



Instrumente Structurale
2014-2020

Proiect co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

PROmotorii **FI**rmei **T**ale
pentru regiunea de dezvoltare: Centru

Fii propriul tău șef!

Profită de oportunitate și vino alături de noi pentru un nou început

Sfaturi de marketing pentru afaceri mici

Activitatea 4.1: Furnizarea, de către administratorul schemei de antreprenariat, a serviciilor personalizate de consiliere/ consultanță/mentorat ulterior finalizării procesului de selecție a planurilor de afaceri



In general, exista o diferenta majora intre abordarea unei afaceri mari si a uneia mici. Aproape NICIO afacere mare nu poate sa ofere servicii foarte personalizate si nici nu poate intretine o relatie personalizata cu clientii sai.

Firmele mari au buget mare, e drept, dar au si MULTI clienti. NU au cum sa tina legatura cu toti, chiar daca ar vrea. Cati vanzatori de la Emag, Vodafone, Dacia sau Petrom stii?

Si in asta consta succesul tau – trebuie sa gasesti CE nu fac foarte bine acele firme mari (sau ce nu fac deloc) si sa iti strecori serviciul “printre ele”. Fa-i pe potentialii clienti sa se simta importanti si acorda-le atentie. Interactiunea dintre client si brand este importanta, mai ales daca vrei sa ai clienti fideli. Personalizeaza informatiile pe care le oferi, in functie de caracteristicile publicului tinta.

1. Fă un newsletter educativ sau despre povestea ta

Promoveaza ceva cu care oamenii sa relationeze si/sau care sa ii ajute

NU trimite newslettere kilometrice cu sute de produse. Exact asta face toata lumea. Nu ai nicio sansa sa iesi in fata asa. Trebuie sa te diferentiezi cu CEVA. Incearca sa te axezi pe storytelling si sa creezi o poveste despre produsele sau serviciile pe care le ai de oferit. Aceasta poveste determina publicul tinta sa se identifice cu brandul tau si sa iti cumpere serviciile.

E MULT mai usor sa ii faci pe oameni sa relationeze cu tine (ca afacere mica). O firma mare va face asta mult mai greu.



Si in plus, ca firma mica, iti poti asocia imaginea ta cu cea a firmei. E MULT mai greu si mai riscant pentru o firma mare sa faca asta.

Exista avantaje si dezavantaje pentru asta. Mai ales pe termen lung. Insa, cu asta o sa iti bati capul cand o sa ai cifra de afaceri de milioane de euro. Pana atunci insa...

In plus, e-mailul inca este una dintre cele mai eficiente modalitati de comunicare in masa si e aproape gratuita (sau la niste costuri derizorii). Aproape orice serviciu de hosting ofera posibilitatea trimiterii de e-mail gratuit in anumite limite – de obicei maxim cateva zeci de mii de e-mailuri pe saptamana. De asemenea, poti verifica si cati au deschis e-mailul, au citit informatiile si au dat click pe link-uri. Astfel ca, iti poti personaliza newsletter-ul in functie de profilul abonatilor. Vei stii ce fel de informatii trebuie sa trimiti cititorilor, in ce zi sau ora, pentru a valorifica fiecare click pe care ei il dau.

Daca in fiecare saptamana trimiti zeci de mii de produse FARA nicio poveste, fara nicio emotie, fara nicio utilitate reala pentru abonati (alta decat ca e "la reducere") nu o sa vinzi mai nimic.

Daca, insa, in fiecare saptamana trimiti un sfat util sau o poveste utila cu tine, atunci sansa e MULT mai mare ca atunci cand oamenii respectivi au nevoie de ceva sa apeleze la tine. Abonatii trebuie sa primeasca informatii relevante, insa nu trebuie plictisiti. Newsletter-ul tau trebuie sa le starnasca curiozitatea si sa ii faca interesati de brand-ul tau.

Nu uita. In online NU poti forta pe cineva sa cumpere ceva. Tot ce poti face e sa ii reamintesti ca existi si atunci



cand EL are nevoie de ceva, probabil te va cauta.

Daca te intereseaza mai multe despre e-mail marketing, vezi aici un [articol dedicat](#)

2. Fa-ti un site si optimizeaza-l SEO

Optimizarea pentru Google (SEO) este o modalitate eficienta de marketing pentru afaceri mici.

E foarte ieftin sa iti faci un site doar cu elementele de baza (scheletul, sa zic asa).

Cea mai scumpa si dificila parte la un site este continutul efectiv. Articolele, paginile de servicii sau produse, etc...

Pe acestea le poti face tu inasa. NU e nevoie sa stii cum sa faci un site ca sa il umplii de continut. Partea "tehnica" o poate face un specialist iar continutul il poti face singur.

Evident, DUREAZA. Daca vrei ca articolele tale sa fie citite si daca vrei ca Google sa iti aduca vizitatori, trebuie sa fie informative – nu bla bla... Articolele tale trebuie sa ofere informatii precise care pot ajuta utilizatorul sa rezolve o anumita problema. Ori sa ii ofere detalii despre un anumit produs etc. Acestea trebuie scrise astfel incat sa fie intelese de publicul tinta.

Evident, e nevoie de timp pentru asta. Articolele informative nu se scriu singure. Dar ca firma mica (sau antreprenor), daca nu ai clienti, se presupune ca ai timp. Daca o sa zici ca nu ai nici timp, atunci cauta-ti un job. Fara timp si fara bani nu o sa faci in veci nimic.

OK, ai site-ul. Ce trebuie efectiv sa faci?



3. Promoveaza-te prin continut

Tehnica se cheama content marketing si este o modalitate de marketing Foarte eficienta pentru afaceri mici

Sunt doua componente ale acestei tehnici de promovare: Realizarea efectiva a continutului. Fa o serie de Ghiduri si Tutoriale despre domeniul tau – pot fi atat ca articole, cat si ca video. Aici vezi sfaturile de la punctul 2. Dupa care incepe sa le distribui. Practic, nu te promovezi cu produsele pe care le vinzi, ci cu aceste ghiduri/tutoriale/materiale educative – scopul e sa strangi date de contact si sa iti creezi un public fidel. ABIA DUPA ce le-ai obtinut incepi sa vinzi. Este important sa cunosti cat mai multe informatii despre potentialii client, pentru a sti cum sa le vinzi produsele si serviciile tale in viitor.

Cum te promovezi efectiv FARA costuri mari?

Aici e din nou valabila regula timp/bani. Daca nu ai bani sa te promovezi, trebuie sa ai timp.

Cateva modalitati de promovare eficiente si gratuite (sau cu putini bani) pentru firme mici:

Postarea pe grupuri de Facebook tematice

- o Gaseste 30-40 de grupuri de Facebook care ti-ar putea fi utile si posteaza acolo ghidurile tale. O postare in 30-40 grupuri echivaleaza cu o promovare de 4-6 dolari a postarii respective. Insa, nu uita ca este importanta ora cand postezi, dar si ziua. Informatia trebuie sa ajunga la publicul tau tinta, iar aceste elemente sunt esentiale. De asemenea, ai grija si de cate ori postezi intr-un grup. Evita sa postezi de prea multe ori pe zi, pentru a nu face spam. Continutul pe care il postezi trebuie sa fie relevant. Poti realiza video-uri scurte in care iti prezinti produsele, ori serviciile. Ia in calcul si infograficele, ele fiind estetice din punct de vedere grafic. In plus, daca



ti-ai asociat imaginea ta cu cea a firmei, promoveaza-ti produsele, ori serviciile pe Facebook prin Video Live. Ori, distribuie postările de pe pagina ta de business pe profilul personal.

Promoveaza-te pe Instagram

o Una dintre cele mai bune idei de marketing pentru afaceri mici este sa iti promovezi business-ul pe Instagram. Ai nevoie de cat mai multi followers si de creativitate. Instagram-ul poate fi o sursa buna de lead-uri si vanzari – asta daca stii ce ai de facut. In primul rand, trebuie sa postezi constant, sa ai hashtag-uri si stories relevante afacerii tale. In al doilea rand, adauga un link pe pagina ta – in bio. Astfel, iti poti promova articolele, produsele sau serviciile.

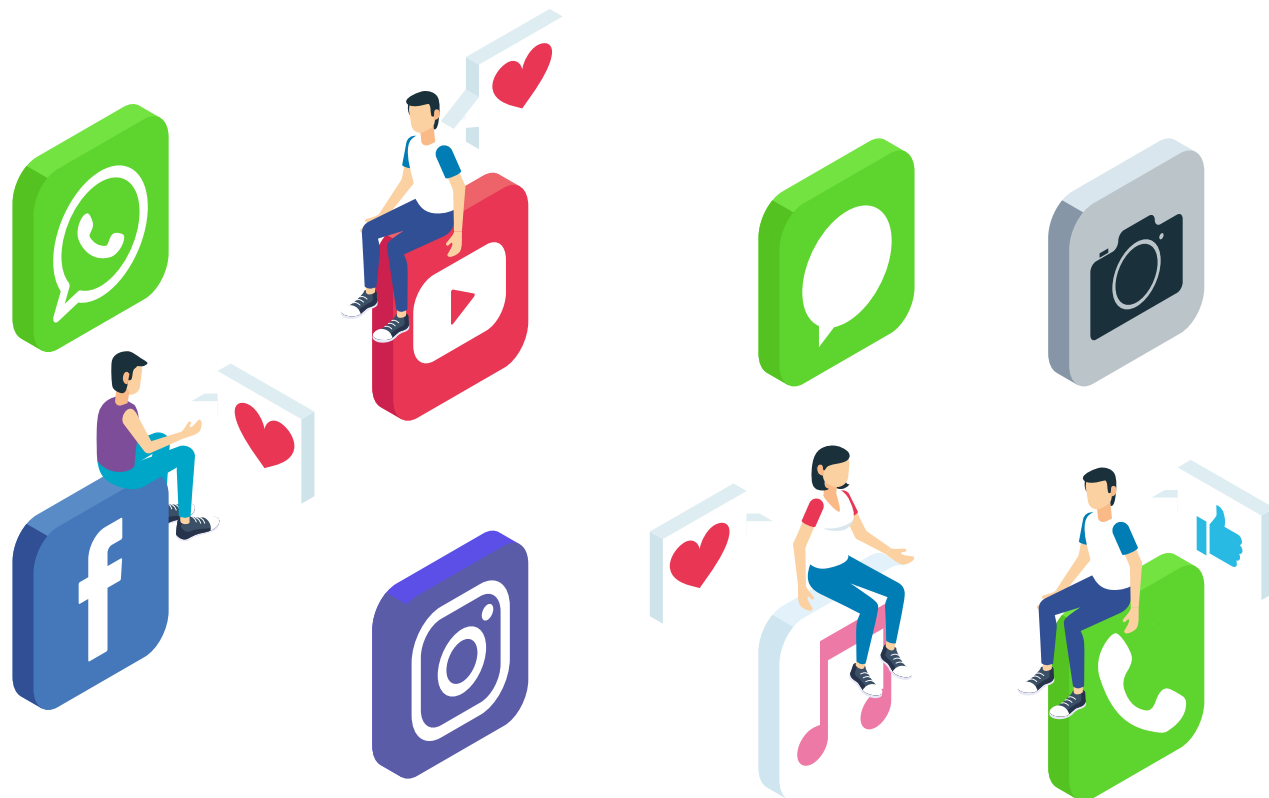
Posteaza pe OLX, LaJumate, Publi24, etc... ghidurile tale. Aici trebuie sa fii un pic inventiv. De multe ori, anunturile care nu promoveaza direct ceva e posibil sa nu fie aprobate. Totusi, cu un pic de inventivitate poti ajunge sa atragi destul trafic si sa obtii lead-uri ok. Si aici intervine din nou povestea brand-ului tau. O poveste buna atrage atentia si vinde.

• **Posteaza pe Forumuri Tematice** – multe forumuri au cam disparut, fiind inlocuite de grupurile de Facebook. Totusi, inca mai exista si inca mai pot aduce beneficii.

• **Cauta adrese de e-mail de la bloguri sau site-uri care activeaza in nisa ta, DAR NU SUNT CONCURENTI DIRECTI – si fa schimb de articole cu ei.**

o Asta este o modalitate FOARTE BUNA de a atrage trafic si de a genera un plus mare pe SEO.

o O recomandare: sunt foarte multe site-uri – daca vrei sa ai succes cu genul asta de abordare, trebuie sa



automatizezi cumva si sa standardizezi colaborarea cu ei. De multe ori, administratorii unor site-uri iti vor cere continut unic sau personalizat. Exceptand cazul in care e un site MARE si care stii ca iti aduce trafic mult, nu merita. Abia vei avea timp sa scrii articole pentru tine, daramite pentru o gramada de altii...

- **Promoveaza-ti afacerea pe YouTube.**

- Cu putina creativitate, poti transforma un banal articol intr-un video interactiv pe care il poti posta pe YouTube. De asemenea, creeaza clip-uri ingenioase prin care le prezinti oamenilor cum produsele sau serviciile tale le pot rezolva o problema.

- **Utilizeaza Google Places**

Google Places te ajuta sa apari in Google Maps si sa fii gasit mai usor in cautarile de pe Google. Tot ce trebuie este sa te inregistrezi si sa astepti confirmarea. In felul acesta, clientii iti gasesc mai usor compania si te pot contacta printr-un singur click.

4. Și în ultimul rând – dar cel mai important – SUNĂ

Du-te TU peste clienti, nu astepta sa vina ei la tine. Pentru afacerile mici, CEA MAI EFICIENTA MODALITATE DE MARKETING ESTE APELUL TELEFONIC.

In ultima instanta, vrei sa iesi in fata. Daca esti mic si stai in spate, nu te vede nimeni. Trebuie sa iesi in fata, altfel mori.

Aproape toate modalitatile de vanzare prezentate mai sus au un lucru in comun:

Nu incerca sa vanda direct produsul tau, ci sa obtina date de contact ale potentialilor clienti.

Sansa sa vinzi ceva e MULT mai mare daca ii suni pe oamenii respectivi, incerci sa vezi de ce au nevoie si ulterior le oferi solutia ta. Insa, trebuie sa fii perseverant. Daca un potential client te-a refuzat o data, nu inseamna



ca acesta te va refuza mereu. Trebuie doar sa mai incerci. Statistica generala e ca FARA telefon (doar e-mail, facebook, youtube, seo, etc...) vei transforma in clienti undeva intre 0.1% si 1% din lead-urile obtinute (adica din persoanele de la care ai obtinut date de contact). Adica, in medie cam UN CLIENT la 500 de lead-uri. DAR daca incluzi si apelul telefonic (evident, ok facut) atunci rata de conversie este undeva intre 3-6%. Adica in medie un client la 30-40 de lead-uri.

Diferenta este ENORMA.

Apelul telefonic este esential pentru afacerile mici – asta pentru ca “natural” nu iti vin suficienti clienti cat sa supravietuiesti.

Evident, trebuie sa ai si o tehnica cat de cat eficienta de vanzare. Exista mai multe, insa aici ai una care poate fi aplicata de ORICINE si care nu necesita decat un pic de organizare.

In mare, cam asta e planul de promovare.

Toate metodele de mai sus sunt usor de aplicat si nu implica bani. Evident, TOATE pot fi augmentate cu bani – daca exista buget si daca ai ajuns la nivelul la care promovarea gratuita nu mai e suficienta.

In cazul in care ai buget, in momentul de fata, cel mai eficient canal prin care sa aplici metodele de mai sus este Facebook.

Sursa: <https://seomark.ro/marketing-pentru-afaceri-mici-sfaturi-si-idei-mkt110/>





Titlul proiectului
“PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru”
ID: 104254

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020,
Componenta 1 România Start Up Plus

Axa Prioritară Locuri de muncă pentru toți,
Operațiunea: Creșterea ocupării prin susținerea
întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană,
Schema de ajutor de stat România Start-Up Plus

Implementat de Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov
în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret.

Valoare totală a proiectului
8.722.301,38 lei

Durata proiectului
36 de luni

**Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul
Operațional Capital Uman 2014 -2020**

Editorul materialului
Universitatea Spiru Haret

Data publicării
Martie 2019

”Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României!”



0268.47.05.05; 0268.47.05.06



www.profitantreprenor.ro



profitantreprenor