



Дигитализиране чрез социални медии

Програма за обучение 1: Предприемачество за фрилансъри и стартъпи в КТИ

Комбиниран модул за обучение 7: **Дигитализиране чрез социални медии**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Подкрепата от страна на Европейската комисия за производството на тази публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на съдържащата се в нея информация. Номер на проекта: 2018-1-DE02-KA202-005232

Автори: Maria-Denitsa Georgieva, BIC INNOBRIDGE

Декларация за авторски права

Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share-Alike 4.0 International License.

Свободни сте да:

- Споделяте — копиране и разпространение на материала във всякакъв носител или формат
- Адаптирате — ремиксирайте, трансформирайте и надграждате върху материала при следните условия:
- Приписване — Трябва да дадете подходящ кредит, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да го направите по всякакъв приемлив начин, но не и по начин, който предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
- Некомерсиалност — Не можете да използвате материала за комерсиални цели.
- Споделяне по същия начин — Ако ремиксирате, трансформирате или надграждате върху материала, трябва да разпространявате своя принос под същия лиценз като оригинала.

Забележка

Обучителната програма 1 на CreatiNNES “Предприемачество за фрийлансъри и стартъпи в КТИ” е разработена като смесена програма за обучение, съчетаваща електронно обучение (независимо проучиване, разчитащо на онлайн учебни ресурси) и дейности лице в лице в учебна стая, водени от квалифициран учител.

Разделите в този модул са предназначени да предоставят на обучаемите най-важната информация относно предмета на модула, в съответствие с констатациите от анализите, проведени в рамките на Интелектуална продукция 1 на финансиран от Еразъм+ проект „CreatiNNES – Стратегическо партньорство за иновации и развитие на бизнес умения в сектора на културните и творческите индустрии“.

Предоставеното учебно съдържание е предназначено да послужи за независимо обучение и не претендира да обхваща всички възможни аспекти и съответни проблеми, отнасящи се за разглежданата тема.

Потребителите са единствените отговорни да гарантират, че разполагат с достатъчен и съвместим хардуер, софтуер, телефокмункационно оборудване и интернет услуги, необходими за използването на онлайн кампуса и модулите.

Съдържание

Описание на обучението	5
Цели на този модул на обучение	5
Целеви групи	5
Компетентност и умения след завършване на този модул	5
Метод на обучение	5
Учебната философия CreatINNES насърчава уникален ангажиращ метод на обучение базиран на следните аспекти:	5
Съдържание на обучението	7
Раздел 1 – Какво е социална медия? Кои са най-популярните социални платформи?	7
Раздел 2 - Нетикет. Влиятелен хаштаг. Истории	11
Раздел 3 – Какво е дигитален маркетинг	15
Упражнения	16
Упражнение 1 – Създайте заглавие и добавете на подходящ хаштаг в Instagram пост	17
Упражнение 2 – Получете обратна връзка от клиентите си	17
Упражнение 3 – Създайте Facebook група	17
Добри практики	18
Добра практика 1 - 4Ocean	18
Добра практика 2 - Team Trees	18
Добра практика 3 - Love your melon	18

Описание на обучението

Този модул е насочен към по-доброто разбиране и използване на инструментите, предлагани от различните платформи на социалните медии. Основната цел е да се представят различните приложения и платформи и какво могат да направят за вас като собственици на бизнес и индивидуални творци. Социалните медии са световен феномен, който революционизира начина, по който се прави бизнес днес. В днешно време отношенията между собственика на бизнеса и клиента са по-лични и хората са склонни да се доверяват повече на свидетелства, идващи от други потребители, отколкото на реклами. За да се конкурират с другите бизнеси, стартиращите фирми и предприемачите трябва да могат да се приспособят към новия начин на "контакт с клиентите". В свят на постоянни промени и бързи промени в посоката, в която духа вятърът, да останете в крак с времето е от изключителна важност.

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Цели на този модул на обучение

Този модул има за цел да помогне на стартъпи и предприемачи в културни и творчески индустрии (КТИ, *англ: Cultural and Creative Industries, CCI*) да:

- Разберат как да използват различни социални платформи, които са налични, с цел да популяризират или продават своите продукти / услуги, а също и с рекламна цел и за да достигнат повече клиенти (включително извън граница);
- Разберат главните различия между най-популярните социални платформи;
- Научат главните правила използвани онлайн, наречени „нетикет“ (*англ. netiquette*);
- Know more about the stories in social media and their role in online marketing and customers' satisfaction.

Целеви групи

- Членове и заинтересовани страни, които работят в туристическия сектор и финтех индустрията (*англ. FinTech, financial technology - финансови технологии*);
- Фрийлансъри в КТИ;
- Стартъпи в КТИ;
- Предприемачи, които искат да използват креативност в техните маркетингови и разпространителни дейности;
- Регионални организации и институции.

Компетентност и умения след завършване на този модул

След изучаване на този модул,

- Ще имате по-добро разбиране за социалните медии, защо е важно за бизнесите и как да включите във вашия бизнес някои от най-известните инструменти от онлайн света;
- Ще можете да създадете атрактивни и остроумни публикации в социалните медии, да използвате хаштагове в заглавията на публикациите си и също така да използвате истории в маркетинговата си комуникация.

Метод на обучение

Философията на обучение **CreatINNES** популяризира уникален ангажиращ метод на обучение, който са базира на следните аспекти:

- Обучителни сесии на кратки интервали, които включват много добре структурирано учебно съдържание;
- Задълбочено усещане за участие и сливане на действие и осъзнаване;
- Усещане на контрол и справяне със задачата, която ще откриете на края на модула;
- Удоволствие и провокиране на допълнителен интерес.

CreatINNES все фокусира върху интерактивния обучителен подход:

- Модулите като обучителен материал за самостоятелно;
- Използване на интерактивната онлайн платформа на CreatINNES за обучение: moodle.creatinnes.eu за улеснени тренировъчни сесии в група с професионален обучаващ.

За разлика от преподавателите в класната стая, които предоставят на техните ученици насоки и някои допълнителни указания, вие трябва да поемете отговорностите за управлението на времето и за контрола на вашия учебен напредък.

Съдържание на обучението

Раздел 1 – Какво е социална медия? Кои са най-популярните социални платформи?

Тагове:

social media, social media platforms, facebook, instagram, snapchat, twitter, hashtag, posting online, online content, Stories, posts, online platforms, online communication

Раздел 1 – Въведение

Социалните медии са навсякъде около нас. Това е част от нашето ежедневие и работа. Те дават невероятната възможност да се свържете с хора от цял свят, да търсите работа, учене, ваканция и възможности навсякъде. През последните 20 години социалните медии промениха ежедневието ни.

Що се отнася до бизнеса, който преминава онлайн, трудно е да избере коя платформа е най-подходяща за даден тип аудитория. Ето защо е важно да сте в крак с каналите в социалните медии и да намерите най-доброто място за популяризиране на вашата работа и услуги, за да получите бързо разпознаване и стабилност на марката.

Социалните медии представляват клъстер от компютърно базирани технологии, които улесняват създаването и споделянето на информация, идеи, кариерни интереси и други форми на изразяване чрез виртуални общности и мрежи.



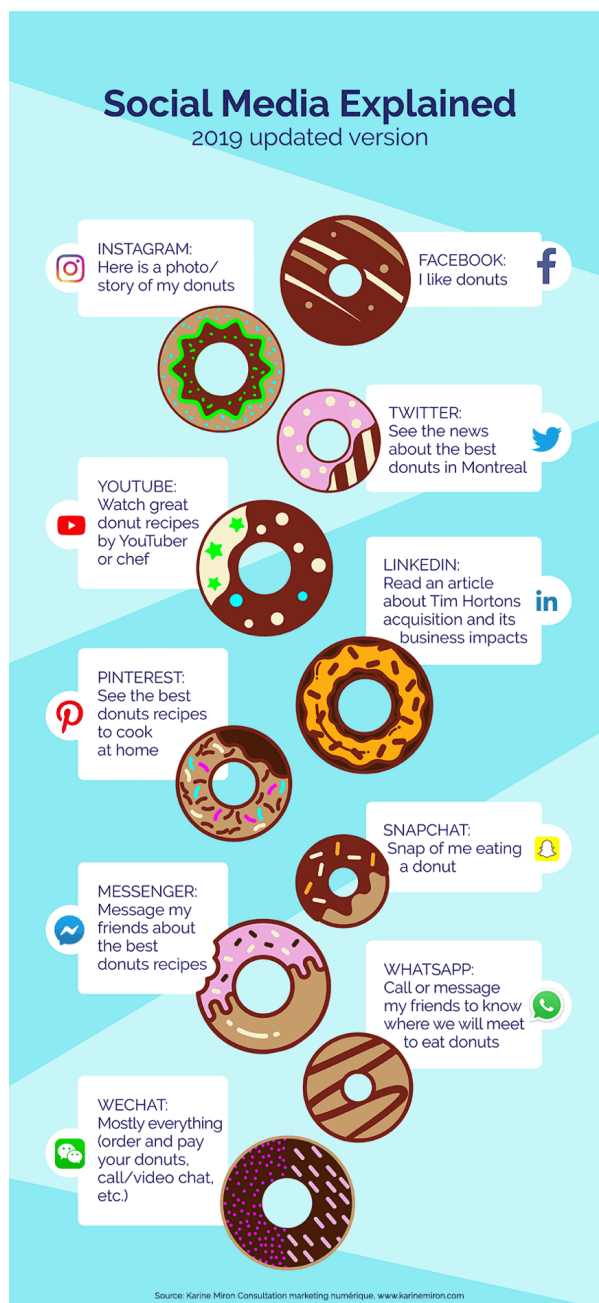
Изображение 1.

Източник: <https://www.pexels.com/photo/apple-applications-apps-cell-phone-607812/>
Снимка на Tracy Le Blanc от Pexels

Има много различни канали за социални медии, които са достъпни. За да ги разберете по-добре, по-долу предлагаме преглед на най-често срещаните, насърчавайки ви да определите най-подходящите инструменти за вашия бизнес.

- **Facebook:** Facebook съществува от повече от десет години и е може би най-влиятелният инструмент за социални медии. Той е особено силен, когато става въпрос за комуникация на видеоклипове, снимки и събития, незабавно създаване и привличане на аудитория за вашия продукт или услуга. Можете да настроите страница във Facebook за вашия бизнес / общност / мрежа и т.н., след като сте се регистрирали като личен потребител на www.facebook.com. Друг важен аспект е присъединяването или създаването на групи по интереси около вашия продукт, услуга или дестинация, като по този начин се превръщате в лидер на мнение и стимулирате дискусии между вашите връстници, последователи, потенциални и съществуващи клиенти.
- **Instagram:** Instagram е приложение, основано на снимки, което отново изисква да се регистрирате или като бизнес или като акаунт на частно лице. Той е визуално привлекателен и работи чрез използването и разпространението на хаштагове (ключови думи). Всеки потребител, който напише тези ключови думи в Instagram или в Google, вероятно ще намери цял набор от изображения, свързани с конкретното им търсене, като по този начин насърчава информацията за посетителите и потребителските потоци. Що се отнася до избора на конкретните изображения, които публикувате като своя услуга / институция, те трябва да са визуално привлекателни, да предават послание и да стимулират дискусията сред последователите ви. Можете също така лесно да интегрирате и покажете вашия фийд за снимки в Instagram на вашия уебсайт, като добавите усещане за действително споделяне и участие в иначе евентуално статична страница.
- **Twitter:** Twitter е услуга за кратки съобщения, ограничена до 280 знака за твит; отново разчита силно на използването и функцията на хаштагове, които движат цели новинарски бизнеси и кампании около тях. Както при гореспоменатите канали за социални медии, Twitter може да се превърне в много силен инструмент за комуникация, особено когато се обръща към англоговорящи и нововъзникващи глобални пазари.
- **Google my business:** Google My Business е безплатен и лесен за използване инструмент за фирми и организации за управление на тяхното онлайн присъствие в Google, включително Search и Maps. Чрез проверка и редактиране на вашата бизнес информация, можете както да помогнете на клиентите да ви намерят, така и да им разкажете историята на вашия бизнес.
- **Pinterest:** Pinterest е инструмент за визуално откриване за намиране на идеи като рецепти, вдъхновение за дома и стила и други. Когато намерите нещо, което ви харесва, можете да го закрепите (англ. to pin) в тематична дъска, която сте създали. По този начин вашите идеи са организирани и тематично разделени. Всеки пин ви свързва обратно към уебсайта, от който е запазен. Ако кликнете върху един пин, можете да научите как да го направите или къде да го купите.
- **Snapchat:** Snapchat има една функция, която му дава предимство и това е фактът, че снимките и съобщенията обикновено са достъпни само за кратко време, преди да станат недостъпни за получателите си. Приложението се

променя от първоначално фокусиране върху споделянето на снимки от човек на човек, до понастоящем, представяйки „Истории“ на потребителите от 24-часово хронологично съдържание, заедно с „Discover“, позволявайки на марките да показват поддържано от реклами съдържание в кратка форма.



Изображение 2.

Източник: Social Media Explained 2019 Infographic © Karine Miron

Препоръки за допълнителна информация:

Ще ви бъде от полза да преминете също през Програма за обучение 2 „Творческо мислене за иновации“, Смесен модул за обучение 7 - Създаване на атрактивно съдържание в социалните медии, Раздел 1 - Какво представлява съдържанието в социалните медии? където ще научите какво е съдържание в социалните медии и как то може да се използва за бизнес цели. Ще получите ценна информация по отношение на това как да установите ефективна комуникация в социалните медии



между вашата марка и вашите клиенти. Освен това ще се запознаете с основните „съставки“ на съдържанието в социалните медии, както и ще получите пример за това как може да се постигне подходящ баланс между тези компоненти по начин, който ефективно да популяризира вашия продукт чрез сайтове за социални мрежи.

Препоръки за допълнително четене Раздел 1:

“Social Media Explained”, Mark W. Schaefer, 2014, Amazon

“The Art of Social Media: Power Tips for Power Users”, Guy Kawasaki, 2014, Amazon

“How to Build a Social Media Marketing Strategy for Your Business”, September 11, 2015,
<https://www.addthis.com/blog/2015/09/11/how-to-build-a-social-media-marketing-strategy-for-your-business/>

“Social Media Channels Explained”, Автор: THEPIXEL, May 29, 2019,
<http://www.the-pixel.com/social-media-channels-explained/>

Препратки към Раздел 1:

Social Media Explained 2019 Infographic, KarineMiron, March 20, 2019,
<https://medium.com/@KarineMiron/social-media-explained-2019-infographic-d3dbec705fc0>

Social Media Guidelines for Cultural Tourism in Rural Areas, 11 September, 2017,
EuropeTour project

Раздел 2 - Нетикет. Powerful Hashtag. Stories



Изображение 1.

Източник: <https://www.rawpixel.com/image/533197/free-illustration-vector-hashtag-social-media-addiction>

Изображение от rawpixel.com

Тагове:

netiquette, online communication, network etiquette, Internet etiquette, Stories, Instagram Stories, Snapchat Stories, Storytelling, Hashtag, Hashtags, key words;

Раздел 2 - Въведение

Netiquette е принципът на онлайн комуникацията, в който хаштагове представляват ключовите думи, използвани за по-лесно намиране на информация. Заедно те са важни елементи от Stories.

При използване на социални медии собственикът на бизнеса все още е обвързан със същите принципи - комуникацията трябва да бъде искрена и директна и да се спазват определени правила. Ето защо е важно да се запознаете с мрежовия етикет и да го използвате подходящо.

Това е много полезно, когато стартап или предприемач започнат да популяризират продукт / услуга онлайн. С правилните думи, хаштагове и креативни и забавни истории е лесно да привлечете интерес към вашия бизнес и да добиете популярност за марката.

2.1. Нетикет

Нетикет е кратка форма на мрежов етикет или етикет в Интернет. Основава се на същите принципи, които се прилагат в ежедневиия ни живот със семейството, приятелите, клиентите и бизнеса. Идеята е, че въпреки че Интернет ви предлага до някаква степен анонимност, вие все пак трябва да се държите и да общувате така, сякаш разговаряте с хора очи в очи. Скриването зад фалшиво име или профил не ви дава оправдание за лоши маниери или публикуване на подстрекателски коментари. Правилото е - никога не коментирайте нещо, което не бихте могли да кажете в лицето на някого в реалния живот.

Няколко аспекта на Интернет включват използването на Netiquette и те са свързани най-вече с онлайн комуникацията чрез различни канали в социалните медии, при публикуване на коментари или изпращане на лични съобщения (*англ. съкр. DM*), при комуникация с други потребители в онлайн чатове и уеб форуми и т.н. Правилата са следните:

- Избягвайте публикуването на подстрекателски или обидни коментари онлайн (т.нар. flaming);
- Уважавайте поверителността на другите, като не споделяте лична информация, снимки или видеоклипове, които друг човек може да не иска да публикува онлайн;
- Никога не изпращайте спам на други, като изпращате нежелана поща;
- Покажете добро спортменство, когато играете онлайн игри, независимо дали печелите или губите;
- Не тролете хората в уеб форуми или коментари в уебсайтове, като многократно се заяждате или досаждате;
- Придържайте се към темата, когато публикувате в онлайн форуми или когато коментирате снимки или видеоклипове, като например коментари в YouTube или Facebook;
- Не псувайте и не използвайте обиден език;
- Avoid replying to negative comments with more negative comments. Instead, break the cycle with a positive post;
- Ако някой зададе въпрос и вие знаете отговора, предложете помощ;
- Благодарете на други, които ви помагат онлайн.

2.2. Силен хаштаг

Хаштагът е цифров символ (#), използван за обозначаване на ключови думи в твит. Името „hashtag“ е измислено от Twitter и съчетава думата „hash“ (друго име за числовия символ #) и „tag“ (*от англ. tag - етикет*), тъй като се използва за маркиране на определени думи.

Думите маркирани като хаштаг се превръщат във връзки към динамична емисия (фийд). Тази емисия се актуализира в реално време и изброява всички скорошни тuitове, съдържащи същия хаштаг. Когато публикувате тuit с хаштаг, той ще се покаже в публичната емисия.

Хаштаговете се използват за категоризиране на тuitове, тъй като всички тuitове с един и същ хаштаг са свързани. Следователно търсенето на хаштагове е добър начин за проследяване на горещи теми или тенденции. Например #election може да е популярен по време на политически избори. Имената на фирмите, като #apple и #microsoft, са често срещани термини с маркиране и могат да бъдат използвани, когато хората коментират лансирането им на нови продукти. Тъй като хората публикуват тuitове със същия хаштаг, съответният канал може лесно да се превърне в дискусия.

Хаштаг може да се използва във всяка социална платформа, включително Facebook и Instagram. Най-добре е да използвате популярни хаштагове, ако искате другите да видят публикацията ви. Единствената разлика идва от факта, че Twitter не препоръчва спам тuitовете с хаштагове и препоръчва да се използват не повече от три хаштага на тuit, докато в Instagram се прилага правилото „колкото повече, толкова по-добре“.

2.3. Истории / Stories



Изображение 2.

Източник: www.pexels.com/photo/apps-business-cellphone-cellular-telephone-533446/
Снимка на Pixabay в Pexels

Що се отнася до Stories, има милиони начини да направим това. Много популярна и широко разпространена тенденция в днешно време е използването на Stories, основно във Facebook, Instagram и Snapchat.

Stories са много популярна функция, която позволява на потребителя да създаде публикация или видео и да ги сподели със своите приятели и последователи.

Разликата е, че това съдържание изчезва в рамките на 24 часа след публикуването.

Това е лесен начин да споделите нещо по отношение на бизнеса си, за да привлечете

вниманието на аудиторията си към нов продукт, оферта или ограничена срочна сделка, нови статии в блога и т.н., без да добавяте тежко съдържание във вашата хронология. Много инфлуенсъри, блогъри на собственици на фирми използват Stories, за да проведат малко проучване благодарение на определени функции, които Instagram предлага. Лесно е да се свържете с последователите си и също така да получите обратна връзка, като зададете „Да / Не въпроси“ за вашата история или активирате „Задайте ми въпрос“, което позволява на последователите ви да ви зададат въпрос, относно нещо, което биха искали да знаят за вас. Историите за Instagram / Snapchat предлагат комбинация от работа / игра, която е възприета от много бизнес, влиятелни лица и потребители.

Препоръки за допълнително четене:

Препоръчваме да преминете и *Програма за обучение „Творческо мислене за иновации“*, *Смесен Модул за обучение 7 - Създаване на атрактивно съдържание в социалните медии*, *Раздел 2 - Видове съдържание в социалните медии*, където ще се запознаете с основните видове съдържание в социалните медии, които биха могли да бъдат успешно разработени, за да ангажирате и повлияете на вашата целева аудитория. Ще разгледаме какво представлява онлайн теста за социални мрежи, свързаните с него характеристики и как този тип интерактивно съдържание може значително да засили лоялността на клиентите ви. Ще бъдат дадени примери, които хвърлят повече светлина върху използването на онлайн тестове, за да задълбочат интереса на клиентите ви и да ги накарат да научат повече за атрибутите и предимствата, които има вашият продукт / услуга.

“100те най-популярни хаштага”, <https://www.all-hashtag.com/top-hashtags.php>

Препратки към Раздел 2:

Netiquette Definition, TechTerms, December 30, 2017,

<https://techterms.com/definition/netiquette>

Social Media Guidelines for Cultural Tourism in Rural Areas, 11 September, 2017, EuropeTour project

Hashtag Definition, TechTerms, March 5, 2012,

<https://techterms.com/definition/hashtag>

Раздел 3 – Какво е дигитален маркетинг



Изображение 1.

Източник: <https://www.pexels.com/photo/photo-of-laptop-near-plant-927629/>
Снимка на Tobias Dziuba в Pexels

Тагове:

digital marketing, how to sell online, online marketing strategy, social media marketing

Раздел 3 - Въведение

Дигиталният маркетинг е маркетингова кампания, която се провежда в онлайн света на клиентите чрез Интернет. В днешно време големият, средният и малкият бизнес използват дигитални канали като търсачки, социални медии, имейл и различни приложения, за да се свържат с настоящи и бъдещи клиенти. Често дигиталният маркетинг се възприема като безплатна (или евтина) маркетингова кампания, която ефективно може да се използва за достигане до повече клиенти, реклама на нови продукти / услуги, постигане на разпознаваемост на марката и много повече.

Дигиталният маркетинг се определя от използването на множество дигитални тактики и канали за свързване с клиенти, където те прекарват голяма част от времето си: онлайн. От самия уебсайт до онлайн брандирането на бизнеса - дигитална реклама, имейл маркетинг, онлайн брошури и не само - има набор от тактики, които попадат под шапката на „дигиталния маркетинг“.

Типичните инструменти за дигитален маркетинг включват:

- Уебсайт,

- Маркетинг за търсачки,
- Имейл,
- Плащане за клик,
- Социални медии,
- Връзки с обществеността.

Докато форматът и инструментите на дигиталния маркетинг са нови, централните концепции за създаване на ясна марка, сегментиране на пазара и предлагане на отличително предложение за стойност все още са градивните елементи на успешния маркетинг, както онлайн, така и офлайн.

Най-важните термини в дигиталния маркетинг са:

- **Марка (от англ. бренд / Brand)** – обещание за опит на клиентите, който се изразява в лого, униформа, шрифт и други методи;
- **Пазарно сегментиране** – процесът на разделяне на големи групи от клиенти на по-малки. Напр. „Жени” в „Разведени майки на възраст 24 - 35 години, живеещи в района на Ротердам”;
- **Предложение на стойност** – описанието на стойността, създадена от бизнеса за клиента. Обикновено се изразява като решение на проблема;
- **Управлението на онлайн репутация (от англ. Online Reputation Management, ORM)** – дейността на наблюдение и понякога опит за оформяне на възприятието за компания или бизнес чрез избор и преглед на информацията, която се публикува за тях онлайн.

Препоръки за допълнително четене:

Препоръчваме да преминете и *Програма за обучение CreatINNES 2 „Творческо мислене за иновации“*, смесен модул за обучение 7 - *Създаване на атрактивно съдържание в социалните медии*, Раздел 4 - *Система за управление на съдържание*, където ще получите основни познания по въпроса за системата за управление на съдържанието (CMS), какви основни функционалности предлага и как можете да ги персонализирате, за да подсилите комуникацията си в социалните медии

Препоръки за допълнително четене Раздел 3:

The Ultimate Guide on How to Use Instagram Stories, Brent Barnhart, March 5, 2012,

<https://sproutsocial.com/insights/instagram-stories/>

What Is Digital Marketing, Lucy Alexander, May 1, 2019,

<https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing>

Препракти към Раздел 3:

Модул за Социални медии, проект на DiTEM

Упражнения

Упражнение 1 - Създайте заглавие и добавете подходящи хаштагове към публикация в Instagram

[Създайте запомнящо се заглавие за снимка на продукт, който предлагате / ще предлагате в Instagram и добавете поне 5 отнасящи се към него хаштага.]

Упражнение 2 – Получете обратна връзка от вашите клиенти

[Представете си, че работите в кафене и бихте искали да предложите нов вкус на кафе. Коя социална платформа ще използвате, за да попитате клиентите си кои вкусове ще предпочетат?]

Упражнение 3 – Създайте група във Facebook

[Създайте Facebook група свързана по интерес около вашия продукт / услуга]

Добри практики

Добра практика 1 - 4Ocean

4Ocean е организация, която има за цел да сложи край на кризата с пластмаси в океаните, като приложи бизнес модел, който ще им позволи на организацията да расте бързо, за да може да плаща на работниците, да финансира почиствания и да разпространява информацията за пластмасова криза в океаните. Те успяват да изградят посветени последователи в различни канали в социалните медии и редовно публикуват актуализации за тяхната кауза, напредък и дори съвети как да използваме по-малко пластмаса в ежедневието. Те имат онлайн магазин, от който могат да бъдат закупени гривна 4ocean и други продукти без пластмаси.

Добра практика 2 - Team Trees

Team Trees е предизвикателство за колаборативно набиране на средства, което започва през 2019 г. с цел да се наберат 20 милиона щатски долара до 2020 г., за да се засадят 20 милиона дървета. Той спечелва голяма популярност в социалните медийни канали. Всъщност, този проект беше роден в социалните медии. Известната инициатива започва, когато фенове на Джими Доналдсън (*бел. по-известен като MrBeast*) му предлагат да засади 20 милиона дървета, за да отпразнува достигането на 20 милиона абонати в YouTube. Идеята веднага бива възприета и той си партнира с Марк Робер, за да стартира набирането на средства. На 25 октомври 2019 г. Доналдсън качва видеоклип в YouTube, обясняващ плана си и много ютубъри се присъединяват към движението. Всяко дарение се насочва към Фондацията Arbor Day, която се задължава да засади по едно дърво за всеки дарен щатски долар. Известни хора като Алън Уокър и Илон Мъск се присъединяват към набирането на средства.

Добра практика 3 - Love your melon

Love Your Melon е бизнес, основан през 2012 г. от двама приятели, Закари и Брайън, които искат да започнат бизнес със значимо и положително социално въздействие. Първоначалната им цел е да дадат 45 000 шапки - по една за всяко дете, което се бори с рака в Америка. След като го постигнат, те си поставят нова цел да дарят един милион долара за изследвания на рак при децата и да осигурят незабавна подкрепа на деца и техните семейства. Към днешна дата те са дали над 6,2 милиона долара за борба с детския рак. Тяхната тайна? Петдесет процента (50%) нетна печалба от продажбата на всички продукти Love Your Melon отива за каузата. Това е много успешна маркетингова стратегия за увеличаване на печалбите и дарение на тези, които са в нужда.

Относно CreatINNES

„Фрийлансъри и стартъпи в КТИ“, разработен в рамките на проекта на ЕС CreatINNES – Стратегическо партньорство за иновация и развиване на бизнес умения в сектора на културните и творческите индустрии финансиран по схемата на Erasmus+ за 2018-2021.

Нашата програма за обучение по предприемачество съдържа следните 8 модула:

- Комбиниран модул за обучение 1 – Планиране, организиране и управление – визуализиране на предприемаческия път
- Комбиниран модул за обучение 2 – Бизнес планиране
- Комбиниран модул за обучение 3 – Маркетингова стратегия и елементи на маркетинговия микс
- Комбиниран модул за обучение 4 – Работа в мрежа, изграждане на екосистема и навлизане в международни пазари
- Комбиниран модул за обучение 5 – Как да финансирате растежа на вашия бизнес
- Комбиниран модул за обучение 6 – Как да създадете, защитите и управлявате вашата интелектуална собственост и права
- Комбиниран модул за обучение 7 – Дигитализиране чрез социалните медии
- Комбиниран модул за обучение 8 – Силни презентационни умения

Всичките модули са създадени с под ръководството и с подкрепата на международния екип CreatINNES от бизнес разработчици и участници в сектора на креативната индустрия, базиран в пет европейски държави: България, Франция, Германия, Унгария и Северна Македония.

Задълбочете знанието си като преминете **Програма за обучение 2 „Креативно мислене за иновация“**.

Можете да откриете повече информация на страницата на проекта: www.creatinnes.eu

THANK
YOU

