

xprimia.eu  
say it online!



# Salutare!

Ne bucurăm că avem ocazia să ne cunoaștem. Mai jos, vă vom spune mai multe despre ce știm să facem, cum anume și evident, vom și încerca să vă convingem că suntem alegerea potrivită.

Suntem specialiști în dezvoltare platforme online și aplicații, campanii de promovare plătită (Google Ads, Facebook Ads), SEO, branding și copywriting, cu focus pe eficiență costuri și performanță. Ca aturi avem abordarea flexibilă, expertiza integrată și o etică profesională foarte clar definită.

E greu, știm. Să încerci să evaluezi toate punctele esențiale. Să citești printre rânduri. Să te asiguri că iei decizia cea mai bună. Tocmai de aceea, nici nu ne așteptăm să luați o decizie acum. Sau să aveți încredere deplină că putem face într-adevăr tot ceea ce spunem.

Sperăm doar că am făcut primul pas. Care va fi următorul, rămâne de văzut: o întâlnire, un audit digital al afacerii, poate o ofertă comercială. Proiectele mari pot începe și cu pași mai mici.

Cu mulțumiri,

*Stefan Bucu*

Digital Marketing Manager & Fondator



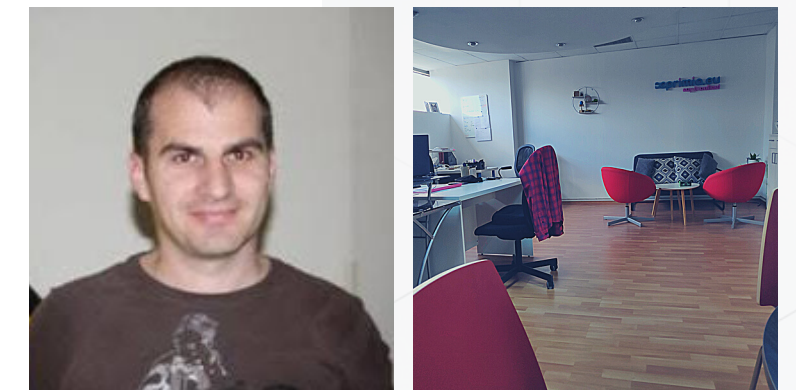
# Cine suntem?

Experți în online, de 11 ani. Avem o echipă de specialiști de nișă care sunt însă obișnuiți să își aplice competențe hibride, în echipa.

Adică specialiști PPC care înțeleg și codul de tracking care trebuie implementat în website și cum arată un copy bun pentru ads, deși nu sunt nici programatori nici copywriteri. Designeri care sunt conștienți că rolul nostru nu e să creăm artă, ci să construim o imagine de brand memorabilă și accesibilă sau o interfață intuitivă.

Generăm soluții și suntem proactivi. Ne respectăm clienții și le respectăm și buzunarul. Suntem flexibil și ne păstrăm promisiunile. Transparenti cât se poate.

Dacă vă gândiți la un domeniu de activitate, sunt șanse mari să fi lucrat deja pe un proiect din acel domeniu. Ce înseamnă asta: că înțelegem rapid cum funcționează o afacere. Piață, concurență, resurse, blocaje, puncte cheie. Ca să putem integra optim zona noastră de competență și mai mult, să venim cu soluții ce generează rapid rezultate.



# Ce facem



## STRATEGIE

- Discovery & Research;
- User Experience;
- Brand Strategy & Architecture;
- Content Strategy;
- Positioning.



## BRANDING & DESIGN

- Logo concept;
- Logo design;
- Naming;
- Manual de identitate brand;
- Print & Packaging.



## WEB DEVELOPMENT

- Website Design & Dev.;
- UX/ UI;
- Wireframing;
- Prototyping;
- Custom CMS;
- Platforme custom;
- E-commerce.



## PERFORMANCE MARKETING & SEO

- Campanii Google Ads, Fb. Ads  
- Smart Shopping, display,  
Discovery, YouTube etc.
- SEO Tehnic, On-Page, Off-page;
- Link building;
- Audit SEO & fix-up.



## CONTENT PRODUCTION

- Dezvoltare script;
- Copywriting;
- Storyboarding;
- Video ;
- Post Production;
- Ilustrații.





Construiești brandul rapid, cu costuri reduse

## BASIC BRANDING

- Analiza domeniului de activitate;
- Concept motto;
- Concept logo;
- Definire gamă cromatică logo;
- Selecție font reprezentativ.

Analiză și un set de măsuri cu aplicare imediată

## BRAND STRATEGY

- Analiza domeniului de activitate;
- Analiza companiei;
- Brand Positioning;
- Definire și enunțare misiune & valori;
- Concept motto;
- Brand Architecture.

Atunci când impactul vizual primează pentru tine

## BRAND IDENTITY

- Concept logo;
- Definire gamă cromatică;
- Selecție font reprezentativ;
- Manual de identitate;
- Stylecase.

Pentru promovarea imaginii firmei în off-line

## BRAND APPLICATION

- Grafică obiecte de papetărie;
- Collateral Design;
- Materiale promoționale;
- Signalistică.

# Branding & Design



Care?



gro  pro



NATURAMA  
*Natura în ramă*



CONSTRUCTOT 

 LAZY.CRAZY.  
TRAVELLERS

IBIYDRO  
DISTRIBUTION



 LUMICLINIC



# Branding & Design



Care?



Amanet ♦ Bijuterie  
Consignatie



PICTANDO  
dec & manufactură

PREMIUMH.R.



d=comar

RELA

FLEXINTACT

S.O.S. FUNERARE

LIQUIPEL



**Până să  
înțeleagă ce  
le spui,  
oamenii văd  
ce le arăți.**

Este important ca votul pe care clienții îl acordă  
afacerii tale să fie unul pozitiv, încă de la început.





# Studiu de caz



Cum?

## CLIENT

LiquiPeel

## LIVRABILE

Nume brand x3 variante.

Logo x 3 variante finale.

Identitate logo pentru înregistrare OSIM.

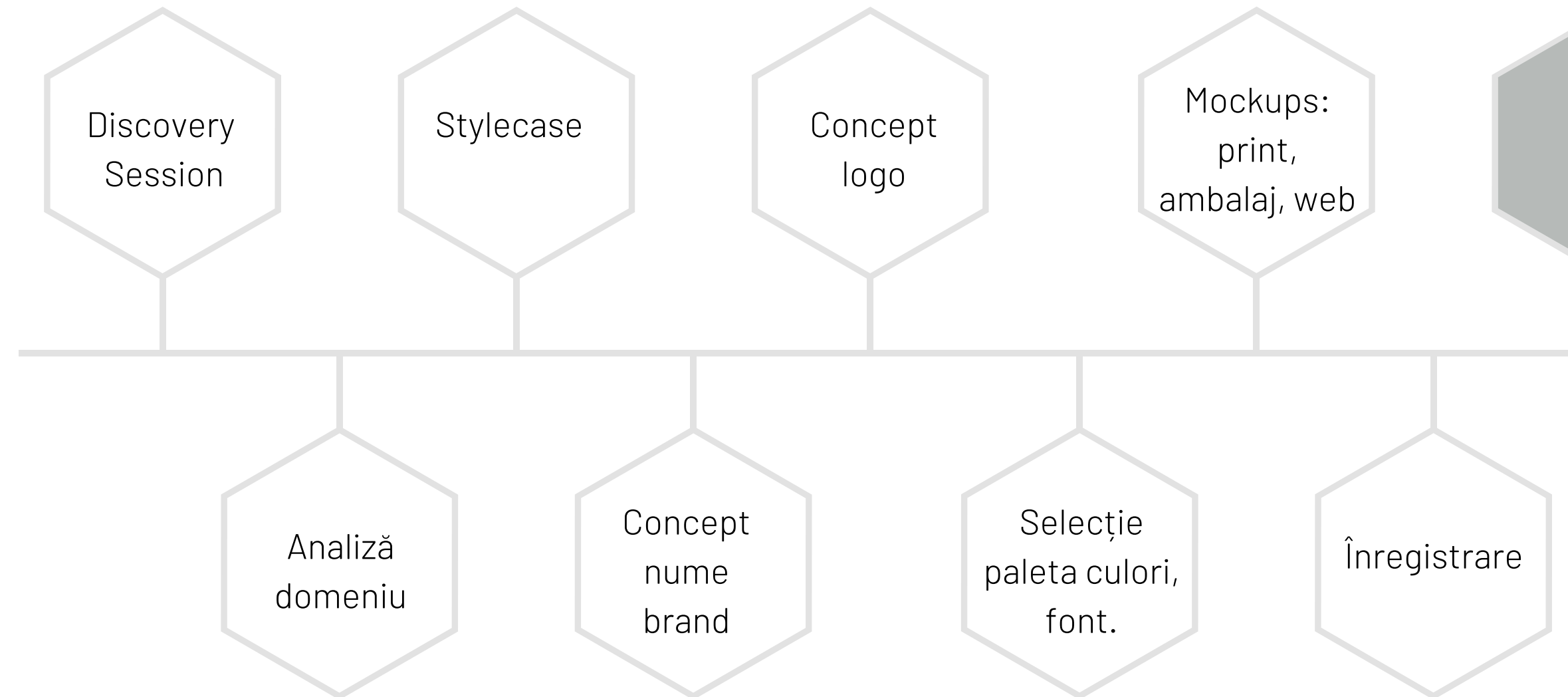
Grafică eticheta.

## CONTEXT

Producător membrană lichidă de protecție, folosită în construcții.

Clientul avea nevoie de un logo adecvat domeniului, ușor de identificat de beneficiarii finali. Bugetul a fost și el o provocare.

## PROCES



# Studiu de caz



Cum?

# LIQUIPEEL



LIQUI = spray lichid.  
Majoritatea produselor concurente au denumire în lb. engleză, beneficiarii sunt obișnuiți cu denumiri similare.

Q = vizual ușor de identificat.  
Cercul este puternic și echilibrat, detaliile sugerează și modul de utilizare (aplicare & dezlipire).

La fel și cele două litere EE  
ideea de strat de protecție, coating.



# Componente preț



Cât?

- Cerințe totale proiect (ex. nume + logo sau doar logo? );
- Complexitate proiect (ex. banner website sau design banner outdoor? machetă print serie restrânsă sau broșură corporate la nivel național?);
- Resurse alocate de beneficiar (ex. sesiune discovery, suport în organizare moodboard etc.);
- Deadline;
- Număr de variante dorite de beneficiar;
- Număr de revizui;
- Marcă înregistrată;
- ...altele

## EXEMPLU

Analiză domeniului de activitate: 5 h

Concept motto: 5 variante/ 8 -12 h

Concept logo: 3 variante/ 18 - 25 h

Definire gamă cromatică logo: 3 variante/ 3 h

Selecție font reprezentativ: 3 variante/ 3 h

+ 3 revizui extra logo, motto, etc.

+ Mockup web & machete carte de vizită, antet prezentare, prezentare digitală

EXEMPLU

# ce rol are un brand?

## Ce rol are un brand?

### COMUNICĂ

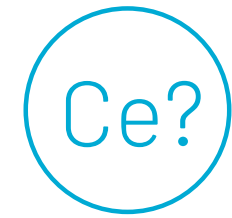
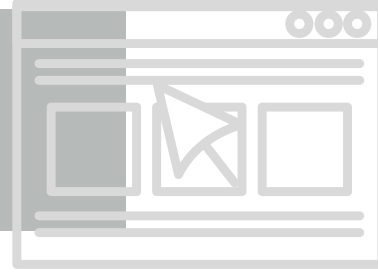
În termeni largi, are menirea să comunice - memorabil și precis - ce face sau ce are firmă de oferit.

### IMPLICĂ

La nivel de interacțiune cu beneficiarul direct, echivalează cu promisiunea unei anumite experiențe și a unui rezultat anticipat de către acesta.

### INFLUENȚEAZĂ

Oamenii ajung să asocieze trăsături pozitive sau negative unui brand prin același tip de mecanism emoțional care îi determină să acorde un "rating" celor din jur.



## SITE DE PREZENTARE

- Plecând de la 0 sau de la design layout client.
- Open-source sau custom code-găsim împreună soluția care se potrivește cel mai bine proiectului tău.

## MAGAZIN ONLINE

- Păstrăm focus pe user experience și vânzare.
- Tu îți cunoști business-ul, produsul, piața și clienții.
- Aplicăm în on-line aceste criterii, pentru rezultate optime.

## REDESIGN WEBSITE

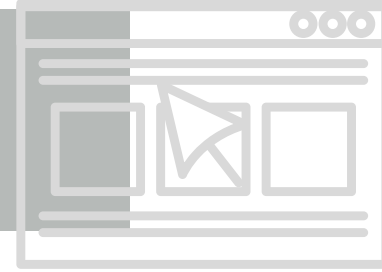
- Acolo unde este soluția cea mai eficientă din punct de vedere cost, timp & flexibilitate. Și dacă nu se poate altfel.
- Nu reparăm ce nu e stricat.

## APLICAȚII

Aplicații simple sau complexe pentru un plus de accesibilitate. Un instrument în plus pentru expunere, comunicare, conversie.



# Proces & abordare



*În fiecare proiect de web design, încercăm să ne punem atât în locul tău, cât și al utilizatorului.*

*Prin urmare, te asigurăm că vom ține cont de:*

Nu doar promovarea vinde  
– totul pleacă de la

## PRIMA IMPRESIE

Un site aerisit, modern, cu informație relevantă și bine organizată și mai ales care să reprezinte afacerea ta, așa cum ți-ai imaginat.

Indiferent de planurile de promovare ulterioare, livrăm un site optimizat în pagină

## SEO ON-PAGE

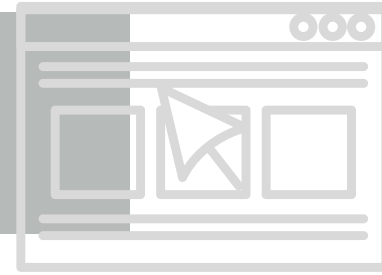
- Structură URL și link-uri interne, prezență și densitate cuvinte cheie optimă, conținut unicat și de calitate;
- "SEO ready" din toate punctele de vedere pentru acțiuni Off-page ulterioare.

Cea pozitivă echivalează de multe ori cu o conversie.

## EXPERIENȚA UTILIZATORULUI

- Încărcare rapidă a paginii;
- Compatibilitate cu toate browserele principale;
- Design adaptiv pentru dispozitive mobile;
- Meniu intuitiv;
- Elemente de "call to action".





Sistem de management al conținutului care să permită implicare directă și control pe conținutul actualizat.

## EXPERIENȚA BENEFICIARULUI

Un site aerisit, modern, cu informație relevantă, bine organizată și mai ales care să reprezinte afacerea ta, așa cum ți-ai imaginat.

Optimizarea vitezei de încărcare a paginii.

## OPTIMIZARE VITEZĂ ÎNCĂRCARE SITE

Inseamnă și o experiență a utilizatorului de calitate, și un scoring de SEO ridicat. Și o utilizare înțeleaptă a resurselor puse la dispoziție de providerul de hosting.

Dispunem de competențe variate.

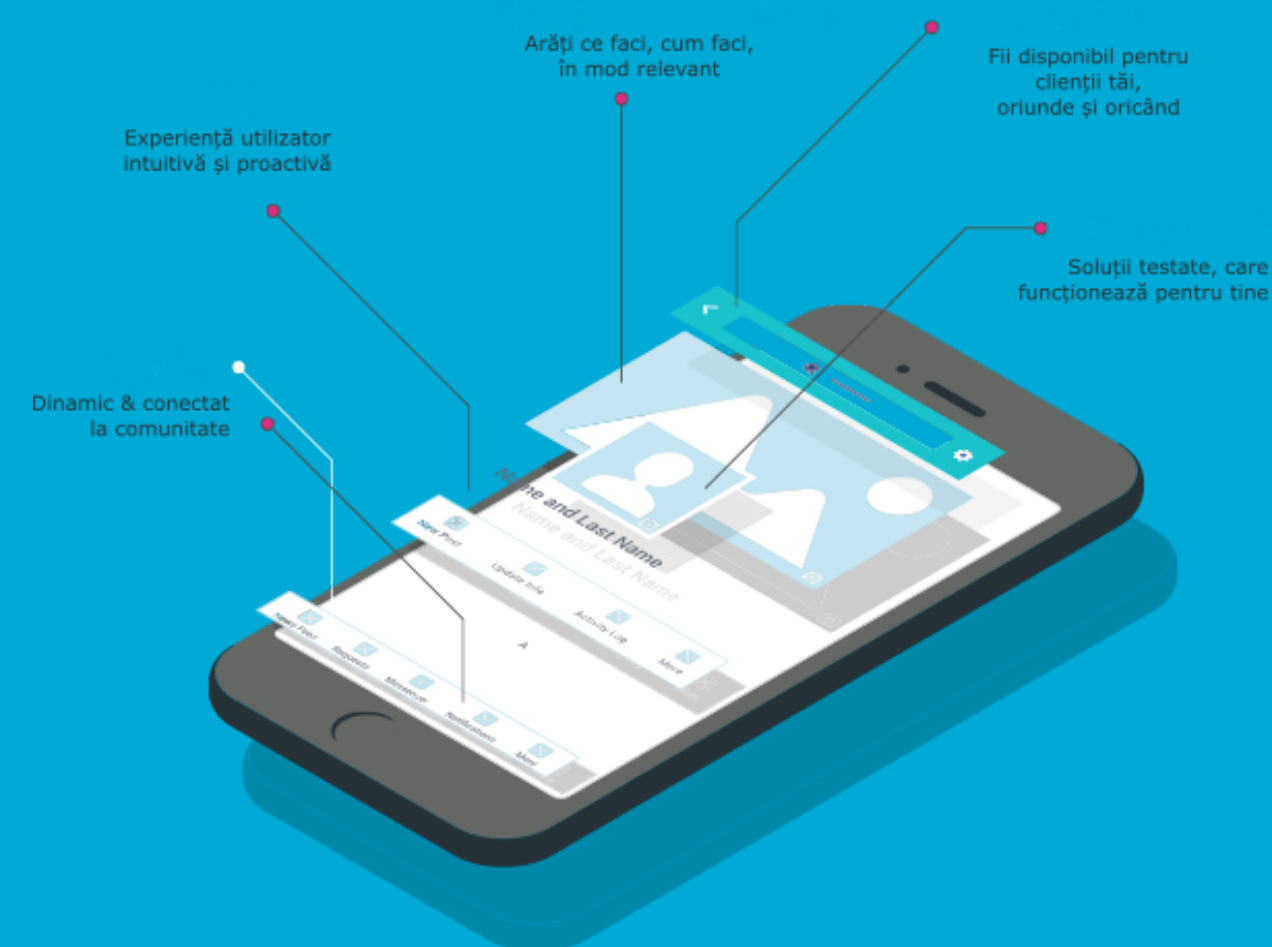
## TEHNOLOGII FLEXIBILE ȘI LIGHTWEIGHT

Astfel, putem face alegerea potrivită pentru fiecare proiect. Fără plugin-uri inutile, care îngreunează site-ul. Fără tehnologii perimate, care fac dificilă dezvoltarea.



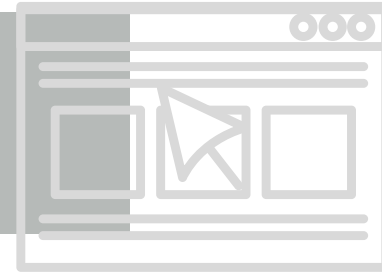
"Arată OK, încă ne place dar parcă lucrurile s-au mai schimbat între timp."

Și concurența a ținut cont de asta.





# Studiu de caz



Cum?

## Site de prezentare

### CLIENT

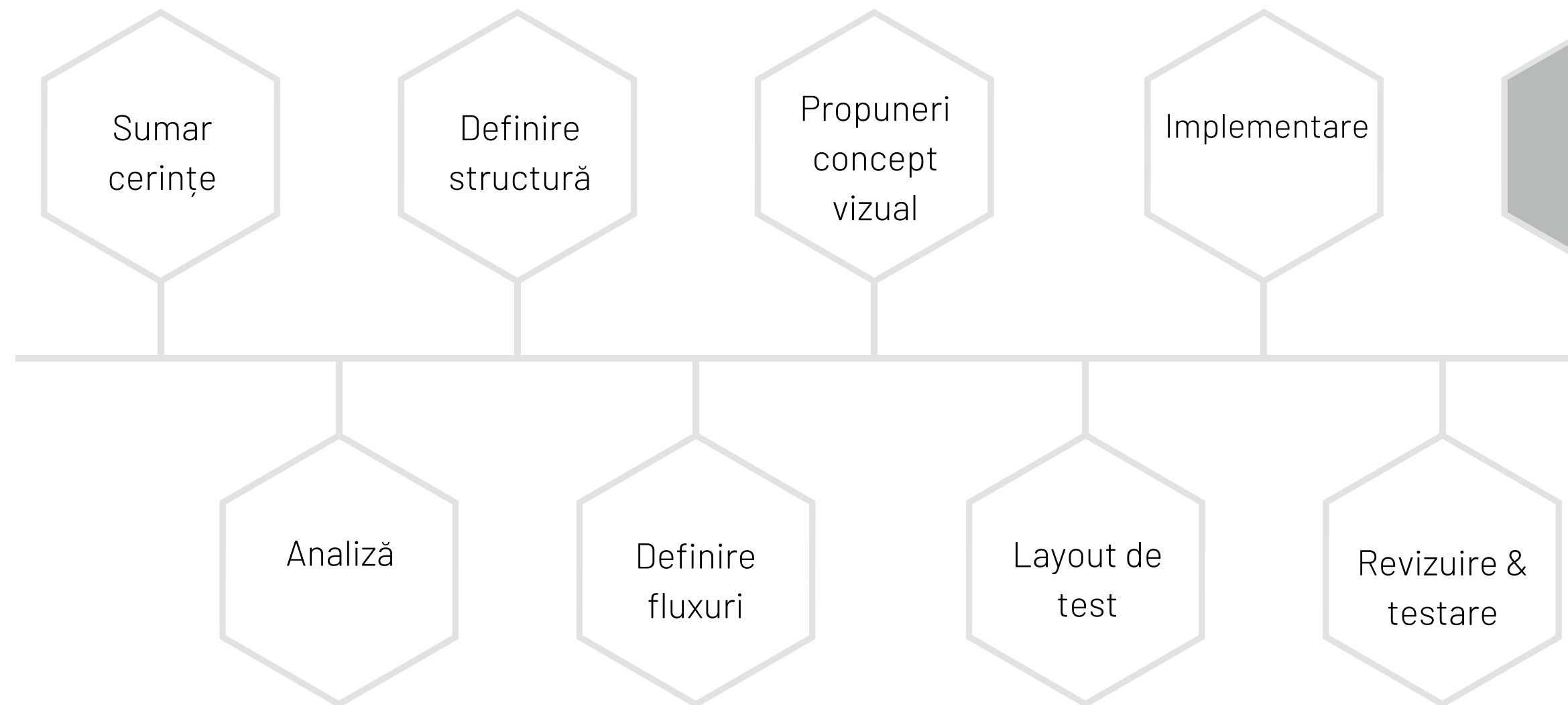
CytoGenomic Medical Laboratory

### LIVRABILE

Propunere layout website.

Website bilingv.

## PROCES



# Studiu de caz



Cum?



## Site de prezentare

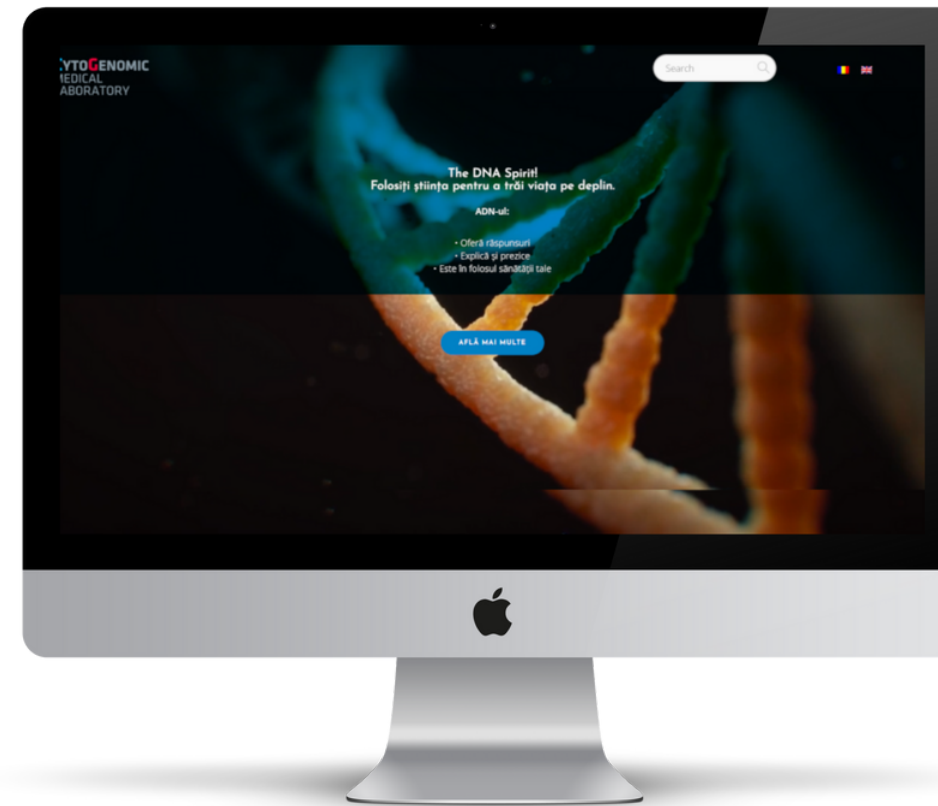
### CONTEXT

Clinică analize și consiliere genetică, activități de pionierat în domeniu, în România.

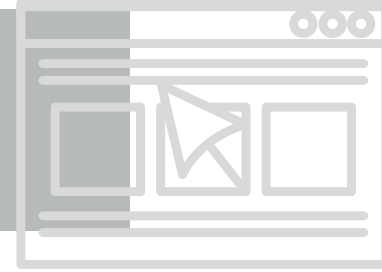
Clientul a dorit o abordare profesionistă, care să reflecte complexitatea domeniului dar accesibilă unui public larg.

O comunicare vizuală care insistă și pe afectiv nu doar o prezentare didactică.

<https://cytogenomic.ro/>



# Studiu de caz



Ecommerce



## CLIENT

Decor Clasic

## LIVRABILE

Shop cu funcționalități complete.

## CONTEXT

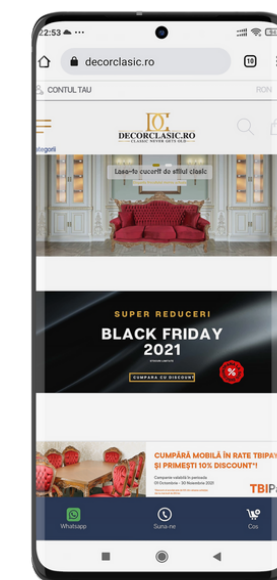
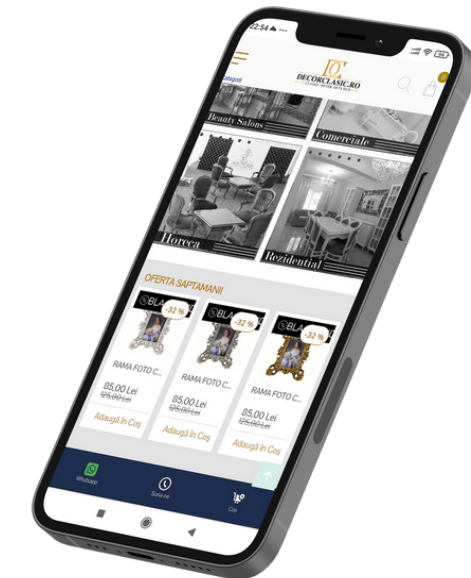
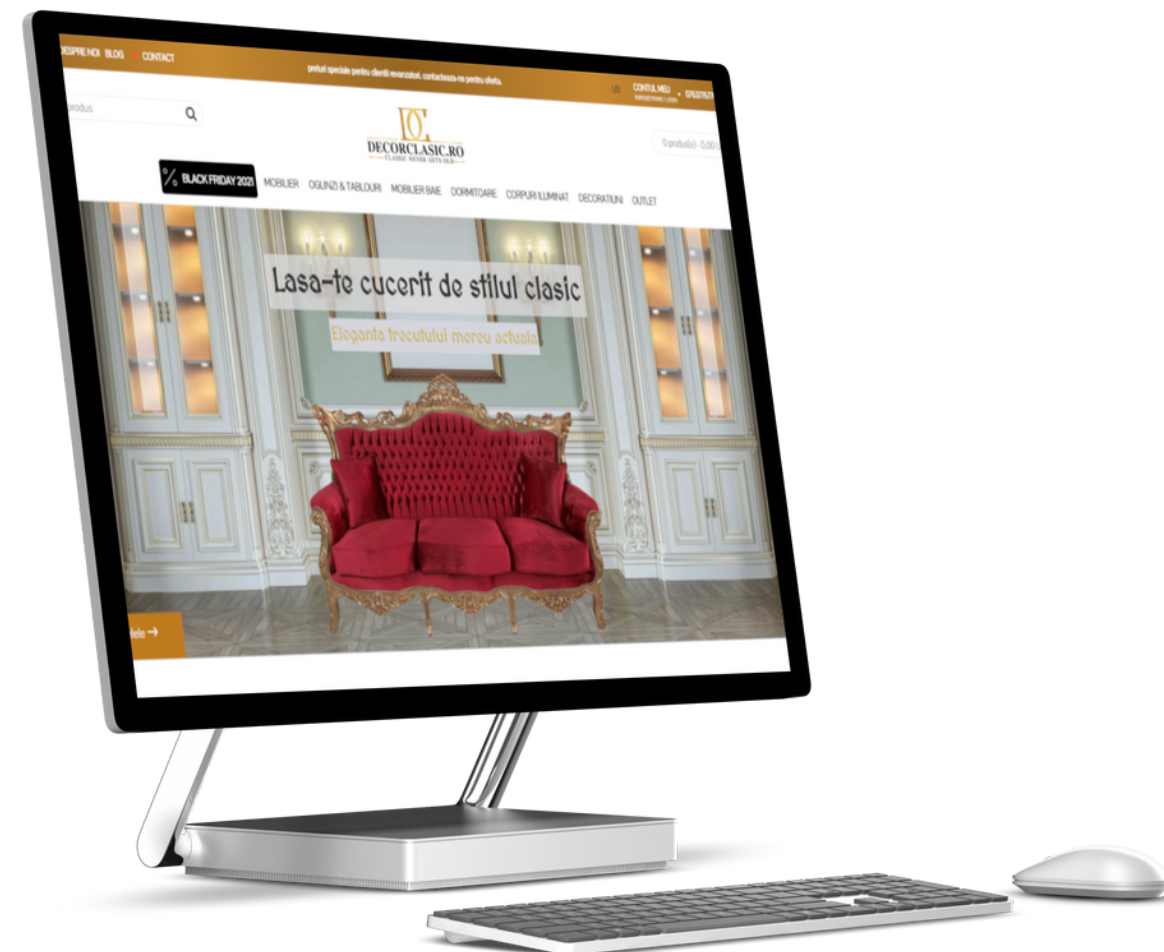
Producător mobilier clasic.

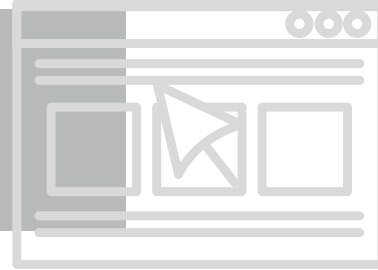
Jucător de top în domeniu, la nivel național, clientul a dorit un magazin online axat pe conversie, o experiență a utilizatorului cât mai fluentă și facilă și nu în ultimul rând, o estetică adecvată.

Mici detalii punctează o diferență competitivă și contribuie la un shop complet, care performează excelent.

<https://decorclasic.ro/>

Cum?





- Cerințe totale proiect. De ex.: avem un brief de proiect sau alocăm resurse analiză, venim cu propuneri layout? Avem content sau generăm noi?
- Complexitate proiect (ex. un site simplu de prezentare cu 5-6 pagini sau platformă ecommerce, cu integrări ERP, soft WMS, curier, marketplace, modul B2B, facturare, gestiune etc.);
- Resurse alocate de beneficiar (ex. sesiune discovery, persoană internă alocată proiect, feedback, buget etc.);
- Deadline;
- Număr de revizuiți, completări;
- ...altele

## EXEMPLU

Analiză domeniului de activitate, site actual, concurență: 5 h

Definire structură, funcționalități, conexiuni

Definire vizual - 3 layout HOME variante

Definire conținut text (creare text de la 0)

Integrare funcționalități extinse. Testare. Go live!

- + Configurare cont managed hosting (securizare, monitorizare, backup, update, upgrade site și module).
- + SEO On-Page & SEO Tehnic. Optimizare viteză.
- + Creare cont BM Facebook & Ad Account. Creare cont Google Ads. Creare campanii trafic.

EXEMPLU



Indiferent dacă ai un brief de proiect de webdesign bine pus la punct sau doar câteva idei generale, poți să ne întrebi.

Nu trebuie să ne dai tu ideile.

Sigur, ajută să ne explici ce și cum vrei, pentru că îți cunoști cel mai bine businessul. DAR nu așteptăm de la tine să ne ghidezi prin întregul proiect.

Ca beneficiar, de asta plătești: ca să ne asumăm rolul de profesioniști cu soluții complete și expertiză, care te scapă de bătăi de cap, riscuri și timp pierdut. Și generează rezultate.



# Performance marketing

ADS

Ce?

*Soluții de promovare on-line bazate pe obiectivele care contează cel mai mult pentru tine*

## GOOGLE ADS

- Analiză
- Planificare
- Configurare
- Administrare
- Testare
- Evaluare
- Ajustare & Monitorizare

## FACEBOOK ADS

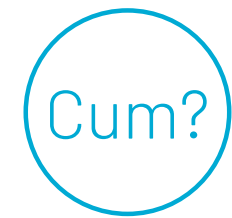
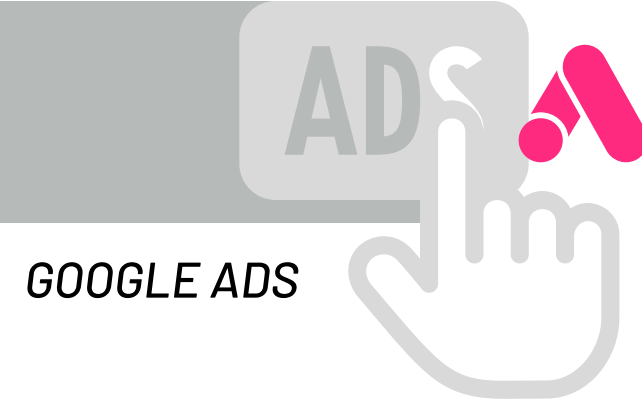
Pare mai simplu, dar nu e. Este promovare în mediu social, care este dinamic, mai volatil și mai liber de constrângeri. Dar cu experiență, cu un funnel bine construit, teste și creativitate, obținem și conversiile.

## YOUTUBE ADS

Tot Google. Doar că, dacă vrei campanii axate pe vizual, ai nevoie de un partener deopotrivă creativ și analitic. Putem crea content video, copy (text promo) și configura campaniile.

## LINKEDIN ADS

Sunt scumpe? Funcționează? Ca de obicei, răspunsul este: "Depinde!". E un canal cu audiență selectată, cu potențial mare pentru lead-uri B2B. De exemplu, anunțurile text au un CTR mic dar cost la fel de mic și generează trafic de calitate.



## ANALIZĂ

Analizarea frazelor și cuvintelor cheie de promovat prin platforma Google

Ads.

Ne uităm la relevanță, cost per click estimat, număr afișări vs. clickuri. Cuvinte cheie organice din site.

Concurență plătită și din SEO. ...altele.

## CREARE CAMPANII

- Creare campanii specifice: Dinamice, Search, Display etc.
- Creare grupuri de anunțuri și anunțuri relevante în fiecare grup, conform listă fraze și cuvinte cheie;
- Creare extensii specifice: sitelinks/ de apel/ info suplimentare

## TESTARE & AJUSTARE

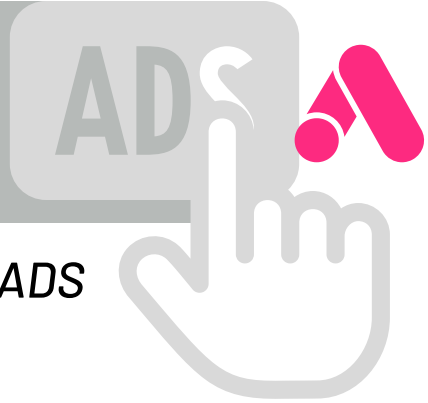
... conform performanțe:

- cuvinte cheie declanșatoare
- cuvinte cheie negative
- potriviri expresie vs. cost
- performanță anunțuri vs anunțuri neperformante
- locatii, segmente de public, timp

## MONITORIZARE

- caracteristici audiență: overview, noi vs. recurenți, interese, dispozitive utilizate, demografice, locații, user flow
- site content: landing pages, pagini vizualizate, puncte de ieșire, bounce rate etc.
- surse trafic: social, referral, ...altele.

# Studiu de caz



GOOGLE ADS



## CLIENT

Distribuitor produse electrice.

## OBIECTIVE

- CPA (cost per achiziție) cât mai scăzut
- ROAS (return on ad spend) cât mai mare
- Prezența constantă în SERP (search engine result page) pentru awareness.

## LIVRABILE

Rapoarte Google Ads, Analytics, shop.

## SOLUȚII

- Am creat un funnel (pâlnie vânzări) plecând de la campanie de trafic (susținută și de campanie de Facebook Ads cu obiectiv similar).
- Am activat campanii de Dynamic Search, până am început să avem conversii.
- Odată ce am avut un număr minim de conversii, am creat o campanie de Shopping Ads (procesul de învățare este mai rapid dacă algoritmul primește info mai precis info despre converșii).
- În paralel, retargetam diversele audiențe prin campanii de Display (cei care au adăugat în coș dar nu au finalizat, cei care au vizitat anumite pagini etc.).

## REZULTATE

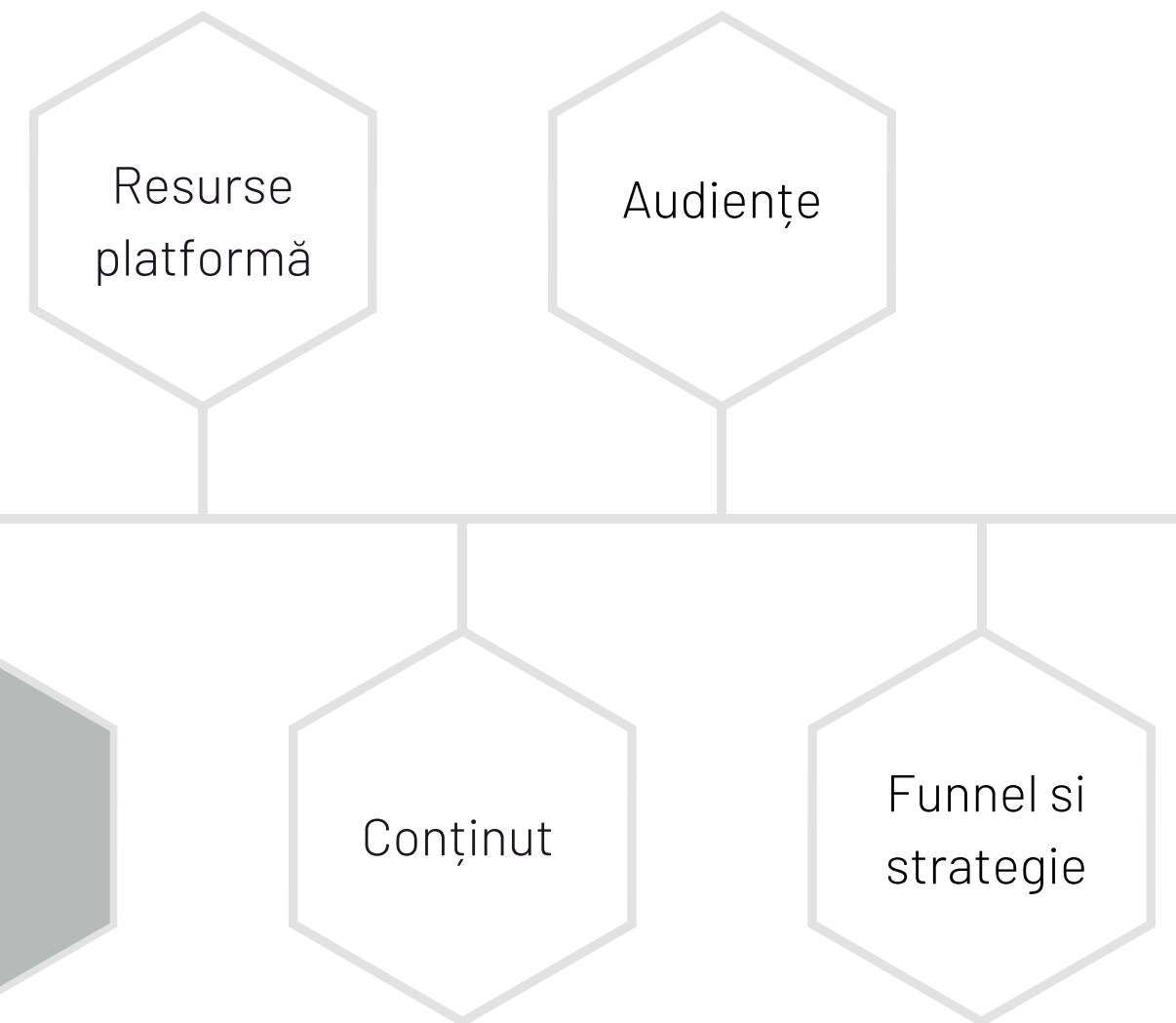
Rata de conversie după 8 luni: 4%.  
CPA (cost per achiziție) după 8 luni: - 38%.  
ROAS (return on ad spend) după 8 luni: 6.5:1 (650 %).







## COMPONENTE



## RESURSE PLATFORMĂ

- Creare, configurare BM (business manager), conturi de publicitate, instalare pixel, set-up events, catalog produse, etc.
- Creare sau dezvoltare pagină Fb (exploatare optimă funcționalități).

## CONȚINUT

- Topic postări (informaționale, educaționale, recreaționale, comerciale - trebuie un echilibru);
- Tip de postări (story, Q&A, event, video vs. text);
- Consecvență (frecvență și recurență).



Îți place sau nu, brandul tău este "persoană publică".

Datorită unei multitudini de informații partajate online, este vital ca brandurile să rămână consecvente în imaginea de brand pe care o prezintă online. Cu alte cuvinte, nu este important doar ca conținutul tău să ajungă la mase; de asemenea, este semnificativ faptul că conținutul prezintă o imagine de marcă consecventă prin mesaje semnificative

Social

# Comunicare integrată

Social Media



## 1. GENERALE

- Analiza aprofundata activitate companie
- Definire directii comunicare in Social Media-Facebook
- Analiză competiție directă & beneficiari
- Generarea de trafic catre platforma web
- Unificare comunicare pe retele alese (Fb, Instagram, LinkedIn, YouTube)
- Definire topicuri de abordat. Generare mesaj unic pentru fiecare



## 2. FACEBOOK

- Creare/ reactivare pagina de companie
- Definire machete vizuale multiple pentru postari imagine, carusel, video
- identificare oportunitati (subiecte de impact, povesti de succes, testimoniale de la clienti)
- Gestionare comunitate. Supraveghere si gestionare comunicare (comentarii la postari, mesaje in inbox, mentiuni privind pagina companie)
- Inscriere in grupuri Facebook din domenii compatibile cu servicii companie (potentiali clienti, expunere).
- Postari Facebook: 3 - 4 / saptamana + postari contextuale (subiecte spontane ex. proiect deosebit in tara, un client mare/nou etc.)

Ce?

# Comunicare integrată

## Social Media

Ce?



### 3. LINKEDIN

- Creare/ reactivare pagina de companie
- Definire machete vizuale multiple pentru postari imagine, carusel, video
- Identificare oportunitati (subiecte de impact, povesti de succes, testimoniale de la clienti)
- Gestionare comunitate - pagina companie.
- Extindere comunitate.
- Extindere vizibilitate.
- Postari LinkedIn: 1-2/ saptamana + postari contextuale (subiecte spontane ex. proiect deosebit in tara, un client mare/nou etc.)



### 4. GMB (GOOLGE MY BUSINESS)

- Creare/ reactivare pagina de companie
- Definire machete vizuale multiple pentru postari imagine, video, oferta etc.
- Identificare oportunitati (subiecte de impact, povesti de succes, testimoniale de la clienti)
- Extindere vizibilitate.
- Postari GMB: 1-2/ saptamana + postari contextuale (subiecte spontane ex. proiect deosebit in tara, un client mare/nou etc.)



### 5. YOUTUBE

- Creare/ reactivare pagina de companie
- Clipuri video: 1/saptamana
- Extindere vizibilitate



# Proces & abordare



FACEBOOK ADS



## COMPONENTE

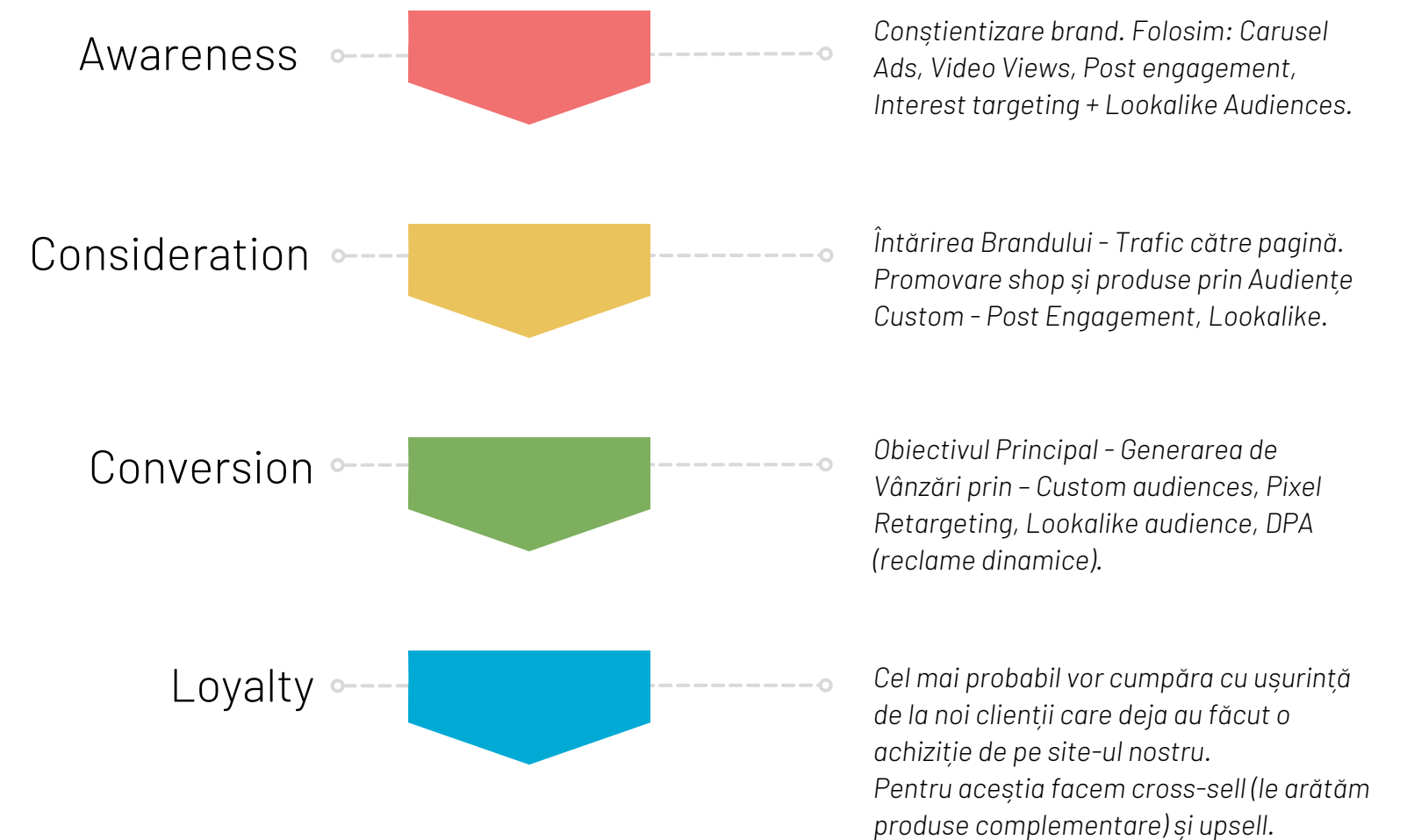


## AUDIENȚE

- Targeting Interese - pentru awareness și găsirea de noi clienți;
- Custom Audiences - După campaniile de brand awareness și trafic, creăm audiențe custom pentru retargeting (Pixel data, Engagement, Adrese email).
- Lookalike Audience - Odată ce avem ca baza Custom Audiences începem să lucrăm cu Lookalike Audience.

*Custom Audiences și Lookalike Audience au ROAS mai mare decât targetingul tradițional.*

## FUNNEL ȘI STRATEGIE



# Studiu de caz

ADS 

FACEBOOK ADS

Cum?

## CLIENT

Accesorii și decorațiuni

## OBIECTIVE

- Expunere (brand relativ nou);
- ROAS (return on ad spend) cât mai mare;
- Cost per achiziție cât mai mic;
- Creștere nr. aprecieri & urmăritori.

## LIVRABILE

Creative - machete img, clipuri video, texte.

Rapoarte Fb Ads.

## SOLUTII

- Pentru expunere am folosit Carousel Ads, ne-am axat pe Video Views, Post Engagement. Am folosit Interest Targeting + Lookalike Audiences.
- Am trimis trafic către pagină, nu în exterior (shop).
- Am retargetat audiența în funcție de interacțiuni prin reclame dinamice de produs (DPA).
- Am postat zilnic, urmând un calendar editorial foarte bine trasat (dpdv. tip postări, topic, vizualuri). Chiar dacă traficul organic este extrem de redus, postările gratuite în pagină contribuie la un "social proof" al brandului, care devine real, capătă consistență.
- Am acordat importanță comunicării prin mesaje și în cadrul comunității.

## REZULTATE

Creștere cu 250% urmăritori ai paginii.  
Engagement crescut exponențial.  
Cost per rezultat scăzut cu 68%.  
ROAS: 5:1(500%).





- Analizarea frazelor și cuvintelor cheie de promovat prin platforma Google Ads. Ne uităm la relevanță, cost per click estimat, număr afișări vs. clickuri.
- Concurență;
- Buget;
- Exigențe creative client & piață (Fb Ads);
- Timp alocat sesiuni săptămânale de analiză & reevaluare;
- ...altele

## EXEMPLU

Analiză domeniului de activitate.

Analiză site actual - ajustări, corecții.

Creare campanii specifice: Dinamice, Search, Display etc.

Testare audiențe.

Testare vizualuri (de ex. creative dinamice la Fb Ads pot avea 5 img, 5 video, 5 descrieri).

- + Creare landing page în site pentru campanii
- + Integrare Analytics - Google Ads - Search Console
- + SEO On-Page
- + Creare cont BM Facebook & Ad Account. Creare cont Google Ads.

EXEMPLU

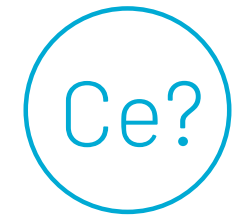
"Nu e momentul potrivit acum, că nu e timp. Și nici nu prea sunt bugete."

"A mers destul de ok până acum, nu?"

Piața pe care activezi e haotică  
sau din contră, jucătorii sunt  
aceiași de prea multă vreme?

**Cât tu aștepti,  
concurența vrea  
mai mult. Acum!**





*Fără soluții "dupa ureche". Fără rețete prăfuite  
Doar soluții adaptate nevoilor de optimizare ale fiecărui site*

## CE ÎNSEAMNĂ?

Rezultatele ce apar la cautare sunt influențate de factori multipli, de la cuvinte cheie, conținut relevant, schimbările algoritmilor folosiți de motorul de căutare, la optimizare site pentru "user intent" și structură linkuri interne.

## CE SE POATE FACE?

Urmând principiile de SEO avansate și constant adaptate schimbărilor, asigurăm site-ului tău pilonii necesari pentru succesul în online, printr-o creștere organică și atingerea unei poziții de top sustenabile.



### SEO DIAGNOZĂ

Trebuie să știi cât de bine este site-ul structurat în momentul de față, cât de puternice sunt linkurile către el, cât de relevant este conținutul sau dacă sunt erori în site.



### SEO ON-PAGE

Optimizarea on-site este punctul de plecare în orice strategie SEO de succes. O mare parte din acțiunile specifice constă în a remedia punctele slabe semnalate de SEO Diagnoză.



### SEO OFF-PAGE

Am făcut o analiză temeinică, am descoperit și remediat eventuale vulnerabilități. Am optimizat accesibilitatea, calitatea și relevanța conținutului, timpului de încărcare. E timpul să trecem la nivelul următor.



*Mai pe larg...*



## SEO DIAGNOZĂ

Facem o analiză care atinge următoarele puncte:

- Evaluare cuvinte cheie;
- Accesibilitate & utilitate site dpdv. vizitatori;
- Analiză relevanță și calitate conținut website;
- Optimizare viteză site;
- SEO Best Practice – recomandări aliniere;
- ... altele.



## SEO ON-PAGE

Posibile puncte de remediat on-site:

- Creare și configurare fișier robots.txt;
- Creare și înregistrare sitemap.xml;
- Structured data;
- Analiză densitate cuvinte și expresii cheie;
- Analiză structură conținut în pagină;
- Optimizare linkuri interne;
- Optimizare 301,404;
- Canonicalization analysis;
- Optimizare Taguri din Header (H1, H2 etc);
- Analiză conținutului duplicat;
- Analiză redirecturi;
- Optimizare cuvinte și expresii cheie relevante;
- ... altele.



## SEO OFF-PAGE

Links si continut de calitate:

Chiar dacă lucrurile s-au schimbat în ultimii ani, link-urile au încă un aport foarte mare în poziționarea pe lista rezultatelor. Diferența se face prin calitatea și autoritatea link-urilor asociate, relevanța în context, evitarea de tehnici tip « black hat SEO », penalizabile de Google.

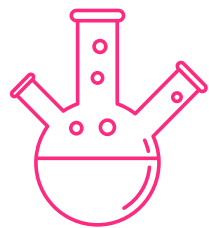
Munca unui specialist SEO constă aici în identificarea, evaluarea și asocierea cu site-ul obiect a link-urilor care pot ajuta, în timp, la o mai bună poziționare.



# SEO



*De multe ori, diferența între succes și eșec este o chestiune de nuanță.*



## SECRET SPICE

Google are câteva sute bune de algoritmi pe care îi aplică. Și sunt secreți.

Concurenți sunt mulți și unii au bugete generoase. Genul de bugete care atrag agenții - precum Xprimia - care dispun la rândul lor de resurse, profesioniști bine pregătiți și dorința de a-și mulțumi clienții.

Și atunci, concret, ce înseamnă SEO? Și ce rezultate predictibile poate oferi unui client?

Considerăm că SEO nu este un "one way track". De multe ori este un mix între experiența specialistului SEO, înțelegerea trendurilor din industrie, monitorizarea concurenței, familiarizarea cu motorul de căutare și "trial and error".



# Studiu de caz SEO



## CLIENT

Obiecte sanitare

## OBIECTIVE

- Poziționare pag 1 pentru 10 -15 cuvinte cheie;
- Poziționare pag 1-2 pentru 25-30 cuvinte cheie;

## LIVRABILE

Listă publicații (articole externe).  
Analiză periodică poziționări & raportare.

## SOLUȚII

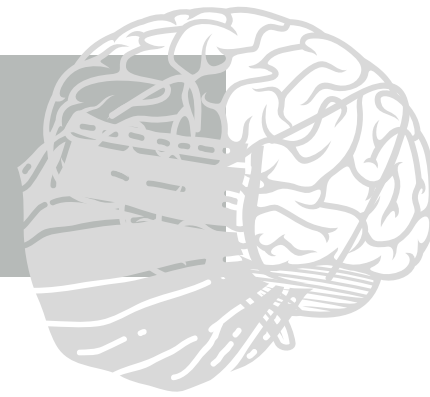
- Articole cu conținut relevant publicate în rețea de site-uri partenere cu ranking semnificativ;
- Legătură cu site client;
- Focus pe cuvinte cheie longtail nu doar cuvinte cheie generale;
- Evaluare Google Share pentru cuvinte cheie de interes;
- Monitorizare, analiză siteuri concurenți;
- Identificare elemente, abordări performanțe. Backlinks, referral domains, keyword density etc.;
- Implementare traseu relevanță prin tier 2 links;
- Ierarhie conținut platformă în zona de produse și blog/portofoliu. Cluster de relevanță;
- Structured data. Rich Snippets.

## REZULTATE

Creștere cu 60% vizitatori unici.  
Poziționări pag 1-2 pentru cca. 60  
cuvinte și expresii cheie.  
Conversii generate de traficul organic.



# Consultanță



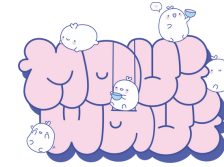
*Cât de bine te-a prins începutul anului 2020, în online?  
Dacă ai putea da timpul înapoi, ți-ai fi dorit să ai lucrurile mai  
bine puse la punct?*

## CUM TE PUTEM AJUTA

- Audit și analiză context curent digital al afacerii: puncte forte/ slabe, riscuri vs. oportunități;
- Analiză oportunități pe termen scurt și mediu;
- Definire proceduri crisis management;
- Consiliere ref. canale & instrumente digitale corelate cu obiectivele afacerii;
- Brand reputation management în online;
- Propuneri de acțiuni & tactici individuale sau ca parte a unui plan integrat.



Clienți \*reperere



Spune-ne ce nevoi ai și vom încerca să  
conturăm abordarea cea mai potrivită  
pentru afacerea ta în online.


xprimia.eu  
say it online!

Obiective, resurse, așteptări: sunt  
diferite pentru fiecare.

Nu credem în "pachete".  
În viața reală, fiecare client e diferit.

Fiecare proiect se dimensionează  
diferit și necesită abordări specifice.

 Spectrum Office Center | Sos. Mihai Bravu Nr. 62 A  
București

 +4 072 074 23 24

 office@xprimia.eu

Say it online!