



Asociația Economică

Germano-Română pentru Regiunea de Nord-Vest

Deutsch-Rumänischer Wirtschaftsverein
der Region Sathmar e.V.Newsletter al Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest**România, ultima în UE la firme care au site sau care vând pe internet**

România este ultima țară din Uniunea Europeană în privința proporției firmelor care vând pe internet sau care au un site propriu, potrivit celor mai recente date disponibile, publicate, joi, de Biroul european de statistică Eurostat.

Statistica ia în calcul doar firmele care au cel puțin 10 salariați și folosește datele de la nivelul anului 2016.

În România, doar 45% dintre aceste firme aveau un site propriu. În privința vânzărilor on-line, doar 7% dintre firme preluau comenzi pe internet. La ambele capitole, țara noastră ocupă ultimul loc în UE.

Dintre firmele românești care preluau comenzi pe net, 91% aveau clienți în România, 28% în alte state UE, iar 9% în țări non-UE. Rata firmelor care preluau comenzi pe internet în 2016 (Eurostat).

Vecinii noștri din UE stăteau ceva mai bine ca noi în privința firmelor care operau pe internet. 51% dintre firmele din Bulgaria aveau un site, iar 9% primeau comenzi on-line (penultimul loc în UE). În Ungaria, 69% dintre firme aveau un site, iar 13% luau comenzi pe net (locul 10 din coadă).

La polul opus, podiumul UE în comerțul on-line este ocupat de Irlanda (26% dintre firme luau comenzi online în anul 2016), Suedia (25%), Danemarca (24%). Media UE era de 16%.

Topul ratelor firmelor cu site-uri era puțin diferit: Finlanda (96% dintre firme aveau site în anul 2016), Danemarca (95%), Suedia (91%). Media UE era de 77%.

În privința comerțului online către alte state din interiorul Uniunii Europene, la nivelul UE cele mai multe firme s-au plâns că întâmpină următoarele piedici:

- costul mare al livării sau returnării produselor (27%),
- necunoașterea de limbi străine (13%),
- dificultăți în rezolvarea unor chestiuni legale (12%),
- adaptarea etichetelor produselor (9%),
- restricții din partea partenerilor de afaceri (8%).

**ACTUAL****6 metode simple de a crește performanța site-ului pe mobil**

După cumpărăturile de Black Friday și cele din luna decembrie, marii comercianți online au confirmat că traficul și achiziționarea produselor prin intermediul telefoanelor mobile este în plină ascensiune. Există câțiva pași esențiali pe care comercianții online îi pot face pentru a-și îmbunătăți performanțele pe mobil.

1. Încărcarea rapidă a site-ului

Paginile de produse ar trebui să conțină imagini mari și de înaltă calitate care să fie clare atunci când sunt mărite. De asemenea, finalizarea unei comenzi ar trebui să includă cât mai puține pagini.



Pag. 3

DE VIITOR**10 startup-uri românești de urmărit în 2018**

Au obținut finanțări importante anul trecut, au participat la competiții dedicate startup-urilor, la nivel mondial, au fost premiate, și-au lansat produsele sau vor să se extindă și în piețele de afară – StartupCafe a făcut o selecție de câteva startup-uri românești, care au deja experiența în piață sau care abia s-au lansat, dar care au atras atenția în 2017 și merită urmărite îndeaproape și în acest an.

Pag. 2



Cuprins

10 startup-uri românești de urmărit în 2018

Pag. 2

6 metode simple de a crește performanța site-ului pe mobil

Pag. 3

„Google: 4 noi modalități de a-ți conecta afacerea cu clienții

Pag. 3

6 tendințe de marketing pentru anul 2018

Pag. 4

Sfera DRW

Pag. 5

Evenimentele lunii Ianuarie

Pag. 6

Studiu: Utilizarea conținutului video în marketingul
cu influenceri va atinge un nivel record în 2018

Pag. 7





Asociația Economică

Germano-Română pentru Regiunea de Nord-Vest

Deutsch-Rumänischer Wirtschaftsverein
der Region Sathmar e.V.Newsletter al Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest

6 metode simple de a crește performanța site-ului pe mobil

După cumpărăturile de Black Friday și cele din luna decembrie, marii comercianți online au confirmat că traficul și achiziționarea produselor prin intermediul telefoanelor mobile este în plină ascensiune. Există câțiva pași esențiali pe care comercianții online îi pot face pentru a-și îmbunătăți performanțele pe mobil.

1. Încărcarea rapidă a site-ului

Paginile de produse ar trebui să conțină imagini mari și de înaltă calitate care să fie clare atunci când sunt mărite. De asemenea, finalizarea unei comenzi ar trebui să includă cât mai puține pagini. Totodată, comercianții trebuie să colecteze datele într-o formă utilă și consumabilă.

2. Căutarea produsului cât mai simplă

Clienții folosesc adesea un meniu tradițional de hamburger ca modalitate de a găsi produse în cataloage de mărci, dintre care unele includ mii de articole. Începând de la adaptarea site-ului la ecranul mic, brandurile se confruntă cu o adevărată provocare atunci când vine vorba de creșterea ratelor de conversie din mobile, mai ales atunci când traficul de pe acest tip de dispozitiv este în creștere.

3. Crește rezistența site-ului

Utilizatorii de aplicații mobile sunt mai loiali și atunci când un utilizator înregistrează un cont în cadrul aplicației tale și începe să exploreze, e necesar și util să analizezi numele, locația, interesele, comportamentul acestuia. Fiecare dintre aceste puncte de date îți oferă posibilitatea de a personaliza o notificare sau un e-mail cu detalii relevante pentru a-l atrage înapoi pe site-ul tău. De exemplu poți folosi datele pe care le-ai stocat de la ultima căutare pe site-ul tău a clientului respectiv.

4. Folosește notificările

Este crucial să implici cumpărătorii. Atunci când cumpărătorii adaugă articole în coșul de cumpărături, dar nu finalizează comanda, îi poți trimite un memento cu detalii personalizate, cum ar fi să i te adresezi acestuia pe nume și să-i comunici timpul necesar de transport, pentru a-l determina să cumpere. Trimiterea notificărilor push cu ajutorul aplicației și trimiterea de e-mailuri îți va crește veniturile exponențial.

5. Eficientizează serviciile oferite

Simplifică achiziționarea produselor pentru client oferindu-le un flux de plăți fără cusur. Ca de exemplu:

- Oferă o opțiune de conectare cu informații stocate de la comanda anterioară a clientului;
- Oferă o plată simplificată cu un portofel digital sau cu Apple Pay.
- Rulează testele A / B ale tuturor modificărilor noi față de original pentru a optimiza continuu site-ul de mobil

6. Întărește securitatea site-ului

Brevetele de date au devenit obișnuite și comercianții pot pierde clienți dacă nu le au. Potrivit celor mai recente studii în domeniu, mai mult de jumătate dintre cumpărătorii online susțin că preferă să nu cumpere de la o firmă care a înregistrat o încălcare a datelor, a constatat Gemalto.

Soluțiile existente bazate pe reguli pentru motoare care analizează ID-ul dispozitivului, listele negre și adresele IP devin ineficiente, pe măsură ce hackerii își schimbă modelele. SMB-urile (n. red. discurile și directoarele partajate de Windows) ar trebui să adopte abordări de învățare automată cu concepte și categorii specifice care pot fi folosite pentru a construi modele comportamentale ale consumatorilor.

Aceste metode vor detecta deviația în activitatea normală fără a perturba rutinele obișnuite ale cumpărătorilor și elimină, de asemenea, procesul frustrant de a stabili și de a răspunde la întrebări suplimentare de securitate care le sunt puse consumatorilor.

Sursa: ecommercetimes.com



Google: 4 noi modalități de a-ți conecta afacerea cu clienții

Anul trecut, Google a introdus cinci noi modalități de a construi o prezență online captivantă, care arată clienților ce înseamnă afacerea în sine.

O prezență online puternică este o componentă esențială a strategiei de marketing, indiferent de mărimea afacerii sau de industria de care aparține.

Creează un site gratuit în câteva minute

Potrivit cercetărilor interne Google, afacerile cu un site propriu înregistrează cu 25-35% mai multe clickuri. Construirea site-ului firmei nu trebuie să fie complicată sau consumatoare de timp. Aveți posibilitatea să creați un site simplu pentru afacere în mai puțin de 10 minute cu website builder-ul Google.

Afișați informații despre evenimente, promoții și multe altele pe Google

Acum este ușor să distribuiți postările care apar când oamenii vă găsesc afacerea în căutările Google și în Google Maps. Potrivit unui studiu realizat de Ipsos, 50% dintre oameni caută promoții sau reduceri online, deci este important să distribui oferte, evenimente viitoare, cele mai recente știri și mai multe astfel de informații cu potențialii clienți chiar când vă găsesc afacerea în mediul online.

Conectează-te cu clienții tăi și răspunde direct la întrebările lor

Ca proprietar al afacerii, ai cele mai fiabile răspunsuri la întrebările clienților tăi. Cu Questions and Answers, este ușor să adaugi răspunsuri la întrebările frecvente care pot fi găsite ușor de potențialii clienți.

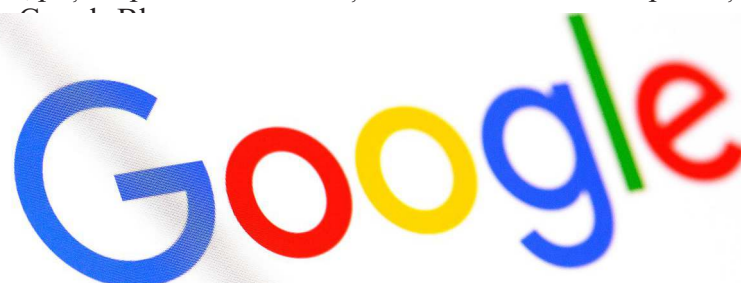
Menține actualizate informațiile despre afacere

Oamenii au încredere în afacerile cu informații actuale și relevante online. Potrivit cercetării interne Google, înregistrările Google complete obțin de șapte ori mai multe clickuri.

Menține actualizate informațiile despre afacere cu business dashboard.

Pur și simplu tastează numele companiei în căutarea Google și poți completa înregistrarea, partaja fotografia și postări legate de afacere, poți răspunde la recenzii și vedea câte vizualizări primești.

Sursa: Google





Asociația Economică

Germano-Română pentru Regiunea de Nord-Vest

Deutsch-Rumänischer Wirtschaftsverein
der Region Sathmar e.V.Newsletter al Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest

6 tendințe de marketing pentru anul 2018

Suntem în era digitală, unde cantitatea totală de informații online se dublează în fiecare an. Prin urmare, este vital să ținem pasul cu tendințele tehnologice recente și să fim conștienți de ultimele apariții în domeniu.



Industria marketingului nu este diferită și, ca atare, acestea sunt șase tendințe care trebuie luate în considerare pentru anul 2018:

Video

Dacă 2017 a adus deja o creștere a conținutului video, 2018 se estimează că va fi anul în care video va depăși toate celelalte tipuri de conținut.

Videoclipurile au preluat lent rețelele sociale ca o formă majoră de producție de conținut și toate semnele arată că această tendință va crește. Indiferent dacă acestea sunt transmise prin live streaming sau nu, utilizatorii sunt mai captivați de materialele video decât de alte forme de conținut.

Platformele precum Periscope sau Facebook Live ușurează comunicarea dintre branduri și consumatori, unde capacitatea de a crea conținut mai atrăgător și diferențiat este limitată doar de imaginație.

Scopul devine inima marketingului

Următoarea tendință care modelează viitorul marketingului în 2018 este noțiunea de "scop". Liderii de marketing de înaltă performanță spun că s-au concentrat mai mult pe marketingul bazat pe scopuri.

Motivul este simplu, consumatorii o cer. Studiile arată că 79% dintre consumatori preferă să cumpere produse de la o companie care operează cu scop social.

În timp ce marketingul tradițional pune accentul pe produse și servicii, marketingul bazat pe scop este contextual.

Așa cum a făcut Tesla cu discuțiile despre trecerea de la combustibilii fosili la mașini electrice, mărcile precum Cotopaxi se aliniază cu consumatorii lor, sprijinind probleme sociale precum asistența medicală și viața durabilă. Cotopaxi utilizează platforma lor pentru a vorbi despre îmbunătățirea bunăstării și educației lucrătorilor lor și a celor din lanțul lor de aprovizionare. Aceasta se aliniază cu clienții lor ecologici, concentrându-se pe îmbunătățirea lumii, nu doar vânzând mai multe produse. Consumatorii sunt bucuroși să citească de ce Cotopaxi folosește lână de lamă făcând eforturi pentru a salva fermierii din Peru.

Firmele precum Cotopaxi sunt capabile să creeze experiențe autentice pe care le caută consumatorii. Ca urmare, au avut vânzări în valoare de 900.000 de dolari cu un singur model de pulover în mai puțin de 30 de zile, apoi au repetat acest succes cu un rucsac câteva luni mai târziu.

Analiza datelor

După cum am spus în introducerea articolului, cantitatea de informații disponibile online se dublează anual. După cum vă puteți imagina, există o cerere tot mai mare de profesioniști care se ocupă de toate aceste informații și le transformă în "inteligentă" pentru firmele pentru care lucrează. Principala funcție a acestor profesioniști este de a identifica modele și noi oportunități de afaceri în industriile lor, pentru a genera și a maximiza profitul firmei.

Există programe disponibile care ușurează acest lucru, cum ar fi QlikSense sau SPSS al celor de la IBM. Odată cu creșterea numărului de utilizatori online și a cantității de informații produse, este de așteptat ca în 2018 să existe o mare cerere în rândul acestor profesioniști sau a firmelor care se ocupă cu acest tip de servicii.

Marketingul conținutului

Materialele precum articolele, recenziile și tot felul de informații din domeniul în care activează o firmă sunt în continuare cel mai bun mod pentru afaceri de a obține o clasare bună pe motoarele de căutare.

Fiecare afacere necesită o strategie privind producția de conținut, deoarece pe lângă o mai bună poziționare în clasamentul motoarelor de căutare, acesta sporește credibilitatea firmei și numărul de vânzări, îmbunătățind imaginea și potențialul afacerii.

Migrarea la internetul mobil

Migrarea către internetul mobil nu mai este un lucru nou. De ani de zile se vorbește despre migrația completă către mobil și deja o mare parte a populației folosește telefoanele mobile pentru a efectua căutări online, în defavoarea desktop-ului.

Google a oferit, anul trecut, o declarație care indică faptul că va lansa un nou model de indexare a site-urilor pe motorul său de căutare orientat spre dispozitive mobile. Acest lucru face ca prioritatea brandurilor să fie un site web receptiv și adaptat pentru telefonului mobil, pentru a nu risca să fie penalizat de Google în clasamentul său.

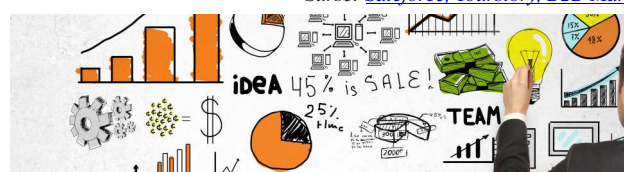
Marketing one-to-one

Marketingul one-to-one este în mod constant considerat ca fiind una dintre cele mai bune soluții pentru obținerea clienților.

Cine nu își amintește campania Coca-Cola care a început în Noua Zeelandă în 2011, cunoscută ca "Share a Coke"? A fost o campanie țintită spre noua generație, în care fiecare sticlă conținea un nume al unei persoane aleatorii. În acel moment a fost un succes uriaș, fiind adus în Europa doar puțin mai târziu. Acesta este doar un exemplu a ceea ce se poate face prin personalizarea produselor/serviciilor oferite.

Unul dintre punctele cheie care trebuie luate în vedere este că în prezent consumatorii doresc produse unice și personalizate în funcție de gusturile și personalitatea lor, deci soluția este de a oferi ceva diferențiat, atrăgând cu produse și servicii adaptate cerințelor lor.

Surse: [Salesforce](#), [Yourstory](#), [B2B Marketing Zone](#)





Asociația Economică

Germano-Română pentru Regiunea de Nord-Vest

Deutsch-Rumänischer Wirtschaftsverein
der Region Sathmar e.V.Newsletter al Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest

SFERA DRW

TIE Services International SRL

S.C. TIE SERVICES INTERNATIONAL SRL Satu Mare este o firmă cu tradiție de 9 ani în domeniul construcțiilor de mașini, respectiv de proiectarea și realizarea de construcții sudate și prelucrate mecanic, instalații electrice și hidraulice pentru mașini de ridicat, incluzând trolii, macarale și sisteme de manipulare, dar și de utilaje pentru producerea "energiei verzi", respectiv a statoarelor de turbine pentru microhidrocentrale, a diverselor forme de acționări de forță hidraulice și electrice.

Calitatea și fiabilitatea produselor fabricate sunt asigurate de un personal cu înaltă calificare profesională, de un Sistem de Management al Calității ISO 9001, aplicat în cele mai detaliate aspecte, dar și o grijă deosebită față de mediu înconjurător, garantată de implementarea în cursul anului 2011 a Sistemului de Management al Mediului conform ISO 14001-2009 și al calității conform ISO 9001-2008.

Tot în domeniul calității, S.C. TIE SERVICES INTERNATIONAL SRL a fost și este preocupată de nivelul de pregătire profesională a tuturor sudorilor, aceștia fiind certificați și anul acesta recertificați TUV, conform ISO 3834-2.

Toate sudurile sunt verificate în conformitate cu prevederile standardului, iar la cerințe speciale ale clienților se asigură verificarea cu lichide penetrante, dar și US în proporție de 100 %.

Efectuăm execuție de trolii, aparate de ridicat, echipamente energetice, linii de asamblare și montaj, sisteme electrohidraulice. Fabricare și prelucrare completă, inclusiv debitarea tablelor și profilelor utilizând metodele de tăiere oxigaz și plasmă, asamblare, sudare, prelucrări mecanice utilizând mașini CNC de ultimă generație de capacitate mare, șablare și vopsire.

Pentru mai multe informații accesați: www.tiesi.ro



Trans Pink Internațional

Societatea TransPink S.R.L., a cărei activitate principală este transportul rutier de mărfuri între România și alte țări membre ale Uniunii Europene, a fost înființată în anul 1998 în regiunea de nord-vest a României, în orașul Satu Mare, sub forma unei întreprinderi 100% privată. Ținând cont de nevoile de comerț și transport de pe vremuri, au pornit cu o flotă de camioane de 7,5 t, respectiv 22,5 t, potrivite pentru transport "normal", obișnuit de marfă.

În 2002 au luat decizia de a modifica sistematic înălțimea la remorci la 3m, obținând astfel camioane tip Mega (Maxi volum), pentru a satisface dorințele și așteptările clienților și pentru a lărgi sfera partenerilor de afaceri. Timpul trecut de atunci a dovedit că au luat o hotărâre bună. Partenerii de afaceri vechi au luat bucurie la cunoștință spațiului de încărcare mărit, și în plus au reușit să construiască relații fructuoase și cu alți clienți.

Viziune: "Privim drept înainte"

Pe lângă cifre în creștere continuă, au depășit cu succes criza din 2008, și au reușit să construiască relații și mai strânse cu partenerii lor. Pentru ca acest lucru să nu se schimbe în viitor, între planurile lor se numără:

- Înființarea unui depozit logistic propriu;
- Înființarea unui atelier mecanic și sediu operațional propriu;
- Reînnoirea flotei de camioane și îndreptarea către vehicule mai ecologice

Începând de la înființarea sa, societatea TransPink oferă servicii de transport marfa intern și internațional în și din România. La început proprietarilor, pe urmă echipajului profesional de mare precizie și perseverenței lor în muncă se datorează faptul că spre mulțumirea clienților, compania lor, ani la rând și-a păstrat flexibilitatea, eficacitatea muncii și încrederea.

Bineînțeles schimbările, studiul privind exigența transportului de marfă pe piață este urmarea esențială unei funcționări dinamice în viața unei firme în curs de dezvoltare. Se străduiesc să evalueze cerințele clienților și să le ofere servicii personalizate, adică modul de transport, tipul de mașini și costul corespunzător.

Terenul principal a activității lor este Uniunea Europeană și Republica Moldova.

Principalele destinații:

- Germania
- Statele Benelux
- Suedia
- Austria
- Italia
- Spania

Desigur sunt prezenți și în alte țări.

Mai multe detalii puteți citi accesând: www.transpink.ro



THE SPIRIT OF TRANSPORT



Asociația Economică

Germano-Română pentru Regiunea de Nord-Vest

Deutsch-Rumänischer Wirtschaftsverein
der Region Sathmar e.V.Newsletter al Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest

EVENIMENTELE LUNII IANUARIE

Teatrul de Nord Satu Mare

SECȚIA ROMÂNĂ

CINĂ CU PROȘTI
de Francis Veber

28 Ian 2018 19:00

- spectacol în afara abonamentelor

Traducerea: Nicolae Weiss**Regia artistică:** Daniel Vulcu**Scenografia:** Cristian Gătina**Distribuția:**Pierre - Ciprian Vultur
Christine - Raluca Mara
Archambaud, Meneaux -
Sergiu Tăbăcaru
François - Romul Moruțan
Leblanc - Vlad Mureșan
Marlene - Alina Negrău
Cheval - Stelian Roșian**Regia tehnică:** Dorel Iurcencu**Sufleur:** Yvette Princz**Sunet:** Vlad Giurge**Luminini:** Ioan Iluță,
Ciprian Fogaș**Durata spectacolului:** 2 ore, 10 min. (cu pauză)**Data premierei:** 10 decembrie 2016Trailerul spectacolului:
<https://www.youtube.com/watch?v=uMecodJLPc0&t=81s>

Senzația pe care ne-o dă această piesă este de aici și acum. Nu ne prezintă o lume fantastică ci una cât se poate de palpabilă, cu personaje cât se poate de plauzibile. Cascada de răsturnări de situație se întâmplă în timp real, pe parcursul a două ore. Ce nu vom găsi în relația dintre personajele din această poveste este agresiunea. Găsim minciună, meschinărie, vanitate. Dar sunt atât de cotidiene încât aproape ar putea trece cu vederea dacă nu ar fi contrapunctate de

candoarea, naivitatea, generozitatea unui aparent neadaptat ale cărui atribute sunt confundate cu prostia.

Evenimentele care se succed în avalanșă au efecte revelatoare asupra personajelor iar publicul asistă la o comedie cinstită unde buna dispoziție e molipsitoare iar râsul plin și sănătos e greu de stăpânit.

Francis Veber, un clasic al comediei franceze contemporane, este cunoscut mai ales datorită activității sale ca regizor de film. „Tais toi” (Ciocu mic) cu Gérard Depardieu și Jean Reno, sau „Le placard” (Dulapul), cu Daniel Auteuil și Gérard Depardieu, sunt două dintre filmele sale cele mai cunoscute. Veber este unul din cei patru scenariști care au ecranizat piesa „Colivia nebunelor” (1978) sau a celor două versiuni ale aceleiași povești: „Le Grand Blond avec une chaussure noire” (Marele blond), (1972) cu Pierre Richard și „The Man with One Red Shoe” (Omul cu un pantof roșu), (1985) cu Tom Hanks.

Filmul „Dineu cu proști” (1998), scris și regizat de Veber, realizat după comedia cu același nume scrisă de el în 1993, a fost un mare succes internațional și a primit trei premii Cesar. În 2010, a apărut și o nouă adaptare americană pentru marele ecran: „Dinner for

ALMOST, MAINE
de John Cariani**Regia artistică:** Theo Marton**Scenografia:** Bogdan Spătaru**Traducerea:** Cristi Juncu**Muzica:** Sebastian Tătar, Laura Mihalache**Distribuția:**Lendall - Ciprian Vultur
East - Stelian Roșian
Jimmy - Cătălin Mareș
Dave - Andrei Stan
Steve - Vlad Mureșan
Rhonda - Ioana Cheregi
Glory - Raluca Mara
Ginette - Crina Andriucă
Marvalyn - Roxana Fânață
O chelneriță îndrăzneată -
Alexandra Odroagă
Sandrine - Anca Dogaru
Gayle - Alina Negrău
Pete - Mihai Nițu
Hope - Adriana Vaida
Bărbatul - Cristian Dan**Regia tehnică:** Enikő Botos**Sufleur:** Yvette Princz**Sunet:** Vlad Giurge**Lumini:** Róbert Békési, Ioan Iluță**Data premierei:****10 decembrie 2017****Durata: 2 h (fără pauză)**

E greu de găsit Almost, orașelul. Nu apare pe hartă, dar știm sigur că e în statul Maine. Ce mai știm sigur e că acum e ora nouă și că urmează o seară obișnuită în Almost. Oamenii de aici sunt obișnuiți și au ocupații obișnuite: unii cultivă cartofi, alții lucrează în pădure, sau repară tot felul de lucruri, dar cu siguranță nu prind homari, oceanul e departe. Oamenii de aici vorbesc normal, fără accent, sunt direcți, isteți, onești. Dar iată că deja a trecut de ora nouă, aerul rece de iarnă e electrizat, iar ei sunt cuprinși de o neliniște. Ceva din ei pare că s-a trezit și începe să trăiască prin ei. Fără resentimente, invidii sau laude, fără melancolie sau gânduri negre. Ceva care se bucură de adevăr, acoperă tot, crede tot, speră până la capăt. E acel ceva ce... era cât pe ce să cad în capcana de a explica inexplicabilul.

Și totuși, ce este? Nu are cod de bare, nu poți să o cumperi sau să o vinzi. Nu e un element din tabloul lui Mendeleev și nu apare nici printre particulele elementare din acceleratoare. Nu are masă specifică și nici culoare sau miros. Nu are

vectori de direcție, legi sau norme metodologice de aplicare. Nu e un loc, nici măcar unul îndepărtat. Theo Marton

John Cariani

Original din Brockton, Massachusetts, a crescut în Presque Isle, Maine. Locuiește în New York.

Este cunoscut și la noi, ca actor de film și televiziune, dar mai ales ca dramaturg.

Ca actor, a apărut pe Broadway, la teatre regionale din țară și în mai multe filme și emisiuni de televiziune. Primul succes l-a avut în piesa de pe Broadway „It's My Party”, cu Joyce Van Patten și câștigătorul premiului Oscar, F. Murray Abraham.

În 2004 a debutat pe Broadway ca Motel în adaptarea filmului „Scripcarul pe acoperiș” cu Alfred Molina, rol care i-a adus un premiu acordat de The Outer Critics Circle și o nominalizare la premiul Tony.

A jucat în cunoscutul serial NBC, Law & Order (1990). A avut, de asemenea, roluri episodice (profesorul Otto Bahnoff) în ultimul sezon al serialului CBS „Numb3rs” (2005) și în The Onion News Network (2011) la IFC (reporterul Michael Falk).

Ca dramaturg, a avut mare succes cu prima sa piesă „Almost, Maine”, ce a avut premiera la Portland Stage Company în 2004, apoi a fost jucată pe Broadway în 2006. „Almost, Maine” a fost montată în peste 3000 de companii de teatru din Statele Unite și de peste douăzeci de companii internaționale, a fost tradusă în douăzeci de limbi, devenind una dintre cele mai frecvent jucate piese din ultimul deceniu. A doua piesă scrisă de Cariani, „cul-de-sac”, a fost produsă de Transport Group în 2006 și este în continuare jucată; a treia piesă „Last Gas”, premiată la Portland Stage Company în 2010, a fost produsă de Geva Theatre Center în 2014. Ultima sa piesă, „Love/Sick”, premiată la Portland Stage Company în primăvara anului 2013 și de Hartford TheaterWorks în 2014, are premiera pe Broadway în iarna anului 2015.



Asociația Economică
Germano-Română pentru Regiunea de Nord-Vest

Deutsch-Rumänischer Wirtschaftsverein
der Region Sathmar e.V.

Newsletter al Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest

Studiu: Utilizarea conținutului video în marketingul cu influenceri va atinge un nivel record în 2018



Un nou raport de la Influicity prezice că utilizarea conținutului video în marketingul cu influenceri va atinge un nivel record în 2018.

De asemenea, videoclipurile vor ajunge să reprezinte 80% din traficul global până în 2020, precizează raportul.

Termenul de "influencers marketers" este folosit pentru a descrie persoanele care influențează o audiență relativ mică, de aproximativ 10.000-100.000 de urmăritori pe social media. Ei pot fi oricine, de la oameni obișnuiți, cu o audiență mai mare decât cea medie, până la liderii de opinie dintr-o nișă care nu au o audiență extraordinară dar care influențează și crează tendințe.

Cei care se ocupă de marketing vor trebui să utilizeze o varietate de instrumente, inclusiv software-uri pentru măsurarea rentabilității investiției în anumite regiuni, care este greu de aproximat în prezent, scrie publicația dedicată micilor afaceri Small Business Trends.

Eficiență

Specialiștii în marketing spun că influencerii pot obține venit din propriile lor linii de produse.

Raportul anual Influencer Marketing Forecast Report a constatat că 86% dintre marketeri au implementat anul trecut o campanie cu influenceri. Aproape toți (92%) au descoperit că metoda este eficace, iar conținutul video prezintă cea mai bună rentabilitate a investiției.

Tendențe

Există un total de nouă tendințe care vor influența acest tip de marketing în 2018, se arată în raport. Una dintre acestea este posibilitatea consumatorilor de a cumpăra produse direct de pe contul influențatorilor, în conformitate cu un trend început de The Pinterest Shop. Potricit Influicity, banii realizați prin intermediul rețelelor sociale vor conduce la noi caracteristici de conținut comercial în noul an.

Buget

Bugetele pentru influencer marketing din acest an vor crește, din moment ce 39% dintre marketeri vor crește cheltuielile. Raportul arată că doar peste jumătate (52%) dintre marketeri vor folosi diferite mai multe tipuri de influenceri 2018, mai degrabă decât doar unul.

Ce este influencer marketing?

Pe scurt, influencer marketing este pur și simplu obținerea de oameni influenți pentru a vă reprezenta afacerea. Această metodă este adesea mai benefică decât marketingul online pe cont propriu, deoarece acești influențatori au deja o audiență bine formată. Și dacă audiența lor este interesată de industria în care activezi, direcționezi în mod automat persoanele care sunt mult mai probabil să fie interesate de ceea ce le oferi spre afacerea ta, scrie [Forbes](#).

Deși influencer marketing este o tendință mai nouă, este una destul de eficientă. Există câteva modalități prin care puteți să vă asociați cu un influencer local pentru a vă stimula brandul, inclusiv:

- Scrierea unei postări pe blog pentru clienți pe site-ul lor, cu un link spre site-ul afacerii
- Interviu cu un influencer publicat pe site-ul afacerii
- Solicitarea unui influencer pentru a vă revizui produsul într-o postare pe blog sau într-un videoclip
- Solicitarea unui influencer pentru a vă prezenta ofertele într-un tutorial

Înainte de a putea face aceste cereri, totuși, trebuie să vă conectați cu influencerul. Aceasta este, probabil, cea mai dificilă parte a întregului proces. Dar este posibil.

Surse: Raport Influicity, Small Business Trends, Forbes

EDITOR:

Asociația Economică
Germano-Română pentru
Regiunea de Nord-Vest

Jud. Satu Mare, Satu Mare
Str. Fragilor, Nr. 1
Tel: 0261-710316
Fax: 0361-818669
Email: office@drwsm.ro
Web: www.drwsm.ro

În atenția membrilor Asociației Economice Germano-Română
pentru Regiunea de Nord-Vest

Doriți să ne comunicați ceva?

S-a schimbat conducerea firmei dumneavoastră? Inaugurați un
nou sediu? Ați semnat un contract important? etc.

Trimiteți o scurtă informare la adresa de email:

office@drwsm.ro

Tel: 0261-710316

Fax: 0361-818669