

# MARKETINGUL DIGITAL

Autori: ANAMARIA RAD  
BIANCA MATEI

COLEGIUL ECONOMIC "NICOLAE TITULESCU"  
BAIA MARE

# Introducere

De-a lungul timpului lumea digitală se extinde, acest lucru face ca afacerile să se confrunte cu adaptarea în funcție de cerințele modernizării. Aceste companii datorită strategiilor și marketingului digital simplifică promovarea afacerii și cercetarea publicului.

Investitorii au nevoie de o relație mai elaborată cu clienții în vederea determinării nevoilor acestora și obținerea unui câștig cat mai mare.

*Factori care influențează piața*



Internetul

Globalizarea

Hiperconcurența

Nouă paradigmă combină ceea ce are mai bun marketingul tradițional cu noile posibilități pe care le oferă tehnologia digitală pentru a ajuta companiile:

să identifice posibilitățile de înnoire a piețelor proprii;

să creeze în mod eficient ofertele cele mai promițătoare;

să se situeze constant la cel mai înalt nivel de calitate a produselor, servicii și operativitate

să ofere produse, servicii și experiențe care corespund cerințelor fiecărui client;

# Ascensiunea marketingului digital

- o modalitate de reclamă și vânzare de produse și servicii cu ajutorul canalului online de comunicare
- activitățile se îmbunătățesc prin respectarea comportamentului și dorințelor utilizatorilor de internet
- oamenii petrec de două ori mai mult timp online în prezent față de acum 10 ani, iar tendința este în creștere
- capacitatea de a ajunge la o audiență mai largă și mai precisă
- oferă companiilor posibilitatea de a măsura eficacitatea campaniilor lor. Cu ajutorul analizei web, companiile pot monitoriza traficul site-ului lor, conversiile, ratele de clic și alte metrici relevante, utilizate pentru a îmbunătăți campaniile existente și pentru a crea campanii noi care să obțină rezultate mai bune.

# Ascensiunea marketingului digital

- companiile trebuie să fie atente la faptul că nu toate canalele de marketing online sunt potrivite pentru afacerea lor, trebuie să analizeze atent publicul lor țintă și să ia decizii informate cu privire la canalele de marketing online pe care le utilizează.
- să își dezvolte o strategie coerentă de Marketing Online. Aceasta ar trebui să includă o analiză a publicului țintă, o evaluare a concurenței și o definire a obiectivelor de marketing.
- companiile trebuie să ia în considerare costurile implicate și să ia decizii de informate cu privire la alocarea resurselor pentru diferite canale de marketing online, să analizeze rentabilitatea investițiilor și să optimizeze cheltuielile de marketing în funcție de rezultate.

## *Creșterea profitabilității companiilor prin utilizarea marketingului digital*

- Digitalizarea marketingului s-a făcut prin campanii de marketing online, prioritar prin utilizarea sistemelor bazate pe Google Ads, Facebook Ads și AI.
- Practicile de digitalizare a marketingului ar putea reduce timpul petrecut pentru crearea campaniilor și vor îmbunătăți expunerea și vânzările.
- Obiectivele finale ale unei afaceri:

Creșterea profitului

Gestionarea relațiilor

Îmbunătățirea conținutului

## *Creșterea profitabilității companiilor prin utilizarea marketingului digital*

### Obiective importante:

Creșterea expunerii

Creșterea vizibilității mărcii

Conversia traficului online în cumpărători

Pentru ca aceste obiective să fie atinse, planurile strategice trebuie să urmeze structura **S.M.A.R.T.**

S -  
specifice

M -  
măsurabile

A -  
accesibile

R -  
relevante

T -  
timp

## *Creșterea profitabilității companiilor prin utilizarea marketingului digital*

- Companiile care încearcă să-și crească veniturile prin branding online trebuie să acorde atenție unor metode de lucru care includ:
- *Optimizarea motoarelor de căutare (SEO)*: motoarele de căutare reprezintă puntea de legătură între clienți și companiile online.
- *Marketingul motoarelor de căutare (SEM)*: similar cu SEO, SEM vizează poziționarea site-urilor web cât mai aproape de topul rezultatelor de căutare.
- *Social Media Marketing*: Canalele de social media au devenit unele dintre cele mai puternice instrumente disponibile pe internet pentru companiile care operează online.
- Platformele sociale precum Facebook, Twitter, Instagram și chiar TikTok sunt locul de întâlnire a miliarde de utilizatori.



# *Creșterea profitabilității companiilor prin utilizarea marketingului digital*

- *Marketingul afiliat:* „un tip de tehnică de marketing online în care un afiliat promovează o afacere prin reclamă pe site-ul său web, pe un blog sau canal video și, în schimb, primește un comision de fiecare dată când această activitate de promovare generează o vânzare.”
- *Marketingul de conținut:* o tehnică de marketing care implică crearea și răspândirea de conținut valoros și relevant, care vizează atragerea atenției și implicarea unei comunități coagulate în jurul unui anumit grup țintă.

## *Utilizarea SEO de către elevi*

- Dincolo de limitele sălii de clasă și ale lumii teoretice, competențele SEO au aplicații în lumea reală de care elevii pot beneficia:
- Portofolii personale/Bloguri
- Elevii pot aplica tehnicile SEO pe site-urile sau blogurile lor personale, prezentându-și munca, proiectele sau scrierile. O optimizare SEO adecvată le asigură că conținutul lor ajunge la o audiență mai largă, ceea ce îl face un instrument eficient pentru brandingul personal

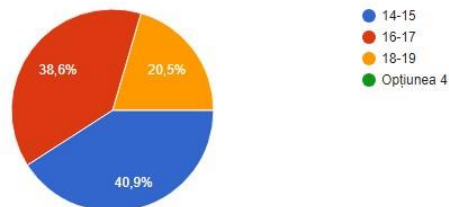
## *Utilizarea SEO de către elevi*

- Studenții pot face ca proiectele lor academice să aibă un impact mai mare prin încorporarea cercetării SEO.
- Lumea SEO nu se rezumă doar la înțelegerea algoritmilor sau la optimizarea conținutului; este o industrie plină de oportunități de carieră. Pentru studenți, perspectivele sunt variate.

În cadrul acestei competiții s-a realizat un chestionar asupra elevilor privind utilizarea de social media iar acestea sunt rezultatele obținute:

In care categorie de varsta va incadrati?

44 de răspunsuri



De ce ati ales sa va creati un profil pe retelele de socializare?

44 de răspunsuri

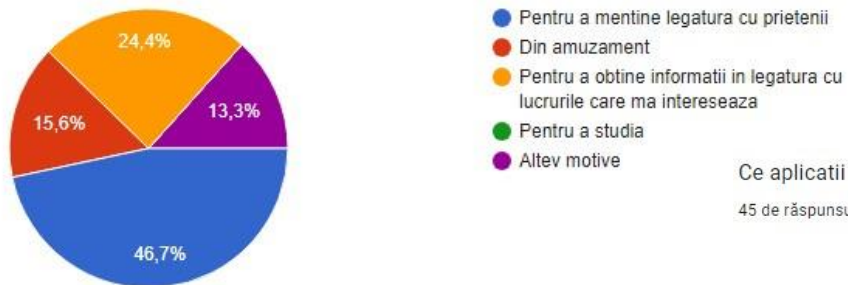
Copiază



- Majoritatea prietenilor mei aveau deja conturi create
- Din dorinta de a cunoaste noi oameni
- Eram interesat de ceea ce fac prietenii si celebritatile pe care le urmaresc
- Nu stiu
- Din alte motive

De ce folositi social media?

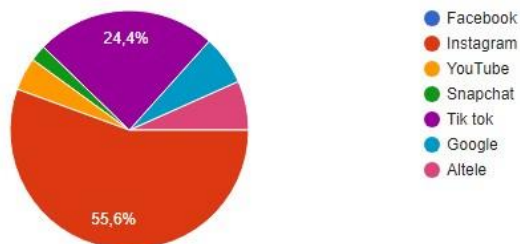
45 de răspunsuri



- Pentru a mentine legatura cu prietenii
- Din amuzament
- Pentru a obtine informatii in legatura cu lucrurile care ma intereseaza
- Pentru a studia
- Altev motive

Ce aplicatii folositi cel mai des?

45 de răspunsuri

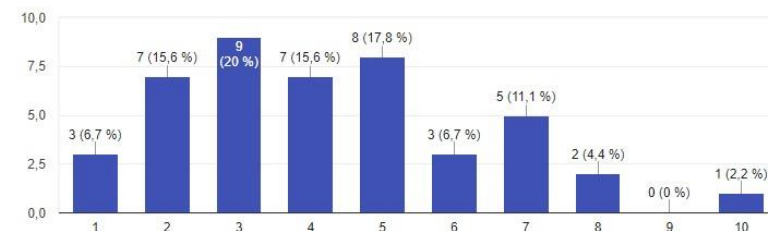


- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Snapchat
- Tik tok
- Google
- Altele

Cate ore preteceți in medie intr-o zi pe social media?

45 de răspunsuri

Copiază



# Studiu de caz

- Un exemplu de marketing digital este un start-up de succes înființat în 2017 în Cavnic, Mina Cavnic -un restaurant, oferind o alternativă sănătoasă celor care vor să se bucure de un gust bun, de o mâncare pregătită rapid și echilibrată nutrițional. S-a apelat la o firmă care a preluat activitatea de marketing la începutul anului 2018 care a coordonat și implementat strategia online pe parcursul anului, dezvoltând progresiv mixul de digital.

# Studiu de caz

- Elementele principale de dezvoltare:

## Website-ul

- optimizat din toate punctele de vedere, astfel încât să ofere o experiență plăcută și utilă fiecărui utilizator, prin creșterea vitezei de încărcare și dezvoltarea de noi componente care să deservească mixul de marketing online planificat.

## Social media

- concentrarea pe creșterea și promovarea paginilor de Facebook și Instagram, fiind cele mai populare platforme de business la nivel de România. Evoluția platformelor online prin impactul pe care îl au postările video, diverse clipuri pe Facebook, Youtube asupra numărului de urmăritori de 3.200 și 3000 de aprecieri a paginii firmei.

# Studiu de caz

- Elemente principale de dezvoltare

## Online advertising

- certificarea Google asigură partenerilor siguranța că lucrează cu cea mai bună echipă, fiind orientată spre creșterea rezultatelor financiare. Campaniile online au asigurat vizibilitatea evenimentelor derulate în restaurant, lansări de noi produse, meniuri în ediție limitată, meniuri vegane și alte specialități care au condus la peste 6.000 mii de vizualizări.

## Email marketing

- este un sistem de fidelizare a clienților firmei pentru amplificarea notorietății, prin care abonații primesc lunar noutățile restaurantului, promoțiile acestuia.

# Concluzii

- firma a dezvoltat și implementat un mix complex de performance marketing, integrând toate metodele digital marketing actuale în social media și fiecare demers în mediul digital are o contribuție semnificativă la creșterea brand-ului.
- marketingul digital este esențial pentru orice companie care dorește să rămână competitivă în era digitală. Companiile pot utiliza o varietate de canale online pentru a ajunge la clienții lor și pot măsura eficacitatea campaniilor lor prin analiza web.
- Marketingul digital a adus cu sine o serie de avantaje față de metodele tradiționale. Interacțiunea directă cu publicul a crescut semnificativ, iar segmentarea și personalizarea mesajelor au devenit mai precise.



Vă mulțumim!