

Conținut

Introducere	5
<i>Buget</i>	<i>7</i>
<i>Eficientizare prin Zero-based-budgeting</i>	<i>7</i>
<i>Pornim de la zero</i>	<i>9</i>
Zero-based budgeting (ZBB): cum funcționează?	9
Caz real: Bumble vs. Tinder	10
Costul de oportunitate al timpului	12
Alocarea timpului, fără risipă	13
Foaie de lucru 1 — Audit de alocare a timpului pentru antreprenori	15
<i>Lean Six Sigma și Lean Start-up</i>	<i>18</i>
Fail early	18
Build-Measure-Learn	20
<i>Cazuri concrete de Minimum Viable Product</i>	<i>21</i>
Calendly	21
Buffer	21
Google Wave: un exemplu de „anti-MVP”	22
<i>Construirea fundamentului</i>	<i>23</i>
<i>Poziționare specifică</i>	<i>23</i>
Discuții cu clienții tăi	24
Comparații în situații reale	25
Cum vorbești despre serviciile tale?	25

Avatarul, fără risipă	28
Diferențele contează	29
Complexitatea unui avatar	30
 <i>Social media, strictul necesar</i>	 31
 Brand versus vânzări	 31
Engagement versus venituri	32
Încrederea consumatorilor și sursele de recomandare	34
 Valoare reală vs. trenduri	 36
Conținut profesional	37
Foaie de lucru 2 — Checklist de decizie pentru conținut	41
 Conținut fără stres	 42
Cum produci mai puțin și mai eficient	42
O idee, mai multe formate	42
De ce funcționează această abordare?	43
 Profil personal sau profil de business?	 44
 <i>Reclame, strict pe date</i>	 46
 Reclame pe social media cu buget mic: ce merită și ce nu?	 46
Baza promovării: oferta	46
Primul pas: Monitorizare	48
Pasul doi: Campanii pentru buget mic	48
Despre audiențe și setări	49
Campaniile Google Ads	50
Google my business	51
Coaching 1-la-1	51

Evenimente filtrate de obiectivul tău **53**

De unde vin clienții, de fapt? **53**

Evenimentele fizice și rolul lor real în construirea încrederii **56**

Încrederea nu se construiește doar online **57**

Foaie de lucru 3 — Mini-ghid: Cum alegi evenimentele care merită timpul tău **58**

Branding la evenimente: ce este și ce NU este **60**

Gândire în sistem **62**

Cum să nu te pierzi în promovare? **62**

Sisteme sustenabile **63**

Promovare fără site **63**

Promovare cu site **64**

Audit final **65**

Declarații de principii: Marketing, fără risipă. **66**