



Escape2

Sprijin pentru dezvoltarea
strategiilor tematice de turism
rural

**Modulul 8 - Digitalizarea și
prezența comercială online**

*Focus pe IMM-urile din Turismul Rural din
Europa*

www.escape2project.org



Program de formare

Cum se dezvoltă cu succes o strategie de
înaltă calitate în turismul rural



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Digitalizarea și prezența comercială online

Acest modul își propune să prezinte digitalizarea, digitizarea și transformarea digitală, să clarifice diferențele dintre acești termeni și să arate antreprenorilor din turismul rural cum să implementeze aceste tehnologii în activitățile actuale și viitoare ale IMM-urilor.

Acest modul ilustrează ce este digitalizarea, digitizarea și transformarea digitală și, prin intermediul studiilor de caz, arată cum se poate implementa digitalizarea în afacerile de agroturism și care sunt avantajele acestora.

Afacerile antreprenoriale și IMM-urile durabile pe termen lung și de succes necesită cunoștințe despre potențialul de marketing și de afaceri al anumitor instrumente de colaborare și utilizarea social media în diferite faze ale antreprenoriatului lor.



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

Cuprins

- 01** **Digitalizarea** - definiție și principii
- 02** Marketingul **digital**
- 03** Instrumente de **colaborare** în afaceri
- 04** Cum să vă conectați **online** cu clienții și comunitățile de afaceri în timpul și după COVID

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Rezultatele învățării

- **Cunoștințe:** Cursanții definesc termenii de bază legați de digitalizare, digitizare și transformare digitală. Ei înțeleg principiile marketingului digital și promovării, ca o modalitate de a depăși provocări precum distanța.
- **Competențe:** Cursanții sunt capabili să implementeze principiile digitalizării în afacerile de agroturism și să utilizeze în mod eficient instrumentele de marketing digital pentru a-și susține afacerile. Aceștia folosesc colaborarea și social media, pentru a oferi o experiență interactivă, pentru a monitoriza clienți fideli sau potențiali clienți, pentru a obține feedback cu privire la produsele/serviciile lor și pentru a găsi o comunitate antreprenorială care să îi susțină.
- **Competența socială:** Conștientizarea de către cursanți a importanței tehnologiilor digitale în afacerile lor și a comportamentului clienților într-un mediu digital.



01

Introducere în marketingul digital

Importanța marketingului digital

În fiecare minut...

- **400** de ore de videoclipuri încărcate pe YouTube
 - **216 000** de fotografii postate pe Instagram
- **2 083 333** de minute folosite pentru apeluri Skype
 - **347 222** de tweet-uri postate
 - **1 389** de curse Uber efectuate
- 142 361 111** e-mailuri trimise și primite
 - **50 200** Aplicații mobile descărcate
- **2,4 million** de căutări efectuate pe Google



1. Aflați mai multe: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/the-next-big-digital-marketing-trends>
2. Idei pentru marketing digital – <https://influencermarketinghub.com/digital-marketing-trends/>

Oportunitatea în mediul online

Lumea de astăzi este o lume digitală, jumătate din populația globală fiind având acces la internet. Având în vedere că atât de mulți oameni folosesc internetul, este logic ca o afacere să se bazeze pe digital.



72% dintre consumatori își petrec cea mai mare parte a timpului pe site-uri web disponibile în limbile lor.



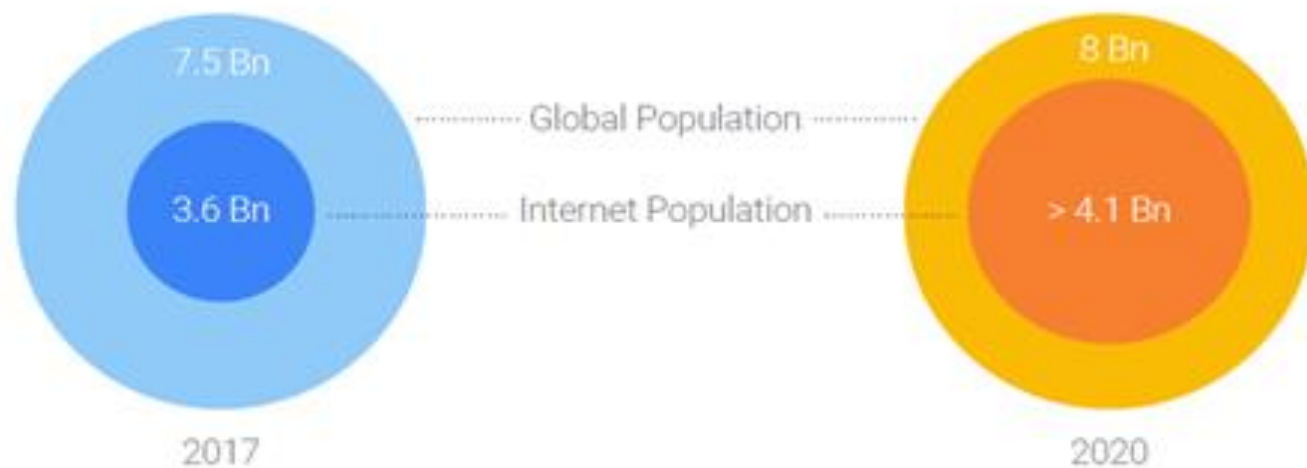
67% dintre cumpărătorii online abandonează coșurile de cumpărături pentru că un site nu acceptă metode de plată locale.



60% dintre consumatori renunță să mai facă afaceri cu un brand din cauza unei singure experiențe negative în ceea ce privește serviciul clienți.

De ce să ne concentrăm pe marketingul digital

- ❖ În decurs de 3 ani, mai mult de jumătate din populația globală a fost conectată.



02

Ce este marketingul digital

Definiția marketingului digital

RURAL CONNE



Comercializarea de produse sau servicii prin intermediul canalelor digitale pentru a ajunge la consumatori.

Obiectivul principal este promovarea mărcilor prin intermediul diferitelor forme de media digitală.

1. Marketingul digital se extinde dincolo de marketingul pe internet și include canale care nu necesită utilizarea internetului. Acesta include **telefoanele mobile** (atât SMS, cât și MMS), **marketingul în rețelele sociale**, **publicitatea** prin afișe, **marketingul prin intermediul motoarelor de căutare** și orice altă formă de media digitală.
2. Majoritatea experților consideră că "digitalul" **nu este doar un alt canal de marketing**. Acesta necesită o **nouă abordare** a marketingului și o nouă înțelegere a comportamentului clienților.



1. **Aflați mai multe:** <https://medtel.io/how-digitisation-can-revolutionise-rural-healthcare-in-india/>
2. **Idei pentru marketing digital –** <http://lexicon.ft.com/Term?term=digital-marketing>

Avantajul marketingului digital



Măsurare precisă - Puteți:

- ☐ **vizați și evaluați** clienții în funcție de vârstă, sex, țară, limbă, interese, comportament, etc.
- ☐ **urmăriți** traficul pe site prin publicitate
- ☐ **evaluați** ce reclame au succes, ce canale de vânzare sunt eficiente, de câte ori accesează utilizatorul site-ul înainte de a "cumpăra" ceva, ce bunuri și servicii îl interesează și mulți alți factori

Targetarea precisă

- ☐ **avantajul este deosebit de vizibil** atunci când se face publicitate în rețeaua de căutare Google sau în rețeaua de afișare Google.
- ☐ **permite să se ajungă la persoanele** aflate în faza finală a procesului de cumpărare
- ☐ **utilizatorul știe deja** ce articol dorește și doar caută unde se află

Avantajul marketingului digital



Disponibilitate pentru toți:

- ☐ publicitate pe Google search sau în rețeaua de afișare Google
- ☐ posibilitatea de a ajunge la persoanele aflate în faza finală a procesului de cumpărare
- ☐ utilizatorul știe deja că dorește articolul și caută doar unde se află

Rezultate imediate

- ☐ nu trebuie să așteptați pentru pregătire/tipărire/distribuție/vânzări și vedeți cum funcționează strategia dvs. de marketing și o puteți corecta în orice moment
- ☐ bugete pentru campaniile publicitare individuale, puteți specifica exact cât de mult va fi investit și în ce perioadă. Pentru anunțuri, specificați un cost maxim per click.
- ☐ Anunțurile eșuate pot fi oprite imediat pentru a muta banii către cele care au mai mult succes. Modificarea setărilor anunțurilor va avea efect imediat.

Avantajul marketingului digital



Interactivitate:

- ❑ marketingul online se referă direct la locul în care serviciul/produsul este disponibil.
- ❑ capacitatea de a comunica (întrebări frecvente, discuții, rețele sociale), evaluări/feedback.

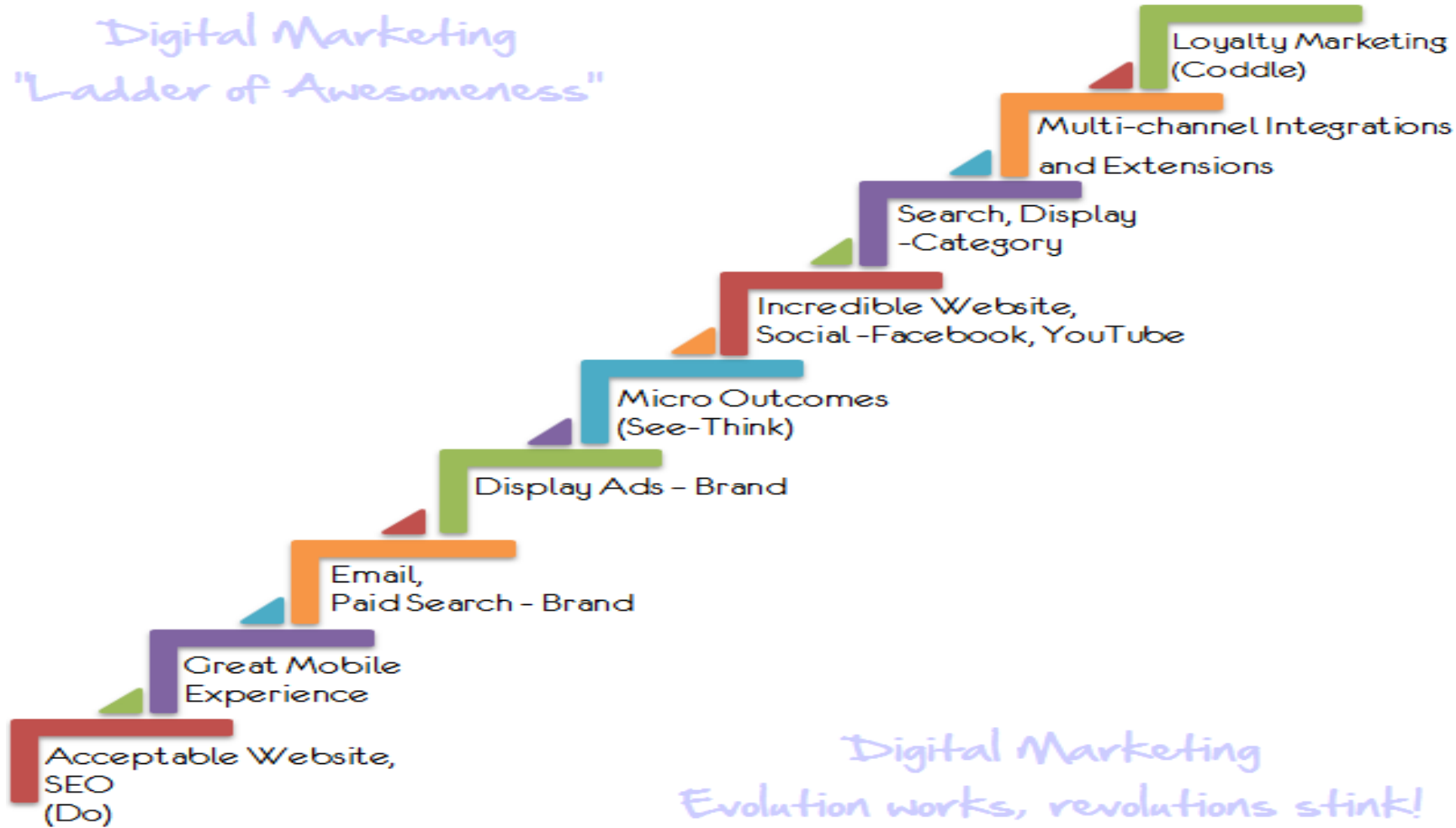
Marketing 24/7

- ❑ Marketingul pe internet reduce costurile și operează non-stop
- ❑ campaniile de marketing se desfășoară 24 de ore pe zi, 7 zile pe săptămână

03

Pași sistematici pentru dezvoltarea
unei strategii eficiente de marketing
online

Cum să faci un marketing online eficient?



<https://www.kaushik.net/avinash/digital-attribution-ladder-of-awesomeness/>

Pas cu pas spre succesul în marketingul online

- ❑ Primul pas pe care doriți să îl faceți este **să creați un site web adecvat**. Unul care să reflecte așteptările clienților din 2023. În această etapă ar trebui să investiți mult și în optimizarea pentru motoarele de căutare. Veți avea un conținut excelent, cu experiență plăcută, și vă veți concentra pe obținerea de trafic gratuit (Un bun exemplu este <https://3lobit.sk/>)
- ❑ **Concentrați-vă pe experiența mobilă**. Pentru că tot mai mulți oameni au un telefon mobil, iar numărul de căutări pe mobil este în continuă creștere. Cu siguranță acum nu faceți căutări plătite. Nu apelați la anunțuri de afișare. Acum că ați construit o bază stabilă și obțineți o cantitate acceptabilă de trafic gratuit, știți ce funcționează și ce nu, sunteți gata să treceți la pasul trei.
- ❑ Începeți să investiți în **strategia dvs. de marketing prin e-mail** pentru extinderea relațiilor și în strategia de căutare plătită pentru brand. E-mailul vă permite să începeți să construiți o audiență proprie pe care puteți începe să vă bazați. Oamenii care tastează fraze cu brandul și termenii specifici întreprinderii sociale vă caută, asigurați-vă că apăreți și capturați traficul pe care îl meritați.



Pas cu pas spre succesul în marketingul online

- ❑ Pasul patru **se concentrează asupra extinderii domeniului de acțiune către noi grupuri relevante**. Partea interesantă a publicității prin afișare este că putem să ne construim brandurile în mod eficient din punct de vedere al costurilor, să ne prezentăm serviciile unui public nou și să creăm o cerere bazată pe o serie de semnale de intenție. Pe baza a ceea ce citesc oamenii, a site-urilor pe care le-au vizitat, a semnalelor lor demografice și psihografice și multe altele. Rețineți că nu trebuie exagerat cu anunțurile de afișare, ci doar să vă concentrați pe brandul, produsele și serviciile dvs. Învățați, perfecționați-vă, experimentați mai mult. Site-ul funcționează acum bine pe toate platformele, începem să primim mult trafic gratuit și parțial plătit, optimizăm pentru conversii și rata de finalizare a sarcinilor, este timpul să trecem la pasul cinci.
- ❑ Mai puțin de două procente dintre persoanele care vizitează site-ul dvs. vor finaliza macrorezultatul (conversia). **Faptul de a avea un grup consistent de microrezultate** vă permite să le oferiți ceva de valoare celorlalți 98% și să stabiliți o relație cu ei



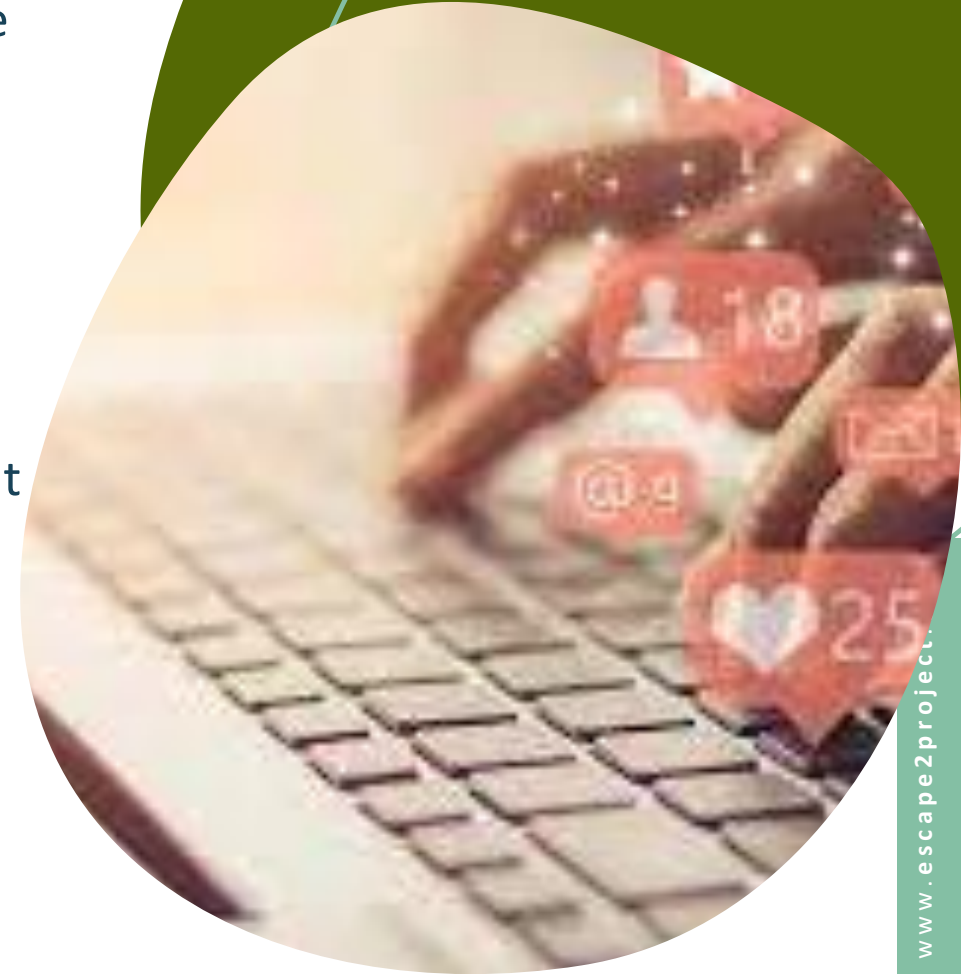
Pas cu pas spre succesul în marketingul online

- ❑ Începeți să investiți în crearea celui mai elegant, mai funcțional, mai bun brand pentru clienți! Aveți conținut, aveți trafic, aveți microrezultate. Acum este, de asemenea, momentul potrivit pentru a începe **să investiți în Facebook și YouTube**. Cea mai bună strategie de social media se bazează pe:
 - Entertain Me
 - Informații
 - Utilitate
- ❑ Al șaptelea pas este **să construiți o strategie de targetare a căutării și afișării**. Rezultatul va fi o audiență proprie și mai mare. Veți avea un spectru complet de acoperire, fiind implicat de la înțelegerea intenției clienților în cele mai incipiente etape și transformarea acestora în cerere pentru ceea ce aveți de oferit.



Pas cu pas spre succesul în marketingul online

- ❑ Noi chiar accelerăm lucrurile foarte mult atunci când vine vorba de **crearea unui motor de execuție multi-canal cu totul deosebit**.
Sunt multe lucruri dificile de făcut (sisteme, procese, integrări, optimizări). Acum este momentul să întreprindem acest demers. Nu în etapa a treia. Cu siguranță nu în prima etapă. Acum.
- ❑ Concentrați-vă pe îmbunătățirea **marketingului de fidelizare**.
Definiția marketingului de fidelizare constă în crearea unui conținut unic și în realizarea unui marketing orientat către acele persoane/entități comerciale. Aveți un set complet separat și concentrat de persoane și concentrați-vă pentru a oferi satisfacție și încântare acestora. Aceasta este singura rețetă pentru un succes durabil.

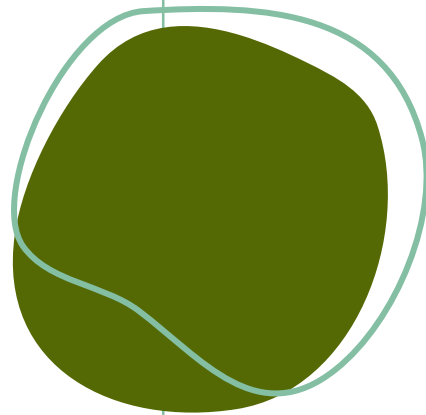


04

Site web

Cum să fiți conectați online cu
clienții și comunitățile de afaceri
în timpul și după COVID

Înainte de a începe să vă creați propriul site web, ar trebui:



- ❖ Definiți **scopul și obiectivele site-ului dumneavoastră**. Este un simplu site de informare, un spațiu comunitar pentru ca vizitatorii să interacționeze
- ❖ Definiți-vă **publicul țintă**. Cine este publicul țintă și ce este important pentru el? Gândiți ca vizitatorul atunci când vă vizualizați site-ul. Ce își doresc și de ce au nevoie de la site-ul dumneavoastră?
- ❖ Gândiți-vă la **design și la funcții**. Site-ul dvs. trebuie să fie în concordanță cu celelalte materiale de branding. Luați în considerare motivul pentru care folosiți anumite culori și fonturi.

Cum se creează un site web accesibil

Alegeți platforma potrivită

- ☐ Alegeți platforma potrivită
- ☐ Dacă doriți să construiți rapid un site web bun, funcțional și ușor de utilizat pe mobil, va trebui să alegeți o platformă (cunoscută și sub numele de sistem de gestionare a conținutului = CMS).
- ☐ CMS este o platformă ușor de utilizat pentru a construi site-uri web și a gestiona propriul conținut online fără a tasta un cod HTML complicat.
- ☐ Iată 3 dintre cele mai populare CMS gratuite: 1. [Wordpress](#) (55%), 2. [Joomla](#) (20%) și 3. [Drupal](#) (11%).

Obțineți un domeniu și găzduire web

- ☐ Pentru a vă configura site-urile web, veți avea nevoie de un nume de domeniu (o adresă web precum yoursitename.com) și de găzduire (un serviciu care conectează site-ul dvs. la internet).
- ☐ Platforma CMS în sine este gratuită, dar un nume de domeniu și o găzduire vă vor costa în jur de 3-5 € pe lună.

Cum se creează un site web accesibil

Configurați și personalizați site-ul dvs.

- ☐ Instalarea și personalizarea inițială a CMS.
Dar acesta este doar începutul, pentru a avea un site web acceptabil cu un conținut relevant este o adevărată aventură fără sfârșit.

Site web acceptabil

- ☐ să fie rapid (viteza paginii)
- ☐ să fie mobile friendly / responsive (ușor de citit pe dispozitive mobile)
- ☐ să fie fiabil, credibil, ușor de utilizat, cu un confort și un design foarte bun pentru experiența utilizatorului
- ☐ să aibă un conținut relevant și actualizat

Cum se creează un site web accesibil

Viteza paginii web

- ☐ Viteza cu care paginile web sunt descărcate și afișate în browserul web al utilizatorului este crucială!!!!
- ☐ Majoritatea paginilor web ale companiilor private sunt prea "grele" (dimensiunea medie în 2017 a fost de 3MB).
- ☐ Lumea din 2023 este mai rapidă și suntem din ce în ce mai nerăbdători.

Site web mobile-friendly

- ☐ 66% dintre utilizatorii de internet folosesc pentru navigarea pe internet un smartphone
- ☐ prezentarea mobilă trebuie să fie mai mult sau la fel de bună ca cea a unui calculator

Cum se creează un site web accesibil

Site web de încredere

- ☐ A avea un design de impact face o diferență uriașă
- ☐ Adăugați o notă de personalitate site-ului dvs.
- ☐ Asigurați-vă că site-ul dvs. este actualizat
- ☐ Folosiți pictograme de securitate pentru a arăta că site-ul dvs. este sigur.
- ☐ Arătați că sunteți activ online
- ☐ Facilitați contactarea dvs. de către oricine
- ☐ Puneți un mesaj scurt și vizibil de încredere pe toate paginile dvs.

Conținutul site-ului web

- ☐ Conținutul este pilonul de bază al oricărei acțiuni de interacțiune cu cititorii sau clienții dumneavoastră.
- ☐ Este cea mai importantă ocazie pe care o aveți de a impresiona cititorul cu cunoștințele, expertiza sau etosul dumneavoastră.

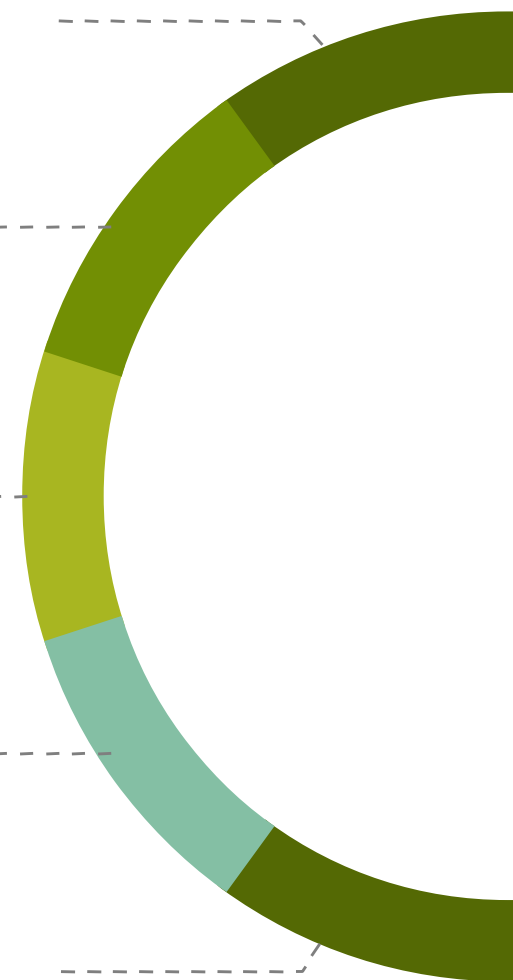
Cum să construiți / creșteți traficul pe site-ul dumneavoastră?

**Vizite din motoarele
de căutare**

Marketing prin e-mail

**Publicitate/site-uri
externe**

Social media



04

Email marketing

Cum să fiți conectați online cu
clienții și comunitățile de afaceri
în timpul și după COVID

Cum să începi cu marketingul prin e-mail în 10 pași

1. Alegeți un furnizor de servicii de marketing prin e-mail

Dacă sunteți hotărât să faceți marketing prin e-mail, nu folosiți programul dumneavoastră de e-mail (Outlook, Gmail). Trebuie să lucrați cu un furnizor de servicii de marketing prin e-mail ([Mailchimp](#), [Mailjet](#), etc.). Lucrul cu un furnizor este singura modalitate prin care afacerea dvs. poate livra eficient mesaje către grupuri mari de contacte. Veți beneficia, de asemenea, de șabloane de e-mail profesionale, de instrumente care să vă ajute să vă creșteți și să vă gestionați lista de e-mailuri și de funcții de urmărire care vă arată cine deschide și se implică în mesajele dvs.

2. Adunați contacte pentru lista dvs. de e-mail

Probabil că întreprinderea dvs. are câteva contacte existente pentru a începe o listă de e-mail. Gândiți-vă la persoanele cu care aveți deja o relație. Chiar dacă construiți o listă de e-mail complet de la zero, nu vă descurajați. Începeți prin a pune o listă de înscriere lângă casa de marcat, adăugând un formular de înscriere online pe site-ul web și încurajându-vă urmăritorii din social media să se înscrie. **Nu cumpărați nicio bază de date de e-mail, pe lângă faptul că este ilegală, serviciile de e-mail, cum ar fi Gmail, vă vor marca ca fiind un spammer și vă vor bloca toate e-mailurile.**



Cum să începi cu marketingul prin e-mail în 10 pași

3. Organizați și gestionați baza de date a listei de mailing

Dacă este posibil, organizați-vă contactele în liste separate în funcție de ceea ce știți despre ele. În acest fel, puteți trimite e-mailuri direcționate în funcție de interesele lor specifice.

4. Setați e-mailul de bun venit

E-mailul de bun venit este primul mesaj pe care noii abonați îl primesc de la dumneavoastră. Este important pentru că servește ca primă impresie și ajunge la oameni într-un moment în care aceștia sunt foarte interesați de inițiativa dvs. Începeți cu un salut călduros, oferiți o prezentare generală a ceea ce se pot aștepta să primească de la dumneavoastră în viitor și oferiți-le ceva util imediat. Odată configurat, e-mailul dvs. de bun venit va fi trimis automat tuturor noilor contacte.



Cum să începi cu marketingul prin e-mail în 10 pași

5. Creați un șablon de e-mail reutilizabil

Aceasta este partea distractivă! Chiar dacă nu sunteți designer, puteți trimite e-mailuri profesionale cu un design plăcut, care să arate bine pe orice dispozitiv. De obicei, furnizorii de servicii de marketing prin e-mail oferă multe dintre șabloane ca un beneficiu pentru dvs.

6. Creați conținutul

Puteți utiliza același conținut pe care îl pregătiți pentru pagina dvs. web, dar nu uitați că acesta trebuie să fie doar "invitația" de a vizita pagina dvs. web pentru a afla mai multe. Încercați să îl redactați conform acestor 3 secțiuni:

1. *Ce oferiți? – Titlul*
2. *Cum îl va ajuta pe cititor? - Corpul mesajului*
3. *Ce ar trebui să facă în continuare? - Apel la acțiune*



Cum să începi cu marketingul prin e-mail în 10 pași

7. Acordați importanță textului de subiect

Subiectul e-mailului este unul dintre cele mai importante rânduri de text din întregul e-mail. De ce? Abonații dvs. văd subiectul chiar înainte de a deschide mesajul. Faceți o impresie bună și oamenii nu se vor putea abține să nu deschidă. Puteți atrage atenția punând o întrebare convingătoare, incluzând un termen limită de urgență sau pur și simplu sugerând mesajul dumneavoastră. Textul subiectului trebuie să fie scurt și rapid - în jur de 40 de caractere.

8. Previzualizați și testați înainte de a trimite

Poate uitați să adăugați un link important sau faceți o greșală de ortografie chiar în subiect. Din nefericire, nu există un buton Înapoi în cazul e-mailurilor, așa că nu uitați să vă trimiteți întotdeauna un e-mail de test, dumneavoastră sau unui membru al personalului, înainte de a-l trimite întregii liste.



Cum să începi cu marketingul prin e-mail în 10 pași

9. Trimiteți e-mailul (în cel mai bun moment)

Când sunteți gata să trimiteți un e-mail, momentul este un factor important de luat în considerare. Fiecare audiență este diferită, iar cel mai bun moment pentru a trimite va fi diferit în funcție de cine se află pe lista dvs. de e-mailuri. Mulți dintre furnizori au funcția STO (optimizare a timpului de trimitere), astfel încât pentru fiecare utilizator sistemul programează momentul trimiterii în mod diferit în funcție de istoricul în care acesta deschide de obicei e-mailurile dumneavoastră.

10. Urmăriți rezultatele

Dacă doriți să vedeți rezultate reale din marketingul prin e-mail, trebuie să înțelegeți foarte bine cum se comportă fiecare e-mail, astfel încât să puteți face îmbunătățiri și să aflați mai multe despre abonații dvs. Petreceți câteva minute în rapoartele dvs. de e-mail și veți afla informații valoroase, cum ar fi cine a deschis e-mailul, cine a dat clic pe anumite link-uri și ce informații au fost cele mai interesante pentru cititorii dvs. Deși este important să știți cât de atractive sunt mesajele dvs., asigurați-vă că urmăriți acțiunile care se întâmplă dincolo de e-mailurile dvs. Câte click-uri către pagina dvs. de donații se traduc în donații reale? Care este suma totală a fondurilor strânse dintr-un singur e-mail?



04

Social Media

Cum să fiți conectați online cu
clienții și comunitățile de afaceri
în timpul și după COVID



Social Media

Social media se referă la mijloacele de interacțiune între oameni prin care aceștia creează, împărtășesc și schimbă informații și idei în comunități și rețele virtuale (folosind internetul).

Social media = instrument de bază pentru crearea de rețele și parte esențială a mixului de marketing al unei întreprinderi sociale moderne.

Strategia de social media

Timp

Asigurați-vă că în cadrul întreprinderii dumneavoastră (sau persoana dedicată) dispuneți de timp pentru comunicarea prin social media.

Aceasta nu este ceva ce faceți într-un interval de 5 minute în timpul pauzei de prânz.

Sau puteți apela la o agenție specială pentru crearea conținutului și pentru a avea grijă de profilurile dvs. din social media.

Definiți ceea ce faceți

Stabiliți un obiectiv

Găsiți influenceri și comunități

Definiți-vă publicul



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Strategia de social media

Bani

Asigurați-vă că veți avea disponibil un buget pentru social media.

Este posibil să aveți nevoie de publicitate pentru a ajunge la publicul țintă, costuri suplimentare pentru grafică, imagini, traduceri, etc.

Aceasta este, de asemenea, baza pentru calculele dvs.

05

Transformați ceea ce faceți într-un mesaj simplu

06

Planificați-vă conținutul

07

Alegeți canalele, instrumentele și distribuția potrivite

08

Pregătiți-vă pentru discuții



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Strategia de social media

Indicații

- **Postați** conținut relevant
- **Publicați** conținut de la terțe părți
- **Distribuiți** reușitele companiei dvs.
- **Interacționați** cu cei care vă urmăresc

Contraindicații

- **Nu uitați** să postați
- **Nu fiți** prea extensiv
- **Nu uitați** să folosiți imagini/elemente vizuale
- **Nu vă temeți** să includeți și o componentă de entertainment

Resurse și lecturi suplimentare

<https://factory.dev/blog/digitalization-business-growth>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0019850119300999>

<https://www.techtarget.com/searchcio/tip/Top-10-digital-transformation-benefits-for-business>

<https://www.sciencesphere.org/ijispm/archive/ijispm-050104.pdf>

<https://www.researchgate.net/publication/324238228> The Digitalisation of Rural Entrepreneurship

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016717312615>

<https://www.truqcapp.com/digitization-vs-digitalization-differences-definitions-and-examples/>

<http://libs.mfknukim.mk.ua/bitstream/123456789/1621/1/870-881.pdf>

<https://www.linkedin.com/pulse/implementing-digital-marketing-agribusiness-scope-abhinandan-mandal/>

<https://www.netguru.com/blog/digitization-and-digitalization>

<https://www.yokogawa.com/library/resources/white-papers/the-differences-between-digitization-digitalization-and-digital-transformation-in-manufacturing/>

<https://www.verizon.com/business/small-business-essentials/resources/are-you-taking-full-advantage-of-the-benefits-social/>



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418



Escape2

Parteneri de proiect



<https://www.facebook.com/escape2project>

www.escape2project.org

**Modulul complet
Felicitări!**

Următorul este Modulul 9
Accesibilitate și incluziune



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

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418