

## PROIECT DE MARKETING PENTRU LANSAREA UNEI AFACERI IN DOMENIUL SERVICIILOR (TRANSPORT)

COVALISCAIA MARIA, studentă, MKL-181

Academia de Studii Economice din Moldova,  
Republica Moldova, Chișinău, Str.Banulescu-Bodoni 61, MD 2005

E-mail: [maria.covaliscaia@gmail.com](mailto:maria.covaliscaia@gmail.com)

**Abstract.** *Many new and established transportation companies are already in the market. New company should be ready for all difficulties and to know how to solve it. It is never not easy to survive in a competitive market and it's also true for the transportation industry. You may have a great company but this doesn't make you an equally good business owner. You have to learn the tricks to run and grow your transportation business. It is very important to be able to develop a marketing plan that is distinguished by a clear structure, consistency, conciseness and evidence-based conclusions, following which you can count on a quick effect and long-term result. First we should study the macro environment that globally affects your business, then narrow down the range of questions to the specific market of your product or service, then again - focus on your customers, competitors, intermediaries. Finally, to analyze in detail the activities of your company - its place in the market; product, pricing, and much more.*

**Key words:** *market, transport, company, business, services, customers.*

**JEL CLASSIFICATION: M - Business administration and Business Economics, Marketing; Accounting; Personal Economics.**

### INTRODUCERE

Proiect de marketing este un plan complex pentru atingerea obiectivului principal - asigurarea veniturilor prin creșterea vânzărilor. Cu obiective clare cuantificabile și realizabile. Proiectul de marketing permite crearea relațiilor cu consumatori la alt nivel pentru a schimba percepțiile, obiceiurile de consum, a crea o imagine adecvată - totul pentru un singur obiectiv: creșterea vânzărilor și asigurarea dezvoltării de afaceri de succes.

Obiectivele cercetării sunt: realizarea etapelor viitoare ale activităților de marketing și comunicațiilor care vizează atingerea obiectivelor pe termen lung ale companiei, cu calcularea tuturor costurilor, riscurilor și strategiei.

### CONȚINUT DE BAZĂ

Analiza afacerilor in domeniul transportilor este actuala la moment deoarece se afla intr-o dezvoltare continua.

Biroul Național de Statistică informează, că exporturile de mărfuri realizate în luna februarie 2020 s-au cifrat la 245,4 mil. dolari SUA, cu 11,8% mai mult, față de luna precedentă și cu 1,6% - comparativ cu luna februarie 2019.

În ianuarie-februarie 2020 exporturile de mărfuri au totalizat 464,8 milioane dolari SUA, volum inferior celui realizat în perioada corespunzătoare din anul 2019 cu 2,3%. Exporturile de mărfuri autohtone au constituit 358,2 milioane dolari SUA (77,1% din total exporturi), fiind în creștere cu 6,8% față de ianuarie-februarie 2019, care a contribuit la majorarea pe total exporturi cu 4,8%. Reexporturile de mărfuri străine au însumat 106,6 milioane dolari SUA (22,9% din total exporturi), sau cu 24,0% mai puțin comparativ cu ianuarie-februarie 2019. În ianuarie-februarie 2020 întreprinderile de transport rutier<sup>2</sup> au transportat 1,6 mil. tone de mărfuri, cu 24,0% mai mult față de perioada corespunzătoare din anul precedent.

Secțiunile principale de cercetare ale proiectului de marketing sunt următoarele. 1. Viziunea, misiunea corporativă a companiei și obiectivele strategice ale companiei în domeniul transportului de marfă. 2. Segmentarea pieței transportului de marfă (marfă valorică, operațională urgentă și de urgență, marfă fizică și economică perisabilă, poștă, colete mici, animale vii etc.), selectarea segmentelor țintă și poziționarea pe piața a acestora. 3. Analiza puterii concurenței pe piață, punctele

forte și punctele slabe ale concurenților (SWOT = Puncte tari + Puncte slabe + Oportunități + Amenințări). 4. Formarea produsului oferit de compania aeriană („de la ușă la ușă”, „just-in-time”, serviciu suplimentar, indicatori de calitate a produsului și calitate controlată, managementul riscului etc.). 5. Cheltuielile companiei și politica tarifară. 6. Modificări în sistemul de vânzare a mărfurilor. 7. Planul de măsuri pentru promovarea produsului pentru atingerea obiectivelor de marketing stabilite, care indică directorii responsabili, termenele de raportare, rezultatele preconizate și procedurile pentru controlul său. 8. Trebuie să fie analizate așa cum sunt: Concurență sporită, apariția jucătorilor importanți pe piață. Reducerea comenzii. Probleme cu personalul. Transporturi - bunuri mobile (sunt posibile defalcări, accidente, furt etc.)

## CONCLUZIE

Rezultatele cercetării demonstrează că domeniul transportul marfurilor se află în creștere. Chiar și pe pagina web rabota.md, posturi vacante în domeniul «transporturi și logistică» sunt în număr de 777 și se află în topul celor mai solicitate, cererea este mai mare decât cea în domeniul achizițiilor, design-ului, medicinei, domeniului farmaceutic.

La fel, putem concluziona fiind o concurență mare, compania are nevoie de un proiect de marketing bine pregătit, pentru a supraviețui, a rezista concurenței și a se dezvolta.

O strategie de marketing bine dezvoltată și acțiunile tactice potrivite vor aduce compania într-o poziție de lider printre companii similare din regiune. Realizarea unei campanii de publicitate activă care va dezvălui complet serviciile furnizate de compania. În viitorul apropiat, trebuie să atragă cât mai mulți clienți și să fie interesat clienții obișnuiți cu oferte profitabile și reduceri bonus. O strategie de dezvoltare a întreprinderii clar dezvoltată, care va preciza măsuri eficiente pentru promovarea și dezvoltarea afacerii. Cercetarea de marketing este necesară înainte de a întocmi un plan de afaceri detaliat pentru transportul de mărfuri. Aceste date vor sta la baza funcționării și dezvoltării cu succes a întreprinderii.

## BIBLIOGRAFIE

1. <https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&id=168&id=6623>
2. <https://statistica.gov.md/newsview.php?l=ro&id=168&id=6624>
3. Rabota.md

---

**Coordonator științific: SOLOMATIN ALA, conf. univ., dr.**  
**Academia de Studii Economice din Moldova,**  
**Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu Bodoni 61**  
e-mail: [alasolomatin@yahoo.com](mailto:alasolomatin@yahoo.com)