



# Deer.

Модул: ИТ и дигитални решения за дигитално предприемачество  
Ниво 1



## Раздел 1 - Ниво 1 - Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

- Въведение
- **Бизнес ангели**
- Характеристики на Бизнес ангелите
- Критерии за инвестиране от Бизнес ангели
- Бизнес ангели - предимства и недостатъци
- **Групово финансиране**
- Видове групово финансиране
- Груповото финансиране - предимства и недостатъци
- Вашата кампания за групово финансиране. Преди, по време на и след
- Най-добрите платформи за групово финансиране

### 1.2 Бизнес инкубатор vs бизнес ускорител

- Какво е бизнес инкубатор?
- Какво е бизнес ускорител?
- По какво се различават?

### 1.3 ИКТ и социалните мрежи

- Въведение
- Предимствата на ИКТ и корпоративните социални мрежи, предоставени на малките и средни предприятия
- Как ефективно да използвате социалните мрежи и популяризирате марката

# Раздел 1 - Ниво 1 - Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи



With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

Неформалното финансиране е всяка форма на финансиране, в която финансовата система не е директно замесена.

Неформалното финансиране винаги е съществувало, обаче, в последните години 2 обстоятелства провокираха развитието му.

Първото обстоятелство е икономическата криза, а второто е развитието на технологията, което позволява на повече хора да участват в проекти.

#### Групово финансиране и Бизнес ангели:

Сред типовете за неформално финансиране, два могат да бъдат подчертани.



## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

#### Бизнес ангели:

Бизнес ангелът е някой, който взема собствени решения за инвестиции и допринася със собствени пари, понякога и с време, в частни компании, препоръчани от хора, които нямат връзка с тях. Въпреки че инвестира в различни етапи от развитието, бизнес ангелът има много важна роля в създаването на иновативни компании чрез подпомагането на предприемачите в ранни етапи на жизнения процес на техните компании (учредяване и стартиране).

Подобни успешни компании са The Body Shop, Amazon, Skype, Starbucks и Google. Те са били подпомогнати от бизнес ангели в техните ранни дни.

Бизнес ангелите са известни в САЩ като ангели инвеститори или само ангели, като препратка към предприемачите, които са подпомогнали продукциите на театъра Бродуей в началото на 20-ти век.





# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и груповото финансирането

### Характеристики на Бизнес ангелите

Въпреки че бизнес ангелът има много разнообразен профил и е трудно да бъде категоризиран, някои характеристики са общи за всички тях и ги различават от всички други видове инвеститори:

- Те инвестират собствени пари, за разлика от Предприята за рисков капитал, които инвестират парите на други хора.
- Те взимат собствени инвестиционни решения.
- Те инвестират в компании, препоръчани от хора, с които нямат никаква връзка и не са приятели.
- Те имат за цел да изкарат пари, въпреки че не е основната им мотивация за инвестицията.
- Те допринасят със стойност и взимат участие в бизнеса, не само финансово, но имат правото и да взимат решения.
- Участието им в компаниите обикновено е, когато те са в началната си фаза (техният капацитет на инвестиране не е ограничен, затова те обикновено навлизат в компанията, когато нейната стойност не е много висока). Обикновено, те инвестират между 25-100К €.
- Те са професионалисти и инвестират в сектори, в които имат предишен опит.
- По принцип, те поддържат анонимността си пред други хора, въпреки че много от бизнес ангелите са добре познати публични фигури.



# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

### Критерии за инвестиране от Бизнес ангели:

- Подробен анализ на бизнес плана:

-Идентифициране и описание на бизнеса, техническата, търговската и финансовата жизнеспособност (рентабилност).

-Планиране на необходимите стратегии за растеж и следващите стъпки, разбиране на необходимостта от ресурси, вложени в компанията, както и тяхното възвръщане (кога тези ресурси са били инвестирани, какви постижения има компания?)

- Бизнес ангелите обикновено инвестират основно в технологичния сектор
- Потенциалът на партньорите и хората, които препоръчват идеята, както и сходството им с тях.
- Планирането на възвръщане във времето на инвестираната сума.
- Определяне на собствеността на компанията след увеличаване на капитала и разпределение на печалбите и капитала между партньори и инвеститори след определено време.



## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

#### Бизнес ангели - предимства и недостатъци:

- Предимствата на Бизнес ангелите

Значително предимство е, че инвестицията на бизнес ангела носи по-малко риск, отколкото традиционното финансиране, тъй като не трябва да бъде изплатено при провал в стартирането на бизнеса. Много от тези инвеститори допринасят също така със своя опит и контакти, което е допълнително голямо предимство.

- Недостатъците на инвестирането от Бизнес ангелите

Основният недостатък на инвестирането от бизнес ангел е фактът, че губите пълния контрол върху бизнеса си. В зависимост от това как договорите притока на капитал, вашият ангел инвеститор може да има властта да взема участие в управлението на компанията и да получи част от печалбата при продажба на компанията. От друга страна, при традиционния заем, банката няма контрол върху операциите на вашата компания и няма право на дял от печалбите ѝ.



# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

### Групово финансиране

Това е процесът за финансиране на начинание или проект чрез събиране на малки суми пари от много хора. Чрез достигането до много различни хора, груповото финансиране обикновено събира големи суми пари без взимане на заеми, без харчене на спестявания и без обвързване с рискови капиталисти или банки.



**Груповото финансиране** е подобен на системата за **бизнес ангели**, но се различава в два основни аспекта - стреми се към големи инвестиции чрез събиране на много малки суми от различни хора и разчита на **ИКТ за събирането на сумата**.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

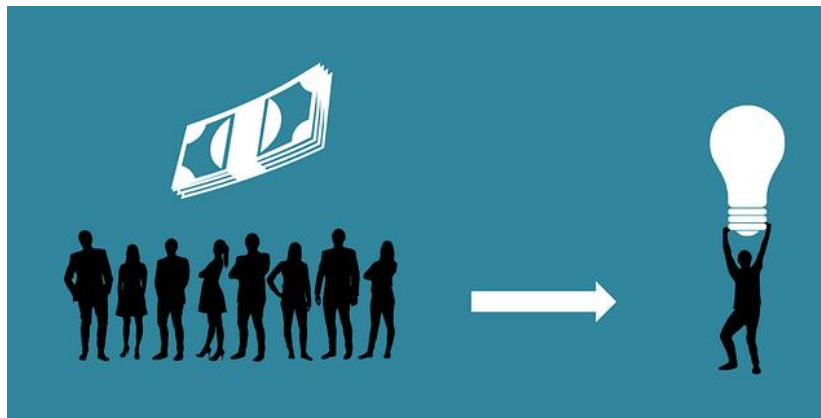
# Deer.

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

#### Видове групово финансиране

Групово финансиране, базиран на награди: хора дават назаем малки суми пари на проект в замяна на награда или поощрение.

Групово финансиране, базиран на капитал: инвеститорът получава част от компанията, в замяна на тяхната инвестиция.



Групово финансиране, базиран на дарения: голям брой хора даряват малки суми пари на проект, като не очакват нищо в замяна.

Групово финансиране, базиран на дългове: голям брой хора дават назаем малки суми пари, с очакването да ги получат обратно с лихва.

## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

Какви са предимствата на груповото финансиране?

#### По-малки финансови рискове

Повече приходи с по-малки рискове

#### Утвърждава бизнес идеята

Можете да утвърдите продукта си и да използвате обратната връзка, за да го подобрите преди да бъде изпратен

#### Подобрение на вашите маркетинг усилия

Маркетингът става лесен чрез съществуващите платформи и ангажираните финансиращи органи.

#### Ефективността при набиране на средства

Груповото финансиране може да събере достатъчно капитал за стартирането на вашето начинание.

#### Възможност за свързване

Споделянето на вашите бизнес идеи не само привлича финансиране, но също така и професионални препоръки и съвети как да ги подобрите.

## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

#### Недостатъци на груповото финансиране

##### Време и усилия:

Успешните кампании изискват много посвещение, от гледна точка на време, усилия и дори пари.

##### Всичко или нищо:

Ако не можете да постигнете целта си, вашите инвеститори получават парите си обратно, а вие оставате без нищо. Само малка част от груповото финансиране кампаниите успяват да постигнат желаните цели.

##### Накърнена репутация:

Вашата репутация може да бъде сериозно накърнена или да понесе тежък удар, ако проектът ви се провали или не се осъществи.

##### Кражба на идея:

Освен ако не патентовате вашата идея за колективно финансиране или регистрирате вашата марка, някой може да я открадне. Някои хора може не само да откраднат вашата идея, но и да я подобрят (или просто да я представят на пазара по-успешно).

**Важно е да потърсите помощ от бизнес соасн, който ще ви помогне подробно да разгледате предимствата и недостатъците на кампанията, за да прецените дали е правилна за вашия проект.**

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deep.

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и груповото финансиране

Вашата кампания за групово финансиране. Преди, по време на и след.

#### Преди:

- **Отделете време, за да опознаете проекта си**, основните му характеристики, приложимостта му и възможните приходи.
- **Експерименти с груповото финансиране.** В допълнение към теоретичните знания, отличен начин да научите как работи системата, е като участвате в нея.

Помогнете в нечия друга кампания, за да можете да придобиете опит и да помислите за подобрения.

Освен това, в бъдещи случаи, може да ви бъде от помощ и да получите същото сътрудничество във вашата кампания.





# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

- **Финансиране:** Вашата цел е да постигнете 100% от нужното финансиране, но също така трябва да определите минимума, нужен за осъществяването на вашия проект.



- **Платформа:** Както може да се види от този курс, има много платформи за краудфандинг, от които можете да изберете, да анализирате комисионната (обикновено между 5% и 8%), както и сигурността на плащанията на редовните посетители и дали платформата предлага допълнителни промоционални услуги или възможности за връзка с редовните посетители.
- **Продължителност:** По-дългата кампания, не означава, че е по-добра. Освен това, колкото по-дълга е една кампания, толкова повече поддръжка ще изисква.

Времето, нужно, за да се стартира кампанията, обикновено е един или два месеца, а продължителността е около 5 или 6 месеца.

Помнете, че през цялото това време, ще трябва да се 100% посветени на вашата кампания.



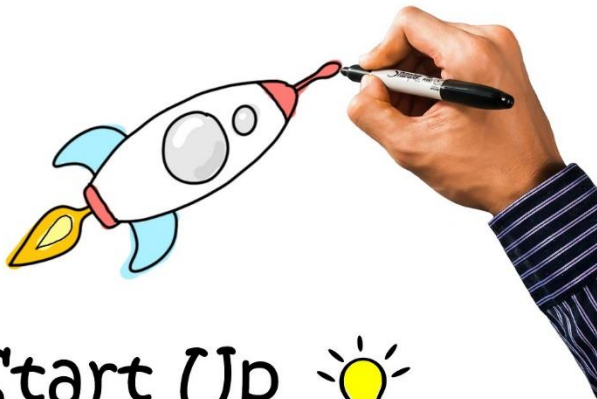
# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

### По време на:

- **Стартирането:** Най-важното нещо за успешното стартиране на вашата кампания е да представите вашата бизнес идея по най-оптималния начин и да окуражите сътрудници да участват в нея.



Start Up 

- **Добра история, за да привлечете инвеститори:** Трябва да можете да разкажете добра история, за да може потенциалните инвеститори да се припознаят в нея. Така, те ще я запомнят и ще бъдат по-склонни да дарят.

Експертите препоръчват разказването на историята да се прави във второ лице, защото така създава съпричастност.

В допълнение към използването на оптимални опаковки, трябва да имате и добър продукт. Отделете време, за да подготвите добро описание на своя продукт, като анализирате характеристиките му, защо обществото има необходимост от него и какви предимства ще донесе на своите инвеститори.

Приемете видеото като свой помощник. Създадете качествено видео за разказването на историята си и представянето на продукта. Ако имате нужда, потърсете професионална помощ.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



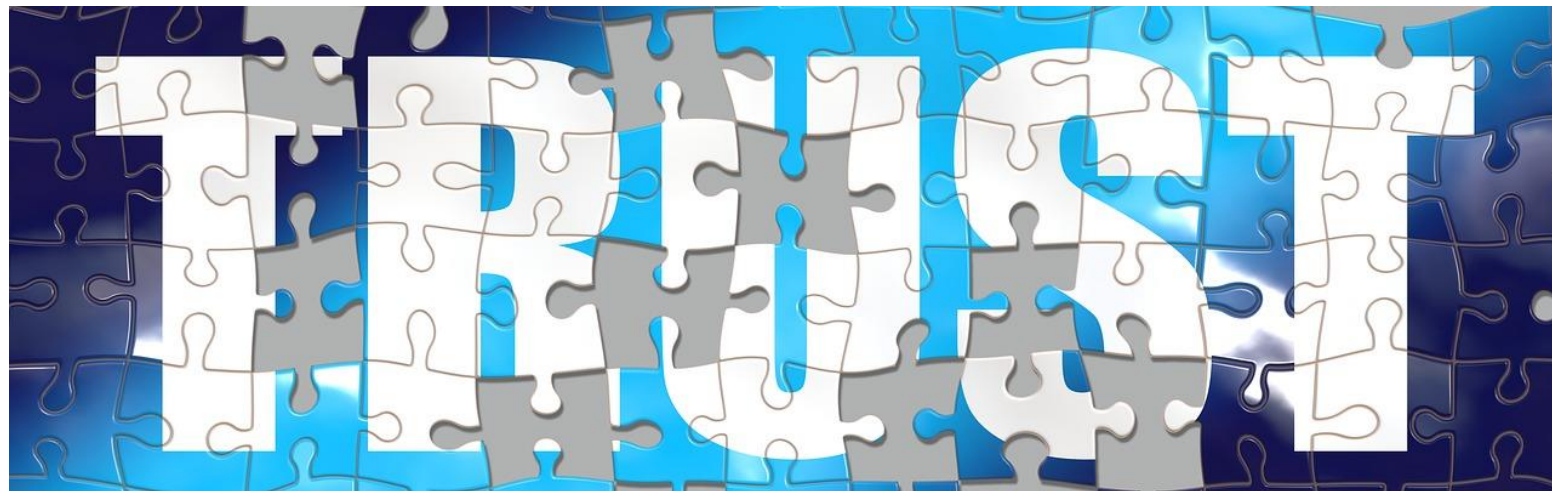
Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

- **Яснотата поражда увереност:** Един от враговете на вашата кампания ще бъде недоверието и страхът от измама. За да го превъзмогнете, ще трябва да подчертаете вашата същност, предимствата на вашия продукт, както и да бъдете много ясни за приложимостта на проекта, срока и сумата пари, която ви е нужна.
- **Какво предлагаме в замяна:** Когато допринасят към стартирането на успешен продукт, нашите сътрудници обикновено очакват да получат нещо в замяна като продукти или участие в компанията.



Трябва да използвате привлекателна награда, за да окуражите участие. Реалистична награда, за да избегнете бъдещи проблеми.



# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deep.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

- **Пълн маркетинг:** Маркетингът трябва да присъства през цялата ви краудфандинг кампания. Трябва да използвате всички средства, с които разполагате.

Социални мрежи.

Онлайн реклами.

Инфлуенсери.

Имейл маркетинг.

Блогове и целеви страници.



Друг аспект, който не трябва да забравяте, е да следите всичко казано за вашата кампания в мрежите.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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

# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране социалните мрежи

# Deer.

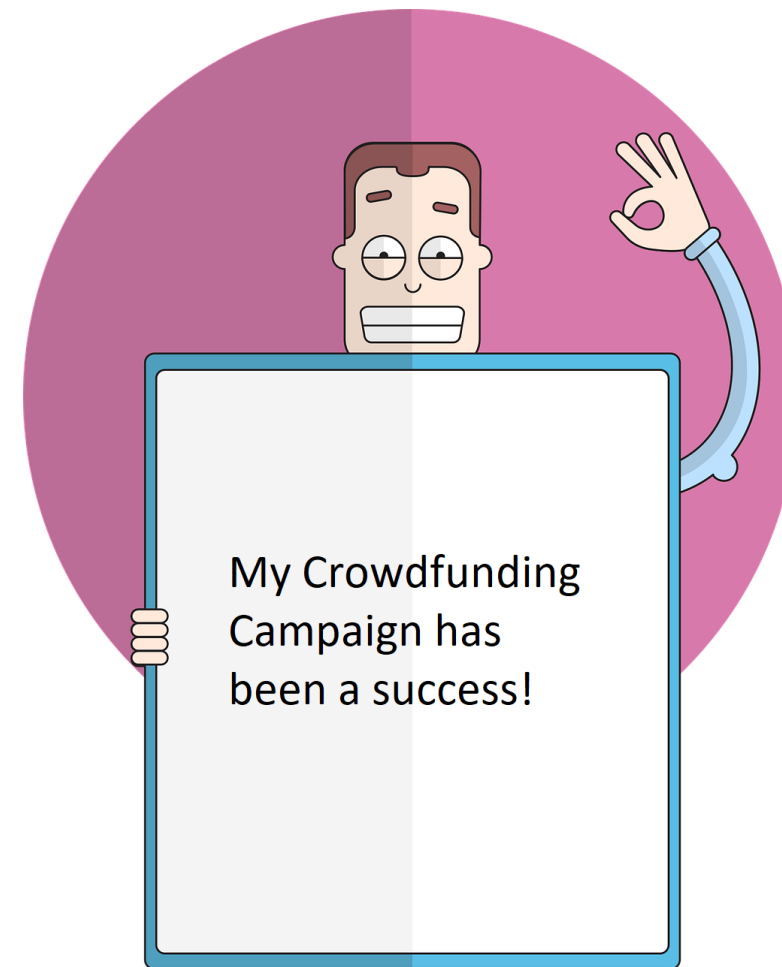
## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

### След: Постигнах целта си. Сега какво?

Ако сте последвали всички тези стъпки и сте били постоянни, вашата инициатива може да е получила необходимото финансиране. Какво трябва да направите след това?

**Последващата кампания** е жизненоважна стъпка. Помнете, че финансирането е единственият начин, за да пуснете продукта си на пазара. Ядосаните сътрудници могат да сложат петно на вашия продукт, от което той да не може да се възстанови.

Ключът е в комуникацията, ясното представяне на успеха на кампанията, благодарност към сътрудниците и посочване на сроковете, както и начините инвеститорите да получат нещо в замяна за своите инвестиции.





## 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

### 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

ТОП платформи за краудфандинг. Целево местоположение (Европа – Света)

1. Kickstarter (Global) <https://www.kickstarter.com/>

2. Indiegogo (Global) <https://www.indiegogo.com/>

3. GoFundMe (Global) <https://www.gofundme.com/>

4. SyndicateRoom (Global) <https://www.syndicateroom.com/>

5. MightyCause (Global) <https://www.mightycause.com/>

6. Crowdcube (United Kingdom) <https://www.crowdcube.com/>

7. Oneplanetcrowd (Netherlands) <https://www.oneplanetcrowd.com/nl>

# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deep.

## 1.1 Неформално финансиране: Бизнес ангели и групово финансиране

ТОП платформи за групово финансиране. Целево местоположение (Европа – Света)

8. Startupxplore (Spain) <https://startupxplore.com/en>

9. Goteo (Spain) <http://www.goteo.org/>

10. Seedmatch (Germany) <https://www.seedmatch.de/>

11. Companisto (Germany) <https://www.companisto.com/de>

12. WiSeed (France) <https://www.wiseed.com/fr>

13. Ulule (France) <https://fr.ulule.com/>

14. KissKissBankBank (France) <https://www.kisskissbankbank.com/>



# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

## 1.2 Бизнес инкубатор vs бизнес ускорител



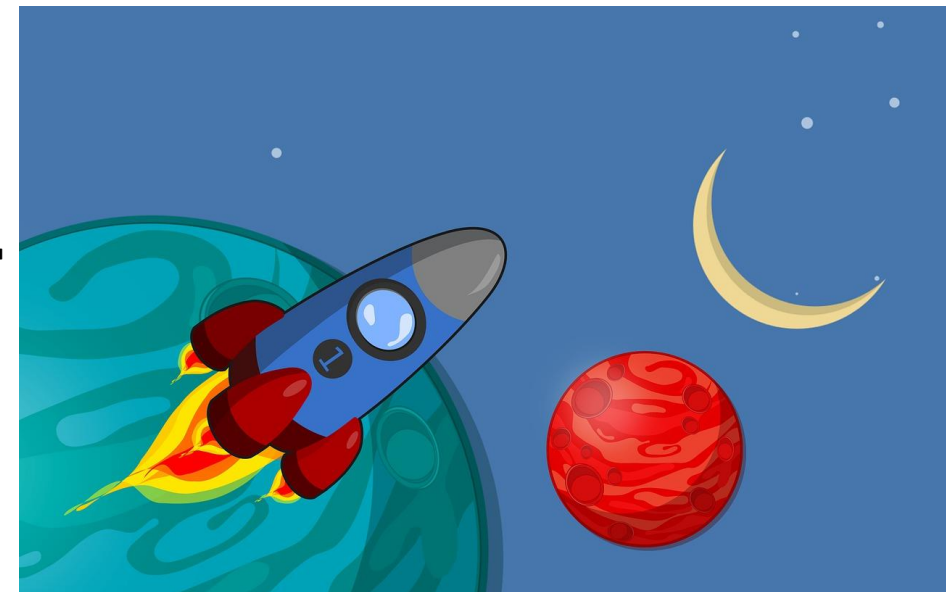
Бизнес инкубаторът и ускорителят ти помагат да се издигнеш, правят проекта ти печеливш или му помагат да се разрасне.



Бизнес инкубаторът и ускорителят създават своите ресурси - под формата на работно пространство, ментори или контакти - правят ги достъпни за твоята бизнес идея, така че тя да се изстреля на пазара.



# Deep.



Вашето стартиране ще мине през различни фази, като всяка от тях ще има различни нужди. Целта на инкубатора и ускорителя е една и съща: да помогне да предприемача. Начинът им на работа е това, което ги различава.



## 1.2 Бизнес инкубатор vs бизнес ускорител

### Какво е бизнес инкубатор?

Инкубаторът подпомага проекти на предприемачи, които са във фаза на създаване. Това е първоначалната фаза на бизнес идеята, която тъкмо се е зародила и търси подкрепа.

Бизнес инкубаторите помагат на стартиращи бизнеси по следния начин:

- **Коучинг.** Те ще ви помогнат в определянето на вашите цели, както и ще посочат действията за тяхното постигане и измерването на резултатите.
- **Обучение.** Курсовете на инкубаторите са обикновено, фокусирани върху развитието на бизнес идеи, търсенето на възможности на пазара и стартирането на компании.
- **Инфраструктура.** Те предоставят инфраструктури като офиси, стаи за срещи, Интернет връзка, офиси за поща или секретарски услуги.

Компания, която е била инкубирана, е по-вероятно да бъде успешна и да се разрасне.

## 1.2 Бизнес инкубатор vs бизнес ускорител

### Какво е бизнес ускорител?

Да ускориш означава да дадеш по-силен импулс на нещо, което вече се движи. Затова, бизнес ускорителят подпомага бизнеси, които вече оперират.

Ускоряването на стартиращи бизнеси се постига по следния начин:

- Интензивно обучение в някои аспекти като утвърждаването на бизнес идеи, Lean метода за стартиращи бизнеси, разработване на бизнес модели чрез използване на Lean Canvas метода, търсене на партньори, маркетинг план, създаване на партньорства.
- Менторство. Хора, специализирани във вашата бизнес среда, ще ви дадат съвети и ще ви предложат нови идеи.
- Инвестиции. По принцип, процесът по ускоряване на бизнеса завършва със сесия, в която всеки предприемач представя проекта си в няколко минути пред потенциални инвеститори, за да получат финансиране за своята компанията.



## 1.2 Бизнес инкубатор vs бизнес ускорител

### По какво се различават?

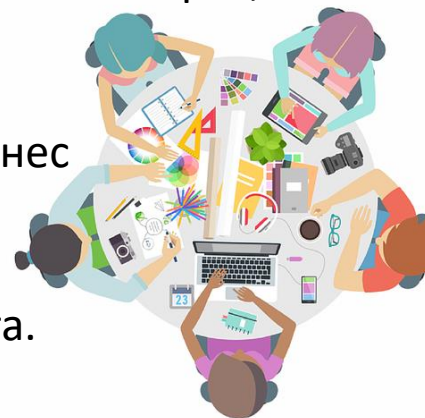
Отдолу има резюме на списъка с основните различия между инкубатори и ускорители.

- Инкубаторът помага на бизнесите да се появят на пазара, докато ускорителят помага на тези, които вече са в разрастване.
- Бизнес инкубаторът започва работа с новия проект още от самото начало, предоставяйки съвети и обучения, за да направи появата на пазара успешна. Когато идеята или бизнесът е представен, инкубаторът дава ред на ускорителя. Както името му подсказва, основната му цел е да "ускори" проектите, като им помага да станат печеливши в средносрочен и дългосрочен план.
- Ускорителите търсят "рязък" растеж, докато инкубаторите естествен. Основната цел на ускорителите е да постигнат бързи темпове на растеж за своите клиенти за кратък период от време. Така, те се опитват да осигурят оцеляването на компанията, тъй като повечето компании се провалят и изчезват през първите пет години от своя живот.
- Бизнес инкубаторите вярват в развитието на новия проект в естествено темпо, което изисква по-продължителен период от време.

## 1.2 Бизнес инкубатор vs бизнес ускорител

### По какво се различават?

- Бизнес инкубаторите са се зародили, за да създават собствени проекти, които не са свързани по никакъв начин със своето дружество майка, въпреки че сега това не се случва особено често.
- Ускорителите помагат на вече създадени проекти, като жизненоважната фигура в този тип услуга е менторът. Менторът е съветник за важен проект или стартиращ бизнес. Те са професионалисти с доказан опит, които съветват предприемачите. Инкубаторите имат свои експерти, но не и такава специфична фигура.
- Инкубаторите предоставят физическо пространство. Много често бизнес инкубаторите предлагат сред услугите си и наемането на физическо пространство, в което новата компания да работи, докато получи окончателно седалище. Ускорителите не предоставят подобен вид услуга.
- Ускорителите съществуват от сравнително скоро, 2005, докато бизнес инкубаторите датират от 1960-те. И двете произлизат от САЩ, но техните корени се различават през времето.



# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

# Deer.

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

ИКТ, познати като Информационни и Комуникационни технологии, са набор от инструменти, които улесняват, както комуникацията между хората, така и събирането и анализа на информация.



Използването на социалните мрежи, особено чрез приложенията за мобилни телефони, продължава да се увеличава без значение каква е възрастта, полът или етническата принадлежност .

В предприемачеството, в частност дигиталното предприемачество, ИКТ и корпоративните социални мрежи, са допринесли за големи промени и много предимства в света на бизнеса.

Използването на предимствата на технологиите, като корпоративните социални мрежи, предоставя много ползи за средните и малки предприятия, които са новият фокус за технологичните компании.



# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

**Предимствата на ИКТ и корпоративните социални мрежи, предоставени на малките и средни предприятия**

По-добра вътрешна и външна комуникация.

Имейлът, социалните мрежи, WhatsApp и другите инструменти за технологична комуникация са много важни инструменти за компанията.

Опростява управлението.

ИКТ и корпоративните социални мрежи спестяват значително количество време при извършването на задачи и опростява много процеси. Действия като планиране, управление, организация, бизнес мониторинг и контрол са много по-бързи и ефективни, когато се използват правилните инструменти.

# Deep.



## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

### Удовлетворени клиенти

Инструментите за управление ни предоставят по-добра информация за клиентите, техните практики на пазаруване, техните предпочитания, техните нужди и желания, както и ни позволяват да създадем стратегии, фокусирани върху удовлетворяването на нашата цел.

Също така, социалните платформи предлагат механизми за лоялност и улесняват обслужването на клиенти.

### Разширяване

Използването на корпоративните социални мрежи е много важно за разширяването на бизнеса и границите му. ИКТ и социалните мрежи са инструменти, които превъзможват всички технологични, физически и пространствени бариери, за да допринесат към разширението и развитието на компанията, особено в началните етапи.

### По-добър образ на компанията като марка.

ИКТ инструментите и корпоративните социални мрежи проектират модерен и иновативен образ на компанията, което допринася към нейната ефективност и конкурентоспособност.



## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

### Как ефективно да използвате социалните мрежи и популяризирате марката

Представянето в социалните мрежи е тясно свързано с образа, чрез който представяме на нашата марка.

Повишената осведоменост за марката е от решаващо значение за растежа ѝ.

Винаги трябва да имате в предвид големия брой променливи и това, че действията, нужни за всяка социална мрежа, са различни.

С тези съвети, ще бъде по-лесно да оптимизирате присъствието си в социалните мрежи и да създадете силен образ на марката.

### **Определете своята цел.**

Първо, много е важно да определите целите си, които ще ви служат като насоки, когато създавате стратегиите си за социалните мрежи.

Винаги интелигентни цели:

Специфични-Измерими-Постижими-Подходящи-Навременни

# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

# Deer.

**Специфични:** "Искам да достигна 500 последователи в моя Facebook профил".

**Измерими:** Вашите успехи трябва да бъдат ясни и специфични. Така те ще бъдат измерими.

**Постижими:** Бъдете реалистични за вашите краткосрочни и дългосрочни цели, за да избегнете раздразнение.

**Подходящи:** Подходящите цели трябва да бъдат приложими за вашата бизнес стратегия. Ако само се целите към последователи и харесвания, а не към качествен трафик към вашия сайт, е много вероятно да се провалите в социалните платформи.

**Навременни:** Целите трябва да имат крайни срокове. Те не трябва да са нито прекалено къси, за да може да се постигнат целите, нито прекалено дълги, за да не се губи перспектива. Крайните срокове също така ще донесат отговорност на вас и на вашия екип.



## 1.3 ИКТ и социалните мрежи



### Познавайте аудиторията си

Познаването на аудиторията е важно, защото това са вашите целеви групи.

За да познавате вашите целеви групи, трябва да можете да отговорите на **тези въпроси**:

Имам ли идеален клиент за моя продукт/услуга?

Каква е средната възраст на този клиент?

Полово ориентирана ли е моята услуга или продукт?

Какво е нивото им на приходи?

Какво е общественото им ниво или нивото им на образование?

Какви са предпочитанията им или характерите им?

Познаването на вашата целева аудитория, ще ви позволи по-лесно да привлечете тяхното внимание и в последствие техния интерес. Когато това е постигнато, социалните мрежи ще бъдат най-добрият инструмент, за да спечелите последователи за вашия уебсайт или продукт.

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

- **Анализирайте активността:** Проучете колко активни са вашите конкуренти в социалните мрежи, колко често публикуват и каква обратна връзка получават.
- **Запознайте се с уебсайтовете им:** Вероятно много от вашите конкуренти ще използват уебсайтове като платформа, за да подпомогнат социалните си мрежи в създаването на съдържание. Проверете кои използват уебсайтове и блогове и анализирайте техните публикации, като обърнете внимание на съдържанието, което е споделено най-много.

### Кои или колко социални мрежи да изберете?

Ако вече имате профил на вашата целева група и знаете тяхната възраст, приходи, пол и др., можете да сравните данните с демографските данни на социалните мрежи и така да прецените коя ще бъде най-подходяща.

Можете да изберете социалните мрежи и на база съдържанието, което ще създавате. Например, ако създавате видео и снимки за своята марка, можете да използвате Pinterest, YouTube, Instagram, Facebook и др. Ако имате намерение да публикувате съдържание за бизнес развитие, под формата на статии, LinkedIn и идеален за вас.

Важно е да не покривате твърде много, бъдете внимателни с броя на избраните от вас социални мрежи, защото работата по актуализиране, поддръжка и управление може да стане прекалено натоварваща, ако нямате достатъчно ресурси.



## 1.3 ИКТ и социалните мрежи



### Познавайте конкуренцията си

Основата в създаването на стратегия за социалните мрежи е познаването на вашите бъдещи клиенти. Обаче, знаете ли, че друга жизненоважна част е разбирането на конкуренцията?

За да имате конкурентноспособно предимство, трябва да знаете кои са вашите конкуренти, с какво се занимават и как можете да ги победите. Най-добрият начин, за да постигнете това, е да намерите и анализирате информация за вашите конкуренти. Така ще разберете какво работи добре във вашия сектор.

Тези стъпки могат да ви помогнат:

- **Идентифициране:** Използвайте Google, за да потърсите ключови думи, използвани от вашата аудитория, и вижте кои компании излизат в първите резултати. Използвайте тази информация, за развитието на бизнеса си.
- **Сравнение:** Сравнете представянето си в социалните мрежи с това на конкурентите си, наблюдавайте дизайна на техните мрежи, специфичните характеристики, отличаващата се информация, която те предлагат, отговорите на последователите им към техните публикации, хаштаговете, които използват и др. Използвайте тази информация, за да подобрите стратегията си.



## 1.3 ИКТ и социалните мрежи



### Създайте стратегия за съдържанието

- Използвайте визуално съдържание, за да подобрите осведомеността за марката

Визуалното съдържание е по-привлекателно за потребителите на социалните мрежи. Създавайте графики и картинки и ги публикувайте в социалните мрежи. Има по-голяма вероятност хората да споделят нещо, което е визуално привлекателно, отколкото публикация, която съдържа само текст.

- Споделяйте отлично съдържание

Качественото съдържание резултира в желаните от нас действия. Ако вашето съдържание няма стойност, то тогава вашите публикации ще бъдат игнорирани. Анализирайте вашите конкуренти.

- Организирайте състезания

Може да бъдат всякакъв вид състезания, опитайте се да бъдете креативни. Хората обичат да се състезават и ще споделят вашите състезания с други хора, което ще подобри осведомеността за вашата марка.





## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

- Блогът - вашият най-добър партньор.

Ако все още нямате блог, то създайте такъв. Създайте полезни и интересни публикации и ги споделете във вашите социални мрежи. Ако съдържанието е качествено, то то ще бъде споделено.

Ако ви липсват идеи, проучете вашите конкуренти.

Разпространявайте вашите публикации. Използвайте профилите си в социалните мрежи, за да ги направите по-успешни. Ако някоя публикация получи добра обратна връзка, то тогава можете да я взимате за пример, когато създавате бъдещи такива.

- Не забравяйте да използвате хаштагове

Не се страхувайте да използвате хаштагове, тъй като те разширяват досега на вашата марка в социалните мрежи.

- Инфографика

Най-добрият вариант е вие сами да създавате своята инфографика. Обаче, ако не можете, имате възможността на споделите инфографиката на някой друг и да отбележите източника. Ако те предоставят полезна информация, то хората ще я споделят.

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи

- Направете съдържанието си популярно

Изглежда лесно, но не е. Дали нещо ще стане популярно зависи от това дали съдържанието е стойностно и привлекателно. Ако социалните ви мрежи са успешни, то тогава е по-лесно съдържанието ви да стане популярно.

  **Подобреете изживяването на потребителите**

Трябва да знаете, че социалните мрежи подобряват изживяването на потребителите.

Преди да публикувате, трябва да имате в предвид какво вашите последователи ще очакват. Не публикувайте просто така съобщения за промоции. Можете да предоставяте информация за вашата компания или новини за вашия сектор.

Ако вашите последователи се оплакват, не ги игнорирайте. Опитайте се да им отговорите възможно най-скоро и бъдете приятелски настроени.

Опитайте се да накарате последователите си да се чувстват добре. Считайте го като работа с клиенти.

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи



### Бъдете себе си

Последователите ви са, също като вас, хора. В социалните мрежи трябва да се опитвате да изразите себе си като човек, който се обръща към други хора. Не създавайте изкуствен образ. Когато вашите последователи усетят, че сте истински човек, то тогава е по-вероятно да се ангажират.



### Адаптирайте стила си спрямо различните платформи.

Трябва да бъдете себе си, но също така трябва да имате в предвид, че всяка платформа има различни характеристики. В платформи като Twitter, можете да бъдете по-лежерни, докато в тези като LinkedIn, трябва да се държите по-професионално и да покажете своята ефективност. В истинския живот, в различни социални ситуации, ние можем да се държим по различен начин, но винаги трябва да сме учтиви и почтени.

# 1. Позициониране на ИКТ в груповото финансиране и социалните мрежи

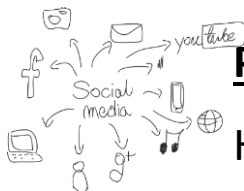
# Deer.

## 1.3 ИКТ и социалните мрежи



### Без копиране и поставяне.

Когато искате да споделите съдържание в няколко социалните мрежи, не публикувайте едно и също съобщение във всяка една от тях. Опитайте се да бъдете креативни и да публикувате различни съобщения за различните мрежи.



### Рекламирайте в мрежите

Не се ограничавайте. Ако имате ресурсите, използвайте няколко социални мрежи, за да публикувате съобщенията си. Възползвайте се от всички мрежи.

Не забравяйте да останете верни на образа на вашата марка. Така потребителите могат да разпознаят марката по-лесно.

Рекламите в социалните мрежи са чудесен начин, за да направите марката си разпознаваема.

Можете да използвате опциите за проследяване в социалните мрежи, за да получите информация за това колко често се споменава вашата марка.





# Deer.

*Благодаря ви за вниманието!*

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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