



Beneficiar: Centrul European Pentru Promovarea si Integrarea Romilor
Titlul proiectului: „Sprijin acordat studenților antreprenori”
Contract de finanțare nr. 42277/data 23.12.2021
Cod SMIS: 140140

**Masa rotunda nr.3 –Iulie 2024 realizata in perioada de sustenabilitate in cadrul
proiectului Sprijin acordat studenților antreprenori Cod SMIS: 140140-
SUSTENABILITATE**

Încheiat astăzi, 12.07.2024 la Craiova -Pensiunea Stefan între părțile implicate în cadrul
proiectului **Sprijin acordat studenților antreprenori Cod SMIS: 140140-
SUSTENABILITATE**

Si

Operatorii Economicii identificatii in anexa

Titlu: Strategii de marketing online și atragerea clienților în era digitală

Introducere

În cadrul evenimentului participanții au discutat despre cele mai eficiente tactici de promovare online, precum SEO, publicitatea pe platformele Google și Facebook, marketingul de conținut și influențarea prin intermediul influencerilor locali, dar și despre provocările legate de conversiile din traficul online.- strategia de marketing online a devenit crucială pentru succesul oricărei afaceri. Î

1. Canalele principale de promovare online

Într-o eră digitală în continuă schimbare, companiile au la dispoziție o varietate de strategii pentru a atrage atenția publicului și a-l transforma în clienți fideli. Printre cele mai discutate și utilizate metode s-au numărat optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO), publicitatea plătită pe platformele Google și Facebook, marketingul prin conținut și influențarea prin colaborări cu influenceri locali. Fiecare dintre aceste tactici joacă un rol esențial în construirea unei prezențe online puternice.

• SEO (Search Engine Optimization)

SEO este esențial pentru ca site-ul unei companii să poată fi găsit în mod natural prin motoarele de căutare, în special Google, care este utilizat de miliarde de oameni zilnic. Optimizarea conținutului site-ului pentru a răspunde celor mai frecvente căutări ale utilizatorilor este o metodă de marketing eficientă pe termen lung. De exemplu, prin folosirea cuvintelor-cheie relevante și a structurii corespunzătoare a site-ului, o companie poate atrage un trafic organic de calitate, fără a depinde de bugete mari pentru publicitate plătită. SEO ajută, de asemenea, la construirea unei autorități online, ceea ce contribuie la credibilitatea brandului.

- **Reclame pe Facebook și Google (PPC - Pay Per Click)**

Publicitatea plătită pe platformele Facebook și Google adaugă o dimensiune de instantaneitate și scalabilitate strategiilor de marketing online. Aceste platforme permit marketerilor să targeteze foarte precis audiențele dorite, pe baza unor criterii variate: vârstă, locație geografică, interese, comportamente anterioare pe internet și multe altele. Publicitatea pe Google, prin anunțurile AdWords, și pe Facebook, prin anunțurile din News Feed, sunt foarte eficiente pentru generarea unui trafic rapid și pentru promovarea unor oferte speciale. De asemenea, PPC permite o măsurare precisă a performanței campaniilor, iar marketerii pot ajusta campaniile în timp real pentru a maximiza ROI-ul (Return On Investment).

- **Content Marketing**

Marketingul prin conținut se referă la crearea și distribuirea de materiale valoroase, educaționale și relevante pentru publicul țintă. Aceste materiale pot include bloguri, video-uri, infografice, studii de caz sau e-book-uri. Scopul principal al content marketing-ului este de a atrage și angaja utilizatorii prin informații utile, care să rezolve problemele lor sau să le satisfacă nevoile. Un avantaj major al acestei tactici este că ajută la construirea unei relații pe termen lung cu consumatorii, iar prin intermediul unui conținut consistent și de calitate, brandurile pot obține loialitatea acestora. De asemenea, marketingul de conținut contribuie indirect la SEO, îmbunătățind vizibilitatea unui site pe Google.

- **Influencer Marketing**

Colaborarea cu influenceri locali reprezintă o tactică eficientă în strategiile de marketing online. Influencerii, care au o audiență fidelă și activă pe platformele sociale, pot transmite mesaje autentice și convingătoare către publicul lor. În special în cazul afacerilor care doresc să își construiască o imagine locală, influencerii locali sunt adesea percepuți ca mai credibili și mai apropiați de consumatori. Ei pot ajuta brandurile să câștige încrederea publicului și să genereze conversii mai bune, întrucât recomandările acestora sunt mai personale și mai relevante decât formele tradiționale de publicitate.

2. Provocările conversiilor

Deși atragerea traficului pe un site este esențială, provocarea reală stă în conversia acestuia într-un client plătitor sau într-o acțiune dorită (abonare, completare formular, descărcare material). Conversiile sunt un indicator direct al eficienței unei campanii de marketing. Din păcate, nu tot traficul generat se traduce în acțiuni concrete, iar acest aspect este unul dintre cele mai mari provocări cu care se confruntă marketerii online.

Pentru a depăși această provocare, este necesar ca site-urile să fie construite astfel încât să ofere o experiență de utilizator excelentă. Elementele esențiale includ:

- **Design-ul intuitiv al site-ului și al paginilor de destinație (landing pages)**, care să îndrume utilizatorii spre acțiuni clare, cum ar fi achizițiile sau completarea formularelor.
- **Testarea continuă (A/B testing)** a diverselor elemente de pe site (texte, butoane, imagini) pentru a identifica ce variante generează cele mai multe conversii.

- **Automatizările de marketing**, care permit personalizarea mesajelor și ofertelor în funcție de comportamentul utilizatorului pe site sau în cadrul campaniilor anterioare. De exemplu, trimiterea unor emailuri personalizate de abandonare a coșului de cumpărături poate crește semnificativ rata de conversie.

3. Concluzie

În concluzie, marketingul online joacă un rol crucial în succesul afacerilor din era digitală. Cu o combinație de tactici eficiente, cum ar fi SEO, publicitatea plătită, marketingul prin conținut și colaborările cu influenceri locali, companiile pot construi o prezență solidă și pot atrage un public relevant. Însă, succesul pe termen lung depinde nu doar de atragerea de trafic, ci și de capacitatea de a transforma acest trafic în conversii reale, ceea ce reprezintă adevărata provocare în marketingul digital. Adoptarea unor strategii integrate și măsurarea constantă a performanței campaniilor sunt esențiale pentru maximizarea rezultatelor și obținerea unui avantaj competitiv pe piața digitală.

Feedback și concluzii finale

Agentii economici prezenti la intilnire au exprimat satisfacție față de discuțiile purtate și s-au angajat să colaboreze activ

Operatorii economici identificați în anexa

Reprezentant
CEPIR



Sandu Mirela



Beneficiar: Centrul European Pentru Promovarea si Integrarea Romilor
Titlul proiectului: „Sprijin acordat studenților antreprenori”
Contract de finanțare nr. 42277/data 23.12.2021
Cod SMIS: 140140

ANEXĂ LA MASA ROTUNDĂ CU TEMA “Strategii de marketing online și atragerea clienților în era digitală”

„Sprijin acordat studenților antreprenori” Cod SMIS: 140140

Nr. crt.	Denumire operator economic	Adresă, date de contact	Semnătura
1.	ANDREEA TAPIȚERIE S.R.L	Craiova Str. Revoluției, nr. 14, bl. 24, Jud. Dolj	
2.	BELMO BELIZA STYLE S.R.L.	Craiova, Str. Nanterre, Nr. 23, bloc D11, sc. 1, et. 2, ap. 9, judetul Dolj	
3.	LA POMPIERUL GAEAGE S.R.L	Băilești, Str. Unirii , nr. 141, judetul Dolj	
4.	ELLASOAP S.R.L.	Craiova, Str.Lipscani, nr.16 judetul Dolj	



Beneficiar: Centrul European Pentru Promovarea si Integrarea Romilor
Titlul proiectului: „Sprijin acordat studenților antreprenori”
Contract de finanțare nr. 42277/data 23.12.2021
Cod SMIS: 140140

5.	GEO BOSS S.R.L.	CRAIOVA, Str. CART. EROILOR, Nr. 10, Bl. P4, Sc. 1, Et. 3, Ap. 14, judetul Dolj
6.	HOTUL DE CLIPE S.R.L.	Craiova , Str. General Mihail Cerchez, judetul Dolj
7.	IMPAKT TOOLKIT S.R.L.	Craiova , Str. Valter Mărăcineanu nr.13, judetul Dolj
8.	MARDINU WASH S.R.L.	Filiași, Str. Dezrobirii, nr 93, judetul Dolj
9.	NO MORE BUGS S.R.L.	Craiova, str. Simion Barnuțiu, nr. 30, județul Dolj
10.	PATI SES S.R.L.	CRAIOVA, bld. Dacia, nr. 175, judetul Dolj
11.	PENA ROB MOB S.R.L.	Craiova, Str. Revoluției, nr. 14, bl. 24, sc. C, ap. 17, Jud. Dolj



Beneficiar: Centrul European Pentru Promovarea si Integrarea Romilor
Titlul proiectului: „Sprijin acordat studenților antreprenori”
Contract de finanțare nr. 42277/data 23.12.2021
Cod SMIS: 140140

12.	PRO EVI DENT ZONE S.R.L.	Craiova, Str. Alunului, nr. 15, judetul Dolj	
13.	PROSPETIME S.R.L.	Craiova, Bld. Dacia, 175, Jud. Dolj	
14.	RACERE JOLIE BY NCR S.R.L.	Craiova, Str. Dobrogea, nr. 93B, judetul Dolj	
15.	RELAX MONIQ S.R.L.	Craiova, Str. George Enescu, Nr. 92, bloc 33A, sc. 2, ap. 1, judetul Dolj	
16.	SIMONETT HAIRSTYLE S.R.L.	Dăbuleni , Str. George Enescu, nr. 36, judetul Dolj	
17.	STEFANELEN S.R.L.	Craiova, str. I.D. SÂRBU, nr. 10, județul Dolj	
18.	DEVIDA S.R.L.	Bistreț, Str. Dunării, nr.105, județul Dolj	



Beneficiar: Centrul European Pentru Promovarea si Integrarea Romilor
Titlul proiectului: „Sprijin acordat studenților antreprenori”
Contract de finanțare nr. 42277/data 23.12.2021
Cod SMIS: 140140

19.	EURO ROXMAR S.R.L.	Craiova, Str. Brestei, nr. 599, județul Dolj	
20.	GHE ALIN S.R.L.	Craiova, str. Poligonului, nr.66, județul Dolj	
21.	MIHSTYLE TEXTIL S.R.L.	Craiova, Str. Bucovăț, nr. 6, județul Dolj	
22.	OZUN CRIS CLAU S.R.L.	Sadova, Str. Pîrîului, nr. 35, judetul Dolj	
23.	STEFMARG SHOP S.R.L.	Craiova, str. Spaniei, nr. 40, bl. H4, sc. 1, județul Dolj	
24.	PRO MILOW SRL	Craiova, Str. Brestei, Nr 7, Jud Dolj	
25.	SPOTCLEAN MENAJ S.R.L	Craiova, Bld Dacia, Nr.175j, jud.Dolj	