

COMPETENȚE DIGITALE PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII

*Canva & Social Media pentru
Nevoi Personalizate*

3

EmpowerHER Rural Business

Dezvoltarea Conștientă și Sustenabilă a Afacerilor Femeilor
din Mediul Rural

EmpowerHER Rural Business
Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas

Un Proiect Erasmus+ | Cofinanțat de Uniunea Europeană



EmpowerHER Rural Business

Dezvoltarea Conștientă și Sustenabilă a Afacerilor Femeilor
din Mediul Rural

EmpowerHER Rural Business

Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas



3

COMPETENȚE DIGITALE PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII

Canva & Social Media pentru Nevoi Personalizate

3

Ghid Practic. Modulul III

COMPETENȚE DIGITALE PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII

Canva & Social Media pentru Nevoi Personalizate

EmpowerHER Rural Business

Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas



Co-funded by the European Union

EmpowerHER Rural Business

Dezvoltarea Conștientă și Sustenabilă a Afacerilor Femeilor din Mediul Rural

Despre proiectul EmpowerHER

EmpowerHER Rural Business este un proiect european care sprijină femeile antreprenoare și pe cele cu idei de afaceri din mediul rural să își dezvolte competențele antreprenoriale, vizibilitatea digitală și reziliența personală.

Prin formare practică și instrumente de wellbeing, storytelling și competențe digitale, proiectul susține dezvoltarea unor afaceri sustenabile și creșterea participării femeilor în ecosistemele antreprenoriale locale și europene.

Proiectul susține minim 25 de femei antreprenoare din mediul rural din Transilvania (cu focus pe județul Alba), România prin:

- workshopuri practice pentru dezvoltare antreprenorială
- competențe digitale pentru branding și promovare
- instrumente de wellbeing și management al stresului
- acces la o comunitate de sprijin și mentorat, acces la spațiul de coworking rural VIE HUB, un spațiu pentru lucrul la starea de bine, storytelling, vizibilitate digitală, întâlniri de lucru cu specialiști din domenii antreprenoriale conexe.
- participarea la un târg regional în Austria pentru creșterea vizibilității afacerilor locale și experimentarea/învățarea altor metode de promovare practicate în UE.

Inițiativa combină dezvoltarea antreprenorială, storytelling și elemente digitale cu prevenirea stresului și cultivarea unei stări de bine - susținând în acest fel un mediu sustenabil pentru femeile din mediul rural.

Un proiect Erasmus+

Acțiune: Small-scale Partnerships in Adult Education

Cod proiect: KA210-ADU-000362384

Cofinanțat de Uniunea Europeană



COMPETENȚE DIGITALE PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII
Canva & Social Media pentru Nevoi Personalizate
Materiale și resurse disponibile pe www.viehub.ro/resurse

AUTOARELE GHIDULUI

Nicoleta Pfeffer-Barbela

Formator, Trainer Certificat Meditație Mindfulness & Consultant Dezvoltare Rurală

Nico Pfeffer-Barbela activează la intersecția dintre educația pentru starea de bine și cea pentru antreprenariat. Este fondatoarea citySTILLE – Mindfulness Center Vienna (actual STILLNESS – THE SPACE), trainer certificat în educația adulților cu formare anterioară academică în domeniul economic și din 2014 facilitator certificat în meditație și mindfulness (Austria).

De peste zece de ani lucrează cu lideri, cu mediul academic sau organizații internaționale din Austria și România în sfera mindfulness, prevenirea stresului și dezvoltarea unui echilibru între aspectul personal și cel antreprenorial.

Prin experiența anterioară în microfinanțare și lucrul cu comunități rurale extinse din Transilvania, susține antreprenorii locali în dezvoltarea ideilor de business și a încrederii antreprenoriale bazate pe reziliență.

Stilul său de facilitare se bazează pe instrumente practice și personalizate care ajută participanții să transforme ideile în acțiuni concrete și să dezvolte afaceri sustenabile bazate pe echilibru și starea de bine.

www.citystille.com www.viehub.ro

Petra Christine Bernklau

Formator, Trainer în Educație Financiară & Facilitator Business Laughter Yoga

Petra Christine Bernklau este trainer și consultant de business specializat în educație financiară, Laughter Yoga și metode de învățare bazate pe psihologie pozitivă. Ca educator certificat pentru adulți, ea sprijină femei, antreprenori și organizații să își dezvolte claritatea financiară, gândirea economică și capacitatea de a lua decizii sustenabile în activitatea profesională și antreprenorială.

Abordarea sa este structurată și orientată spre rezultate, oferind perspective practice, optimiste și clare asupra dezvoltării economice și a managementului contabil al unei afaceri, utile atât pentru viitori antreprenori, cât și pentru cei aflați deja în activitate.

Petra facilitează workshopuri și programe care combină educația financiară, psihologia pozitivă și învățarea experiențială.

În cadrul proiectului EmpowerHER Rural Business, Petra contribuie cu expertiză în claritate financiară, mindset pozitiv și instrumente digitale pentru dezvoltarea afacerilor, susținând consolidarea încrederii, rezilienței și a spiritului de colaborare în comunitățile antreprenoriale.

www.smile2work.at www.viehub.ro

COMPETENȚE DIGITALE PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII

Canva & Social Media pentru Nevoi Personalizate

Acest ghid a fost creat pentru femeile antreprenoare care își doresc să fie mai vizibile digital și, astfel, să fie descoperite de publicul potrivit. Ghidul acoperă aspecte esențiale, de la identitatea de brand și rețelele sociale până la materialele profesionale și pregătirea pentru târguri, pas cu pas, într-un mod practic. La final, afacerea ta va fi mai vizibilă, mai ușor de recunoscut și mai bine pregătită.

Competențe Digitale pentru Dezvoltarea Afacerii

Canva & Social Media pentru Nevoi Personalizate

În acest ghid veți găsi următoarele subiecte:



1. Vizibilitatea ca puncte de conectare cu oamenii potriviți

A fi văzut nu înseamnă vanitate. Face parte din procesul de vânzare.

2. Identitate clară înainte de proiectare

Înainte de a alege o culoare, trebuie să știi ce reprezintă aceasta pentru tine.

3. Facebook — Vitrina ta digitală

Pagina ta de Facebook Business este prima impresie pe care o lași. Fă-o să conteze.

4. Instagram — Vizibilitate prin imagini

Pe Instagram, imaginea ta vorbește înaintea ta.

5. LinkedIn - Poziționarea profesională

LinkedIn este locul în care afacerea ta intră în contact cu lumea profesională.

6. Mailchimp

Primii pași în marketingul prin e-mail.

7. Zoom — Întâlniri online profesionale

Tot mai multe activități, cursuri, procese de învățare se desfășoară online.

8. Canva — Cum funcționează

Designul profesional nu mai este rezervat doar designerilor. Și tu poți!

9. Materialele de promovare ale firmei sau ideii tale

Fiecare material pe care îl furnizați reprezintă o parte din brandul dumneavoastră. Faceți ca acesta să conteze.

10. Fotografie. Încredere și zâmbet autentic înainte de contactul real cu clienții

O fotografie reușită nu prezintă un produs perfect. Ea prezintă unul real.

11. Rutina ta digitală

Vizibilitatea nu este un efort punctual. Este un obicei mic, dar constant.

12. Târguri și expoziții

Dezvoltarea afacerii, vizibilitatea directă, face-to-face.

Unde ești acum? Succes!

*Ai știut dintotdeauna cât valorează
ceea ce creezi. Acest caiet de exerciții
ajută lumea să descopere acest lucru.*



1. VIZIBILITATEA CA PUNTE DE CONECTARE CU OAMENII POTRIVIȚI

O vizibilitate bună nu înseamnă vanitate. Face parte din procesul de vânzare.

Recomandările încă funcționează însă aria lor de acțiune s-a schimbat odată cu impactul tehnologiei. Un cumpărător dintr-o altă regiune, un partener dintr-o altă țară — aceștia nu vor auzi de tine la piața de duminică sau la cafeneaua din colțul străzii. Au nevoie de o altă modalitate de a te găsi.

Această modalitate este cea digitală.

*Știi cât valorează ceea ce creezi.
Dar clientul care nu a auzit niciodată de tine — nu poate găsi ceva
despre care nu știe că există.*

Costul ascuns al invizibilității



O potențială clientă caută exact ceea ce oferi tu. Ea găsește pe altcineva, nu pentru că acea persoană este mai bună, ci pentru că acea persoană a fost prezentă, iar oferta ta nu a fost găsită.

Vizibilitatea nu înseamnă să fii zgomotos. Înseamnă să fii ușor de găsit. Online și offline.

O afacere cu o prezență online clară poate transmite calitate, poveste și valoare încă înainte ca prima conversație să aibă loc.

Trei lucruri de care vizibilitatea are nevoie cu adevărat:

- **Consecvență:** să fii prezent în mod regulat, astfel încât oamenii să înceapă să te recunoască.
- **Claritate:** să spui ce faci, pentru cine și de ce este important.
- **Autenticitate:** să-ți prezinți afacerea așa cum este ea în realitate. De aceea, povestea ta este importantă!



Nimic din toate acestea nu necesită un număr mare de urmăritori sau ore întregi de creare de conținut în fiecare zi.

PAGINA DE REFLECȚII ȘI NOTIȚE

Acordă-ți 5 minute. Scrie ce simți astăzi.



Unde îți propui să fii prezentă azi?

Ce te împiedică să îți sporești vizibilitatea online? Ce poți face pentru a schimba asta?

Ce s-ar schimba dacă încă 20 de persoane pe lună te-ar descoperi online?

2. IDENTITATE CLARĂ ÎNAINTE DE DESIGN

Înainte de a alege o culoare, trebuie să știi ce reprezintă aceasta pentru tine.

Înainte să alegi o culoare, este important să știi ce reprezintă aceasta pentru tine. Un logo nu creează încredere. Un mesaj consecvent o face.

Multe afaceri pornesc în călătoria lor de la design: o etichetă frumoasă, un font plăcut sau o culoare preferată. Dar dacă mesajul din spate nu este însă clar, niciun design nu poate compensa asta. Brandul tău nu este doar felul în care arată afacerea ta. Este ceea ce își amintesc oamenii după ce te întâlnesc.

Identitatea pe primul loc



Identitatea ta reprezintă esența afacerii tale. Ea nu se schimbă în funcție de platformă social media sau sezon și răspunde la trei întrebări :

- **Cine ești?** Parcursul tău, experiența ta, valorile tale. În ce fel această afacere te reprezintă pe tine și nu pe altcineva.
- **Pentru cine este ceea ce oferi?** Clienții ta ideali. Ce au nevoie, ce contează pentru ei, de ce te-ar alege pe tine.
- **Ce susții prin afacerea ta?** Nu o simplă declarație de misiune, ci o convingere reală. Produsele locale înaintea celor ieftine. Produsele realizate manual înaintea celor fabricate în serie. Servicii cu suflet!

*Notează-ți aceste răspunsuri înainte să deschizi Canva.
Înainte să alegi o culoare. Înainte de orice.*

Urmează coerența

Coerența înseamnă: oriunde te-ar găsi cineva, să te recunoască.

Pagina ta de Facebook, biografia de pe Instagram, cartea de vizită, eticheta - toate ar trebui să dea impresia că au fost create de aceeași persoană.

Același ton. Aceleași culori. Același mesaj central.

Când totul se potrivește, oamenii au încredere în tine mai repede. Și își amintesc de tine pentru mai mult timp.

Un client care vede fluturașul tău la piață și apoi îți găsește pagina de Facebook ar trebui să se gândească imediat: da, este aceeași afacere. Această recunoaștere nu este întâmplătoare. Este identitatea ta, oriunde ai fi.



Prezentarea companiei într-o singură propoziție

Completează această propoziție — este firul care leagă totul:

Îl ajut pe _____ să _____ prin _____.



REFLEXIE ȘI EXERCİȚIU

revenind la poveste

Cine sunteți și ce oferiți?

Cine este clientul tău ideal?

Ce susții prin afacerea ta?

În ce privințe comunicarea ta este în prezent inconsecventă? Ce poți corecta?

Acum scrieți fraza de poziționare:

Ajut _____ să _____ prin _____.

3. FACEBOOK — VITRINA TA DIGITALĂ

Pagina ta de Facebook pentru afaceri este adesea prima impresie pe care o lași. Fă-o să conteze.

Majoritatea clienților tăi sunt deja pe Facebook. Întrebarea nu este dacă să fii prezent acolo, ci dacă pagina ta îți aduce beneficii chiar și atunci când nu ești online. O pagină bine configurată inspiră încredere încă înainte de a fi trimis primul mesaj.

Pagina de afaceri — nu este un profil personal

Dacă în prezent îți folosești profilul personal de Facebook în scopuri profesionale, este timpul să schimbi acest lucru. O pagină de business are un aspect mai profesional, îți oferă acces la informații și statistici și le permite clienților să te găsească fără a-ți vedea viața privată.

O singură pagină. Un singur obiectiv clar. O prezență consecventă.

Prin crearea unei pagini de afaceri, accepți Termenii și condițiile și Standardele comunității Meta. Asigură-te că conținutul tău — imagini, text și oferte — respectă liniile directoare ale acestora. Poți consulta termenii actuali la [adresa facebook.com/terms](https://www.facebook.com/terms).



Cele patru elemente care contează cel mai mult

- **Fotografie de profil:** Logo-ul tău sau o fotografie clară și prietenoasă cu tine, dacă nu ai încă un logo. Trebuie să fie ușor de recunoscut chiar și la dimensiuni mici.
- **Imagine de copertă:** O imagine care ilustrează activitatea ta. Un produs, spațiul tău de lucru, ceva concret. Actualizează-o din când în când.
- **Secțiunea „Despre”:** Aici oamenii decid dacă rămân sau pleacă. Scrie într-un limbaj simplu: ce oferi, unde te afli, cum te pot contacta. Include site-ul tău web sau datele de contact.
- **Buton de acțiune:** Configurează-l ca: „Trimite mesaj”, „Sună acum” sau „Vizitează site-ul web” — orice se potrivește cel mai bine afacerii tale.

Aceste patru elemente lucrează pentru tine 24 de ore pe zi. Asigură-te că le faci corect de la început.





FOAIE DE LUCRU

OPTIMIZEAZĂ-ȚI PAGINA DE FACEBOOK

Parcurgeți astăzi această listă de verificare. Verificați ce ați realizat deja și notați ce mai trebuie rezolvat.



- ☐ Pagina de afaceri (nu profil personal)
- ☐ Fotografie de profil — clară și ușor de recunoscut
- ☐ Secțiunea „Despre” — completă și clară
- ☐ Detaliile de contact sunt vizibile
- ☐ Butonul de apel la acțiune este configurat
- ☐ Categoria paginii este corectă
- ☐ Numele de utilizator / URL-ul este personalizat

Scrieți aici secțiunea „Despre noi”. Redactați-o mai întâi pe hârtie înainte de a o introduce online. Scrisul de mână contează!



**BUSINESS
AS USUAL**

4. INSTAGRAM — VIZIBILITATE PRIN IMAGINI

Pe Instagram, imaginile vorbesc înaintea ta.

Instagram este o platformă vizuală. Utilizatorii derulează rapid. Ceea ce îi face să se oprească nu este o descriere lungă, ci o imagine care pare reală, frumoasă sau familiară. Pentru întreprinderile mici care comercializează produse fizice sau care au o identitate locală puternică, Instagram poate fi extrem de eficient.

Strategic Bio

Ai cinci secunde. Biografia ta trebuie să răspundă imediat la trei întrebări:

- Ce oferi?
- Pentru cine?
- Cum poți fi contactată?

Păstrează textul scurt. Folosește rânduri separate.

Adaugă un singur link către website, WhatsApp sau de tip „link in bio”.

Biografia ta este ca o strângere de mână. Fă-o să fie caldă și clară.



Două exemple care să te inspire:

🌿 Dimineți liniștite în inima Transilvaniei
Mic dejun cu produse din propria noastră grădină
📍 Regiunea Poșaga · Rezervați folosind linkul de mai jos

Experiențe autentice de turism rural în inima Transilvaniei
Fără aglomerație. Fără grabă. Fără zburcium.
Doar natură, oameni și locuri cu poveste. 📧 Rezervări [🔗 Link](#)

Atenție: propoziții scurte, o singură ofertă clară, o singură modalitate de contact.

Puncte forte - Highlights

Punctele forte apar permanent în profilul tău, chiar sub descrierea ta. Folosește-le pentru a prezenta informațiile esențiale pentru noii vizitatori:

- Produsele sau serviciile dumneavoastră
- Prețuri sau cum se poate comanda
- Povestea sau istoricul tău
- Părerile clienților



Gândește-te la „Highlights” ca la meniul unui restaurant. Acestea îi ajută pe oameni să găsească ceea ce caută.

Instagram este, de asemenea, o platformă Meta și se supune aceluiași Termeni și condiții. Asigură-te că conținutul tău respectă Ghidul comunității Instagram — îl poți consulta la adresa [instagram.com/legal/terms](https://www.instagram.com/legal/terms).



FIȘĂ DE LUCRU

CONSTRUIȚI-VĂ PREZENȚA PE INSTAGRAM

Scrie-ți aici biografia — maximum trei rânduri:

Rândul 1: Ce oferiți:

Rândul 2: Pentru cine / unde:

Rândul 3: Cum poți fi contactat/ă sau un link.:

Viziunea ta artistică — completează aceste propoziții:

Culorile care reprezintă afacerea mea sunt:

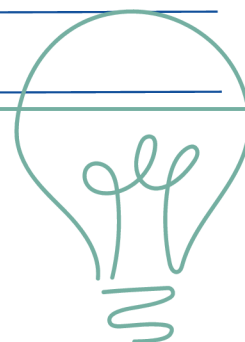
Cele trei lucruri pe care le voi fotografia cel mai des sunt:

Senzația pe care vreau ca oamenii să o aibă când îmi văd feed-ul:

Highlights pe care le voi evidenția:

Nume highlight

Ce va conține



5. LINKEDIN — POZIȚIONARE PROFESIONALĂ

LinkedIn este locul în care afacerea ta intră în contact cu profesioniștii.

Nu orice afacere mică trebuie să fie activă pe LinkedIn. Dar orice antreprenor are de câștigat dintr-un profil complet și profesionist. Un coordonator de proiect, un posibil partener sau un jurnalist care scrie despre antreprenoriatul rural te vor căuta aici înainte să te contacteze.

Profilul tău, de sus până jos

Banner: Imaginea mare din partea de sus a profilului. Folosește-o pentru a arăta ce faci — un produs, peisajul tău, atelierul sau spațiul în care lucrezi.

Fotografie de profil: Clar, prietenos și profesionist. Nu un logo — o persoană.

Nume și slogan de profil: Sloganul apare direct sub numele tău — iar în căutări, comentarii și cereri de conectare se văd doar primele 60–70 de caractere. Alege cu grijă primele cuvinte. Sunt primul lucru pe care oamenii îl citesc

Slogan complet: până la 220 de caractere. Folosește spațiul rămas pentru cuvinte-cheie care îi ajută pe oameni să te găsească. (Exemplu: Buchete din flori naturale uscate în Transilvania · Comenzi locale și colaborări.)

Detalii de contact: Facilitează contactarea ta. Adaugă adresa de e-mail, site-ul web sau linkul de WhatsApp.

Secțiunea Despre: Trei-patru propoziții. Povestea ta, oferta ta, valorile tale. Doar primele 300 de caractere se afișează înainte de „Vezi mai mult” — așa că începe cu cea mai semnificativă propoziție a ta.

Experiență și profil complet: Adaugă afacerea ta, experiența, competențele și activitatea ta profesională. Un profil complet inspiră mai multă încredere și apare mai des în căutări.

Nu e nevoie să postezi zilnic. Trebuie să fii ușor de găsit



Quick-Check



- Imaginea bannerului — ilustrează activitatea ta
- Fotografia de profil — clară și profesională
- Sloganul profilului — primele 60 de caractere trebuie să fie convingătoare
- Datele de contact sunt vizibile
- Secțiunea „Despre mine” — completă, cu o introducere convingătoare
- Secțiunile „Experiență” și „Competențe” sunt completate

6. MAILCHIMP: Primii pași în marketingul prin e-mail

Rețelele sociale pot dispărea peste noapte. Lista ta de e-mailuri nu. Lista de e-mailuri este singurul activ digital care îți aparține cu adevărat. Niciun algoritm nu decide cine vede mesajul tău. Tu scrii, tu trimiți, mesajul ajunge la destinatar.

Pentru întreprinderile mici, un simplu buletin informativ este suficient pentru a păstra legătura, a anunța noutăți și a le reaminti clienților că ești.

Începe cu lucruri simple

Nu ai nevoie de un sistem complex. Ai nevoie de trei lucruri:

- O listă: adresele de e-mail ale persoanelor care doresc să primească vești de la tine.
- Un motiv pentru a se abona: un mic cadou, o reducere, un ghid util sau pur și simplu promisiunea unui conținut de calitate legat de teme de interes.
- Ritm: o dată pe lună, o dată pe săptămână - tu stabilești frecvența.

Configurarea listei în Mailchimp

Mailchimp este gratuit pentru până la 250 de contacte.

Pentru a începe:



1. Creează-ți un cont gratuit pe mailchimp.com
2. Configurează-ți primul grup de destinatari (lista ta)
3. Adaugă un formular de înscriere pe pagina ta de Facebook sau pe site-ul tău web
4. Scrie primul tău e-mail

Primul tău buletin informativ nu trebuie să fie perfect. Trebuie doar să-l trimiți.

Notă: Limitele planului gratuit Mailchimp s-au modificat de mai multe ori. Verificați întotdeauna condițiile actuale pe mailchimp.com/pricing înainte de a vă configura contul.

Structura newsletterului — ce funcționează

Subiect: rândul care decide dacă emailul tău este deschis. Păstrează-l scurt, specific și uman.

Introducere: una sau două propoziții. Caldă, personală, directă.

Conținut principal: un singur subiect. Un produs nou, o poveste, o ofertă sezonieră.

Call to action: un pas clar. Vizitează, comandă, răspunde, vino.

Încheiere: numele tău, o formulă caldă, datele de contact.

Un email. Un mesaj. O acțiune.

Un pas important: confirmarea dublă și cerințele legale

Când cineva se înscrie pe lista ta, Mailchimp îi trimite un e-mail de confirmare. Abia după ce dă clic pe „Confirmare” va fi adăugat pe lista ta. Această procedură se numește „Double Opt-In” și nu este opțională. Este obligatorie conform legislației UE privind protecția datelor (GDPR). Asigură-te că această setare este activată în contul tău Mailchimp înainte de a începe să colectezi adrese de e-mail.

Fiecare newsletter pe care îl trimiți trebuie să includă, de asemenea:

Un link de dezabonare — Mailchimp îl adaugă automat.

Un link către Politica de confidențialitate — un document succint care explică modul în care stochezi și utilizezi adresele de e-mail. Acesta trebuie să fie accesibil pe site-ul tău web sau ca pagină separată. Dacă nu ești sigur cu privire la cerințele legale, consultă un consilier juridic local înainte de a începe să colectezi adrese de e-mail.

7. Zoom — Întâlniri online profesionale

Tot mai multe activități se desfășoară online — consultări cu clienții, întâlniri cu partenerii, prezentări. Zoom este unul dintre cele mai utilizate instrumente în acest sens. Nu este nevoie să stăpânești fiecare funcție. Trebuie doar să faci o impresie bună.

Setări de bază pe care trebuie să le configurezi corect

- **Numele tău:** Introdu numele tău complet — nu o poreclă și nici numele unui dispozitiv, cum ar fi „iPhone”. Oamenii trebuie să știe cu cine vorbesc.
- **Imaginea video:** O iluminare bună din față, nu din spate. Un fundal neutru și ordonat. Camera la nivelul ochilor — nu de jos.
- **Sunetul:** Testează-ți microfonul înainte de fiecare apel important. Folosește căști dacă mediul înconjurător este zgomotos.
- **Fundalul:** Un spațiu real și ordonat este întotdeauna mai bun decât un fundal virtual. Dacă folosești unul, alege-l simplu și profesional.

Nu ai nevoie de un studio. Ai nevoie de determinare. Iar o conexiune stabilă și un fundal ordonat reprezintă deja jumătate din impresia pe care o lași.

Caracteristici cheie pe care merită să le cunoașteți

- **Partajarea ecranului:** Poți afișa direct pe ecran un document, o fotografie a produsului tău sau o listă de prețuri. Apasă „Partajează ecranul” și alege ce vrei să arăți.
- **Whiteboard / Tablă digitală:** Este o tablă online pe care tu și ceilalți participanți puteți scrie sau desena împreună. Este utilă pentru brainstorming, idei sau explicarea vizuală a unui proces.
- **Miro Whiteboard:** O alternativă la tabla digitală din Zoom. Este mai flexibilă, funcționează în browser și are o variantă gratuită pentru utilizare de bază. Merită explorată dacă lucrezi frecvent cu idei vizuale.
- **Subtitrări / Live Captions:** Zoom poate afișa subtitrări automate în timpul întâlnirii. Sunt utile când participanții vorbesc limbi diferite sau când există dificultăți de auz. Se activează din Setări și sunt un serviciu plătit adițional.

Dacă știi unde să găsești aceste funcții înainte să ai nevoie de ele, nu mai trebuie să le cauți în timpul unei ședințe. Pregătește-te anterior.



Înainte de fiecare convorbire importantă — o listă scurtă de verificare



- ☐ Numele corect setat în Zoom
- ☐ Camera verificată — iluminare, unghi, fundal
- ☐ Microfonul verificat
- ☐ Materialele pregătite pentru a fi partajate, dacă este necesar
- ☐ Asigură un spațiu liniștit pe durata sesiunii

Notă juridică: Înregistrări și protecția datelor



Zoom este o platformă cu sediul în SUA.

În calitate de întreprindere din UE, trebuie să Țineți cont de câteva aspecte:

Înregistrarea unei întâlniri necesită consimțământul explicit al tuturor participanților, exprimat în prealabil. Zoom îi notifică automat pe participanți atunci când începe înregistrarea — însă cea mai bună practică este obținerea consimțământului verbal sau scris înainte de întâlnire.

Nu înregistrați niciodată o întâlnire fără a informa mai întâi participanții.

Distribuirea publică a linkurilor către întâlniri poate permite accesul unor persoane neinvitate. Folosiți întotdeauna o parolă și activați funcția de „sală de așteptare”.

Prelucrarea datelor: Dacă utilizați Zoom în mod regulat pentru întâlniri cu clienții, menționați acest lucru în Politica de confidențialitate.

Dacă nu sunteți sigur cu privire la obligațiile dvs. specifice, consultați un consilier juridic local.



8. Canva — Cum funcționează



Designul profesional nu mai este rezervat doar designerilor.

Canva este un instrument gratuit de design accesibil direct din browser — nu necesită instalare și nu este nevoie de experiență în design grafic. Îl deschizi, alegi un șablon, îl adaptezi la afacerea ta și îl descarci. Acesta este tot procesul.

Accesează canva.com și creează-ți un cont gratuit. Versiunea gratuită acoperă toate nevoile unei mici afaceri.

Cum să te orientezi

Când deschizi Canva, vei vedea o bară de căutare în partea de sus. Acesta este instrumentul tău cel mai important.

Caută ceea ce ai nevoie — și folosește limba engleză pentru a obține mai multe rezultate. Sau limba română.

Cuvinte cheie utile pentru început:

- „carte de vizită”, „pliant”, „listă de prețuri”, „logo”, „banner”
- „postare pe Instagram”, „imagine de copertă pe Facebook”, „postare pe LinkedIn”
- Introduceți domeniul dvs. de activitate pentru rezultate mai relevante: „pliant brutărie”, „logo artizanat”, „listă de prețuri spa.”

Canva îți va afișa sute de șabloane. Filtrează după stil, culorile tale sau formatul dorit pentru a restrânge căutarea.

Începeți întotdeauna cu dimensiunea potrivită

Fiecare proiect creat în Canva începe cu alegerea dimensiunilor. Dacă le stabilești corect de la început, eviți problemele ulterioare — modificarea ulterioară a dimensiunilor poate deforma aspectul paginii.

- **Pentru tipar:** folosește milimetri sau centimetri.
- **Pentru format digital:** folosește pixeli.

Canva oferă dimensiuni prestabilite pentru majoritatea formatelor. Dacă ai nevoie de o dimensiune personalizată, dă clic pe „**Dimensiune personalizată**” pe pagina principală și introdu manual dimensiunile dorite.

Dacă aveți dubii, căutați dimensiunea standard pentru formatul dvs. înainte de a începe.

Lucrul cu șabloane

Un șablon este un design gata pregătit pe care îl adaptezi la conținutul tău. Nu pornești de la zero, ci înlocuiești textul, culorile, imaginile și logo-ul cu ale tale.



Cum se lucrează cu un șablon:

1. Alege un template care se potrivește stilului tău • nu primul rezultat.
Derulează, compară și alege unul care se simte deja aproape de brandul tău.
2. Apasă pe fiecare element pentru a-l edita • textul, imaginile, culorile și fonturile pot fi schimbate separat.
3. Păstrează structura, schimbă conținutul • nu redesena totul de la zero.
Template-ul există ca să îți economisească timp.
4. Înlocuiește tot textul demonstrativ • verifică întregul design înainte de descărcare. Nimic nu pare mai neprofesionist decât un text placeholder uitat.

Un template este un punct de plecare, nu un produs final.

Încărcarea propriilor fotografii

Accesează „Uploads” / „Încărcări” din meniul din stânga. Trage fotografiile direct din telefon sau din calculator în Canva. După încărcare, imaginile rămân salvate în contul tău și pot fi folosite în orice design viitor.

Sfaturi pentru încărcări reușite:

- Folosește fotografii la cea mai bună rezoluție disponibilă
- Fotografiile orizontale funcționează mai bine pentru majoritatea formatelor
- Canva poate elimina automat fundalul (util mai ales pentru fotografiile de produs).



Editarea videoclipurilor în Canva

Canva permite editarea video de bază — suficientă pentru conținutul de pe rețelele sociale.

Cum să începi:

Caută „video” în Canva și alege formatul potrivit (Instagram Reel, videoclip Facebook sau dimensiune personalizată). Încarcă videoclipul în secțiunea „Uploads” / „Încărcări” și du-l în zona de editare video.

Păstrează videoclipurile scurte: 15–30 de secunde funcționează cel mai bine pe majoritatea platformelor.

Ce mai poți face:

- Tăia clipurile video la lungimea dorită
- Adăuga suprapuneri de text și subtitrări
- Adăuga muzică din biblioteca gratuită Canva
- Adăuga tranziții între clipuri
- Redimensionează pentru diferite platforme



Crearea fotografiei tale de profil pentru rețelele sociale

Fotografia de profil este imaginea ta pe toate platformele. Trebuie să fie clară, caldă și ușor de recunoscut chiar și la dimensiuni mici.



În Canva: Caută „fotografie de profil” • Canva oferă șabloane circulare și pătrate, adaptate dimensiunilor fiecărei platforme (Facebook, Instagram etc.).

În ceea ce privește fotografia în sine:

- Lumină naturală de la o fereastră, orientată spre tine
- Fundal simplu sau neutru
- Privește spre cameră, nu spre ecran
- Zâmbește! Caldura inspiră încredere mai repede decât profesionalismul

Nu ai nevoie de un fotograf. Ai nevoie doar de o lumină bună și de o mână sigură. Încarcă fotografia, plasează-o în șablon, ajustează decupajul, descarcă. Gata.

Dimensiunile postărilor pe rețelele sociale

Folosiți aceste dimensiuni standard în Canva — căutați după numele platformei pentru a găsi șabloanele potrivite:

<u>Platformă</u>	<u>Postare</u>	<u>Poveste / Film</u>
Instagram	1080 × 1080 px	1080 × 1920 px
Facebook	1200 × 630 px	1080 × 1920 px
LinkedIn	1200 × 627 px	-

Folosiți întotdeauna dimensiunea potrivită. Imaginile deformate dau o impresie de lipsă de profesionalism și au o calitate slabă.

Sfaturi utile despre Canva

Brand Kit: salvează logo-ul, culorile și fonturile într-un singur loc. Disponibil și în varianta gratuită pentru un singur brand. Astfel, fiecare design nou va avea coerență încă de la început.

Duplicarea unui design: în loc să începi de fiecare dată de la zero, duplează cea mai reușită postare și schimbă doar conținutul. Acest lucru păstrează coerența vizuală și economisește timp.

Formate de descărcare:

- Social media: PNG
- Materiale pentru print: PDF Print
- Prezentări: PDF Standard sau PowerPoint

Salvează-ți design-urile. Cu siguranță vei reveni să le actualizezi.



9. Materialele de prezentare ale firmei

Fiecare material pe care îl oferi mai departe devine o parte din brandul tău. Fă-l să conteze.

Acest capitol te ghidează prin materialele esențiale de care afacerea ta are nevoie - la ce folosește fiecare, ce informații ar trebui să conțină și cum le poți crea în Canva.

Logo-ul afacerii

Logo-ul tău este elementul vizual central al mărcii tale. Acesta apare peste tot: pe cartea ta de vizită, pe ambalaje, pe profilurile tale de pe rețelele sociale, pe bannerul tău.

Principii fundamentale:

- **Simplitate:** un logo reușit se vede bine la orice dimensiune. De la o fotografie de profil minusculă până la un banner de mari dimensiuni, acesta trebuie să rămână clar și lizibil.
- **Atemporalitate:** evitați tendințele trecătoare. Alegeți ceva care să se potrivească și peste cinci ani.
- **Versatilitate:** logo-ul dvs. trebuie să se vadă bine atât în culori, cât și în alb-negru, precum și pe fundaluri deschise și închise la culoare.
- **Lizibilitate:** dacă logo-ul conține numele companiei, acesta trebuie să fie lizibil chiar și la dimensiuni mici.

Un logo nu trebuie să fie perfect. Trebuie să îl simți că e al tău.



Cum să creezi un logo în Canva:

Caută „logo” în Canva. Apoi restrânge căutarea în funcție de domeniu sau stil: „logo brutărie” • „logo săpun artizanal” • „logo fermă” • „logo natural” • „logo rustic” • „logo minimalist” • „logo alimentar” • „logo artizanal” • „logo beauty”

Răsfoiește până găsești ceva care ți se potrivește, apoi adaptează culorile, fonturile și textul la afacerea ta.

Ce trebuie să verifici înainte de a finaliza:

- Se vede bine și în alb-negru?
- Numele companiei tale este lizibil la dimensiuni mici?
- Reprezintă compania ta? Te reprezintă pe tine și nu pe altcineva?

Descarcă-ți logo-ul în format PNG cu fundal transparent. Astfel, îl poți plasa pe orice fundal colorat fără să rămână o margine albă în jurul lui.

În Canva: dă clic pe Descărcare → PNG → bifează „Fundal transparent”.





Exemple de logo-uri pe domenii de activitate: Sugestii de stil.

- Produse alimentare artisanale / conserve: elemente desenate manual, nuanțe calde, pământii
- Săpunuri naturale / produse cosmetice: linii curate, detalii botanice, culori delicate
- Pensiuni: ilustrații cu case sau peisaje, atmosferă primitoare
- Textile / țesături: modele geometrice, motive tradiționale
- Fermă / produse agricole: pictograme simple, nuanțe de verde sau ocru
- Artizanat / ceramică: forme organice, culori naturale discrete



Cartea de vizită

Cartea de vizită este adesea primul obiect fizic pe care cineva îl primește de la tine.

- *Dimensiuni standard: 85 × 55 mm — pe o singură față sau pe ambele fețe.*
- *Ce trebuie să conțină:*
 - Numele tău
 - Cu ce te ocupi (o singură frază scurtă)
 - Număr de telefon, adresă de e-mail, site web sau link către rețelele sociale
 - Logo-ul tău
- *A doua față (opțional): o scurtă descriere a ofertei tale, o fotografie a produsului sau o frază de poziționare.*



Mai puțin înseamnă mai mult. Spațiile albe conferă cărții un aspect de calitate superioară. Stilul minimalist are avantaje mari într-o lume tot mai grăbită.

Pliant

Un flyer funcționează atunci când ai un singur mesaj clar de transmis — un eveniment, un produs sau o ofertă sezonieră.

Ce format pentru ce scop:

Formatul cel mai potrivit pentru

- A5 (148 × 210 mm): Standuri de târg, puncte de informare, corespondență
- A6 pliabil (105 × 148 mm): Meniuri pentru livrare la domiciliu, ghiduri de produse, târguri
- A4 (210 × 297 mm): Afișe, vitrine, prezentări de afaceri de o pagină

Ce trebuie să conțină un flyer:

- Un titlu clar și direct
- O singură imagine: produsul tău sau chiar tu
- Doar informațiile esențiale: ce, unde, când, cum se comandă
- Logo-ul și datele de contact
- Un singur îndemn clar: „Comandă acum”, „Vizitează-ne”, „Sună astăzi”



Un flyer cu prea mult text poate rămâne necitit. Un flyer cu o imagine puternică și un mesaj clar este păstrat.

Lista de prețuri

O listă de prețuri nu este doar utilă — ea transmite profesionalism și încredere în valoarea serviciilor dumneavoastră.



Pentru afacerile care comercializează produse:

- Denumirea produsului
- Scurtă descriere (ingrediente, dimensiuni, greutate)
- Preț
- Opțional: cantitatea minimă de comandă, variantele disponibile

Pentru fimele care oferă servicii:

- Denumirea serviciului
- Ce include
- Durata (dacă este cazul)
- Prețul sau intervalul de preț

Ce trebuie să conțină orice listă de prețuri:

- Logo-ul companiei • Datele de contact • Data sau mențiunea „valabil de la” pentru ca clienții să știe că lista este actualizată • Moneda specificată clar

Nu-ți motiva prețurile tale folosind o formulări vagi. Prezintă-le în mod clar.

În UE, prețurile trebuie afișate întotdeauna ca prețuri finale — incluzând toate taxele aplicabile. Această regulă se aplică listelor de prețuri, pliantelor, site-urilor web și postărilor de pe rețelele de socializare.

One Pager

Prezentarea companiei dumneavoastră

Un One Pager este o singură pagină care prezintă afacerea ta într-un mod complet și clar. Este util la târguri, în întâlniri, ca atașament într-un email sau ca material pe care îl lași după o primă conversație.

Ce trebuie să conțină:

- Logo-ul tău
- Numele tău și denumirea companiei
- Fraza de poziționare (Îi ajut pe __ să __ prin __)
- Ce oferi (pe scurt, clar)
- De ce tu (una sau două propoziții despre ce te diferențiază)
- Datele tale de contact: telefon, e-mail, site web, rețele sociale
- O imagine expresivă (produsul tău, spațiul tău de lucru sau fotografia ta).



Cum să găsești un șablon în Canva:

Caută „one pager”, „profil companie” sau „prezentare generală a afacerii”.
Filtrează după culoare sau stil pentru a se potrivi cu brandul tău.

Cum se utilizează:

Înlocuiți toate textele de substituție, secțiune cu secțiune. Adăugați-vă logo-ul prin secțiunea „Uploads”. Înlocuiți imaginea de substituție cu propria fotografie. Păstrați structura paginii — modificați doar conținutul sau elementele esențiale.

O singură pagină. Tot ce trebuie să știe cineva despre tine și viziunea ta.

Articole promoționale — Geantă și cană

Articolele promoționale precum gețile de pânză și cămile, îți sporesc vizibilitatea dincolo de ecran și de standul din piață. Ele transformă clienții în ambasadori.



În Canva:

Căutați „mockup geantă de pânză” sau „mockup cană” pentru a vedea cum va arăta designul dvs. pe produs.

Pentru producția propriu-zisă, exportați logo-ul sau designul în format PNG cu fundal transparent și încărcați-l la un furnizor de servicii de tipărire local sau online.

Păstrați simplitatea: • Logo-ul suficient de mare pentru a fi lizibil • Opțional: adresa site-ului web sau un slogan scurt • O singură culoare pe un fundal neutru dă cele mai bune rezultate la tipărire;

Banner roll-up

Un banner care se rulează reprezintă cea mai vizibilă prezență a ta la un târg sau la un eveniment. Trebuie să atragă atenția chiar și de la distanță.

Dimensiuni standard: 85 × 200 cm

Principii de design pentru bannere:

- Un logo mare în partea de sus
- Informație esențială la nivelul ochilor
- Un singur titlu (maximum 6–8 cuvinte, font mare)
- O singură imagine sau unele minimaliste (produs sau portret)
- Detalii de contact în partea de jos (site web, rețele sociale, cod QR)



Dacă cineva poate citi bannerul tău de la 3 metri distanță în 5 secunde, înseamnă că funcționează.

FIȘĂ DE LUCRU: PLANUL DE MATERIALE

Parcurge fiecare material. Notează ce ai deja, ce trebuie actualizat și ce ai vrea să creezi mai întâi.



Material	Ia-l	Necesită actualizare	Pentru a crea	Prioritate
Logo	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Carte de vizită	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Pliant	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Lista de prețuri	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Prezentare de o pagină	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Șabloane pentru rețelele sociale	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Designul spatelui / canei	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Banner rulant	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Etichete de produs / Ambalaje	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut
Site web / Pagina de destinație	☐	☐	☐	☐ Ridicat ☐ Mediu ☐ Scăzut

Singurul material pe care îl voi crea săptămâna aceasta:

Ce susții prin afacerea ta?

Cu ce material voi începe?



Un mic sfat

Nu este nevoie să creezi totul dintr-o dată. Un material simplu, clar și autentic poate deja să creeze o legătură, încredere și vizibilitate.

Începe cu un singur pas.

10. Fotografie. Primul element de încredere

O fotografie reușită nu prezintă un produs perfect. Ea prezintă unul real.

Pe internet, fotografiile vorbesc înaintea ta. Înainte ca cineva să-ți citească descrierea sau să verifice prețul, și-a format deja o impresie. Această impresie provine din imaginile tale.

O fotografie reușită nu ține de echipament scump. Ține de lumină, de autenticitate, de felul în care te deschizi și de consecvență.

Lumina naturală este cel mai important instrument al tău

Lumina naturală este gratuită și pune în valoare aproape orice.

— Așează-ți produsul sau pe tine însuși lângă o fereastră

— Stai cu fața spre lumină, nu cu lumina în spatele tău. Zilele înnorate oferă o lumină moale și uniformă — adesea mai bună decât lumina directă a soarelui

Cea mai bună cameră foto în condiții de lumină slabă oferă rezultate mai slabe decât un smartphone în condiții de lumină bună.

Autenticitatea înaintea perfecțiunii

Clienții au încredere în ceea ce pare autentic. Pune-ți mâinile la treabă, așează ingredientele și pregătește spațiul de lucru. Detaliile imperfecte conferă produsului tău un caracter uman.

Oamenii nu cumpără produse. Ei cumpără povești. Fotografiile tale spun acea poveste.



Consecvența duce la recunoaștere

Alege un stil și păstrează-l: același fundal, aceeași direcție a luminii, aceeași compoziție. Când fotografiile tale par să formeze un ansamblu armonios, brandul tău capătă un aspect profesional.

Consecvența are mai multă forță decât o singură imagine perfectă.

Sfaturi practice

- Produse: fundal simplu, eliminați elementele care distrag atenția, fotografiați de sus sau de la nivelul ochilor, faceți cel puțin 10 fotografii.
- Portrete: stați cu fața spre fereastră, fundal simplu, priviți direct în obiectiv, inspirați înainte de a fotografia.
- Fotografii de lucru: arătați lucrarea în curs de realizare, arătați-vă mâinile, lăsați ca tehnica de lucru să fie vizibilă.

Reflecție

Ce transmit fotografiile tale actuale despre afacerea ta?

O notă privind fotografierea persoanelor Dacă în fotografiile dumneavoastră apar persoane care pot fi recunoscute — inclusiv membri ai familiei, angajați sau clienți — aveți nevoie de consimțământul lor explicit înainte de a utiliza acele imagini în scopuri comerciale, cum ar fi rețelele sociale, pliante sau site-ul dumneavoastră web. Este suficient un simplu formular de consimțământ scris. În lipsa acestuia, nu ar trebui să publicați imaginea.



11. Rutina ta digitală



Vizibilitatea nu este un efort punctual. Este un obicei mic, dar constant.

Nu e nevoie să fii online toată ziua. Ai nevoie de un ritm realist și sustenabil — ceva pe care să-l poți respecta cu adevărat.

Zilnic: 10 minute

- Răspunde la mesaje și comentarii
- Verifică notificările de pe platformele pe care le folosești

Săptămânal: 30 de minute (sau în funcție de tipul de activitate)

- Publică o postare coerentă pe platforma ta principală
- Distribuie o poveste autentică sau un moment din culise
- Fă 2–3 fotografii pentru săptămâna viitoare

O postare. O poveste. Este de ajuns pentru astăzi.

Lunar: 1 oră

- Analizează statisticile paginii tale: ce a funcționat și ce nu
- Actualizează-ți biografia sau secțiunea „Despre” dacă s-a schimbat ceva
- Verifică și actualizează prețurile, dacă este necesar
- Trimite newsletter-ul

Mici ajustări efectuate în mod regulat sunt mai eficiente decât o revizie generală o dată pe an.

Lista ta personală de verificare

	Task	Zilnic	Săptămânal	Lunar
☐	Răspunde la mesaje	✓		
☐	Publică o postare		✓	
☐	Povestește-ne o întâmplare		✓	
☐	Fă fotografii noi		✓	
☐	Informații despre recenzii			✓
☐	Actualizează biografia / prețurile			✓
☐	Trimite buletinul informativ			✓



*Începe cu ceea ce ți se pare ușor de gestionat.
Adaugă mai multe elemente doar atunci când elementele de bază ți se par ușoare.*

12. Târguri și expoziții

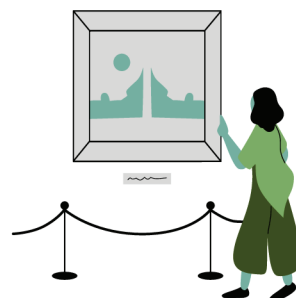
Dezvoltarea afacerii dumneavoastră

Un târg regional nu este doar un stand de vânzare. Este o scenă. Participarea la un târg regional sau european înseamnă mai mult decât vânzarea produselor în ziua respectivă. Este o ocazie de a vă valida prețurile, de a vă testa poziționarea, de a vă spori vizibilitatea internațională și de a întâlni persoane care ar putea schimba direcția afacerii dumneavoastră.

Nu trebuie să fiți peste tot. Trebuie să vă prezentați bine, o singură dată.

Ce vă poate oferi un târg

- Validare pe o piață mai largă, uneori internațională
- Feedback direct privind prețurile și poziționarea dvs.
- Networking strategic: cumpărători, parteneri, colaboratori
- Vizibilitate dincolo de regiunea dvs.
- Încredere în prezentarea afacerii dvs. în public



Obiectivul dvs. concret

Înainte de a pleca, notați un obiectiv specific și măsurabil.

Exemple: 5 contacte noi • 1 partener potențial • validarea prețului pentru produsul meu principal • 10 conversații relevante

Obiectivul meu pentru acest târg:



Înainte de târg — Pregătirea

Alegeți târgul potrivit:

- Publicul țintă corespunde clientului dvs. ideal?
- Tema este relevantă pentru produsul dvs.?
- Care sunt costurile de înscriere și termenele limită?

Pregătiți-vă prezența:

- Anunțați-vă participarea pe rețelele de socializare cu dinainte
- Actualizați-vă site-ul web și profilurile de pe rețelele sociale
- Exersați-vă prezentarea cu voce tare, nu doar în minte
- Planificați-vă amenajarea standului înainte de a ajunge

Pregătiri practice:

- Pregătiți bani de schimb și un sistem simplu pentru vânzările în numerar
- Aduceți un formular de comandă pentru a prelua comenzi pe loc
- Luați cu voi apă și gustări, zilele de târg sunt lungi
- Aduceți o trusă mică de urgență: foarfece, bandă adezivă, pix, ace de siguranță

Lista de verificare pentru stand / 1



Produse și conformitate

- ☐ Produse neperisabile, conforme cu normele UE
- ☐ Ambalaje profesionale
- ☐ Etichete bilingve (RO/EN sau RO/DE) *Cerințele diferă în funcție de tipul de produs — consultați camera de comerț locală*
- ☐ Prețuri afișate clar
- ☐ Lista ingredientelor, acolo unde este necesar

Identitate vizuală

- ☐ Banner cu logo vizibil de la distanță
- ☐ Mesaj scurt și clar
- ☐ Prezentare minimalistă, ordonată
- ☐ Masă neutră
- ☐ Un element autentic care spune povestea ta

Materiale tipărite

- ☐ Cărți de vizită
- ☐ Pliant / Flyer
- ☐ Listă de prețuri
- ☐ Broșură cu povestea afacerii + date de contact (RO/EN/DE)

Digital și tehnic

- ☐ Telefon și powerbank complet încărcate
- ☐ Cod QR care redirecționează către site-ul web sau rețelele sociale
- ☐ Mărunțiș și soluție simplă de plată la îndemână
- ☐ Formulare de comandă
- ☐ Tabletă (opțional)



Prezența personală

- ☐ Rețelele sociale și site-ul web actualizate înainte de târg
- ☐ Îmbrăcăminte adecvată brandului
- ☐ Ecuson cu numele
- ☐ Prezentare de 30 de secunde pregătită și exersată
- ☐ Contact vizual și o postură amabilă

Lista de verificare pentru stand / 2



Prezentarea ta de 30 de secunde

Pregătește-ți prezentarea în limba ta maternă, apoi asigură-te că o ai pregătită în cel puțin încă o limbă.

Emoția vinde. O poveste rămâne în memorie. O descriere a produsului nu.



Structură:

- Cine ești
- Ce problemă rezolvi
- Pentru cine
- Ce te diferențiază

Formula ta:

„Sunt _____ și ajut _____ să realizeze _____ prin _____.”

Scrive-ți prezentarea aici — și pregătește o scurtă notiță tipărită pe care să o oferi împreună cu produsul tău. Lasă povestea să călătorească odată cu acesta.



Organizarea standului

Rețineți:

- Claritate: un singur mesaj clar, vizibil imediat
- Spațiu: un stand ordonat dă o impresie de calitate superioară
- Produsul pe primul plan: produsul dvs. este protagonistul, nu decorul
- Poveste vizibilă: un element care arată cine a creat produsul și de ce
- Prețuri transparente: nu lăsați niciodată clientul să întrebe de preț



De evitat:

- ✗ Supraîncărcarea mesei cu prea multe produse
- ✗ Texte lungi pe care nimeni nu le va citi
- ✗ Prețuri lipsă sau ascunse
- ✗ A te uita la telefon în loc să te concentrezi asupra vizitatorilor
- ✗ A lăsa standul nesupravegheat

Colectarea datelor de contact — și cum să o faci în mod legal

Contactele reprezintă cel mai valoros rezultat pe care îl poți obține la orice târg.

Obiectivul meu în materie de contacte: _____ persoane



Important:

Faptul că cineva îți înmânează cartea de vizită nu înseamnă automat că este de acord să primească newsletter-ul tău.

Cere întotdeauna consimțământul în mod explicit — și consemnează-l.

O soluție simplă: pregătește o mică fișă de înscriere cu următoarea frază: „Da, doresc să primesc noutăți și actualizări de la [numele companiei tale] prin e-mail.” Acest consimțământ scris te protejează pe tine și pe contactele tale în conformitate cu legislația UE privind protecția datelor (GDPR).

Contactați-l în termen de 48–72 de ore:

- Un mesaj personalizat care face referire la conversația voastră
- Un pas clar de urmat: o ofertă, o mostră, o întâlnire

În timpul târgului — câteva sfaturi utile

Standul este amenajat. Acum totul ține de oameni.

- Lăsați telefonul deoparte
- Fiți prezenți
- Vizitați standurile din vecinătate
- Aceștia ar putea deveni parteneri sau clienți
- Luați notițe pe cărțile de vizită imediat după fiecare conversație
- Hidratați-vă și faceți pauze scurte când este posibil



DUPĂ TÂRG

REFLECȚIE ȘI PLAN PE 30 DE ZILE



Ce a funcționat cel mai bine?



Care au fost cele mai frecvente întrebări ale vizitatorilor?



Ce vei schimba data viitoare?



Planul tău de monitorizare pe 30 de zile:



- ☐ Contactează persoanele cunoscute în termen de 72 de ore
- ☐ Publică o postare despre experiența ta la târg
- ☐ Analizează și adaptează-ți oferta, dacă este necesar
- ☐ Inițiază cel puțin o discuție privind un parteneriat
- ☐ Arhivează-ți notițele și datele de contact pentru următorul târg

Unde te afli acum

Ai parcurs douăsprezece capitole. Nu e puțin lucru. Fiecare pagină pe care ai completat-o reprezintă un pas pe care afacerea ta l-a făcut deja.

Iată ce ai construit:

Baza ta

- O identitate clară și o frază de poziționare care îți aparține
- O înțelegere a motivului pentru care vizibilitatea contează
- și a ceea ce presupune aceasta de fapt

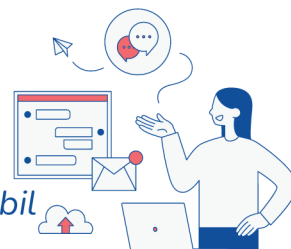
Prezența ta digitală

- O pagină de Facebook și un profil de Instagram profesionale
- O prezență pe LinkedIn care te face ușor de găsit
- O primă listă de e-mailuri și o structură de newsletter în Mailchimp
- Instrumentele necesare pentru a organiza întâlniri online profesionale prin Zoom



Materialele tale

- Un logo, o carte de vizită, un fluturaș, o listă de prețuri și un One Pager
- Șabloane pentru rețelele sociale adaptate fiecărei platforme
- Fotografii ale produselor care îți spun povestea



Rutina ta

- Un ritm zilnic, săptămânal și lunar care este realist și sustenabil

Prezența ta la târg

- Un stand pregătit, un discurs exersat și o strategie de contact care respectă clienții tăi

Vizibilitatea nu se construiește într-o singură zi. Se construiește în pași mici și consecvenți — exact ca cei pe care i-ai făcut până acum.

O ultimă întrebare

Care ar putea fi un pas mic, vizibil pe care îl poți face săptămâna asta, astfel încât afacerea ta să poată fi găsită, înțeleasă și ținută minte?



SUBIECTE ABORDATE ÎN PREZENTUL GHID

Acest ghid vă prezintă elementele esențiale ale vizibilității digitale — de la construirea unei identități clare a mărcii și configurarea profilurilor pe rețelele sociale, până la crearea de materiale profesionale, stabilirea unei rutine digitale simple și pregătirea pentru primul târg la care participați. Tot ce aveți nevoie pentru ca afacerea dumneavoastră să fie ușor de găsit și ușor de recunoscut.

RESURSE ȘI REFERINȚE UTILE

Acest ghid a fost creat pentru a oferi sprijin practic pe teme precum vizibilitatea digitală, identitatea de brand, prezența pe rețelele sociale, materialele profesionale, marketingul prin e-mail, comunicarea online și pregătirea pentru târguri — oferind proprietarilor de mici întreprinderi din zonele rurale instrumentele necesare pentru a fi găsiți, recunoscuți și reținuți.

1. Donald Miller – Building a StoryBrand Ajută la transpunerea ofertei unei afaceri într-un limbaj clar, centrat pe client — aplicabil direct în biografii, pliante, broșuri de o pagină și profiluri de pe rețelele sociale.
 2. Canva Design School & Platform — canva.com O resursă practică pentru crearea de materiale vizuale profesionale, conținut pentru rețelele sociale și prezentări digitale fără experiență în design.
 3. Mailchimp Resources & Academy — mailchimp.com Ghiduri și tutoriale pentru configurarea marketingului prin e-mail, crearea unei liste de contacte și trimiterea de buletine informative conforme cu legislația.
 4. Centrul de ajutor Meta Business — facebook.com/business/help Asistență oficială pentru configurarea și gestionarea profilurilor de afaceri pe Facebook și Instagram.
 5. Centrul de ajutor Zoom — support.zoom.com Îndrumări practice pentru configurarea și desfășurarea întâlnirilor online profesionale.
 6. Informații privind GDPR pentru întreprinderile mici — gdpr.eu O resursă clară și accesibilă pentru înțelegerea obligațiilor privind protecția datelor — relevantă pentru marketingul prin e-mail, colectarea datelor de contact și prezența online.
 7. Comitetul European pentru Protecția Datelor — edpb.europa.eu Ghid oficial al UE privind protecția datelor pentru întreprinderile mici, incluzând instrumente practice și infografice.
 8. Exerciții din acest ghid Dezvoltate pe baza contribuțiilor specialiștilor, a observațiilor reale și a nevoilor identificate în cadrul grupului EmpowerHER — sprijinind claritatea, încrederea digitală și vizibilitatea autentică a afacerii.
 9. Feedback din partea comunității, chestionare și validare Feedback-ul din partea comunității EmpowerHER, conversațiile reale și răspunsurile publicului au susținut procesul de identificare a nevoilor, de perfecționare a conținutului și de validare a acestuia în practică.
- Împreună, aceste resurse completează exercițiile din acest ghid și susțin dezvoltarea unei prezențe de afaceri vizibile, profesionale și autentice.

DECLARAȚIE DE RESPONSABILITATE (AUTHORS DISCLAIMER)

Conținutul acestui ghid reflectă experiența profesională, cercetarea și perspectiva autorilor în domeniile mindfulness, educație pentru adulți, wellbeing și dezvoltare antreprenorială. Materialul are scop educațional și oferă instrumente de reflecție, exemple și practici care pot sprijini dezvoltarea personală și profesională. Exercițiile și conceptele prezentate în acest ghid nu înlocuiesc consilierea psihologică, medicală sau alte forme de suport profesional specializat. Participanții sunt încurajați să adapteze practicile propuse la propriile nevoi și contexte personale sau profesionale. Responsabilitatea pentru modul în care informațiile și exercițiile din acest material sunt aplicate revine fiecărui utilizator.

DECLARAȚIE DE RESPONSABILITATE (EU DISCLAIMER)

Uniunea Europeană prin programul Erasmus+ nu este responsabilă pentru realizarea acestei publicații. Conținutul reflectă exclusiv punctul de vedere al autorilor, iar Uniunea Europeană și Agenția Națională pentru Programe Comunitare în Domeniul Educației și Formării Profesionale (ANPCDEFP) nu pot fi considerate responsabile pentru modul în care pot fi utilizate informațiile conținute în acest material.

Imaginile și elementele grafice utilizate în acest ghid sunt realizate de autori sau provin din biblioteci de imagini cu licență gratuită pentru utilizare educațională și non-comercială.

Autoare: Nicoleta Maria PFEFFER-BARBELA & Petra Christine BERNKLAU

EmpowerHER Rural Business - Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas

Proiect Cofinanțat de Uniunea Europeana prin programul Erasmus+ ADU, Parteneriate de Mică Anvergură.



EmpowerHER Rural Business

Dezvoltarea Conștientă și Sustenabilă a Afacerilor Femeilor
din Mediul Rural



GHID PRACTIC

COMPETENȚE DIGITALE PENTRU DEZVOLTAREA AFACERII

Canva & Social Media pentru Nevoi Personalizate

Acest instrument de învățare este dedicat femeilor din mediul rural care își doresc să își dezvolte sustenabil afacerea sau ideea, pornind de la echilibru interior, claritate și încredere.

Acest ghid face parte dintr-o serie de trei ghiduri complementare:

Stare de bine, Mindfulness & Reziliență în Business

Storytelling, Idei & Dezvoltare Business în Comunitate

Competențe digitale pentru dezvoltarea afacerii – Canva & Social Media pentru nevoi personalizate

Împreună, ele oferă o abordare integrată: de la echilibru interior, la claritate strategică și instrumente digitale aplicate.

Nicoleta Pfeffer-Barbela

Petra Christine Bernklau

Proiect co-finanțat prin programul Erasmus+
Parteneriat România – Austria

