



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

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

Șapte sfaturi pentru promovarea afacerii tale pe rețelele de socializare

ACTIVITATEA 4 - IMPLEMENTAREA PLANURILOR DE AFACERI

Activitatea 4.3: Monitorizarea de către administratorul schemei de antreprenoriat a funcționării și dezvoltării afacerilor finanțate





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

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

Ești antreprenor, manager, contabil sau director financiar? Atunci știi că un ingredient important în dezvoltarea unui business este promovarea. Însă te-ai gândit vreodată că te poți folosi de prezența de pe rețele sociale precum Facebook, LinkedIn, Instagram sau Google Plus, pentru a-ți crește afacerea? Nu știi cum să procedezi?

Uite ce poți face pentru ca business-ul tău să crească pe rețelele de socializare

1. Completează profilul companiei tale

Acest lucru pare a fi unul neimportant, dar ai fi surprins de ceea ce ai putea să pierzi. Dacă nu mergi pentru un aspect ultra-minimalist, pagina de Facebook, LinkedIn sau GooglePlus a afacerii tale ar trebui să fie completată.



În categoria Despre, ai spațiu pentru a adăuga link-uri, inclusiv alte profiluri de rețele sociale. Secțiunea Story îți permite să oferi mai multe detalii despre compania ta, într-un format de povestiri.

2. Încearcă promovarea între canale de social media

Crearea unei promoții încrucișate (cross-promotion) între canalele tale de social media le reamintește ocazional celor care te urmăresc că ai cont și pe alte rețele sociale. Poate arăta ca un link către pagina de social media, însoțită de un call-to-action care cere oamenilor să urmeze contul.

Pentru o abordare mai subtilă în ceea ce privește promovarea încrucișată, folosește spațiul din bio pentru a menționa că ai și alte conturi.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

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

3. Adaugă pictogramele rețelelor sociale în newslettere

Dacă trimiți newslettere în mod periodic, asigură-te că mereu adaugi pictogramele rețelelor sociale. Este un alt memento subtil adresat destinatarilor că ești prezent și acolo.

Pentru o abordare mai directă în promovarea conturilor tale de social media în newsletter, poți adăuga o secțiune a fanilor în care prezinți o fotografie din comunitate.

4. Oferă reduceri doar pe conturile de social media

În publicitatea tradițională, vezi oferte săptămânale, prin ziare, la TV sau primești reduceri prin e-mail. Nici în mediul online nu

este diferit. Aceste reduceri sunt servite unui anumit segment al publicului tău și se termină după un timp.

Cea mai simplă cale este să oferi un cod de reducere într-o postare. Limitează-te să faci acest lucru numai în mediul social. Încearcă să faci, spre exemplu, tranzacții flash cu cantități mici de produse în Instagram sau Facebook stories.

5. Adaptează-ți mesajul în funcție de rețeaua de socializare

Scrierea aceluiași mesaj pe fiecare rețea nu îți va oferi cele mai bune rezultate. Publicul tău de pe LinkedIn nu este, foarte probabil, același ca cel de pe Facebook și acest lucru este în regulă, pentru că platformele de socializare au target-uri diferite. Poți utiliza





UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

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

aceleași fotografii sau videoclipuri, dar mesajul trebuie să îl adaptezi în funcție de audiență, păstrând însă aceeași strategie.

După ce examinezi modul în care diferă audiențele tale, experimentează diferite tonuri și vocabular. Dacă partenerii tăi de vânzări sunt în cea mai mare parte pe LinkedIn, atunci mesajele tale vor trebui să fie orientate spre vânzare.

6. Implică-ți angajații în promovarea pe social media

Implicarea angajaților în promovare devine rapid o sursă majoră de amplificare a conținutului pentru branduri. Oamenii din echipa ta te pot ajuta să distribuie conținutul de pe conturile tale din social media. Îi poți încuraja să creeze mesaje specifice și adaptate direct la canalele lor sociale.



7. Creează un ambasador de brand sau un program de loialitate

Întreaga idee a unui program de ambasadori se bazează pe cunoașterea afacerii tale, iar clienții pasionați ai brandului tău vor vorbi produsul tău cu toți prietenii lor. Este conceput în mod natural pentru brand awareness.

Implementarea și susținerea unui program de ambasador necesită timp și răbdare. Dacă nu ai resurse, ia în considerare crearea unui program de loialitate sau de recomandare.

Acum nu îți mai rămâne decât să pui în aplicare tot ce ți-am spus mai sus. Îți urăm mult succes și o creștere rapidă a afacerii.

Sursa: www.avocatnet.ro



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

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



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
Agenția de Dezvoltare Durabilă a Județului Brașov

Data publicării
ianuarie 2020

"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](https://www.facebook.com/profitantreprenor)

Descrierea proiectului: PRoMotorii Firmei Tale (PROFIT) pentru Regiunea Centru ID: 104254 (Instrumentul de Agenția de Dezvoltare Durabilă Județul Brașov în parteneriat cu Universitatea Spiru Haret)