



This project is funded  
by the European Union

Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

## ÎNTREBĂRI FRECVENTE

### SPRIJIN OPERATIONAL AD HOC oferit OSC-beneficiare de sub-grant (Promovarea activității pe rețelele de socializare)

Nr.	Întrebare	Răspuns
1.	Care este modalitatea de plată cea mai optimă a postărilor pe FB?	Unica modalitate de achitare a oricărei forme de publicitate pe FB este prin card bancar. Cea mai bună pțiuni, inclusiv la raportarea la Serviciul Fiscal, este achitarea de pe cardul de business, nu de pe cardul personal. Însă, în baza facturii electronice, livrate de FB, se practică și plata de pe card personal, însă dacă se agreează cu contabilitatea pe aspecte de rambursare și raportare.
2.	Când se extrag banii de pe card, înainte sau după derularea publicității?	FB practică extragerea banilor doar după încheierea etapelor setate în Campania de publicitate, după procesarea facturilor. Se întâmplă ca la acel moment să nu fie suficienți bani pe card și atunci există riscul ca FB să blocheze activitățile pe pagina. O problemă este tipul de card utilizat, FB nu le acceptă pe toate, cum ar fi cele Visa sau Master Card. Este important de respectat regulile de administrare a reclamelor.
3.	Cum să determinăm care postare a fost interesantă și câte postări este recomandabil de plasat pe pagină și cu ce periodicitate?	Share, Comment, Like, ClickPractic, aceștia sunt principalii factori de care Facebook ține cont atunci când decide cât de „interesantă” este o postare. Apoi trebuie să asigurați o interacțiune constantă cu publicul. Dacă nu postezi nimic câteva zile, sau postările tale sunt de o calitate slabă, pe următoarele nu le va mai vedea nimeni.





This project is funded  
by the European Union

Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

		Optimal ar fi câte 1-2 postări pe zi sau minimum câte 2-3 pe săptămână.
4.	Cum să găsești clienți noi folosind promovarea pe Facebook?	<p>Una din caracteristicile puțin cunoscute ale Facebook este Lookalike Audience. Prin aceasta, poți crea audiențe noi pornind de la un public țintă restrâns. Cu alte cuvinte, putem găsi oameni noi care seamănă cu cei care au cumpărat deja de la noi. Avem două modalități pentru a face acest lucru:</p> <p>a) Putem crea o audiență pornind de la o listă de emailuri.</p> <p>Dacă ai adunat câteva sute de adrese de email de la clienții de până acum, le poți încărca în Facebook și acesta va căuta profilele de Facebook asociate acelor adrese de email. Apoi ai posibilitatea să găsești un număr mai mare de persoane care se aseamănă cu acestea ca interese, comportamente etc.</p> <p>b) Putem crea o audiență pornind de la interacțiuni cu pagina de Facebook.</p> <p>Similar cu modul de creare a Lookalike Audience de mai sus, putem „cere” Facebook să ne găsească mai mulți oameni care se aseamănă cu cei care au văzut anumite pagini la noi pe site (pagina serviciului/produsului de exemplu).</p>
5.	Potențialii clienți din regiunea noastră folosesc mai mult alte rețele sociale decât Facebook. Cărei rețele sociale îi dăm prioritate?	<p>Ca să ajungeți la audiența pe care o țintiți, accesați mediul virtual în care se află. Dacă potențialii dumneavoastră clienți folosesc Odnoklasniki sau Vkontakte, evident că le transmiteți mesajele și de pe acele platforme de socializare. Având în vedere că statisticile arată o creștere constantă a numărului de utilizatori ai Facebook, inclusiv în regiunea transnistreană, recomand să țineți cont de aceste tendințe și să</p>





This project is funded  
by the European Union

Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

		<p>folosiți și oportunitățile de promovare ale acestei rețele sociale. Mai mult ca atât, pe Facebook vă puteți găsi nu doar clienții, dar și partenerii de afaceri, finanțatorii proiectelor dumneavoastră. Iar asta înseamnă că în planul de marketing, promovării pe Facebook trebuie să-i fie dedicată o componentă importantă.</p>
6.	Cum putem creștere numărul de urmăritori ai paginii de Facebook?	<p>Pentru a atrage urmăritori pe pagină și a crește traficul pe pagină puteți utiliza câteva instrumente gratuite, printre care:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- invită prietenii (inclusiv clienții din lista de e-mail) să urmărească/să pună like la pagină;</li> <li>- creează video live pe pagină (conform noului algoritm, FB le promovează gratuit. Video live are un impact de 3 ori mai mare decât înregistrarea video;</li> <li>- Distribuți postările în grupurile de Facebook locale;</li> <li>- Creați oferte cu reduceri, promoții;</li> <li>- Urmați răspunsul publicului (analiza statistică a aprecierilor, distribuirilor, comentariilor), comparând rezultatele cu cele dorite și ajustați la Planul de conținut;</li> <li>- Publicați fotografiile din procesul de muncă, bannere - tot ceea ce crește încrederea clienților și caracterizează activitățile întreprinderii dvs.</li> </ul>
7.	Produsul nostru este specific și nu este destinat pentru un public larg. Cum să-l promovăm ca să țintim anume potențialii clienți?	<p>Profilul cumpărătorului este unul din principalele elemente ale unei campanii de promovare. În funcție de audiență se aleg instrumentele, mesajele, canalele de promovare. În cazul unei campanii pe FB, pot fi targetate în primul rând companiile de construcții, meșterii, prestatorii de servicii de reparații, instituțiile care au anunțat tendere pe reparații, grupurile de interes.</p>





This project is funded by the European Union

Technical Assistance to support CSO development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a KMOP led consortium

		De asemenea, anunțurile pot fi distribuite
8.	Cum poate fi crescută audiența paginii de Facebook în mediul transnistrean?	<p>Creșterea audienței și a traficului pe pagină poate fi obținută în mod organic prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Invitarea prietenilor administratorilor să dea like la pagină. Important este să ajungi la 1000 de aprecieri, ceilalți vor veni de la conexiunea cu aceștia.</li> <li>- Menționarea pe profilul personal că lucrezi la proiect și invite și colegii să facă același lucru, astfel prietenii lor vor ajunge pe pagina proiectului;</li> <li>- Invitarea celor din lista de e-mailuri să aprecieze pagina, dacă opțiunea aceasta există;</li> <li>- Includerea în semnătura membrilor ONG a linkului la pagina de FB a proiectului;</li> <li>- Postarea live-urilor (conform noului algoritm FB le promovează gratuit. Un live are un impact de 3 ori mai mare decât un video înregistrat);</li> </ul> <p>Crearea audiențelor din setările paginii - Publicitate; Monitorizarea statisticilor pe audiență și ajustarea strategiei. Înscrierea în grupuri și publicarea anunțurilor despre produse în diverse grupuri locale și naționale ș.a.</p>
9.	Cum pot vinde cărămizile din arbolit direct de pe Facebook?	<p>FB are opțiunea de a seta în rubrica Modele de file și pagini, modelul "Magazin". Dacă alegeți acest șablon aveți posibilitatea să adăugați produsele pe pagina de Facebook și să le vindeți direct. Iată cum funcționează:</p> <p>Dacă accesezi rubrica Magazin, vedeți toate produse expuse spre vânzare;</p> <p>Dacă faceți clic pe un produs, Facebook îți propune să îl comanzi de pe pagină;</p> <p>Fiecare produs poate fi publicat în cronologie, distribuit sau salvat.</p>





This project is funded  
by the European Union

Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

10.	Cum văd rezultatele reclamelor pe FB?	<p>Rezultatele campaniei sunt vizibile din rubrica "Administrare reclame". De asemenea din rubrica "Statistici"</p> <p>Statisticile îți oferă informații despre performanța Paginii tale, precum date demografice despre audiența ta și despre cum reacționează oamenii la postările tale.</p> <p>Reține că în Statisticile Paginii ai acces doar la date din ultimii 2 ani și că datele demografice, precum vârsta, sexul și locația, devin disponibile în Statisticile Paginii doar după ce se strâng date pentru cel puțin 100 de persoane.</p>
11.	Cum ascund sau șterg un comentariu adăugat la o postare din Pagina mea de Facebook?	<p>Când ascunzi un comentariu adăugat la o postare din Pagina ta, comentariul va fi vizibil doar pentru persoana care l-a scris și pentru prietenii săi. Când ștergi un comentariu adăugat la o postare din Pagina ta, comentariul va fi șters definitiv de sub postare.</p> <p>Pentru a ascunde un comentariu adăugat la o postare din Pagina ta:</p> <p>Apasă pe în dreapta comentariului pe care vrei să-l ascunzi.</p> <p>Selectează Ascunde comentariul.</p> <p>Pentru a șterge un comentariu adăugat la o postare din Pagina ta:</p> <p>Apasă pe în dreapta comentariului pe care vrei să-l ștergi.</p> <p>Selectează Șterge....</p>
12.	Cum pot crea evenimente pe Facebook?	<p>Pentru a crea un eveniment pe Facebook se accesează rubrica "Noutăți". Apasă pe "Evenimente" în meniul din stânga, apoi Creează un eveniment nou în partea stângă.</p> <p>Apasă pe Eveniment privat, apoi apasă pe Continuare. Doar persoanele pe care le-ai invitat îți vor vedea evenimentul. După ce crezi</p>





This project is funded by the European Union

Technical Assistance to support CSO development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a KMOP led consortium

		<p>un eveniment privat, nu-l vei putea transforma ulterior în eveniment public.</p> <p>Completează numele, locația, data, ora și descrierea evenimentului.</p> <p>Apasă pe Creează. Se va afișa pagina evenimentului, unde poți invita participanți, adăuga o fotografie sau un clip video de copertă, distribui postări și edita detaliile evenimentului.</p>
13.	Cum pot face live video pe Facebook?	<p>Pentru a intra în direct:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apasă pe „La ce te gândești” în partea de sus a secțiunii Noutăți.</li> <li>- Apasă pe , apoi pe „Clip video în direct”.</li> <li>- Scrie ceva despre clipul video în direct.</li> <li>- Apasă pe „Intră în direct” în stânga jos.</li> </ul> <p>Atenție: folosește browserul web Google Chrome pentru a intra în direct de pe computer.</p>
14.	Avem produse deja în vânzare, dar din cauza pandemiei nu putem vinde și livra. Ce să facem?	<p>Acum rețelele sociale sunt mai importante ca niciodată. Multe persoane se autoizolează. Drept urmare, le va fi foame de conținut. Dacă dorești să ai un impact asupra prezenței tale online acum este momentul. Astfel, îți vei asigura clienții că ești prezent și activ.</p> <p>Oferă clienților informații credibile și detaliate despre lucrurile de care au nevoie. Fii obiectiv și clar. Accentuează „suntem aici pentru a te ajuta”.</p> <p>Creează comunități între clienți și ajută oamenii să se conecteze, atât la nivel local, cât și la nivel global.</p> <p>Acum rutina noastră s-a schimbat și este important să anunți clienții că afacerea ta este disponibilă oricând, oriunde.</p>





This project is funded by the European Union

Technical Assistance to support CSO development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a KMOP led consortium

		<p>Oferă oamenilor informații nu doar despre pandemie, dar găsește modalități de a îmbogăți viața lor în izolare. De exemple: postări interactive pentru a combate plictiseala, recomandări, story-uri pozitive cu implicarea lor, quiz-uri etc.</p> <p>Mai mult, Social Media servește, de asemenea, ca sursă de trafic atunci când este combinată cu alte strategii de marketing digital. Aceasta include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- postări pe blog</li> <li>- magazine online etc.</li> </ul>
15.	Care sunt problemele de securitate a cardurilor bancare pentru publicitate pe Facebook?	<p>Am făcut următoarele recomandări:</p> <p>Evitați utilizarea rețelelor Wi-Fi publice pentru efectuarea tranzacțiilor online, întrucât acestea pot fi utilizate pentru capturarea datelor transmise.</p> <p>Protejați-vă computerul, activând actualizările de securitate oferite de producătorii de software (de obicei gratuit) și instalați un program antivirus, care va contribui la depistarea programelor frauduloase, predestinate să captureze datele cu caracter personal introduse, la depistarea site-urilor create de către infractori cu scopul obținerii unor date confidențiale etc.</p> <p>Păstrați toate documentele confirmative aferente operațiunilor efectuate până la decontarea finală a sumelor de pe contul de card.</p>
16.	Câți bani trebuie cheltuiți pe reclame pe Facebook?	<p>Nu există o sumă generală. Aceasta variază de la 10 până la 500 de Euro lunar.</p> <p>Când creezi o campanie sau un set de reclame, trebuie folosit un buget minim pentru ca reclama în mod constant. Indiferent dacă utilizezi un buget zilnic sau un buget total,</p>





This project is funded  
by the European Union

Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

		<p>bugetul minim se calculează ca sumă zilnică. De exemplu, dacă ai un buget total de 50 Euro pentru o reclamă activă timp de cinci zile, bugetul zilnic minim trebuie să fie de 10 Euro.</p> <p>Când folosești un buget total, bugetul poate să nu fie cheltuit în mod egal în fiecare zi. În orice caz, bugetul zilnic minim ar trebui să fie, în medie, de cinci ori mai mare decât bugetul total.</p> <p>Poți seta publicitatea doar în valută străină. Dacă folosești lei moldovenești, există riscul de pierdere la fluctuațiile de valută.</p>
17.	Cum Facebook-ul ia banii pentru publicitate?	<p>Tarifarea reclamelor Facebook se bazează pe un sistem de licitare în care reclamele concurează pentru afișări în funcție de licitare și randament. Atunci când rulezi o reclamă, vei fi debitat numai pentru numărul de clicuri sau afișări primite de reclamă.</p> <p>Momentul în care plătești reclamele depinde de modalitatea ta de plată a acestora. Când creezi prima reclamă pe Facebook, vei adăuga în contul tău de publicitate o modalitate de plată, care va determina setarea de plată. Există două setări de plată principale pentru reclamele de pe Facebook:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plăți automate: Facebook va lua automat banii la data stabilită de beneficiar.</li> <li>- Plăți manuale: mai întâi vei adăuga fonduri în contul tău, iar apoi Facebook va lua cel mult o dată pe zi din suma respectivă, pe măsură ce rulezi reclame.</li> </ul> <p>Atenție! Pentru a face publicitate este nevoie să ai bani pe cont.</p>
18.	Putem achita publicitatea pe Facebook de pe cardurile băncilor transnistrene?	<p>Orice acțiune de natură publicitară pe FB nu poate fi achitată de pe un card transnistrean. Pentru acesta administratorul paginii trebuie să</p>







This project is funded  
by the European Union

Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

		dispună de un card bancar deschis la o bancă din Moldova.
19.	Cum putem în asemenea situație să ne promovăm serviciile?	Platforma FB dispune de o multitudine de opțiuni și instrumente gratuite de promovare. Așa cum am atenționat și în sesiunea anterioară, principalul element al unei promovări de succes, al creșterii interacțiunii pe pagina și a audienței este crearea unui conținut calitativ, viral, atrăgător. Deși accesarea instrumentelor de publicitate este condiționată de posesia unui card acceptabil de FB, în afară de unul transnistrean, serviciile centrului pot fi promovate gratuit în grupuri locale pe FB, care au un număr mare de membri prin live-uri sau video-uri care generează vizualizări, prin evenimente și concursuri pe pagină.
20.	Ce resurse de marketplace mai pot fi accesate pe piața locală, în afară de rețelele sociale?	O recomandare generală rămâne utilizarea grupurilor locale, a celor naționale și din diasporă existente pe Facebook și care au un număr mare de membri.  În contextul pandemiei au apărut și alte oportunități de platforme de tip marketplace precum:  Epiata.md - <a href="https://epiata.md/">https://epiata.md/</a> Totul online - <a href="https://totul.online/ro/">https://totul.online/ro/</a> Elefant.ro – pentru RM
21.	Care este bugetul optim pentru a începe o campanie publicitară pe FB?	Publicitatea pe Facebook e relativ ieftină. E relativ pentru că, evident, poți cheltui mulți bani, dar poți face destul de multe și cu un buget mic.  Cu un buget de aproximativ 100 de euro pe lună, poți obține rezultate decente din campaniile pe Facebook. Pentru o afacere la început de drum, câteva sute de lei pe lună e un preț mic pentru o expunere mare, la un public foarte bine definit. Suma minimă pentru a





This project is funded  
by the European Union

**Technical Assistance to support CSO  
development in the Republic of Moldova**

EuropeAid/138197/DH/SER/MD-Relaunch  
(Contract No: 2017/388-484)



A project implemented by a  
KMOP led consortium

---

		<p>sponsoriza o postare este de 10 USD, distribuită pe 5 zile.</p> <p>Nu arunca sume mari pentru o singură reclamă/campanie. Experimentează cu sume mici și vezi ce funcționează.</p>
--	--	---

