



GHID PRACTIC PENTRU FIRME MICI

Prezența online a firmei tale, în 10 pași practici

Zece pași concreți — fiecare fezabil într-o singură zi — ca firma ta să fie găsită, crezută și aleasă online. Fără jargon tehnic, fără promisiuni umflate.

01 Numele și domeniul

03 Google Business

05 Un canal social

07 E-mail profesionist

09 Unelte AI

02 Site-ul minim

04 Recenziile

06 WhatsApp Business

08 Poze și texte

10 Măsurare simplă

De ce contează — și cum folosești ghidul

Când cineva aude prima dată de firma ta — de la un prieten, dintr-o postare, de pe eticheta unui produs — primul reflex e să te caute pe telefon. Ce găsește în acele câteva secunde decide, de multe ori, dacă te contactează sau trece la următoarea firmă din listă. Asta înseamnă, de fapt, prezența online: toate locurile în care firma ta poate fi găsită și impresia pe care o lasă, împreună.

Vestea bună: pentru o firmă mică, o prezență online solidă nu cere bugete de corporație, agenție de publicitate sau cunoștințe tehnice. Cere câteva lucruri de bază, făcute corect o singură dată și ținute la zi cu puțină disciplină. Exact acele lucruri de bază sunt adunate aici.

Promisiunea ghidului e simplă: 10 pași concreți, în ordinea în care merită făcuți. Fiecare pas poate fi terminat într-o singură zi — unii chiar într-o oră. La finalul fiecărui capitol găsești caseta „De făcut azi”: acțiunea minimă cu care bifezi pasul. Iar la sfârșit te așteaptă un checklist recapitulativ, ca să vezi negru pe alb unde ai ajuns.

Nu trebuie să faci totul dintr-odată. Ia câte un pas pe zi, în ordine — primii sunt fundația pentru următorii. În două săptămâni de lucru relaxat, firma ta arată online cu totul altfel.

Onest: niciun pas de aici nu aduce clienți peste noapte și nimic din ce urmează nu e magie. Împreună însă, cei 10 pași schimbă felul în care ești găsit și perceput — iar asta se vede, în timp, direct în telefonul care sună.

DE FĂCUT AZI

Pune-ți în calendar câte o oră pe zi, în următoarele două săptămâni, cu eticheta „prezență online”. Restul vine de la sine.

Numele și domeniul



Totul pornește de la nume. Înainte să investești în site, cărți de vizită sau reclame, verifică un lucru simplu: **poate fi găsită firma ta după numele ei?** Caută numele pe Google exact cum l-ar scrie un client. Dacă prima pagină e plină de alte firme cu nume asemănător, din alt oraș sau alt domeniu, o parte dintre clienții care te caută vor ajunge la altcineva.

Apoi verifică domeniul — adresa de internet a firmei, gen **firmata.ro**. La orice registrar românesc (companiile care vând domenii) afli gratuit, în câteva secunde, dacă e liber. Un domeniu .ro costă în jur de 50–80 de lei pe an — probabil cea mai ieftină investiție în imaginea firmei tale.

- **Scurt și ușor de dictat la telefon.** Dacă trebuie să-l spui pe litere, e prea complicat.
- **Fără cratime și fără diacritice în adresă.** „firma-ta.ro” pierde vizitatori față de „firmata.ro”.
- **Alege .ro dacă vinzi în România** — inspiră încredere locală.
- **Același nume peste tot:** domeniu, e-mail, social media. Consecvența te face ușor de găsit și de ținut minte.

Cumpără domeniul chiar dacă site-ul vine abia peste trei luni. Domeniile bune se ocupă, iar recuperarea unuia luat de altcineva e scumpă sau de-a dreptul imposibilă.

Onest: dacă numele firmei tale e deja folosit intens de altcineva online, e mai ieftin să adaugi un cuvânt distinctiv — orașul sau meseria — decât să te lupți pentru primul loc în căutări.

DE FĂCUT AZI

Caută firma pe Google, verifică dacă domeniul .ro e liber și, dacă e, cumpără-l. Durează o oră, cu tot cu creat contul.



Site-ul: minimul care aduce clienți

Nu ai nevoie de un site cu zece pagini, animații și blog ca să convingi. Ai nevoie de un site care răspunde repede la întrebările pe care și le pune orice client nou. O singură pagină, făcută bine, e de multe ori suficientă. Iată ce trebuie să conțină, minim:

- **Ce faci, spus în prima propoziție.** Nu „bine ați venit pe site-ul nostru”, ci „Reparăm centrale termice în Cluj, în aceeași zi”.
- **Pentru cine și unde.** Orașul sau zona în care lucrezi, tipul de clienți pe care îi servești.
- **Prețuri sau măcar repere.** „De la X lei” filtrează întrebările inutile și arată transparență.
- **Poze reale.** Lucrările, produsele, spațiul, echipa ta — nu imagini de stoc cu oameni în costume.
- **Dovadă:** două-trei recenzii sau lucrări recente, cu o frază de context.
- **Contact la vedere:** telefon pe care se poate apăsa direct, WhatsApp, adresă, program — vizibile fără derulat până la subsol.

Două reguli tehnice, pe scurt: site-ul trebuie să se încarce repede și să arate bine pe telefon, pentru că de acolo vin cei mai mulți vizitatori. Verifică-l chiar tu, de pe telefonul tău, nu doar de pe laptop.

Onest: un site simplu, clar și terminat bate întotdeauna unul ambițios și veșnic „în lucru”. Poți începe cu o singură pagină și poți crește de acolo.

DE FĂCUT AZI

Scrive pe hârtie răspunsurile la cele șase puncte de mai sus. Țasta e jumătate din site — restul e doar formă.



Profilul Google Business

Când cineva caută „instalator sector 3” sau „cofetărie Brașov”, primele rezultate nu sunt site-uri, ci caseta cu harta și firmele din zonă. Ca să apari acolo ai nevoie de un **profil Google Business** — e gratuit și se configurează într-o după-amiază.

Profilul e fișa firmei tale în Google: nume, adresă, program, telefon, poze, recenzii. Pentru multe firme locale aduce mai mulți clienți decât site-ul, dintr-un motiv simplu: apare exact în momentul în care cineva caută serviciul tău, în zona ta.

- **Completează tot.** Fiecare câmp gol e un motiv în minus să te aleagă cineva. Categorie corectă, program exact, descriere clară, servicii enumerate.
 - **Adaugă poze reale** — spațiul, produsele, lucrările. Profilurile cu poze primesc vizibil mai multe apeluri și cereri de indicații.
 - **Ține-l la zi:** program de sărbători, servicii noi, număr schimbat. Un profil cu informații greșite e mai rău decât unul inexistent — clientul ajuns în fața ușii închise nu se mai întoarce.
 - **Folosește-l activ:** răspunde la întrebări, la recenzii, publică din când în când o noutate.
- Onest:** Google îți va cere să verifici că firma există — prin video, telefon sau un cod trimis prin poștă. Poate dura câteva zile. Nu e complicat, doar cere puțină răbdare.

DE FĂCUT AZI

Intră pe google.com/business, creează sau revendică profilul firmei tale și completează toate câmpurile, cu tot cu poze.



Recenziile: cere-le și răspunde-le

Înainte să te sune, clientul nou citește ce spun alții despre tine. Recenziile sunt cea mai credibilă formă de publicitate — tocmai pentru că nu vin de la tine — și una dintre puținele complet gratuite.

- **Cere-le.** Cei mai mulți clienți mulțumiți ar lăsa o recenzie, dar n-o fac nechemate. Cheia e momentul: cere imediat după ce clientul și-a exprimat mulțumirea, nu peste două săptămâni.
- **Fă-o ușor.** Profilul Google Business îți dă un link direct de recenzii. Salvează-l și trimite-l pe WhatsApp: „Mă bucur că a ieșit bine! Dacă aveți 30 de secunde, o recenzie aici ne-ar ajuta enorm.”
- **Fă din asta un obicei, nu o campanie.** Două recenzii pe lună, constant, arată mai natural și cântăresc mai mult decât douăzeci apărute în aceeași săptămână.

Răspunde la toate. La cele pozitive, un mulțumesc scurt și personal — nu același text copiat. La cele negative, răspunde calm și concret: ce s-a întâmplat, ce ai îndreptat. Fără scuze pompoase, fără ceartă. Răspunsul nu e pentru cel nemulțumit, ci pentru toți cei care îl citesc după el.

Onest: nu cumpăra recenzii false. Se recunosc ușor, platformele le șterg, iar dacă un client prinde ideea, încrederea pierdută nu se mai cumpără înapoi cu nimic.

DE FĂCUT AZI

la linkul de recenzie din profilul Google și trimite-l azi, cu un mesaj personal, la cinci clienți mulțumiți din ultima lună.



Social media: alege un singur canal

Cea mai des întâlnită greșeală în social media nu e conținutul slab — e împrăștierea. Pagini deschise pe patru platforme, toate tăcute de luni de zile. O pagină abandonată transmite exact opusul a ceea ce vrei: că firma poate nici nu mai există.

Regula e simplă: **un singur canal, ținut viu**. Alegerea depinde de cine sunt clienții tăi:

- **Facebook** — public larg, peste 30 de ani, firme locale, grupuri de cartier și de oraș.
- **Instagram** — afaceri vizuale: mâncare, frumusețe, amenajări, ateliere, produse handmade.
- **TikTok** — public tânăr, video scurt, potențial mare de răspândire fără buget de reclamă.
- **LinkedIn** — servicii pentru alte firme, consultanță, recrutare.

Ritmul sustenabil bate ritmul ambițios: două postări pe săptămână sunt suficiente, dacă apar constant. Și postează ce ai la îndemână — lucrarea de azi, un client mulțumit (cu acordul lui), un sfat din meseria ta, culisele atelierului. Lucruri adevărate din firma ta, nu lozinci motivaționale.

Onest: social media crește încet la început. Primele luni ai impresia că vorbești singur — e normal și trece. Cine câștigă nu e cel mai creativ, ci cel care nu se oprește după a treia postare.

DE FĂCUT AZI

Alege canalul potrivit clienților tăi, completează profilul (poză, descriere, telefon, link) și pune-ți în calendar două postări pe săptămână.



WhatsApp, unealta ta de vânzare

În România, clientul care vrea să te întrebe ceva nu-ți trimite e-mail — îți scrie pe WhatsApp. Poți lăsa asta la voia întâmplării, pe numărul personal, sau poți transforma WhatsApp într-o unealtă de vânzare adevărată. Versiunea pentru firme — **WhatsApp Business** — e gratuită și se instalează în câteva minute. Ce primești:

- **Profil de firmă:** nume, descriere, program, adresă, site. Clientul vede că vorbește cu o firmă, nu cu un număr necunoscut.
- **Catalog:** produsele sau serviciile tale, cu poze și prețuri, direct în conversație.
- **Răspunsuri rapide:** șabloane pentru întrebările care revin mereu — prețuri, program, livrare — trimise din două atingeri.
- **Mesaj de întâmpinare și de absență:** cine scrie la 22:00 primește pe loc un răspuns politicos, iar tu răspunzi liniștit dimineața.
- **Etichete:** „client nou”, „de trimis oferta”, „comandă în lucru” — ordine în conversații, fără caiet.

Pune linkul direct de conversație (linkul **wa.me**) pe site, în profilul Google și pe social media. Cu cât e mai ușor să-ți scrie cineva, cu atât îți scriu mai mulți.

Onest: nicio funcție nu bate viteza. Clientul care întreabă azi cumpără, de regulă, de la primul care îi răspunde.

DE FĂCUT AZI

Instalează WhatsApp Business, completează profilul firmei și scrie primele trei răspunsuri rapide.



E-mailul profesionist

Compară două adrese: **contact@atelierverde.ro** și **atelierverde2019@gmail.com**. Același om, aceeași firmă — dar prima inspiră din prima secundă mai multă încredere. Când e vorba de sume mari sau de clienți firme, detaliul acesta cântărește serios.

Dacă ai făcut pasul 1 și domeniul e al tău, e-mailul pe domeniu e la un pas distanță: mulți furnizori de găzduire îl includ în preț, iar serviciile dedicate costă câteva zeci de lei pe lună. Configurarea e o treabă de o oră — iar dacă nu vrei să te atingi de ea, orice om tehnic o rezolvă repede.

- **O singură adresă generică** pentru clienți — contact@ sau salut@ — nu zece adrese pe care nu le mai verifică nimeni.
 - **Semnătură completă:** nume, funcție, telefon, site. Fiecare e-mail trimis devine o mică carte de vizită.
 - **Totul într-un singur inbox**, verificat zilnic. Un e-mail rămas fără răspuns trei zile e, de cele mai multe ori, un client pierdut.
- Onest:** nu trebuie să muți totul peste noapte. Păstrează vechea adresă activă, cu redirectionare către cea nouă, și anunță clienții treptat. În câteva luni, tranziția se face de la sine.

DE FĂCUT AZI

Activează e-mailul pe domeniul tău — la furnizorul de găzduire sau la registrar — și setează-ți semnătura completă.



Poze și texte: reguli simple

Nu ai nevoie de fotograf și de copywriter ca să arăți bine online. Ai nevoie de câteva reguli respectate constant — diferența dintre „amator” și „îngrijit” e mai mică decât pare.

PENTRU POZE

- **Lumină naturală** — lângă fereastră sau afară. Lumina bună face mai mult decât orice telefon scump.
- **Fundal curat:** scoate din cadru mopul, cablurile, dezordinea. Zece secunde de aranjat scutesc ore de regrete.
- **Real, nu stoc:** produsul tău, mâinile tale, spațiul tău. Pozele cu oameni perfecți în birouri perfecte se recunosc imediat și nu conving pe nimeni.
- **Fă zece cadre, alege unul.** Prima poză bună e rareori prima făcută.

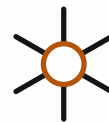
PENTRU TEXTE

- **Scrive cum vorbești.** Citește textul cu voce tare: dacă n-ai spune așa unui client la telefon, rescrie-l.
- **Propoziții scurte,** câte o idee pe rând. Esențialul în prima propoziție.
- **Beneficii, nu caracteristici:** nu „dispunem de utilaje moderne”, ci „terminăm în jumătate din timp”.
- **Diacritice corecte, peste tot.** Textele fără diacritice arată neglijent — iar neglijența se extinde, în mintea clientului, și asupra serviciilor tale.

Onest: nu vâna perfecțiunea. O poză reală cu lumină bună și un text sincer bat oricând o producție artificială fără suflet.

DE FĂCUT AZI

Fă azi zece poze cu lumină naturală produselor sau lucrărilor tale și rescrie descrierea firmei după regulile de mai sus.



Unelte AI care chiar ajută

Despre AI se vorbește mult și bombastic. Pentru o firmă mică, adevărul e mai simplu: AI-ul e un asistent ieftin și harnic pentru muncile mărunte care îți mănâncă timpul. Îți dăm mai jos categorii, nu nume de aplicații — uneltele se schimbă de la o lună la alta, categoriile rămân.

- **Asistenți conversaționali** — scrii ce ai nevoie, primești text: răspunsuri la clienți, descrieri de produse, oferte, idei de postări. Cel mai rapid câștig pentru majoritatea firmelor.
- **Corectură și traducere** — greșelile de tastare și frazele greoaie dispar în câteva secunde, iar traducerile de zi cu zi au ajuns foarte bune.
- **Editare foto simplă** — ștergerea fundalului, luminozitate, decupaje. Lucruri care cereau un designer se fac acum într-un minut.
- **Chatboți pentru întrebări frecvente** — răspund pe site sau pe social media la „cât costă” și „ce program aveți”, inclusiv noaptea și în weekend.
- **Automatizări „când X, fă Y”** — leagă aplicațiile între ele: formularul completat ajunge singur în tabel, comanda își trimite singură confirmarea.

Regula de aur: **AI-ul face prima variantă, tu o faci pe ultima.** Diferența de timp e uriașă — dintr-o oră de scris rămân zece minute de corectat.

Onest: AI-ul inventează uneori cu mare încredere. Verifică tot ce iese public sub numele firmei tale și nu-i da datele personale ale clienților fără să știi unde ajung.

DE FĂCUT AZI

Alege o sarcină care revine săptămânal — de pildă răspunsurile la mesaje — și rezolv-o azi cu un asistent AI. Compară timpul.

Măsoară simplu ce funcționează



Nu ai nevoie de rapoarte colorate și de termeni englezești ca să știi dacă prezența ta online lucrează. Ai nevoie de răspunsul la trei întrebări, notat lunar, în același tabel:

- **1. De unde a aflat de tine fiecare client nou?** Întreabă-i, pur și simplu: „Apropo, cum ați dat de noi?”. E cea mai valoroasă statistică din lume și nu costă nimic.
- **2. Câți oameni te găsesc?** Profilul Google Business îți arată gratuit câți te-au văzut și câți au sunat; statisticile site-ului îți spun câți l-au vizitat.
- **3. Câte cereri primești?** Mesaje, apeluri și cereri de ofertă pe săptămână — cifra care contează cu adevărat, pentru că din ea vin banii.

Notează cele trei răspunsuri o dată pe lună, într-un tabel simplu — pe hârtie sau în Excel, nu contează. După trei luni ai ceva neprețuit: știi ce îți aduce clienți și ce doar îți consumă timp. Fă mai mult din prima categorie și taie fără milă din a doua.

Onest: nu trage concluzii după o săptămână. Cifrele mici oscilează de la sine; tendința pe trei luni e cea care spune adevărul.

DE FĂCUT AZI

Fă tabelul cu cele trei întrebări și pune-i prima întrebare chiar primului client de azi.

Checklist: cei 10 pași, pe scurt

Bifează ce ai terminat. Ce rămâne nebifat e, pur și simplu, planul tău pentru săptămâna viitoare.

- 01 Numele și domeniul**
Firma se găsește ușor pe Google, domeniul .ro e cumpărat.

- 02 Site-ul minim**
Spune clar ce fac, pentru cine, cu prețuri, poze reale și contact la vedere — și arată bine pe telefon.

- 03 Profilul Google Business**
Creat, verificat, complet, cu poze reale și program la zi.

- 04 Recenziile**
Am linkul de recenzie salvat și îl trimit constant clienților mulțumiți; răspund la toate.

- 05 Un singur canal social**
Am ales canalul potrivit clienților mei și postez de două ori pe săptămână.

- 06 WhatsApp Business**
Profil complet, catalog, răspunsuri rapide, mesaj de absență; linkul wa.me e peste tot.

- 07 E-mail profesionist**
Adresa e pe domeniul firmei, cu semnătură completă, verificată zilnic.

- 08 Poze și texte**
Poze cu lumină naturală, reale; texte cu diacritice, scrise cum vorbesc, cu esențialul primul.

- 09 O unealtă AI în lucru**
Folosesc AI pentru cel puțin o sarcină repetitivă — cu verificare umană la final.

- 10 Tabelul cu trei întrebări**
Notez lunar de unde vin clienții, câți mă găsesc și câte cereri primesc.

Ai bifat tot? Felicitări — firma ta arată online mai bine decât cea mai mare parte a concurenței. De aici încolo, secretul e unul singur: ține totul la zi.



DESPRE NOI

Dacă vrei o mână de ajutor

Ghidul acesta e gândit să-l poți parcurge singur, pas cu pas. Dar dacă timpul e exact resursa care îți lipsește — sau vrei ca cineva să facă lucrurile astea împreună cu tine, nu în locul tău — exact cu asta ne ocupăm.

IMESSA e o agenție digitală din București: site-uri, branding, marketing, video, automatizări cu AI și publishing — o singură echipă, un singur interlocutor.

Scrive-ne fără nicio obligație. Prima discuție nu costă nimic — și pleci din ea măcar cu o părere sinceră despre unde se află firma ta.

SITE

imessa.ro

E-MAIL

imessa.studio@gmail.com

WHATSAPP

[0755 667 692](https://wa.me/0755667692)

IMESSA

© 2026 · București · Ghid gratuit — poate fi trimis mai departe oricui îi e de folos.