva îți cumpără produsul, utilizează serviciul tău, descarcă documentele tale tehnice, te contactează etc.



07 Aspecte etice în marketingul digital

Cum pot menține o conduită etică în
strategiile mele de marketing digital?



sustainable young
entrepreneurs

Integritate etică



Mentținerea integrității etice este mai importantă ca niciodată. Ca antreprenor social, misiunea ta nu este doar să vinzi un produs sau un serviciu, ci și să creezi schimbări pozitive. Din acest motiv, considerentele etice în marketingul digital nu reprezintă doar o obligație legală, ci și una morală.

Transparența: temelia încrederii



- **Publicitate onestă:** Asigură-te că toate materialele tale de marketing digital sunt clar definite și veridice. Inducerea în eroare a publicului, chiar și neintenționat, îți poate afecta reputația și nivelul de încredere.
- **Confidențialitatea și protecția datelor:** Prelucreză datele publicului tău cu cea mai mare atenție, respectând legile privind confidențialitatea, precum GDPR. Fii transparent cu privire la modul în care colectezi, folosești și protejezi informațiile personale.

Incluziune: oglindirea lumii din jurul nostru

- **Reprezentare diversă:** Marketingul tău ar trebui să reflecte diversitatea comunității pe care o servești. Asigură-te că imaginile și mesajele tale includ variate aspecte precum vârsta, sexul, rasa, religia și altele.
- **Accesibilitate:** Conținutul digital trebuie să fie accesibil tuturor, inclusiv celor cu dizabilități. Utilizează text alternativ pentru imagini, asigură subtitrări pentru videoclipuri și asigură-te că site-ul tău web și conținutul social media sunt navigabile de către cititoarele de ecran.



Autenticitatea: să fii fidel valorilor tale

- **Implicare autentică:** Promovează conversații reale și construiește o comunitate în jurul unor valori comune, mai degrabă decât să te concentrezi exclusiv pe tranzacții. Folosește-ți platforma pentru a evidenția problemele, a împărtăși succesele și a recunoaște eșecurile.
- **Parteneriate bazate pe valori:** Colaborează cu parteneri, persoane influente și alte entități care împărtășesc angajamentul tău față de binele social. Alegerea parteneriatelor nepotrivite poate slăbi mesajul tău și poate îndepărta comunitatea.



Responsabilitate: Dincolo de profituri

- **Mesaje cu impact:** Ia în considerare efectele mai ample ale campaniilor tale de marketing. Evită exploatarea problemelor sociale pentru profit și asigură-te că toate campaniile tale contribuie pozitiv la dialogul privind problemele importante.
- **Practici sustenabile:** În eforturile tale de marketing digital, promovează sustenabilitatea. Ia în calcul impactul campaniilor asupra mediului și prioritizează materialele de marketing digitale în locul celor fizice, ori de câte ori este posibil.



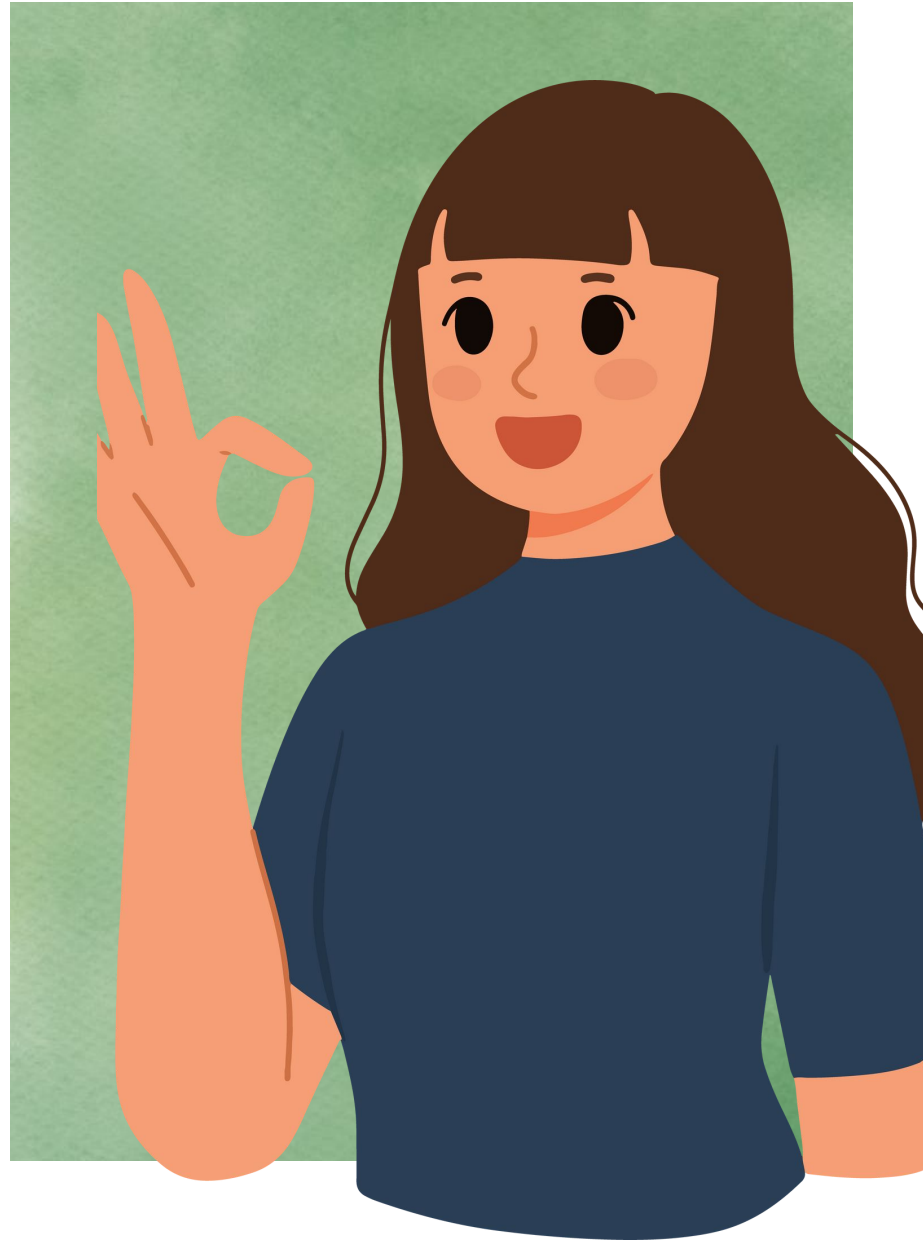
Decizia etică: îndrumare

- **Stabilește reguli clare:** Elaborează și respectă un set de reguli etice care să guverneze toate activitățile tale de marketing. Acestea ar trebui să fie în concordanță cu misiunea și valorile întreprinderii tale sociale.
- **Educație continuă:** Informează-te cu privire la practicile etice în marketingul digital. Spațiul digital este în continuă evoluție, la fel și considerentele etice.
- **Dialog deschis:** Promovează un dialog deschis despre etică în cadrul echipei tale. Marketingul etic este un efort de echipă și toată lumea ar trebui să se simtă în largul ei pentru a spune dacă ceva nu pare în regulă. Dacă lucrezi pe cont propriu, o conversație cu familia, prietenii sau uneori chiar cu necunoscuți poate fi utilă.



Marketingul etic ca avantaj competitiv

- **Marketingul digital etic nu este doar o chestiune de conformitate, ci și o componentă esențială a identității brandului tău.** Prin prioritizarea transparenței, incluziunii, autenticității și responsabilității, nu doar că îți protejezi reputația, dar și întărești încrederea și loialitatea publicului tău. Această încredere este valoroasă și transformă audiența ta în susținători entuziaști ai cauzei tale.
- **Nu uita, marketingul etic înseamnă să faci ceea ce este corect, nu doar ceea ce este legal.** Este vorba despre a da un exemplu și a stabili un standard pentru ceea ce înseamnă să faci promovare pentru un scop social.



04 Ai ajuns la sfârșitul modulului 4!

Acum a venit momentul pentru
autoevaluare și exerciții.

Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

**Acum e momentul să pui în practică,
pentru afacerea ta, tot ceea ce ai învățat!**

În prezentările următoare, vei găsi întrebări
orientative care te vor ajuta să începi elaborarea
propriului plan de marketing digital.



Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Misiunea și obiectivele companiei

Describe-ți misiunea în ansamblu. Aceasta descrie cum va fi concretizată viziunea ta. O formulare a misiunii se concentrează pe prezentarea succintă a mecanismelor interne și a obiectivelor întreprinderii tale sociale. Aceasta trebuie să fie:

- scurtă
- specifică
- măsurabilă
- SMART (specific, măsurabil, realizabil, relevant și limitat în timp)

Această prezentare trebuie să însemne ceva pentru tine și pentru toți cei care intră în contact cu organizația ta.

Ar trebui să includă:

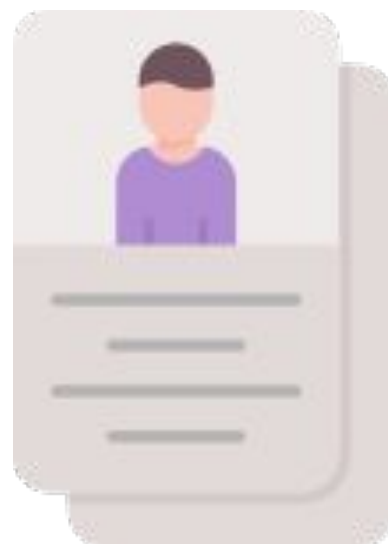
- Ce intenționezi să faci?
- Cine va face acest lucru?
- Cum va fi realizat?

Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Publicul

Cui te adresezi? Identifică nevoile lor și locurile unde își petrec timpul online. Poți crea profiluri de audiență pentru a aduce la viață susținătorii țintă, facilitând astfel adaptarea mesajelor și strategiilor tale.

Pentru mai multe informații despre cum să creezi un profil de audiență, fă clic pe imaginea de mai jos.



Completează următorul tabel

PUBLIC/ PERSOANĂ	NEVOI/ OBSTACOLE	UNDE ÎȘI PETRECE TIMPUL ONLINE?

Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Fill in the following table

Alege-ți canalele preferate

Pe baza identificării publicului, dar și a analizei SWOT a platformelor, **decide ce canale dorești să folosești.**

Notă: calitatea este mai bună decât cantitatea

ALEGE CANALUL	DE CE?

Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Stabilește-ți strategia de conținut și crează mesajele de bază

Din perspectiva strategiei tale de conținut:

Ce ar dori clientul tău ideal să afle de la tine?

Ce îi place clientului tău ideal?

Ce i-ar fi de folos clientului tău ideal?

Folosește citate inspiraționale care să-l facă să treacă la acțiune sau să-și înceapă ziua cu zâmbetul pe buze.

Reflectează asupra poveștii tale și creează mesaje convingătoare care să transmită misiunea ta, problema pe care o abordezi și modalitățile prin care oamenii te pot sprijini. Asigură-te că aceste mesaje rezonază emoțional cu publicul tău.

Pentru rețelele tale sociale, elaborează 3-5 mesaje esențiale bazate pe „povestea ta”.

Poți consulta resursele suplimentare de la sfârșitul acestei prezentări pentru suport adițional.

Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Calendarul conținutului

Elaborează un calendar al conținutului pentru a te asigura că postezi în mod constant pe rețelele sociale. Ține cont de diversele canale pe care le folosești și de misiunea ta.

	Luni	Marti	Miercuri	Joi	Vineri	Sâmbătă	Duminică
Facebook	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:
Instagram	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:
X (Twitter)	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:
LinkedIn	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:
TikTok	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:
YouTube	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:	Topic: Tipul postului:

Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Stabilește-ți bugetul

Evaluează resursele necesare pentru activitățile de marketing digital, nu doar resursele financiare, ci și resursele pentru cercetare. Ține cont de aceste resurse atunci când iei decizii finale privind canalele și planurile tale.



Crearea unui plan de bază pentru marketing digital

Măsoară și ajustează

Pentru a măsura rezultatele planului de marketing digital, ai nevoie de instrumente de măsurare și de indicatori-cheie (KPI) care să îți permită să măsoari în ce măsură ți-ai atins obiectivele. **Cum ai de gând să măsoari? Care sunt indicatorii de rezultat (KPI) pe care îi vei lua în considerare?**



01 Autoevaluare

Întrebarea nr. 1:

De ce sunt importante marketingul digital și social media?

- a. Sunt ușor de utilizat
- b. Creează tendințe
- c. Te conectează cu persoane cu interese similare cu ale tale

02 Autoevaluare

Întrebarea nr. 2:

Care sunt elementele pe care le poți folosi
pentru a crea conținut captivant?

03 Autoevaluare

Întrebarea nr. 3:

Ce trebuie să știi să folosești pentru a scrie conținut?

- a. apelul la acțiune
- b. scrierea activă
- c. hashtaguri și cuvinte-cheie

04 Autoevaluare



Întrebarea nr. 1: De ce sunt importante marketingul digital și social media?

Răspuns: c. Te conectează cu persoane cu interese similare cu ale tale

Întrebarea nr. 2: Care sunt elementele pe care le poți folosi pentru a crea conținut captivant?

Răspuns: sondaje, în spatele scenei, răspunsuri la întrebări frecvente, știri de la companie, știri din domeniul tău, bloguri, infografice, povești despre eșec, fotografii, documente, informații suplimentare despre produsul/serviciul tău, amintiri

Întrebarea nr. 4: Ce trebuie să știi să folosești pentru a scrie conținut?

Răspuns: c. hashtaguri și cuvinte-cheie

RESURSE SUPLIMENTARE

Greșeli de marketing digital care trebuie evitate și remediate:

<https://changecreator.com/digital-marketing-mistakes-to-avoid-and-fix/>

Tehnici narative: <https://www.youtube.com/watch?v=OEx8yRbNw90>

Tehnici narative pentru antreprenorul social:

<https://www.youtube.com/watch?v=3U91wjC1T6Q>

Ai finalizat modulul

04

Te-ai uitat și la celelalte module și ghiduri?

Module

01 Introducere în SDG

02 Modelul de afaceri sociale Canvas și stabilirea prețurilor

03 Rețele și comunicare

04 Marketing digital și social media

Ghiduri

01 Degradarea mediului înconjurător în afaceri

02 Egalitatea de gen în afaceri

03 Instrumente digitale în industria 4.0 și 5.0

Modelarea spiritului antreprenorial în noua societate digitală



Pentru mai multe informații, accesați:

<https://suse-theproject.eu/>



Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.