IMPLEMENTAREA MARKETINGULUI DE CONȚINUT PENTRU CREȘTEREA VIZIBILITĂȚII ȘI A VÂNZĂRILOR ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERII

Daniela PÎSLARI,

studentă, anul III, Facultatea Științe Economice, Universitatea de Stat din Moldova

CZU: 658.8:004.738.5 E-mail: mk2202pislari.daniela@gmail.com

Marketingul de conținut reprezintă una dintre cele mai importante strategii în mediul actual al afacerilor, definind modul în care companiile interacționează cu publicul prin oferirea de informații și experiențe valoroase. Această practică s-a dezvoltat în jurul ideii că, pentru a construi relații pe termen lung, este esențial ca brandurile să livreze conținut care răspunde nevoilor, intereselor și așteptărilor publicului lor. Într-o eră în care consumatorii sunt bombardați cu mesaje publicitare, marketingul de conținut reușește să creeze o legătură între branduri și consumatori, oferind mai mult decât simple produse sau servicii, ci oferind valoare.

În esență, marketingul de conținut este o strategie axată pe crearea unei experiențe valoroase. Este un conținut captivant, care poate fi partajat și, mai ales, concentrat pe a ajuta clienții să descopere personal că produsul sau serviciul predispus pentru aceștia este cel mai potrivit și capabil să le satisfacă nevoia [3].

În contextul digital actual, *Search Engine Optimization* (optimizarea pentru motoarele de căutare) cunoscut sub abrevierea SEO joacă un rol esențial în strategia de marketing de conținut. Optimizarea pentru motoarele de căutare nu mai reprezintă doar un instrument tehnologic, ci un element integrat care influențează întregul proces de creare, distribuție și evaluare a conținutului online. În esență, SEO asigură că materialele create ajung la publicul potrivit, în momentul potrivit, contribuind la creșterea vizibilității și a valorii percepute a brandului.

Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO) permite unui site web să apară în listele de rezultate de top ale unui motor de căutare pentru anumite cuvinte-cheie. Cea mai eficientă metodă de a atrage atenția unui număr mare de utilizatori este legată de optimizarea pentru motoarele de căutare [4].

Obiectul cercetării a fost entitatea ALFA-NISTRU S.A. Societatea pe acțiuni ALFA-NISTRU reprezintă una din cele mai performante și moderne întreprinderi din republică care prelucrează fructe, legume și pomușoare. Fabrica produce mai bine de 40 tipuri de produse conservate din legume, fructe și pomușoare, ce le comercializează sub marca „VIS”.

Analiza SWOT oferă o perspectivă cuprinzătoare asupra poziției entității ALFA-NISTRU S.A. în cadrul industriei agroalimentare. Prin valorificarea punctelor forte și abordarea punctelor slabe, împreună cu explorarea oportunităților și gestionarea

ameninţărilor, instituţia poate dezvolta strategii eficiente pentru a-şi consolida poziţia pe piaţa internă şi externă (tabelul 1)

Tabelul 1

Analiza SWOT a entităţii ALFA-NISTRU S.A.

PUNCTE FORTE	**PUNCTE SLABE**
1. Utilaj şi tehnologii de înaltă performanţă; 2. Produse de înaltă calitate ce sunt comercializate la preţuri convenabile; 3. Deţine o capacitate mare de producţie; 4. Relaţii constante cu furnizorii de materie primă; 5. Design atrăgător al ambalajului.	1. Dependenţa de furnizori de materie primă; 2. Materia primă este sezonieră; 3. Reţea de magazine proprii slab dezvoltată; 4. Deficienţa de angajaţi specializaţi, mai ales în procesul de producţie.
OPORTUNITĂŢI	**AMENINŢĂRI**
1. Potenţial neutilizat de furnizori de materie primă; 2. Existenţa specialiştilor absolvenţi; 3. Cerere constantă pentru produsele companiei; 4. Cerere pe pieţele externe pentru produsele companiei 5. Dezvoltarea unor noi canale de promovare	1. Concurenţă puternică atât pe piaţa internă, cât şi pe piaţa externă; 2. Barierele şi embargourile externe; 3. Demodarea şi/sau uzura utilajelor; 4. Dependenţă directă de factorii naturali, precum clima, calamităţile naturale etc.; 5. Piaţa de desfacere locală mică, cu posibilităţi reduse.

Sursă: Elaborat de autor

Pentru a îmbunătăţi performanţa şi a asigura o creştere sustenabilă a companiei ALFA-NISTRU S.A., s-au propus următoarele *recomandări* ce pot fi implementate prin marketingul de conţinut:

1) Consolidarea strategiilor de comunicare şi marketing pentru creşterea vizibilităţii brandului şi pentru fidelizarea clienţilor.
2) Revizuirea şi optimizarea articolelor şi paginilor existente de pe site pentru a include termeni de căutare specifici.
3) Lansarea de campanii interactive precum „Găteşte cu VIS”, care încurajează clienţii să creeze şi să distribuie conţinut cu produsele companiei.
4) Crearea de materiale digitale gratuite (ex. eBook „Ghidul sucurilor sănătoase pentru întreaga familie”) care pot fi descărcate de pe site în schimbul unei adrese de email – o metodă eficientă pentru creşterea bazei de date de marketing.
5) Implementarea unor instrumente de analiză (ex. Google Analytics) pentru a urmări comportamentul utilizatorilor pe site şi în reţelele sociale.

6) Colaborarea cu influenceri locali din domeniul culinar și al stilului de viață sănătos pentru a crește credibilitatea brandului.

În *concluzie*, marketingul de conținut nu este doar o tehnică de promovare, ci un proces strategic care îmbină creativitatea, tehnologia și analiza datelor pentru a oferi valoare consumatorilor și a asigura succesul întreprinderilor moderne. Evoluția sa continuă demonstrează adaptabilitatea și relevanța în mediul digital actual. Prin integrarea componentelor esențiale – tipuri de conținut, canale de distribuție și SEO – întreprinderile, precum ALFA-NISTRU, pot construi strategii durabile, bazate pe implicarea activă a consumatorilor.

Referințe:

1. Buzdugan A. Strategiile Mixului de Marketing pentru Companiile din Republica Moldova, 2014.
2. Buzdugan A. Marketing. Suport de curs, Chișinău, 2023.
3. Pulizzi Joe. Epic Content Marketing, How to tell a Different Story, Break through the Clutter, and win More Customers by Marketing Less, McGraw-Hill Education, 2014.
4. Nursel YalçÕna, Utku Köseb. What is search engine optimization: SEO? Procedia Social and Behavioral Sciences 9 (2010), p. 487–493.
5. Site-ul oficial al entității „ALFA-NISTRU” S.A. https://alfa-nistru.com/ro. (accesat 25.06.2025).

Recomandat
***Carolina TIMCO**, dr. conf. univ.*