



# FUTURE e-COMMERCE

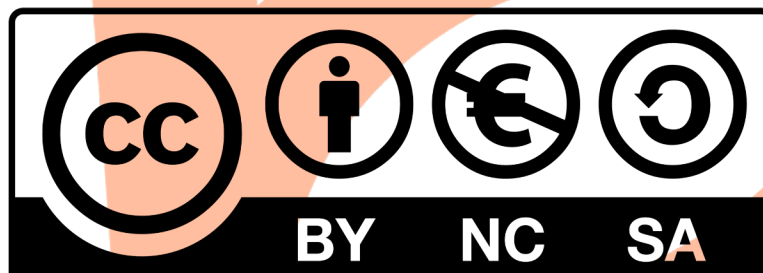
2022-1-R001-KA220-VET-000088579

*Recomandări și informații utile  
pentru proprietarii de întreprinderi mici și  
artizani*

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by  
the European Union



Acest document poate fi copiat, reprodus sau modificat în conformitate cu regulile de mai sus. În plus, trebuie să se facă referire în mod clar la o recunoaștere a autorilor documentului și la toate porțiunile aplicabile ale notificării privind drepturile de autor.

Toate drepturile rezervate.

© Copyright 2023 Viitorul comerț electronic

# CUPRINS

**CAPITOLUL 1** *Recomandări pentru meșteșugarii și artizanii care își desfășoară activitatea pe piețele electronice*

**CAPITOLUL 1.1** *Selectarea produsului potrivit*

**CAPITOLUL 1.2** *Afișarea Produsului în Magazinul Virtual*

**CAPITOLUL 1.3** *Prețul corect al produsului*

**CAPITOLUL 1.4** *Creșterea satisfacției și loialității clienților*

**CAPITOLUL 1.5** *Selectarea mărcii și a logo-ului*

**CAPITOLUL 2** *Informații utile pentru meșteșugarii și artizanii care operează în comerțul electronic*

**CAPITOLUL 2.1** *Sprijin guvernamental acordat celor care desfășoară activități de comerț electronic*

# CAPITOLUL 1

*Recomandări pentru meșteșugarii și artizanii care își desfășoară activitatea în E-Marketplace-uri*





# CAPITOLUL 1.1

*Selectarea produsului potrivit*



## Pentru meșteșugarii și artizanii care operează într-o piață electronică și care doresc să selecteze produsul potrivit, iată câteva recomandări:

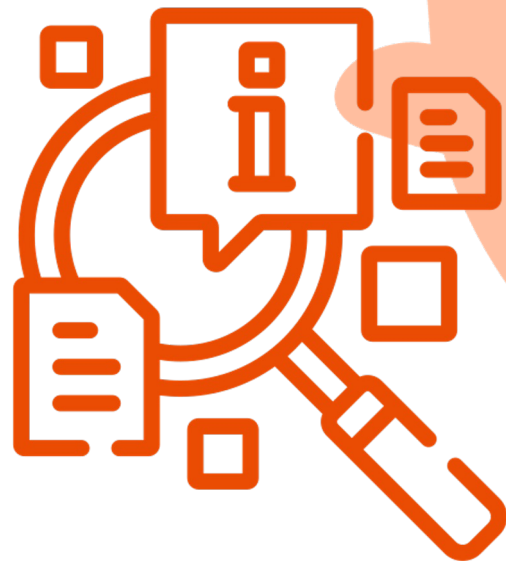
- ❑ **PRODUSE UNICE ȘI AUTENTICE:** Subliniați unicitatea și autenticitatea produselor dvs. Piețele electronice oferă o gamă largă de opțiuni, astfel încât concentrarea pe oferirea de articole distincte lucrate manual sau artizanal vă va ajuta să ieșiți în evidență față de concurență. Evidențiați măiestria, atenția la detalii și povestea din spatele fiecărui produs pentru a atrage clienții care apreciază valoarea bunurilor artizanale.
- ❑ **CERCETAȚI CEREREA PIEȚEI:** Efectuați cercetări de piață aprofundate pentru a identifica tendințele populare, preferințele clienților și nișele emergente. Analizați ce tipuri de produse realizate manual sau artizanal sunt foarte solicitate și aliniați selecția produselor în consecință. Această cercetare vă va ajuta să identificați potențialele lacune de pe piață pe care le puteți umple cu ofertele dvs. unice.
- ❑ **CALITATE ȘI DURABILITATE:** Asigurați-vă că produsele pe care le selectați îndeplinesc standarde de înaltă calitate. Măiestria și atenția la detalii ar trebui să se reflecte în durabilitatea și longevitatea produselor dvs. Clienții apreciază articolele bine făcute care pot rezista utilizării regulate, ceea ce va contribui la construirea unei reputații pozitive pentru marca dvs.
- ❑ **STRATEGIA DE STABILIRE A PREȚURILOR:** Dezvoltați o strategie de stabilire a prețurilor care ia în considerare costul materialelor, timpul de producție, cheltuielile generale și o marjă de profit rezonabilă. Cercetați prețurile concurenților pentru a vă asigura că prețurile dvs. sunt competitive, reflectând în același timp valoarea măiestriei dvs. Fiți transparent cu privire la prețuri și orice costuri suplimentare, cum ar fi taxele de expediere sau personalizare, pentru a evita surprizele pentru clienți.

## Pentru meșteșugarii și artizanii care operează într-o piață electronică și care doresc să selecteze produsul potrivit, iată câteva recomandări:

- ❑ **DIFERENȚIEREA PRODUSELOR:** Diferențiați-vă produsele oferind opțiuni de personalizare sau atingeri personalizate. Aceasta poate include permiterea clienților să aleagă variații de culoare, adăugarea de monograme sau gravuri sau furnizarea de servicii personalizate. Opțiunile de personalizare sporesc valoarea percepută a produselor dvs. și oferă clienților un sentiment de proprietate și unicitate.
- ❑ **IMAGINI DE PRODUS DE ÎNALTĂ CALITATE:** Investiți în fotografiile de produs de înaltă calitate, care surprind cu precizie detaliile, texturile și culorile produselor dvs. Imaginile clare și atrăgătoare din punct de vedere vizual joacă un rol crucial în atragerea clienților și în transmiterea calității și măiestriei ofertelor dvs. Includeți mai multe unghiuri, prim-planuri și fotografii ale stilului de viață pentru a prezenta produsul în diferite contexte.
- ❑ **RECENZII ȘI MĂRTURII ALE CLIENȚILOR:** Încurajați clienții mulțumiți să ofere recenzii și mărturii despre produsele dvs. Feedback-ul pozitiv de la cumpărătorii anteriori construiește încredere și credibilitate pentru potențialii clienți. Afișați aceste recenzii în mod vizibil pe magazinul dvs. de pe piața electronică sau pe site-ul web pentru a prezenta satisfacția clienților anteriori.
- ❑ **DESCRIERI CLARE ALE PRODUSELOR:** Creați descrieri detaliate și precise ale produselor care evidențiază caracteristicile cheie, materialele utilizate, dimensiunile și orice instrucțiuni speciale de îngrijire. Includeți informații despre procesul artistic, inspirația și povestea din spatele fiecărui produs. Descrierile transparente și informative ajută clienții să ia decizii de cumpărare în cunoștință de cauză.

**Nu uitați să monitorizați continuu feedback-ul clienților, să vă adaptați selecția de produse pe baza tendințelor pieței și să mențineți o comunicare deschisă cu clienții pentru a le înțelege nevoile și preferințele.**

**Oferind în mod constant produse de înaltă calitate, unice și bine prezentate, puteți stabili o prezență puternică pe piața electronică și puteți atrage clienți fideli către marca dvs. artizanală.**



<https://www.ecommercenext.org/18-best-marketplaces-for-handmade-goods/>





# CAPITOLUL 1.2

*Afișarea Produsului în Magazinul Virtual*



Există multe metode folosite pentru acest lucru astăzi. Metode simple și rapide care pot fi recomandate comercianților:

#### FOTOGRAFIA PRODUSULUI:

**CALITATE:** Utilizați o cameră de bună calitate sau angajați un fotograf profesionist.

**CONSECVENȚĂ:** Mențineți un stil consecvent în toate fotografiile pentru un aspect profesional.

**DETALII:** Includeți fotografii cu detalii sau caracteristici speciale ale produsului.

#### DESCRIERE PRODUS:

**BENEFICII:** Concentrați-vă pe beneficiile produsului, nu doar pe caracteristici.

**CLARITATE:** Evitați jargonul tehnic complex care poate deruta clientul.

**SEO:** Includeți cuvinte cheie relevante pentru a îmbunătăți clasamentul motorului de căutare.

#### VIZUALIZARE 3D:

**INSTRUMENTE:** Utilizați software specializat pentru a crea modele 3D de înaltă calitate.

**INTERACTIVITATE:** Permite utilizatorilor să interacționeze cu modelul 3D pentru o experiență mai bogată.

Există multe metode folosite pentru acest lucru astăzi. Metode simple și rapide care pot fi recomandate comercianților:

**VIDEOCLIPURI DESPRE PRODUSE:**

**PROFESIONIST:** Luați în considerare angajarea unui videograf pentru a asigura calitatea.

**MĂRTURII:** Includeți mărturii ale clienților sau demonstrații ale produsului în acțiune.

**INTERACȚIUNEA UTILIZATORULUI:**

**PERSONALIZARE:** Oferiți opțiuni de personalizare a produsului, dacă este posibil.

**UȘOR UTILIZARE:** Asigurați-vă că instrumentele interactive sunt ușor de utilizat și de înțeles.

**REALITATE VIRTUALĂ (VR):**

**IMERSIUNE:** Oferiți o experiență captivantă care vă poate diferenția produsul de concurență.

**ACCESIBILITATE:** Asigurați-vă că experiența VR nu necesită hardware pe care utilizatorii nu îl pot avea.

Există multe metode folosite pentru acest lucru astăzi. Metode simple și rapide care pot fi recomandate comercianților:

**REALITATE AUGMENTATĂ (AR):**

**INTEGRARE:** Integrați RA cu ușurință în experiența de cumpărături.

**INSTRUCȚIUNI:** Oferiți instrucțiuni clare despre cum să utilizați funcțiile AR.

**RECENZII & EVALUĂRI:**

**AUTENTICITATE:** Asigurați-vă că recenziile sunt autentice pentru a construi încredere.

**RĂSPUNSURI:** Răspundeți la recenzii, atât pozitive, cât și negative.

**APEL LA ACȚIUNE (CTA):**

**VIZIBILITATE:** Butoanele CTA trebuie să fie vizibile și ușor de găsit.

**URGENȚĂ:** Utilizați text care creează un sentiment de urgență sau deficit.

Există multe metode folosite pentru acest lucru astăzi. Metode simple și rapide care pot fi recomandate comercianților:

**OPTIMIZARE MOBILĂ:**

**RECEPTIV:** Proiectați-vă magazinul pentru a se adapta la diferite dimensiuni de ecran.

**VITEZĂ:** Asigurați-vă că magazinul se încarcă rapid pe dispozitivele mobile.

**TIMPI DE ÎNCĂRCARE:**

**OPTIMIZARE:** Comprimă imagini și videoclipuri fără a sacrifica prea multă calitate.

**INFRASTRUCTURĂ:** Utilizați o rețea bună de găzduire și livrare de conținut (CDN).

**OPTIMIZARE SEO:**

**META DESCRIERI:** Scrieți meta descrieri atractive pentru paginile de produse.

**STRUCTURA SITE-ului:** Organizați magazinul în mod logic, astfel încât să fie ușor de navigat.

Pentru a implementa aceste strategii, poate fi util să utilizați platforme de comerț electronic care au deja multe dintre aceste funcții încorporate, cum ar fi Shopify, Magento or WooCommerce. Aceste platforme simplifică procesul de afișare a produselor și oferă adesea pluginuri sau extensii pentru funcționalități suplimentare, cum ar fi AR / VR și personalizări avansate.

A ține pasul cu tendințele tehnologice și așteptările clienților este, de asemenea, crucial pentru a vă asigura că magazinul dvs. online este atractiv și competitiv.



*shopify*



Magento®



**COMMERCE**



# CAPITOLUL 1.3

*Prețul corect al produsului*



**Stabilirea corectă a prețurilor produselor în comerțul electronic este crucială pentru succesul afacerii dvs. Aceasta necesită o abordare strategică care ia în considerare diverși factori, inclusiv costurile, concurența, piața țintă și valoarea percepută. Iată câțiva pași pentru a vă ajuta să determinați strategia corectă de stabilire a prețurilor pentru produsele dvs. de comerț electronic:**

- ANALIZA COSTURILOR: Calculați costul total al producerii sau aprovizionării produselor dvs. Aceasta ar trebui să includă costurile de producție sau cu ridicata, taxele de expediere, costurile de depozitare și orice alte cheltuieli legate de livrarea produsului către clienții dvs.
- ANALIZA CONCURENȚEI: Cercetați strategiile de stabilire a prețurilor concurenților dvs. Înțelegeți cum stabilesc prețurile produselor similare și dacă oferă reduceri sau promoții. Aceste informații vă pot ajuta să vă poziționați prețurile în mod eficient.
- MARKER RESEARCH: Analizați piața țintă pentru a determina ce interval de preț sunt dispuși să plătească pentru produsele dvs. Luați în considerare factori precum datele demografice, nivelurile veniturilor și comportamentul de cumpărare.
- PROPUNERE DE VALOARE: Identificați punctele unice de vânzare ale produselor dvs. Dacă produsele dvs. oferă ceva special sau au o calitate superioară, puteți justifica un preț mai mare.
- STRATEGII DE STABILIRE A PREȚURILOR: Luați în considerare diverse strategii de preț, cum ar fi prețurile cost-plus (adăugați un adaos la costurile dvs. de producție), prețuri competitive (setați prețurile în linie sau ușor sub concurenții dvs.), prețuri bazate pe valoare (prețul produselor dvs. pe baza valorii percepute pe care le oferă clienților) sau prețuri dinamice (ajustați prețurile în timp real pe baza cererii și ofertei).
- REDUCERI & PROMOȚII: Planificați reduceri sau promoții ocazionale pentru a atrage clienți. Acestea pot fi folosite strategic pentru a stimula vânzările în perioadele lente sau pentru ocazii speciale.
- TESTARE & OPTIMIZARE: Începeți cu o strategie de stabilire a prețurilor, dar fiți dispuși să o ajustați pe baza feedback-ului clienților și a datelor de vânzări. Testarea A / B a diferitelor puncte de preț vă poate ajuta să găsiți prețul optim pentru produsele dvs.



**Stabilirea corectă a prețurilor produselor în comerțul electronic este crucială pentru succesul afacerii dvs. Aceasta necesită o abordare strategică care ia în considerare diverși factori, inclusiv costurile, concurența, piața țintă și valoarea percepută. Iată câțiva pași pentru a vă ajuta să determinați strategia corectă de stabilire a prețurilor pentru produsele dvs. de comerț electronic:**

- ❑ **LUAȚI ÎN CONSIDERARE MARJELE DE PROFIT:** Asigurați-vă că strategia dvs. de stabilire a prețurilor vă permite să mențineți marje de profit sănătoase, rămânând în același timp competitiv. Nu stabiliți prețuri prea mici încât să nu vă puteți acoperi costurile și să obțineți profit.
- ❑ **TRANSPARENȚĂ:** Fii transparent cu clienții tăi cu privire la prețurile tale. Taxele ascunse sau costurile neașteptate pot duce la nemulțumirea clienților.
- ❑ **MONITORIZARE & AJUSTARE:** Monitorizați continuu datele de vânzări și feedback-ul clienților. Dacă observați că prețurile nu funcționează conform așteptărilor, fiți pregătiți să faceți ajustări.
- ❑ **COSTURI DE EXPEDIERE:** Luați în considerare modul în care costurile de expediere vă vor afecta strategia de stabilire a prețurilor. Puteți oferi transport gratuit și puteți include costul în prețul produsului sau puteți percepe transportul separat.
- ❑ **OPȚIUNI VALUTARE ȘI DE PLATĂ:** Dacă vindeți la nivel internațional, fiți atenți la cursurile de schimb valutar și oferiți diverse opțiuni de plată pentru a găzdui o bază globală de clienți.
- ❑ **CERINȚE LEGALE:** Asigurați-vă că prețurile respectă toate legile și reglementările relevante, inclusiv legile privind transparența impozitelor și a prețurilor din regiunea dvs.

**Amintiți-vă că stabilirea prețurilor nu este o decizie unică, ci un proces continuu care ar trebui să evolueze pe măsură ce afacerea și condițiile pieței se schimbă. Revizuiți și ajustați periodic strategia de stabilire a prețurilor pentru a rămâne competitiv și profitabil în peisajul comerțului electronic.**



# CAPITOLUL 1.4

*Creșterea satisfacției și loialității clienților*



Creșterea satisfacției și loialității clienților în comerțul electronic este esențială pentru succesul pe termen lung. Clienții mulțumiți și loiali nu numai că fac achiziții repetate, ci servesc și ca avocați ai mărcii, ajutând la atragerea de noi clienți prin marketing din gură în gură. Iată câteva strategii pentru a vă ajuta să îmbunătățiți satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic:

#### OFERIȚI SERVICII EXCELENTE PENTRU CLIENȚI:

Oferiți asistență promptă și utilă pentru clienți prin diverse canale, inclusiv chat, e-mail și telefon.

Instruiți-vă echipa de asistență pentru a fi informată și empatică atunci când abordați preocupările și întrebările clienților.

Utilizați chatbots și instrumente bazate pe AI pentru a oferi asistență 24/7 pentru interogări de bază.

#### PERSONALIZAȚI EXPERIENȚA DE CUMPĂRĂTURI:

Utilizați analiza datelor pentru a obține informații despre preferințele și comportamentele clienților.

Recomandați produse pe baza istoricului lor de navigare și achiziții.

Adresați-vă clienților cu numele lor în comunicări pentru a-i face să se simtă apreciați.

Creșterea satisfacției și loialității clienților în comerțul electronic este esențială pentru succesul pe termen lung. Clienții mulțumiți și loiali nu numai că fac achiziții repetate, ci servesc și ca avocați ai mărcii, ajutând la atragerea de noi clienți prin marketing din gură în gură. Iată câteva strategii pentru a vă ajuta să îmbunătățiți satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic:

#### OPTIMIZAȚI EXPERIENȚA SITE-ULUI ȘI A SITE-ULUI MOBIL:

- Asigurați-vă că site-ul dvs. web este ușor de utilizat, se încarcă rapid și este receptiv la dispozitivele mobile.

- Simplificați procesul de plată, reducând fricțiunea și cărucioarele abandonate.

- Afișați recenzii și evaluări despre produse pentru a câștiga încredere.

#### OFERIȚI PREȚURI ȘI REDUCERI COMPETITIVE:

- Monitorizați prețurile concurenților dvs. și ajustați-le în consecință.

- Oferiți reduceri exclusive sau programe de loialitate pentru clienții care se repetă.

- Implementați strategii dinamice de stabilire a prețurilor bazate pe cerere și inventar.

Creșterea satisfacției și loialității clienților în comerțul electronic este esențială pentru succesul pe termen lung. Clienții mulțumiți și loiali nu numai că fac achiziții repetate, ci servesc și ca avocați ai mărcii, ajutând la atragerea de noi clienți prin marketing din gură în gură. Iată câteva strategii pentru a vă ajuta să îmbunătățiți satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic:

#### TRANSPARENȚĂ ȘI CREDIBILITATE:

Comunicați clar costurile de expediere, politicile de returnare și termenele de livrare.

Prezentați semnale de încredere, cum ar fi certificatele SSL și opțiunile de plată securizate.

Împărtășește povestea și valorile mărcii tale pentru a construi o conexiune emoțională.

#### DESCRIERI ȘI IMAGINI DE CALITATE ALE PRODUSELOR:

Furnizați descrieri detaliate și exacte ale produselor.

Utilizați imagini și videoclipuri de înaltă calitate pentru a prezenta produsele din diferite unghiuri.

Includeți conținut generat de clienți, cum ar fi recenzii și imagini de la utilizatori.

Creșterea satisfacției și loialității clienților în comerțul electronic este esențială pentru succesul pe termen lung. Clienții mulțumiți și loiali nu numai că fac achiziții repetate, ci servesc și ca avocați ai mărcii, ajutând la atragerea de noi clienți prin marketing din gură în gură. Iată câteva strategii pentru a vă ajuta să îmbunătățiți satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic:

#### FEEDBACK ȘI RECENZII:

Încurajați clienții să lase recenzii și evaluări.

Răspundeți prompt și profesional la feedback-ul pozitiv și negativ.

Utilizați feedbackul pentru a aduce îmbunătățiri produselor și serviciilor dvs.

#### E-MAIL MARKETING & NEWSLETTER:

Trimiteți recomandări și oferte personalizate de produse prin e-mail.

Segmentați-vă lista de e-mailuri pentru a trimite conținut relevant diferitelor segmente de clienți.

Utilizați automatizarea marketingului prin e-mail pentru a alimenta clienții potențiali și pentru a interacționa cu clienții.

Creșterea satisfacției și loialității clienților în comerțul electronic este esențială pentru succesul pe termen lung. Clienții mulțumiți și loiali nu numai că fac achiziții repetate, ci servesc și ca avocați ai mărcii, ajutând la atragerea de noi clienți prin marketing din gură în gură. Iată câteva strategii pentru a vă ajuta să îmbunătățiți satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic:

#### IMPLICARE ÎN SOCIAL MEDIA:

Mențineți o prezență activă pe platformele de socializare.

Interacționați cu clienții răspunzând la comentarii, mesaje și mențiuni.

Partajați conținut generat de utilizatori și desfășurați concursuri sau cadouri pe rețelele sociale.

#### LIVRARE RAPIDĂ ȘI FIABILĂ:

Oferiți mai multe opțiuni de expediere, inclusiv transport rapid și gratuit, atunci când este posibil.

Furnizați informații de urmărire în timp real, astfel încât clienții să își poată monitoriza comenzile.

Stabiliți așteptări realiste de livrare și îndepliniți-le sau depășiți-le.

Creșterea satisfacției și loialității clienților în comerțul electronic este esențială pentru succesul pe termen lung. Clienții mulțumiți și loiali nu numai că fac achiziții repetate, ci servesc și ca avocați ai mărcii, ajutând la atragerea de noi clienți prin marketing din gură în gură. Iată câteva strategii pentru a vă ajuta să îmbunătățiți satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic:

#### PROGRAME DE LOIALITATE:

- Implementați un program de loialitate care recompensează clienții pentru achiziții repetate.
- Oferiți puncte, reduceri sau acces exclusiv la conținut sau produse premium.
- Faceți programul ușor de înțeles și de participat.

Prin implementarea acestor strategii și concentrarea pe îmbunătățirea experienței generale a clienților, puteți crește satisfacția și loialitatea clienților în afacerea dvs. de comerț electronic, ducând la creștere și succes pe termen lung.

#### ÎMBUNĂTĂȚIRE CONTINUĂ:

- Colectați în mod regulat feedback-ul clienților și efectuați sondaje.
- Utilizați analizele pentru a identifica zonele de îmbunătățire a experienței clienților.
- Fiți deschiși să faceți schimbări și să vă adaptați la nevoile și preferințele în evoluție ale clienților.





# CAPITOLUL 1.5

*Selectarea mărcii și a logo-ului*



**Selectarea unui brand și a unui logo pentru o afacere este un proces important care necesită atenție și grijă. Există două cuvinte cheie: cercetare și comparație; adesea însoțită de un al treilea: fantezie. Iată câteva sfaturi pentru a vă ajuta să selectați marca și sigla:**

- ❑ **DEFINIȚI IDENTITATEA ȘI VALORILE CORPORATIVE:** Înainte de a selecta un brand și un logo, este esențial să înțelegeți identitatea și valorile corporative. Întrebați-vă care sunt obiectivele, misiunea și personalitatea companiei. Aceste informații vă vor ajuta să creați un brand și un logo care să reprezinte cel mai bine imaginea și valorile companiei.
- ❑ **CERCETAȚI PIAȚA ȘI CONCURENȚII:** Efectuați cercetări aprofundate ale pieței și ale concurenților pentru a înțelege cum să vă poziționați marca într-un mod unic și diferențiat. Analizați mărcile concurente pentru a identifica elementele distinctive și pentru a găsi idei creative pentru marca și logo-ul dvs.
- ❑ **CREAȚI UN BRAND ȘI UN LOGO DISTINCTIV:** Încercați să creați un brand și un logo care sunt unice și distinctive. Alegeți culori, forme, tipografie și stiluri care se aliniază imaginii pe care doriți să o comunicați și care se disting de concurență. Simplitatea poate fi un element important pentru a vă asigura că marca și logo-ul dvs. sunt ușor de recunoscut și memorabile.
- ❑ **REFLECTĂ PERSONALITATEA COMPANIEI:** Asigurați-vă că marca și logo-ul reflectă personalitatea companiei. Dacă afacerea este formală și profesională, marca și logo-ul ar trebui să fie în concordanță cu această imagine. În schimb, în cazul în care compania este tânără și inovatoare, marca și logo-ul ar trebui să transmită dinamism și creativitate. Este important ca brandul și logo-ul să fie în concordanță cu identitatea companiei pentru a crea o legătură emoțională cu publicul țintă.

**Selectarea unui brand și a unui logo pentru o afacere este un proces important care necesită atenție și grijă. Există două cuvinte cheie: cercetare și comparație; adesea însoțită de un al treilea: fantezie. Iată câteva sfaturi pentru a vă ajuta să selectați marca și sigla:**

- ❑ **LUAȚI ÎN CONSIDERARE ADAPTABILITATEA ȘI SCALABILITATEA:** Asigurați-vă că marca și logo-ul dvs. sunt adaptabile și scalabile. Acestea trebuie să funcționeze bine pe diferite platforme, atât online, cât și offline, și pe diferite medii de comunicare, cum ar fi site-ul web, antetul, rețelele sociale etc. De asemenea, luați în considerare extinderea sau schimbarea afacerii dvs. în viitor și asigurați-vă că marca și logo-ul dvs. au flexibilitatea de a evolua odată cu afacerea dvs.
- ❑ **ADUNAȚI FEEDBACK:** Cereți feedback și opinii de la persoane de încredere, colegi sau consultanți externi. Opinia altor persoane poate oferi o perspectivă suplimentară și poate ajuta la identificarea oricăror probleme sau puncte forte ale mărcii și logo-ului propus.

- ❑ **LUCRAȚI CU PROFESIONIȘTI ÎN DESIGN:** Dacă aveți ocazia, lucrați cu designeri profesioniști sau agenții de branding pentru a vă crea marca și logo-ul. Profesioniștii au abilitățile și experiența necesare pentru a crea un brand de succes și un logo atrăgător care reflectă identitatea și valorile companiei dvs.



Remember that the brand and logo represent the company's visual identity and will be associated with it in the long term. Therefore, it is important to invest time and resources to make an informed and accurate choice that will help build your company's reputation and recognition over time.

In particular, the **naming**, alongside a logo and a visual identity, determines the essential foundation of your brand ready to be communicated externally with appropriate strategies to give it resonance and which can determine its success.

*Coca-Cola*

**PUMA**

*Lay's*



If it is true that there is no ready recipe and that, during research, the guidelines fade into contextual and sometimes personal considerations, it is also true that there are customs for choosing a brand name that bring with them a lot of common sense and which it would be foolish not to take advantage of. Let's see some of them:

- ❑ **BEWARE OF ACRONYMS:** They are almost always cold and impersonal, they hide the real name and probably overlap with other existing acronyms but with different meanings; they should be used with caution and only if there really are no valid alternatives.
- ❑ **AVOID NAMES THAT ARE TOO LONG:** No one remembers a long name in its entirety, perhaps made up of many words. Choose a short one, better than one or three words, and it will be more difficult for people to forget or cut it off while talking about it, for convenience. Take the rule as a clue and always apply a critical judgment to understand if you can make an exception to the rule.
- ❑ **AVOID WORDS THAT ARE TOO COMPLICATED:** First of all ask yourself who is the target you will address and then try to understand if the name you have chosen is adequate or excessively complicated to pronounce and write. It applies to the use of foreign words, but not only.
- ❑ **CHOOSE AN EVOCATIVE NAME:** Words have great power, so choose a name that expresses the values and imagery you want to be associated with your company: your name must be able to speak to your customers and those who follow you.
- ❑ **DON'T STEAL SOMEONE ELSE'S IDENTITY:** If another brand already has that name, especially if it's known, historical, or if it's adopted by someone who works close to you, forget it. It is useless to choose a name when it is already busy on the major social networks (Facebook, Instagram, etc.) and/or when its domain, necessary to have an Internet site, is already owned by someone. More generally: do not exploit the identity of others. In addition to the legal risks, being someone else's double means not having your own identity, working harder to develop it or even building a bad reputation.

Even having a **logo** and knowing how to use it is one of the most essential and effective solutions for being recognized among competitors, it is the smallest and most synthetic element of the corporate image or of an activity and constitutes one of the essential foundations on which the its brand identity.

Each logo is different, speaks to a different audience and moves in a different geographical and temporal context, often unrepeatable.

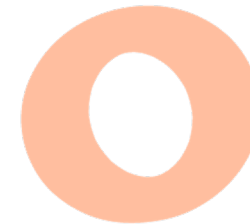
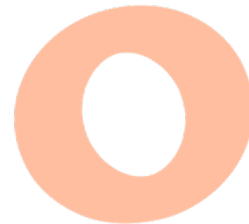
For this reason, there are no strict rules that establish what a logo must represent - and therefore what it must communicate - even if, in most sectors, it is considered desirable that it hinge on visual elements that resonate in some way in the minds of potential customers.

However, although there is no perfect logo manual, there are some precautions and some guidelines that professional designers know how to exploit to create logos sewn on their client and which distinguish them from the work done by an improvised amateur.

At the basis of the design there must be a rational method and the awareness that you are not making a little drawing that responds only to the aesthetic taste of its owner, but that you are creating a communicative tool with precise objectives to follow.

Taking these objectives into account, a logo arises from the intersection of many design constraints that automatically exclude all inappropriate options, illuminating only those few remaining viable ways.

There are needs for positioning (consistency with corporate objectives and with the customer target), recognition (diversification from the competition, consistency with the reference sector), legal (respect for rights on already registered trademarks) and technical (harmony and legibility in small size). To these and other constraints are sometimes added some arbitrary conditions, which often derive from specific figurative requests of the client which he does not wish to give up.



# CHAPTER 2

*Useful Information for Craftsmen and Artisans Operating in  
E-Commerce*





- ❑ **BUSINESS REGISTRATION:** Ensure that you are properly registered as a business entity. Depending on the scale and structure of your business, you may choose to register as a sole proprietorship, limited liability company (SRL), or other appropriate legal form. Registration can be done through the Trade Register Office.
- ❑ **TAXATION:** Familiarize yourself with national tax laws and obligations. You'll need to register for VAT (Value Added Tax) if your annual turnover exceeds a certain threshold. Keeping accurate financial records is crucial for tax compliance.



- ❑ **ONLINE MARKETPLACES:** If you plan to sell your crafts on online marketplaces, such as Etsy or eBay, review the terms and conditions of these platforms. Comply with their policies regarding fees, shipping, returns, and customer service.
- ❑ **CONSUMER PROTECTION:** As an e-commerce seller, you must adhere to national and EU consumer protection laws. This includes providing clear product information, honoring return and warranty policies, and addressing customer complaints promptly.
- ❑ **PAYMENT PROCESSING:** Set up secure and reliable payment processing options for your customers. Popular payment gateways, such as PayPal or Stripe, are commonly used in e-commerce.
- ❑ **INTELLECTUAL PROPERTY:** Protect your intellectual property rights, such as trademarks or copyright, if applicable. Be cautious not to infringe on the intellectual property rights of others in your creations.
- ❑ **SHIPPING AND LOGISTICS:** Choose a reliable shipping and logistics partner to ensure timely delivery of your products. Familiarize yourself with shipping regulations and costs, both domestically and for international orders.
- ❑ **ONLINE MARKETING:** Develop an online marketing strategy to promote your crafts. This may include creating a website or using social media platforms to showcase your products.



❑ **DATA PROTECTION:** If you collect and process customer data, you must comply with data protection laws, such as the General Data Protection Regulation (GDPR). Safeguard customer information and seek legal advice if necessary.

❑ **CUSTOMER SERVICE:** Provide excellent customer service. Promptly respond to customer inquiries and address any issues or concerns. Positive reviews and word-of-mouth recommendations can help grow your online business.



❑ **LEGAL COMPLIANCE:** Stay informed about changes in national and EU e-commerce regulations. Regularly review and update your terms and conditions, privacy policy, and other legal documents to ensure compliance.

❑ **FINANCIAL MANAGEMENT:** Manage your finances wisely. Keep track of your income and expenses, and consider seeking financial advice or accounting services to ensure financial stability.

❑ **NETWORKING:** Join local and online communities of artisans and craftsmen. Networking can provide valuable support, advice, and opportunities for collaboration.

❑ **QUALITY AND UNIQUE PRODUCTS:** Focus on creating high-quality and unique products that set you apart from competitors. Your craftsmanship and the uniqueness of your offerings can be a significant selling point.

❑ **FEEDBACK AND ADAPTATION:** Pay attention to customer feedback and market trends. Adapt your product offerings and business strategies accordingly.

# CAPITOLUL 2.1

*Sprijin guvernamental acordat celor care desfășoară activități de comerț electronic*



# ITALIA

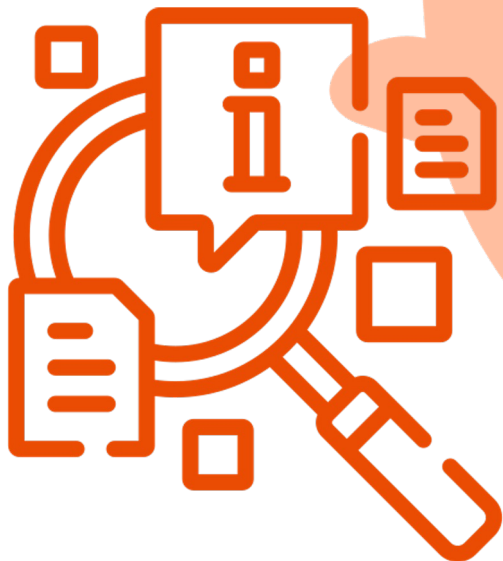
În Italia, guvernul oferă diferite tipuri de sprijin pentru cei care desfășoară activități de comerț electronic. Câteva exemple de sprijin guvernamental includ:

- ❑ **SCUTIRI FISCALE:** Guvernul italian oferă scutiri fiscale specifice pentru întreprinderile de comerț electronic. De exemplu, companiile pot beneficia de facilități fiscale pentru investiții în tehnologii digitale, achiziționarea de software și hardware, precum și pentru cheltuieli de instruire și consultanță.
- ❑ **FINANȚARE ȘI STIMULENTE:** Finanțarea guvernamentală și programele de stimulare sunt disponibile pentru întreprinderile care desfășoară activități de comerț electronic. Acestea pot include granturi, credite preferențiale sau granturi pentru promovarea dezvoltării și inovării în sectorul comerțului electronic. De exemplu, în contextul Planului național italian de redresare și reziliență, dezvoltarea comerțului electronic al IMM-urilor în țări străine constituie unul dintre titlurile instrumentelor financiare prevăzute de plan, cu granturi nerambursabile de până la 40 % pentru dezvoltarea platformelor de comerț electronic și a marketingului web.
- ❑ **SPRIJIN PENTRU EXPORT:** Guvernul italian oferă sprijin specific întreprinderilor care doresc să își extindă afacerile de comerț electronic la nivel internațional. Aceasta poate include servicii de consultanță, scutiri de taxe la export și sprijin pentru participarea la târguri internaționale.
- ❑ **INSTRUIRE ȘI CONSULTANȚĂ:** Programele de instruire și consultanță sunt disponibile pentru a ajuta antreprenorii să înțeleagă mai bine dinamica comerțului electronic și să dezvolte abilități specifice industriei. Acest lucru poate fi oferit prin cursuri, ateliere, webinarii sau prin asistența specialiștilor specializați.
- ❑ **REGLEMENTĂRI ȘI PROTECȚIA CONSUMATORILOR:** Guvernul italian a stabilit reglementări specifice pentru a reglementa comerțul electronic și pentru a proteja consumatorii. Acestea includ legile privind confidențialitatea și protecția datelor cu caracter personal, normele privind dreptul de retragere și garanțiile produselor achiziționate online. Autoritatea pentru Protecția Datelor cu Caracter Personal este organismul guvernamental responsabil pentru protecția datelor cu caracter personal în Italia.

# ITALIA



Este important să rețineți că politicile de sprijin guvernamental pot varia în timp și pot fi modificate. Prin urmare, este recomandabil să consultați sursele oficiale ale guvernului italian și organizațiile relevante pentru a obține informații actualizate cu privire la oportunitățile de sprijin disponibile pentru întreprinderile de comerț electronic din Italia.



<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/imprese/agevolazioni>

<https://www.mimit.gov.it/index.php/it/incentivi-mise>

<https://www.invitalia.it/>

<https://www.simest.it/per-le-imprese/finanziamenti-agevolati-pnrr/sviluppo-ecommerce-pmi-estero/>

<https://export.gov.it/> | <https://www.sostegnoexport.it/>

<https://www.anpal.gov.it/formazione> | <https://www.garanteprivacy.it/>

# SPANIA

**Guvernul spaniol oferă diverse forme de sprijin și inițiative persoanelor fizice și întreprinderilor care desfășoară activități de comerț electronic. Iată câteva exemple de asistență disponibilă:**

- ❑ **PROGRAME DE ASISTENȚĂ FINANCIARĂ:** Guvernul spaniol oferă programe de sprijin financiar, subvenții și împrumuturi pentru a încuraja creșterea comerțului electronic. Aceste programe își propun să ajute companiile să acopere costurile legate de dezvoltarea site-urilor web, marketingul online, transformarea digitală și infrastructura de comerț electronic.
- ❑ **INSTRUIRE ȘI EDUCAȚIE:** Guvernul oferă programe de formare și ateliere de lucru pentru a spori abilitățile și cunoștințele digitale ale persoanelor și întreprinderilor implicate în comerțul electronic. Aceste inițiative vizează îmbunătățirea practicilor de comerț electronic, a strategiilor de marketing digital, a securității online și a implicării clienților.
- ❑ **TRANSFORMARE DIGITALĂ ȘI INOVARE:** Guvernul spaniol promovează transformarea digitală și inovarea prin sprijinirea inițiativelor care promovează progresele tehnologice și adoptarea de soluții digitale. Aceasta include asistență în implementarea platformelor de comerț electronic, integrarea sistemelor de plăți digitale și utilizarea tehnologiilor emergente, cum ar fi inteligența artificială sau blockchain, în scopuri de comerț electronic.
- ❑ **SUPPORT DE REGLEMENTARE:** Guvernul lucrează la crearea unui mediu de reglementare favorabil pentru comerțul electronic. Directiva stabilește legi și reglementări care protejează consumatorii, asigură concurența loială și promovează tranzacțiile online sigure. Prin furnizarea de orientări clare și cadre legale, guvernul ajută întreprinderile să navigheze prin complexitatea comerțului electronic, menținând în același timp conformitatea.

# SPANIA

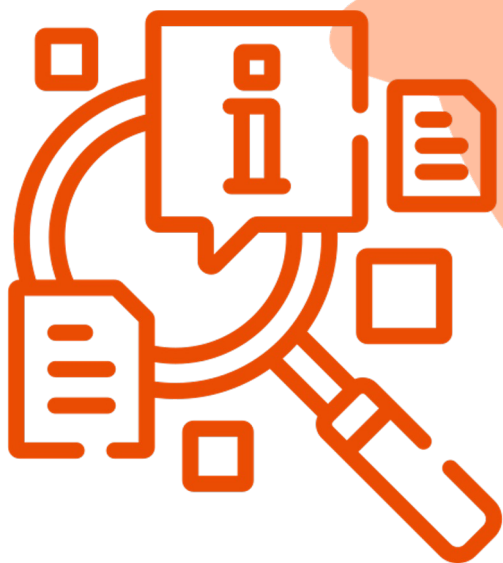
**Guvernul spaniol oferă diverse forme de sprijin și inițiative persoanelor fizice și întreprinderilor care desfășoară activități de comerț electronic. Iată câteva exemple de asistență disponibilă:**

- ❑ **SUPORT DE REGLEMENTARE:** Guvernul lucrează la crearea unui mediu de reglementare favorabil pentru comerțul electronic. Directiva stabilește legi și reglementări care protejează consumatorii, asigură concurența loială și promovează tranzacțiile online sigure. Prin furnizarea de orientări clare și cadre legale, guvernul ajută întreprinderile să navigheze prin complexitatea comerțului electronic, menținând în același timp conformitatea.
- ❑ **REȚELE ȘI PLATFORME COLABORATIVE:** Guvernul facilitează înființarea de rețele și platforme de colaborare în care întreprinderile de comerț electronic pot împărtăși cunoștințe, pot face schimb de experiență și pot colabora la proiecte. Aceste rețele oferă un mediu favorabil pentru ca întreprinderile să crească și să învețe unele de la altele.
- ❑ **INTERNAȚIONALIZARE ȘI SPRIJIN PENTRU EXPORT:** Guvernul spaniol încurajează întreprinderile implicate în comerțul electronic să își extindă acoperirea dincolo de granițele naționale. Programele de sprijin facilitează cercetarea pieței, promovarea internațională, participarea la târguri și expoziții și accesul la rețelele și resursele de export.
- ❑ **FINANȚAREA CERCETĂRII ȘI DEZVOLTĂRII:** Guvernul spaniol oferă finanțare pentru proiecte de cercetare și dezvoltare legate de comerțul electronic. Acest lucru ajută întreprinderile să inoveze, să dezvolte noi tehnologii și să își îmbunătățească competitivitatea pe piața digitală.

# SPANIA



Este important ca persoanele fizice și întreprinderile care desfășoară activități de comerț electronic în Spania să rămână la curent cu diferitele programe și inițiative de sprijin disponibile. Site-urile guvernamentale, agențiile de dezvoltare a afacerilor și asociațiile din industrie sunt resurse valoroase pentru accesarea informațiilor despre programele specifice de sprijin și criteriile de eligibilitate. Implicarea în aceste resurse poate ajuta antreprenorii și întreprinderile să profite de sprijinul oferit de guvernul spaniol pentru a-și îmbunătăți operațiunile de comerț electronic și pentru a stimula creșterea.



<https://comercio.gob.es/es-es/prtr-comercio/Paginas/Plan-de-Recuperacion-Comercio.aspx>

<https://planderecuperacion.gob.es/noticias/el-gobierno-lanza-la-primera-convocatoria-de-ayudas-del-programa-kit-digital>

<https://comercio.gob.es/ComercioInterior/Observatorio/Paginas/default.aspx>

<https://www.youtube.com/watch?v=QtZVtM-HVU0>

# ROMANIA

**Sprijinul guvernamental pentru persoanele fizice și juridice care desfășoară activități de comerț electronic în România poate lua diverse forme, inclusiv stimulente financiare, programe de formare și cadre de reglementare:**

- ❑ **STIMULENTE FINANCIARE:** Guvernul României, prin diverse programe, poate oferi stimulente financiare și granturi pentru a sprijini dezvoltarea afacerilor de comerț electronic. Aceste stimulente pot include granturi pentru digitalizare, adoptarea tehnologiei și promovarea exporturilor.
- ❑ **FORMARE ȘI EDUCAȚIE:** Programele de formare și atelierele care vizează îmbunătățirea alfabetizării digitale și a competențelor de comerț electronic sunt adesea disponibile antreprenorilor și întreprinderilor. Aceste programe ajută persoanele fizice și companiile să se adapteze la economia digitală.
- ❑ **PROMOVAREA EXPORTURILOR:** Agențiile guvernamentale pot ajuta întreprinderile de comerț electronic să-și extindă acoperirea pe piață la nivel internațional. Acest sprijin poate include misiuni comerciale, cercetare de piață și asistență cu documentația de export.
- ❑ **ACCESUL LA FINANȚARE:** Guvernul poate colabora cu instituțiile financiare pentru a oferi împrumuturi și facilități de credit accesibile întreprinderilor de comerț electronic, în special startup-urilor și IMM-urilor.
- ❑ **PLATFORME ȘI PIEȚE DE COMERȚ ELECTRONIC:** Guvernul poate sprijini dezvoltarea platformelor și piețelor de comerț electronic, facilitând stabilirea unei prezențe online de către întreprinderi. Astfel de platforme pot oferi soluții rentabile pentru întreprinderile mici și artizani.



# ROMANIA

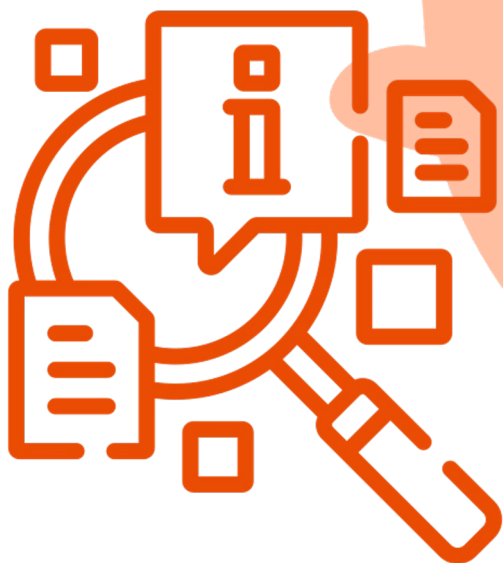
**Sprijinul guvernamental pentru persoanele fizice și juridice care desfășoară activități de comerț electronic în România poate lua diverse forme, inclusiv stimulente financiare, programe de formare și cadre de reglementare:**

- ❑ **SUPPORT DE REGLEMENTARE:** Stabilirea unor cadre de reglementare clare și favorabile pentru comerțul electronic este esențială. Guvernul poate lucra la simplificarea procedurilor birocratice, reducerea birocrăției și asigurarea faptului că întreprinderile de comerț electronic pot funcționa fără probleme în cadrul legal.
- ❑ **INFRASTRUCTURA DIGITALĂ:** Guvernul poate investi în infrastructura digitală, inclusiv conectivitatea în bandă largă, pentru a se asigura că întreprinderile de comerț electronic au acces fiabil și de mare viteză la internet.
- ❑ **PROTECȚIA CONSUMATORILOR ȘI SOLUȚIONAREA LITIGIILOR:** Agențiile guvernamentale, cum ar fi Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC), pot oferi îndrumări și sprijin întreprinderilor de comerț electronic pentru a asigura respectarea reglementărilor privind protecția consumatorilor. De asemenea, acestea pot contribui la soluționarea litigiilor în materie de consum prin mediere și arbitraj.
- ❑ **SPRIJIN PENTRU INOVARE ȘI ADOPTAREA TEHNOLOGIEI:** Inițiativele care încurajează întreprinderile să adopte tehnologii inovatoare și instrumente digitale pot primi sprijin guvernamental. Aceasta poate include subvenții pentru adoptarea de software și instrumente de comerț electronic.
- ❑ **AGENȚII DE PROMOVARE A EXPORTURILOR:** Organizații precum Agenția Română de Promovare a Exportului pot oferi asistență, informații și sprijin întreprinderilor care doresc să-și extindă activitățile de comerț electronic la nivel internațional.

# ROMANIA



Este important să rețineți că politicile de sprijin guvernamental pot varia în timp și pot fi modificate. Prin urmare, este recomandabil să consultați sursele oficiale ale guvernului român și organizațiile relevante pentru a obține informații actualizate cu privire la oportunitățile de sprijin disponibile pentru afacerile de comerț electronic din România.



<https://www.economie.gov.ro/> | <https://www.anpc.gov.ro/>

<https://www.arpexport.ro/>

# TURCIA

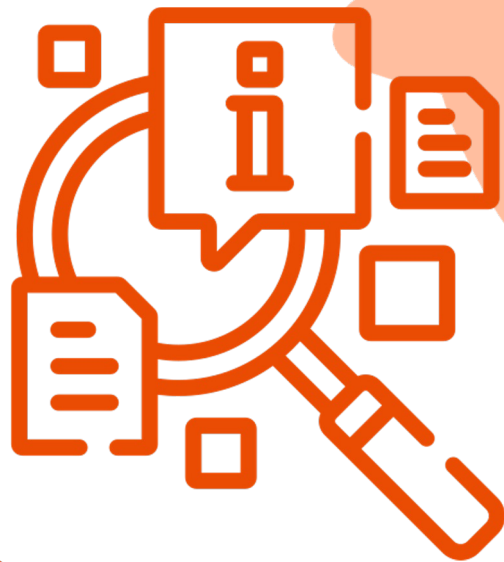
**Guvernul turc oferă diverse forme de sprijin și inițiative persoanelor fizice și întreprinderilor care desfășoară activități de comerț electronic. Iată câteva exemple de asistență disponibilă:**

- ❑ **ADMINISTRAREA DEZVOLTĂRII ȘI SUPTULUI ÎNTREPRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII (KOSGEB):** KOSGEB oferă sprijin financiar și servicii de consultanță întreprinderilor mici și mijlocii, inclusiv întreprinderilor de comerț electronic.
- ❑ **MINISTERUL COMERȚULUI SPRIJINĂ:** Ministerul Comerțului oferă diverse stimulente întreprinderilor care vizează creșterea exporturilor. Companiile de comerț electronic pot utiliza aceste suporturi pentru a concura pe piețele internaționale.
- ❑ **SUPPORT DIGITALIZARE:** Există mai multe proiecte și programe în Turcia care vizează promovarea digitalizării. Aceste programe pot ajuta companiile de comerț electronic să-și îmbunătățească prezența online și să-și îmbunătățească abilitățile de marketing digital.
- ❑ **REDUCERI ȘI SCUTIRI DE TAXE:** Întreprinderile din comerțul electronic pot beneficia de reduceri sau scutiri fiscale atunci când îndeplinesc anumite condiții. În special, scutirea de impozite de la guvern se aplică celor care operează afaceri de comerț electronic de acasă și intră sub incidența anumitor reglementări. Această scutire acoperă antreprenorii care desfășoară activități comerciale fără a deschide o locație comercială separată sau fără a utiliza utilaje automate pentru producția de masă.
- ❑ **Companiile de comerț electronic din Turcia pot profita de diverse suporturi și programe de export electronic pentru a se extinde pe piețele internaționale și pentru a-și vinde produsele în străinătate.**

# TURCIA



Detaliile, condițiile de aplicare și procesele de sprijin guvernamental în Türkiye sunt actualizate frecvent. Prin urmare, este important ca antreprenorii și artizanii să viziteze site-urile oficiale ale instituțiilor relevante pentru a accesa informații actuale cu privire la suporturile care corespund nevoilor și calificărilor lor. În plus, consilierii financiari sau experții pot ajuta antreprenorii și artizanii să identifice cele mai potrivite suporturi guvernamentale.



<https://www.kosgeb.gov.tr>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/pazara-giriste-dijital-faaliyetlerin-desteklenmesi>

<https://geka.gov.tr/tr/sayfa/geka-imalat-sanayide-kurumsallasma-ve-dijital-donusum>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri>



# FUTURE e-COMMERCE

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



Co-funded by  
the European Union