

Secțiunea 8: Tendințele marketingului modern

ANALIZA METODELOR DE PROMOVARE ONLINE. STUDIU DE CAZ: SISTEMELE ENERGETICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

GROSU CARINA, studentă, anul II, specialitatea: Marketing și Logistică

Conducător științific: lector universitar, SAHARNEANU LILIANA

Academia de Studii Economice a Republicii Moldova,
Republica Moldova, mun.Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61

Abstract. The subject of the research is *Analysis of online promotion methods. Case Study: Energy Systems in the Republic of Moldova. The main purpose of the study is to high-light the online methods of promotion in such a globally important area as energy efficiency and to see the contribution, place of companies from Republic of Moldova in solving this problem. Due to technological improvements and digital transformations there are a lot of ways to promote a product or a service, but I evidence the use of google: search engine optimization and adwords especially. Moreover, I sustain my point of view based on statistics and reliable sources.*

Key-words: *Promotion, Energy, Energy-Efficiency, Google AdWords, SEO, Internet, Digital*

Importanța cercetării metodelor de promovare online reprezintă un subiect actual și se accentuează substanțial odată cu digitalizarea și înrolarea tehnologiilor informaționale în contextul plasării de produse online, realizării procesului de vânzare-cumpărare și , mai mult de atât, studierii și gestionării fluxului informațional cu referire la clienți.

În acest context, se evidențiază nu doar necesitatea de plasare a bunurilor și serviciilor cu scop comercial, ci și direcționarea promovării online spre nișele ce dezvoltă sau comercializează produse aliniate la directivele globale, cum ar fi , de exemplu, sistemele enrgo-eficiente.

Conform portalului [www.millenium-project.org, <http://www.millennium-project.org/projects/challenges/>], cea de-a treisprezecea directivă din cele cinsprezece directive globale transnaționale în urma studiilor Delphi, este “ Cum poate fi satisfăcută eficient și în siguranță cererea în continuă creștere a consumului de energie?”.

Domeniul enrgo-eficienței rămâne un domeniu de interes specific, promovarea și educarea populației online întru conștientizarea consumului rațional de energie, reprezentînd o provocare, mai ales în Republica Moldova.

În acest sens, am cercetat mai multe metode de promovare online, enumerându-le pe cele bazice: SEO (Search Engine Optimization), web design, google ad words, copywriting integrat, smm (social media marketing), analytics, google ads.

Așadar, factorul determinant întru alegerea canalului de promovare online este indicele de creștere digitală. Statisticile portatului [Hootsuite, www.hootsuite.com], estimează o creștere de implicare digitală, la nivel european, a următorilor indici : 6% pentru utilizatorii de internet (o creștere de 37 de milioane de persoane ce au acces la internet), 8% persoanele active pe conturile rețelelor de socializare (32 milioane de persoane), 8% utilizatori activi ai rețelelor de socializare prin intermediul aplicațiilor mobile (27 milioane de utilizatori).

Una dintre cele mai eficiente metode de promovare este motorul de căutare google. În acest sens, există două modalități de bază : prin intermediul listărilor locale (crearea unei pagini în Google Local Business, în mod gratuit) sau prin intermediul cuvintelor-cheie, instrument denumit Rich Snippets (în acest caz se percep taxe per cuvinte-cheie și apar indici de calcul cum ar fi CPC-cost per click). Modelul rich snippets pentru google în Republica Moldova, cuvânt-cheie “cazan” evidențiază în motorul de căutare, site-ul companiei [www.cazan.md”], deci acesta fiind un model de plasare online eficientă în dependență de căutările analogice ale clienților. Mai mult de atât, direcția de plasare a publicității pe google este facilitată în 2018, prin implimentarea sistemului de diferențiere a oamenilor de boți, știre subliniată în sursa: [Digital Recap 2018, autor

Hoinaru, Alexandru Ciurcă și Golin România, versiunea pdf, editura GOLIN, 2018, pag. 11:
“Google introduce invisibile captcha – un sistem automat prin care să difirențieze oamenii de
boți.”]

În **CONCLUZIE**, metodele de promovare online sunt eficiente, măsurabile prin indicatori precum CPC sau rata de penetrare a internetului și în continuă dezvoltare. În Republica Moldova digitalizarea industriilor energetic, în special cele energo-eficiente, nu este atât de pronunțată, la ora actuală, reprezentând o provocare pentru marketerii locali.