



# Дигитална трансформация и дигитална готовност

Автор: Регионална агенция за  
предприемачество и иновации - Варна



Co-funded by  
the European Union

The RE-FEM - Upskilling pathways for RESiliency in the post-Covid era for FEMale Entrepreneurs project (2022-1-HU01-KA220-ADU-000089295) is funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



## Цели

Да се подобрят основните умения на жените предприемачи за цифрова трансформация на техния бизнес и да се подготвят за цифровизацията на компаниите, както и да си осигурят активно онлайн присъствие.

## Резултати от ученето

- Да получат знания за дигиталния маркетинг.
- Да осъзнаят нуждата от социални медии
- Да се подготвят за цифровата трансформация и как може да се приложи изкуственият интелект.
- Да разберат за различните методи за киберсигурност.

# Съдържание

## Дигитална трансформация и дигитална ГОТОВНОСТ

Дигитален  
маркетинг

Социални  
медии

Кибер  
сигурност

AI

## Дигитален маркетинг

- ✓ Дигиталният маркетинг използва канали в онлайн пространството за комуникация и разпространение на информация с потенциални и настоящи клиенти.
- ✓ Ползва се за популяризиране на бранд, стоки и услуги.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Website

- Отправната точка на вашия дигитален маркетинг.
- Брандове и организации използват сайтовете си, за да публикуват съдържание, като използват други канали за неговата дистрибуция.
- Място, където потребителят е поканен да предприеме определени действия и където ще се отчитат неговите активности.

**Не забравяйте, че уебсайтът е  
Вашата визитна картичка!**

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Website

Когато започнете да създавате собствен уебсайт, можете да следвате **някои основни стъпки.**

### Планирайте бизнес концепцията за вашият сайт

- ✓ По отношение на темата, фокуса и функционалността му;
- ✓ В зависимост от дейностите и услугите, които предлагате;
- ✓ Цветовата схема и подходящите шрифтове за логото и текстовото съдържание на началната страница и всички други вътрешни страници.

### Избор на подходящ домейн– [www.mysite.com](http://www.mysite.com) (.com, .net, .org, .info, .eu or others)

- ✓ Домейнът е първото нещо, което посетителите на сайта виждат и запомнят.
- ✓ Изборът на име на домейн е тясно свързан с концепцията ви и бъдещата потребителска насоченост
- ✓ Домейнът - кратък, запомнящ се и лесен за изписване.
- ✓ Всяка промяна на домейна води до загуба на потребители и популярност.

### Софтуерно уеб решение

- ✓ Обикновен дизайн
- ✓ Мобилен дизайн - или т.нар. мобилна версия - сайтът има две версии - стандартна и мобилна
- ✓ Адаптивен дизайн - работи самостоятелно, отпада необходимостта от отделна мобилна версия на сайта

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Имейл маркетинг

- Представлява процес на изграждане на база данни от редовни потребители, привличане на нови и задържане на настоящите.
- Отлична възможност за проактивно представяне на вашата марка - продукти и/или услуги, промотиране на отстъпки, оферти или просто разпространение на съдържание.
- Високо ефективен канал за комуникация с вашата целева аудитория.

### Видове електронни съобщения

- Промоционални - имат за цел да убедят потребителите да направят покупка или действие.
- Информационни - използват се за разпространение на новини или друга важна информация.
- Процедурни - дават официални инструкции и обяснения на потребителите.
- Имейли за изграждане на взаимоотношения - използват се за установяване/задълбочаване на личен контакт с потребителите.



# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Email Marketing

### Съвети, които можете да следвате

- Правилното и подходящо организирано съдържание ще помогне за успеха на кампанията Ви.
- Не изпращайте информация, която засяга конкретна целева група, на всички свои потребители.
- Организирайте съдържанието си в съответствие с целите си.
- Когато включвате в имейла разнообразни теми, обърнете внимание на основните проблеми, които трябва да адресирате.
- Изразете основната идея в началото. Групирайте останалите теми под общи заглавия.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Email Marketing

### Някои факти за имейл маркетинга...

- Средната възвръщаемост на 1 долар е 36 долара;
- 4 милиарда души използват електронна поща ежедневно, като се очаква този брой да нарасне до 4,6 милиарда до 2025 г;
- 55% от всички имейли се отварят от мобилно устройство;
- 77% от маркетинговете са отбелязали увеличение на ангажираността с имейли през последните 12 месеца;
- 81% от B2B маркетинговете казват, че най-използваната от тях форма на маркетинг на
- съдържанието са бюлетините по електронна поща.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Видео маркетинг

Видеото е уникална платформа за незабавно предаване на информация, при която единствените ограничения са вашето време и въображение. Видеото, може да се използва за подтикване на клиентите към конкретни маркетингови дейности - демонстрации, абонаменти, пробни периоди и т.н. Можете да използвате:

### Видео маркетинг

- Реклама – видео рекламата предоставя информация за продукт или услуга;
- Част от кампания за директен маркетинг - бюлетин, промоция и други;

### Маркетинг чрез видео

- Насочен към разпознаване на марката или продукта;
- Цели да предизвика емоционална реакция;

**Видеото трябва да бъде кратко, запомнящо се, лесно усвояемо и измеримо!**

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Маркетинг на съдържанието

- Създаването на съдържание е в основата на всяка стратегия за дигитален маркетинг.
- Маркетинговата стратегия за съдържание има за цел да информира, забавлява, вдъхновява или убеждава вашите клиенти.
- Маркетингът на съдържанието представлява разработване и разпространение на подходящо, полезно съдържание - блогове, бюлетини, публикации в социалните медии, имейли, видеоклипове и други подобни - до настоящи и потенциални потребители.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## SEO - Оптимизация за търсачки

Оптимизацията за търсещи машини се състои, както от дейности по самия сайт, така и такива извън него. Всички действия, които извършват на страниците на даден сайт, за да се класира на челни позиции в органичните (неплатени) резултати в SERP (Search Engine Results Page).

### SEO - предимства

- Надежден и рентабилен начин за привличане на органичен трафик към сайта Ви.
- SEO изстрелва Вашето съдържание нагоре в индекса на търсачките.
- SEO повишава доверието в бранда - добрата оптимизация и ефективното управление на бранда са синергично свързани.
- SEO трафикът често е основният трафик за даден уебсайт - органичният трафик е много по-лоялен и дългосрочен.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## SEO - Оптимизация за търсачки

### Дейности по подобряване на SEO

- Техническа SEO оптимизация - Регулиране и подобряване на скоростта на зареждане на сайта и на отговора от сървъра
- Ключови думи - проучване и анализ
- Оптимизиране на съдържанието
- Изграждане на връзки - вътрешни и външни
- Проучване - на онлайн конкуренти



# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Рекламни модели в дигиталния маркетинг

- **CPC - (Cost-per-click)** - заплащане за всяко кликване върху рекламата.
- **CPM - (Cost per mile )**- цена за 1000 / хиляда / показвания - попадане на рекламата в полезрението на потребителя.
- **CPA - (Cost per action)** - заплащане за конкретно действие за покупка (абонамент, попълнен регистрационен формуляр).
- **Quality Score (Оценка на качеството) в Google AdWords** - С него можете да проверите колко ефективна е вашата реклама.

## Основни канали в Дигиталния маркетинг

### Афилиейт маркетинг (Партньорски маркетинг)

Маркетингов модел, при който издатели от трети страни популяризират стоки или услуги на търговец и получават процент от продажбите или уеб трафика, реализиран в резултат на това.

### Инфлуенсър маркетинг – (Маркетинг на влиятелни лица)

- Вариант на афилиейт маркетинга.
- Подсилва съдържанието в социалните медии.

**Маркетинг в социалните медии**  
разгледан в отделна тема



# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Маркетинг за мобилни устройства

Мобилен маркетинг

Мобилни приложения (apps)

Сайтове оптимизирани за мобилни устройства

### Предимства

- Потребителите по-лесно намират необходимата им информация за Вас и Вашия бизнес;
- Незабавна и изключително лична форма на комуникация с потребителите;
- Мобилните устройства могат да показват банери, мобилни видео реклами, текстови и мултимедийни съобщения.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Онлайн ПР

Обединява всички инструменти, които Ви помагат да популяризирате бранда си и да ангажирате клиентите си онлайн

### Предимства

- Помага за изграждането на добър имидж на онлайн магазина;
- Представяне на Вашите продукти пред широката общественост;
- Тясно свързан с рекламата и рекламните стратегии.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Разговорен изкуствен интелект

Жизненоважен за съвременния дигитален маркетинг.

### С навлизането на:

- Гласовото търсене;
- Чатботове;
- Дигитални асистенти.

# Основни канали в Дигиталния маркетинг

## Уеб анализ

Уеб анализът е измерване, събиране, анализ и отчитане на уеб данни с цел разбиране и оптимизиране на използването на уеб.

Крайната му цел е да Ви помогне да разберете аудиторията си, за да можете да оптимизирате работата на сайта си и да подобрите нейното преживяване.

### Инструмент за:

- Бизнес и пазарни проучвания;
- Възвръщаемост на инвестицията (ROI);
- Оценка и подобряване на ефективността на уебсайта.

# Online Ad Types and Formats

## Текстово съдържание (блог постове)

Лесен и достъпен за създаване, приложим и за мобилни устройства.

### При създаване на текстово съдържание:

- ✓ Изборът на заглавие и връзка (URL) към страницата, към която насочва рекламата, е важен;
- ✓ Добре е да съдържа ключови думи от търсенето, които се намират на Вашия уебсайт и съответстват на продукта, който рекламирате.

# Online Ad Types and Formats

## Банер реклама

Форма на комуникация, която съчетава текст, изображение и анимация. Банерите се показват в контекста на друг уебсайт и привличат потребителите към услуги или продукти.

- ✓ Допринасят за развитието на групата и за разпознаваемостта ѝ от потребителите;
- ✓ Изисква дизайнер за постигане на по-стилистични и атрактивни решения;
- ✓ Съществува голямо разнообразие от изисквания и стандарти, което може да доведе до по-сложни реализации в различни мрежи или сайтове.

# Online Ad Types and Formats

## Native Ads

Форма на реклама, при която маркетинговото послание е чрез съдържание, което се вписва естествено в средата.

Идеята им е да създадат всичко така, че потребителското изживяване да не се нарушава от дразнещи реклами.

Колкото по-пълноценно се сливат с околния фон, толкова по-голямо доверие ще вдъхнат на потребителите.

- ✓ Ефективни от гледна точка на възвръщаемостта.
- ✓ Предоставят добри възможности за таргетиране на потребителите.
- ✓ Не са в стандартизиран формат, т.е. всеки от Вас може да създаде свой собствен размер и стил.

# Online Ad Types and Formats

## Видео реклами

Те стават все по-ефективни за бизнес цели.

Ако решите да промотирате чрез видео, трябва да вземете предвид продължителността на рекламата.

92% от потребителите избират да довършат 15-секунден видеоклип без опция за прекъсване.

- ✓ Лесен и достъпен начин да достигнете до потребителите си.
- ✓ Широко разпространение чрез YouTube или TikTok, които автоматично преобразуват Вашия файл във видеоклип, оптимизиран за мобилни устройства.



## ЗАЩО ДИГИТАЛНИЯТ МАРКЕТИНГ Е УСПЕШЕН?

- 24/7 достъпност на вашия бизнес. В дигиталното пространство Вие сте там, където са Вашите клиенти - онлайн.
- Бързо постигане на резултати.
- Сегментиране на аудиторията по местоположение, демографски данни, интереси, образование.
- Създаване на персонализирани съобщения в зависимост от профила на целевия потребител.
- Можете да променяте всичко в движение.
- Всеки маркетингов инструмент ви позволява да измервате данните и ефективността на рекламата.
- Без ограничения в бюджета.

# ИЗГРАДЕТЕ БРАНД ПРЕДИ ВСИЧКО ОСТАНАЛО

## Изграждане на бранд

- Бранд идентичност.
- Отличете се.
- Бъдете постоянни.
- Използвайте общи елементи от брандинга, за да бъдете лесно разпознаваеми и за да има приемственост между различните канали, като се съобразявате със спецификата им.

# ПРАВИЛА ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА СЪДЪРЖАНИЕ

## Създаване на съдържание

- Текстово съдържание - основни принципи
- Изображения - Основни принципи
- Видеоклипове - Основни принципи

### Бонус

опитайте [www.canva.com](https://www.canva.com), за да създавате бързо и лесно публикации с графични елементи.

# Онлайн реклама - Основни стъпки

## Онлайн реклама - основни стъпки

- Избор на цел на кампанията.
- Избор на тип таксуване и бюджет.
- Избор на продължителност.
- Избор на таргет аудитория – демография, интереси, образование.
- Избор на това, къде ще се показва рекламата.
- Създаване на рекламата.

**Проучете конкуренцията** - как пишат рекламите си/как изглеждат; Проучете **ключовите думи** - GoogleAds KeyWord Planner.

## Тест за самооценка

### **Моля посочете, грешното твърдение.**

- ☐ Домейнът е името на Вашия сайт и е първото нещо, което посетителите в виждат и запомнят.
- ☐ Изборът на име на домейн е в тясна връзка с концепцията и бъдещата потребителска насоченост на вашия сайт.
- ☐ Домейнът трябва да е максимално кратък, за да се запомня и изписва по-лесно.
- ☐ Смяната на домейна на по-късен етап няма да се отрази на потребителите и на вашата популярност.

### **Моля, посочете, кое според вас е най-важно преди да рекламирате в дигиталното пространство?**

- ☐ Определяне на целевата група за вашия продукт/услуга
- ☐ Създаване на рекламен банер
- ☐ Формиране на бюджет
- ☐ Изграждане на рекламна стратегия

**Кой вид маркетингът предоставя - кратко, запомнящо се, лесно усвоимо и измеримо съдържание?**

- ☐ Имейл маркетинг (Email Marketing)
- ☐ Видео маркетинг (Video Marketing)
- ☐ Маркетинг на съдържанието (Content Marketing)

**Според Вас, кое е най-подходящото софтуерно уеб решение, ако искате да обхванете всички дигитални канали?**

- ☐ Обикновен дизайн (Simple website)
- ☐ Мобилен дизайн (Mobile design)
- ☐ Адаптивен дизайн (Responsive design)

**Посочете правилните твърдения за Search engine optimization (SEO) - Оптимизация за търсещите машини – Отговорът може да е повече от един.**

- ☐ Оптимизацията за търсещи машини се състои, както от дейности по самия сайт, така и такива извън него;
- ☐ SEO оптимизацията вече не е текстово ограничена;
- ☐ Над 200 (двеста) фактора влияят на вашето SEO.

## Тест за самооценка - отговори



### **Моля посочете, грешното твърдение.**

- ☐ Домейнът е името на Вашия сайт и е първото нещо, което посетителите в виждат и запомнят.
- ☐ Изборът на име на домейн е в тясна връзка с концепцията и бъдещата потребителска насоченост на вашия сайт.
- ☐ Домейнът трябва да е максимално кратък, за да се запомня и изписва по-лесно.
- ☒ Смяната на домейна на по-късен етап няма да се отрази на потребителите и на вашата популярност.

### **Моля, посочете, кое според вас е най-важно преди да рекламирате в дигиталното пространство?**

- ☐ Определяне на целевата група за вашия продукт/услуга
- ☐ Създаване на рекламен банер
- ☐ Формиране на бюджет
- ☒ Изграждане на рекламна стратегия

**Кой вид маркетингът предоставя - кратко, запомнящо се, лесно усвоимо и измеримо съдържание?**

- ☐ Имейл маркетинг (Email Marketing)
- ☐ Видео маркетинг (Video Marketing)
- ☒ Маркетинг на съдържанието (Content Marketing)

**Според Вас, кое е най-подходящото софтуерно уеб решение, ако искате да обхванете всички дигитални канали?**

- ☐ Обикновен дизайн (Simple website)
- ☒ Мобилен дизайн (Mobile design)
- ☐ Адаптивен дизайн (Responsive design)

**Посочете правилните твърдения за Search engine optimization (SEO) -  
Оптимизация за търсещите машини – Отговорът може да е повече от един.**

- ☒ Оптимизацията за търсещи машини се състои, както от дейности по самия сайт, така и такива извън него;
- ☒ SEO оптимизацията вече не е текстово ограничена;
- ☒ Над 200 (двеста) фактора влияят на вашето SEO.

## Социални медии

### Как да осигурим онлайн присъствие

1. Значението на социалните медии
2. Предимства на социалните медии за женски бизнеси
3. Как да използвате Facebook за Вашия бизнес?
4. Как да използвате Instagram за Вашия бизнес?
5. Как да използвате TikTok за Вашия бизнес?
6. Как да използвате Youtube за Вашия бизнес?
7. Стратегия за присъствие в социалните медии за жени предприемачи

## Значението на социалните медии

Социалните медии са нова комуникационна система и технология, където се създават и поддържат междуличностни отношения.

- Колко хора използват социалните медии? – 3.96 милиарда потребители; 150 минути на ден
- Какви социални медии използвате?

**Top 5:** Facebook. WhatsApp, Youtube, Instagram, TikTok

## **Предимства на социалните медии за женски бизнеси**

Основните предимства за използване на социалните медии за жените предприемачи са:

- Бизнесът може да е онлайн 24/7.
- По-добра видимост.
- Разширяване на целевите групи извън сферата на бизнес дейността и ежедневните контакти.
- Социалните медии предоставят набор от маркетингови инструменти за управление на промоции и оптимизация.

## Социалните медии могат да бъдат мощен инструмент за жените предприемачи

1. Изграждане на личен бранд и видимост на марката
2. Възможности за нетуъркинг
3. Маркетинг и промоция
4. Пазарно проучване
5. Преодоляване на географските бариери
6. Достъп до информация
7. Възможности за работа от разстояние
8. Обратна връзка в реално време
9. Ефективна комуникация

## Как да използвате Facebook за Вашия бизнес?

- Въпреки, че Facebook има потребители от различни възрастови групи, значителна част от потребителите са възрастни и т.нар. млади хора (18-44). Ако се насочвате към по-млада аудитория, може би Facebook не е точно за вас.
- Facebook има относително балансирано разпределение на мъже (44%) и жени (56%) потребители.
- Facebook се използва в цял свят, с разнообразна база от потребители в различни страни
- Повечето от потребителите влизат във Facebook чрез мобилни устройства, включително смартфони и таблети.

# Личен и бизнес профил - основни разлики

| Личен профил          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Бизнес страница                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Профил</b>         | <p><b>Име на човек:</b> Свързва се с името на конкретен човек.</p> <p><b>Заявки за приятелство:</b> Хората изпращат и получават заявки за приятелство за да се свържат по между си.</p> <p><b>Ограничение на броя на приятелите</b> Има ограничение на броя на приятелите (в момента е 5 000).</p>   | <p><b>Име на компанията:</b> Свързва се с името на бизнес, търговска марка или организация.</p> <p><b>Харесвания на страница:</b> Хората могат да "харесат" страницата вместо да изпращат покани за приятелство.</p>                                                                              |
| <b>Поверителност</b>  | <p><b>Настройки за поверителност:</b> Потребителите имат повече контрол върху това кой вижда техните публикации и могат да персонализират настройките за поверителност за всяка публикация.</p> <p><b>Ограничена публична информация:</b> Само ограничена информация е видима за обществеността.</p> | <p><b>Публична информация:</b> Бизнес страниците обикновено са публични и информацията е достъпна за всеки във Facebook.</p> <p><b>Професионална информация:</b> Показва подробности, свързани с бизнеса като работно време, местоположение и информация за контакт.</p>                          |
| <b>Характеристики</b> | <p><b>Хронология:</b> Съдържанието е организирано хронологично във времевата линия на потребителя.</p> <p><b>Лични актуализации:</b> Подходящ за лични актуализации, снимки и общи социални взаимодействия.</p>                                                                                      | <p><b>Бизнес инструменти:</b> Включва функции като Insights (аналитични), възможности за рекламиране, и бутона за призив към действие.</p> <p><b>Категории:</b> Бизнес страниците могат да бъдат категоризирани според индустрията</p>                                                            |
| <b>Взаимодействия</b> | <p><b>Харесвания:</b> Приятелите могат да харесват и коментират публикациите.</p> <p><b>Съобщения:</b> Потребителите могат да получават лични съобщения.</p>                                                                                                                                         | <p><b>Отзиви:</b> Клиентите могат да оставят отзиви и оценки.</p> <p><b>Подсилване на публикации:</b> Бизнесите могат да подсилват публикациите за да достигнат до по-голяма аудитория чрез платено промотиране.</p> <p><b>Събития:</b> Страниците могат да създават и популяризират събития.</p> |



# Личен и бизнес профил - основни разлики

Отнася се само за бизнес профили

| Бизнес страница              |                                                                                                                         |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Потвърждение                 | <b>Verification Badge:</b> Businesses can get a verification badge, indicating the authenticity of the page.            |
| Анализи                      | <b>Insights:</b> Business pages have access to detailed analytics about the audience, post performance, and engagement. |
| Реклама                      | <b>Ad Manager:</b> Businesses can create and manage ads through Facebook Ad Manager.                                    |
| Бутон за призив към действие | <b>CTA Button:</b> Business pages can include a call-to-action button like "Contact Us," "Shop Now," or "Sign Up."      |

## Полезни инструменти за жени предприемачи

### Facebook бизнес Страница

- Създайте професионална бизнес страница за да покажете Вашата марка, продукти и услуги
- Използвайте страницата, за да споделяте актуализации, истории и за да се ангажирате с аудиторията си

### Ads Manager

- Провеждайте таргетирани рекламни кампании, за да достигнете до конкретни демографски групи.
- Използвайте персонализирани аудитории, за да се насочите към съществуващи клиенти или конкретна група

### Facebook Анализи

- Анализирайте ефективността на вашата Facebook страница с Insights
- Разберете демографията на своята аудитория, ангажираността и популярното съдържание

### Facebook Групи

- Създайте или се присъединете към Facebook групи, подходящи за Вашия бизнес или ниша
- Ангажирайте се с Вашата целева аудитория, споделете опит и изградете общност.

### Facebook Live

- Използвайте поточно предаване на видео на живо за да се свържете с Вашата аудитория в реално време.
- Споделете изгледи зад кулисите, демонстрации на продукти или организирайте сесии с въпроси и отговори.

## Полезни инструменти за жени предприемачи

### Facebook Събития

- Създавайте и популяризирайте събития, за да повишите осведомеността за марката
- Използвайте събития за представяне на продукти, семинари или виртуални събития

### Messenger за бизнес

- Използвайте Facebook Messenger за комуникация с клиенти
- Предоставяйте бързи отговори на запитвания и предлагайте персонализирана поддръжка

### Instagram бизнес инструменти

- Свържете акаунта си в Instagram със страницата си във Facebook за кръстосано популяризиране.
- Използвайте Instagram за визуално привлекателно съдържание и разказване на истории

### Facebook магазини

- Настройте магазин във Facebook за да продавате продукти директно на страницата си
- Оптимизирайте процеса на пазаруване за Вашата аудитория

### Collaborative Ads

- Сътрудничество с други бизнеси чрез съвместни реклами за взаимна промоция

## Как работят Facebook Ads?

- Рекламите във Facebook Ads работят по модела на заплащане на клик (PPC) или плащане на импресия (PPM), в зависимост от вашите рекламни цели и типа рекламна кампания, която избирате. Предлагаме общ преглед на това как е организирано плащането за Facebook Ads
- В рамките на Вашата кампания създавайте рекламни групи, всяка от които насочена към конкретна аудитория. На този етап определяте графика, насочването към аудитория, позиционирането на рекламите и общия бюджет.
- За онлайн търговци, силно препоръчваме използването на динамични реклами, които автоматично показват съответните продукти на потребители, които са посетили Вашия уебсайт.

## Какво можете да проверите във Facebook анализи?

- **Последователи:** Проследявайте растежа на аудиторията си с течение на времето.
- **Ангажираност с публикациите:** Измервайте взаимодействията (харесвания, коментари, споделяния) на публикациите си.
- **Достигане:** Разберете колко хора са видели Вашето съдържание.
- **Демография:** Анализирайте възрастта, пола, местоположението и езика на Вашата аудитория.
- **Най-добрите публикации:** Идентифицирайте най-ангажиращите си публикации и разберете предпочитанията на аудиторията си.
- **Органично срещу платено достигане до аудиторията:** Разберете органичното достигане на вашето съдържание спрямо това, постигнато чрез платена промоция.
- **Преглеждания на страницата:** Вижте колко хора са посетили страницата Ви и кои раздели са разгледали.
- **3-секундни гледания на видео:** Проследете колко хора са гледали поне 3 секунди от Вашите видеоклипове.
- **Процент отговорили и време за отговор:** Наблюдавайте колко бързи и доколко постоянни сте в отговорите на съобщения и коментари.
- **Достигане и ангажираност на рекламите:** Оценете ефективността на Вашата платена реклама в сравнение с органичното съдържание.

## Как да използвате Instagram за вашия бизнес?

Instagram е **силно визуален**, което го прави **идеален за фирми** които могат **да представят продукти или услуги чрез изображения и видеоклипове**. Известен е с висок процент на ангажираност, особено сред по-млада аудитория. Платформата насърчава директното взаимодействие чрез коментари, харесвания и директни съобщения. Жените предприемачи с фокус върху естетиката на марката, начина на живот и разказването на истории може да открият, че Instagram е мощна платформа за предаване на посланието на марката им. Освен това е център за инфлуенсър маркетинг - жените предприемачи могат да си сътрудничат с инфлуенсъри, за да достигнат до по-широка аудитория. Ефективното използване на хаштагове в Instagram може да подобри откриваемостта, позволявайки на предприемачите да се свързват с по-широка аудитория, интересуваща се от конкретни ниши.

# Личен и бизнес профил - основни разлики

| Личен профил           |                                                                                                                                                                                             | Бизнес страница                                                                                                                                                                                              |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тип на профила         | <b>Индивидуален:</b> Личните профили са предназначени за индивидуални потребители.                                                                                                          | <b>Бизнес или авторски:</b> Бизнес профилите са предназначени за бизнеси, марки и създатели на съдържание.                                                                                                   |
| Контактна информация   | <b>Ограничена бизнес информация:</b> Личните профили предлагат ограничени възможности за информация за контакт.                                                                             | <b>Бизнес информация:</b> Бизнес профилите могат да включват подробна информация за бизнеса като e-mail, телефонен номер и адрес.                                                                            |
| Анализи                | <b>Ограничено представяне на аналитични данни:</b> Личните профили имат достъп до основни аналитични данни за дейността, но им липсват задълбочените анализи, достъпни за бизнес профилите. | <b>Детайлно представяне на аналитични данни:</b> Бизнес профилите имат достъп до Instagram Insights, предлагайки изчерпателни данни за демографията на аудиторията, обхвата на публикациите и ангажираността |
| Промоции и реклами     | <b>Ограничени функции за реклама:</b> Личните профили имат по-малко опции за изпълнение на промоции или реклами.                                                                            | <b>Функции за рекламиране:</b> Бизнес профилите имат достъп до разширени рекламни функции, включително реклами в Instagram и популяризирани публикации.                                                      |
| Пазаруване в Instagram | <b>Ограничени функции за електронна търговия:</b> Личните профили имат ограничен достъп до функциите за пазаруване в Instagram                                                              | <b>Интеграция с електронна търговия:</b> Бизнес профилите могат да настройат Instagram Shopping, което позволява на потребителите да пазаруват директно от техните публикации.                               |

# Отнася се само за бизнес профили

## Отнася се само за бизнес профили

| Бизнес страница                     |                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Потвърждение</b>                 | <b>Значка за потвърждение:</b> Бизнесът може да получи значка за потвърждение, която показва автентичността на страницата.                                                 |
| <b>Анализи</b>                      | <b>Анализи:</b> Бизнес страниците имат достъп до детайлни анализи относно аудиторията, ефективността на публикациите и взаимодействието.                                   |
| <b>Реклама</b>                      | <b>Ad Manager:</b> Фирмите могат да създават и управляват реклами чрез Facebook Ad Manager.                                                                                |
| <b>Бутон за призив към действие</b> | <b>Бутон за призив към действие:</b> Бизнес страниците могат да включват бутон с призив към действие като "Свържете се с нас," "Пазарувайте сега," или "Регистрирайте се." |



## Как работят рекламите в Instagram?

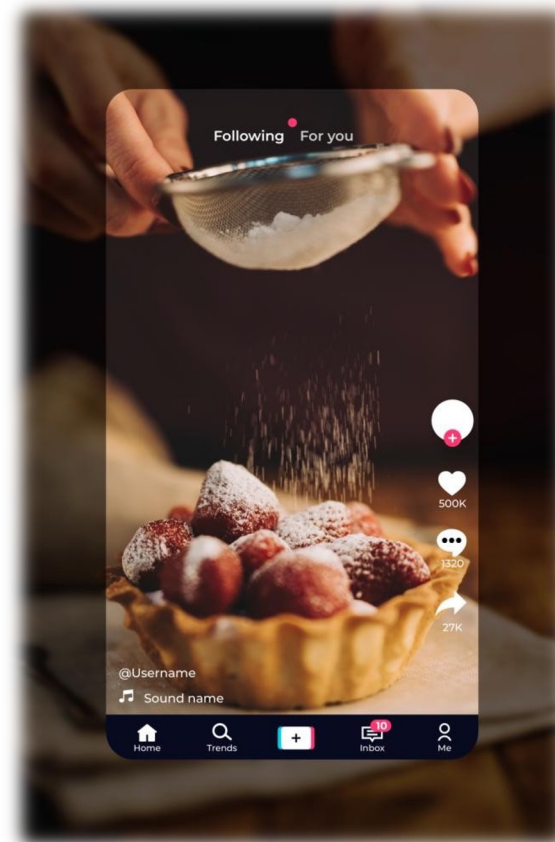
- **Създайте впечатляващо визуално съдържание:** Ще имате с 29% повече "харесвания" на снимки с видим заден план, отколкото същите без заден план
- **Използвайте Carousel Ads**
- **Използвайте Instagram Stories:** Избягвайте да публикувате наведнъж 10 истории за един ден, а след това да изчезнете за месец..
- **Насърчавайте съдържание, генерирано от потребителите:** Насърчавайте автентичността като демонстрирате съдържание, създадено от Вашите последователи. Повторното публикуване на генерирано от потребителите съдържание може да изгради доверие и автентичност.
- **Разгледайте пазаруването в Instagram:** Ако имате бизнес с електронна търговия, помислете за настройка на пазаруване в Instagram.
- **Стратегически използвайте хаштагове:** Използвайте подходящи и популярни хаштагове, за да увеличите откриваемостта на Вашето съдържание. Използвайте и емотикони.

## Как работят рекламите в Instagram?

- **Стратегически използвайте хаштагове:** Използвайте подходящи и популярни хаштагове, за да увеличите откриваемостта на вашето съдържание. Използвайте и емотикони.
- **Провеждайте конкурси и раздавайте награди:** Помолете потребителите да следват Вашия акаунт, да харесат Ваша публикация или да тагват приятелите си заради шанса да спечелят, като по този начин достигате до по-голяма аудитория.
- **Работете с инфлуенсъри:** Партнирайте си с инфлуенсъри във Вашата ниша, за да разширите обхвата си.
- **Експериментирайте с Video съдържание:** Instagram поддържа различни видео формати. Експериментирайте с кратки видеоклипове, IGTV, или Reels за да разнообразите съдържанието си и да запазите ангажираността на аудиторията си.
- **Възползвайте се от Instagram Insights:** Редовно проверявайте Instagram Insights, за да анализирате ефективността на вашите реклами. Разберете демографията на вашата аудитория, нивата на ангажираност и ефективността на Вашето съдържание.

# Как да използвате TikTok за Вашия бизнес?

ТикТок е социална мрежа за кратки видеоклипове, фокусирана върху високо персонализирано предлагано съдържание чрез лентата "За теб". За разлика от много популярни социални мрежи, алгоритъмът на ТикТок показва видеоклипове в зависимост от взаимодействията на потребителите, което прави възможно потребителите да станат изключително популярни, без да е необходимо да имат голям брой последователи.



## ТikTok може да бъде много полезен за бизнесите, притежавани от жени

- **Разберете своята аудитория:** Запознайте се с общността на TikTok и разберете какво резонира с Вашата целева аудитория.
- **Създавайте ангажиращо съдържание:** Разработете съдържание, което е забавно, автентично и съответства на вашата марка.
- **Използвайте тенденции и предизвикателства:** Участвайте в актуални предизвикателства и използвайте популярно звучене, за да увеличите откриваемостта на вашето съдържание.
- **Използвайте ефективно хаштагове:** Използвайте подходящи и популярни хаштагове, за да категоризирате съдържанието си и да го направите откриваемо.
- **Взаимодействайте с Вашата аудитория:** Отговаряйте на коментарите, задавайте въпроси и ангажирайте Вашата аудитория.

## ТikTok може да бъде много полезен за бизнесите, притежавани от жени

- **Партнирайте си с автори на съдържание в TikTok:** Обмислете сътрудничеството с популярни автори на съдържание в TikTok или инфлуенсъри, които са свързани с вашата индустрия.
- **Образователно съдържание:** Споделяйте образователно съдържание, свързано с Вашия бизнес или индустрия.
- **Популяризирайте Предизвикателства и Конкурси:** Организирайте предизвикателства или конкурси, за да стимулирате участието на потребителите.
- **Използвайте рекламната платформа на TikTok:** Използвайте рекламната платформа на TikTok, за да достигнете до по-широка аудитория.
- **Кръстосано популяризиране на други платформи:** Споделете съдържанието си в TikTok в други социални медийни платформи, за да увеличите видимостта и да привлечете трафик към вашия акаунт в TikTok.
- **График на публикуване:** Създайте постоянен график за публикуване, за да задържите интереса на Вашата аудитория.
- **Следете анализите:** Използвайте TikTok Analytics, за да проследите изпълнението на Вашето съдържание.

## Как да използвате Youtube за вашия бизнес?

Youtube е динамична платформа, която също може да допринесе за развитието на бизнеса на жените предприемачи.

Подобно на Instagram и TikTok, и тук става дума за създаване на визуално съдържание.



## Някои съвети как да управлявате предоставянето на съдържание в YouTube

- **Създавайте завладяващо съдържание:** Създавайте ангажиращо и ценно съдържание, което резонира с Вашата целева аудитория.
- **Демонстрирайте своите продукти или услуги:** Използвайте YouTube като визуална витрина. Представете Вашите продукти или услуги чрез висококачествени видеоклипове.
- **Изградете силно присъствие на марката:** Разработете последователен имидж на марката във Вашите видеоклипове. Използвайте разпознаваемо лого, цветове и тон, за да подсилите идентичността на Вашата марка.
- **Свържете се чрез разказване на истории:** споделете историята зад Вашия бизнес. Свържете се със зрителите емоционално, като разкажете за своите преживявания, предизвикателства и успехи.



## Някои съвети как да управлявате предоставянето на съдържание в YouTube

- **Взаимодействайте с Вашата аудитория:** Подпомогнете създаването на общност, като активно се ангажирате с вашата аудитория чрез коментари.
- **Използвайте SEO за YouTube:** Оптимизирайте заглавията, описанията и етикетите на Вашите видеа за търсачките. Използвайте подходящи ключови думи, които потенциалните клиенти може да използват, за да открият бизнеси като вашия.
- **Партнирайте си с инфлуенсъри:** Партнирайте си с инфлуенсъри или други бизнеси във Вашата ниша на сътрудничество.
- **Поточно предаване на живо за връзка в реално време:** Използвайте функцията за поточно предаване на живо на YouTube, за да се свържете с аудиторията си в реално време.
- **Създавайте плейлисти:** Организирайте Вашите видеоклипове в плейлисти, за да улесните зрителите да навигират във вашето съдържание.
- **Популяризиране на други платформи:** Споделете Вашите видеоклипове в YouTube в другите си социални медийни платформи.
- **Измервайте ефективността с Analytics:** Използвайте YouTube Analytics, за да разберете предпочитанията на аудиторията си.



# Стратегия за присъствие в социалните медии за жени предприемачи

Установяването на стабилно присъствие в социалните медии е решаващо за жените предприемачи, които имат за цел да развият своя бизнес. Това включва стратегия, която интегрира различни ключови компоненти.

1. Мислете за бизнеса си като за човек. Каква е личността му и какви са ценности му? Поддържайте този дух във всички ваши публикации.
2. Разберете към каква аудитория искате да се обърнете. Какво харесват те? Това ще ви помогне да направите публикации, които те ще харесат.
3. Постарайте се Вашия профил в социалните медии да изглежда добре. Използвайте едни и същи цветове и изображения навсякъде.
4. Създайте график за публикуване на вашите публикации. Колко често? Каква е темата? Това ви помага да се организирате.
5. Отговаряйте на коментарите на вашите последователи и задавайте въпроси. Нека разговора върви в две посоки.
6. Използвайте различни социални медии за различни неща. Instagram за снимки, TikTok или YouTube за видеоклипове, Twitter за бързи чатове.
7. Видеата са страхотен инструмент, особено кратките. Споделяйте кадри от зад кулисите или съвети.
8. Хората обичат да познават лицето зад бизнеса. Споделете своя опит – както положителните, така и отрицателните моменти.
9. Хаштаговете помагат на хората да намерят Вашето съдържание. Създайте свои собствени или се присъединете към популярни тенденции.
10. Партнирайте си с други във Вашата индустрия. Това може да е полезно и за двата бизнеса.
11. Споделяйте съвети или интересни неща, свързани с това, което правите. Това показва, че разбирате от работата си.
12. Понякога изненадвайте последователите си с отстъпки. Това е като малко online парти.
13. Следете числата. Вижте кои публикации са популярни. Това ви помага да продължавате да правите страхотни неща.
14. Поискайте обратна връзка. Бъдете отворени за промени. Социалните медии са за свързване.
15. Не се страхувайте да потърсите професионална помощ. Осигуряването на успешно присъствие в социалните медии не е лесна задача, но силно вярваме, че ще се справите.



# Киберсигурност

## Общи заплахи

### Scam съобщения

- Фишинг
- Смишинг
- Вишинг

#### Как да се справим

- ✓ Ако съобщението е от познат и изглежда подозрително, бъдете предпазливи. Свържете се с лицето или фирмата, за да проверите дали съобщението е от тях.



## Общи заплахи

### E-mail атаки

#### Как да се справим

- ✓ Най-добрата защита срещу имейл атаки е обучението и информираността на служителите.
- ✓ Когато служителите получават подобни имейли, най-ефективно е да се обадят на изпращача, за да потвърдят, че писмото е от тях.



## Общи заплахи

### Злонамерен софтуер

- Троянски коне
- Шпионски софтуер
- Злонамерен рекламен софтуер
- Криптоджакинг
- Бекдор
- Рансъмуер
- Ботнети

### Как да се справим

- ✓ Служителите трябва да бъдат бдителни по отношение на имейлите, уебсайтовете и изтеглянето на файлове и редовно да актуализират устройствата си, за да запазят сигурността си.

# Как да защитите бизнеса си от киберзаплахи

## Защитете акаунтите си

- Използвайте многофакторното удостоверяване
  - Използвайте контрол на достъпа
- Използвайте силни пароли или фрази
- Управлявайте споделените акаунти

# **How to Protect Your Business against Cyber Security Threats**

## **Protect your devices and information**

- Update your software
- Use security software
- Back up your information
- Secure your network and external services
  - Harden your website
- Reset your devices before selling or disposing of them
  - Keep your devices locked and physically secure
  - Protect your business data

## Self-assessment test



## **Кое от следните действия трябва да направите, за да ограничите достъпа до вашите файлове и устройства?**

- ☐ Да актуализирате софтуера си веднъж годишно.
- ☐ Да споделяте пароли само с колеги, на които имате доверие.
- ☐ Да накарате служителите си да имат достъп до информация чрез отворена Wi-Fi мрежа.
- ☐ Да използвате многофакторна автентикация.

## **Кой в бизнеса Ви трябва да отговаря за киберсигурността?**

- ☐ Собствениците на предприятия. Те управляват бизнеса, така че трябва да познават основите на киберсигурността и да ги прилагат на практика, за да намалят риска от кибератаки.
- ☐ ИТ специалистите, защото те най-добре познават материята.
- ☐ Мениджърите, защото те отговарят за това персонала да спазва правилните практики.
- ☐ Всички членове на персонала трябва да познават някои основни положения и да спазват някои правила, за да намалят риска от кибератаки.

**Създаването на резервни копия на важни файлове офлайн, на външен твърд диск или в облака ще ви помогне да защитите бизнеса си в случай на кибератака.**

- ☐ Вярно
- ☐ грешно

**Кой в бизнеса Ви трябва да отговаря за киберсигурността?**

- ☐ Собствениците на предприятия. Те управляват бизнеса, така че трябва да познават основите на киберсигурността и да ги прилагат на практика, за да намалят риска от кибератаки.
- ☐ ИТ специалистите, защото те най-добре познават материята.
- ☐ Мениджърите, защото те отговарят за това персонала да спазва правилните практики.
- ☐ Всички членове на персонала трябва да познават някои основни положения и да спазват някои правила, за да намалят риска от кибератаки.

**Получавате имейл от шефа ви, които иска имената, адресите и информацията за кредитните карти на най-добрите клиенти на компанията. В имейла се казва, че е спешно и че трябва да отговорите веднага. Трябва да отговорите веднага.**

- ☐ Вярно
- ☐ грешно

### **Какво представлява рансъмуерът?**

- ☐ Софтуер, който заразява компютърни мрежи и мобилни устройства, за да държи данните ви като заложници, докато не изпратите пари на нападателите.
- ☐ Компютърно оборудване, което престъпниците ви открадват и не връщат докато не им платите.
- ☐ Софтуер, използван за защита на вашия компютър или мобилно устройство от вредни вируси.
- ☐ Форма на криптовалута.

**Удостоверяването на имейли може да помогне за защита срещу фишинг атаки.**

- ☐ Вярно
- ☐ грешно

## Correct answers

## **Кое от следните действия трябва да направите, за да ограничите достъпа до вашите файлове и устройства?**

- ☐ Да актуализирате софтуера си веднъж годишно.
- ☐ Да споделяте пароли само с колеги, на които имате доверие.
- ☐ Да накарате служителите си да имат достъп до информация чрез отворена Wi-Fi мрежа.
- ☒ Да използвате многофакторна автентикация.

## **Кой в бизнеса Ви трябва да отговаря за киберсигурността?**

- ☐ Собствениците на предприятия. Те управляват бизнеса, така че трябва да познават основите на киберсигурността и да ги прилагат на практика, за да намалят риска от кибератаки.
- ☐ ИТ специалистите, защото те най-добре познават материята.
- ☐ Мениджърите, защото те отговарят за това персонала да спазва правилните практики.
- ☒ Всички членове на персонала трябва да познават някои основни положения и да спазват някои правила, за да намалят риска от кибератаки.

**Създаването на резервни копия на важни файлове офлайн, на външен твърд диск или в облака ще ви помогне да защитите бизнеса си в случай на кибератака.**

- ☒ Вярно
- ☐ грешно

**Кой в бизнеса Ви трябва да отговаря за киберсигурността?**

- ☒ Собствениците на предприятия. Те управляват бизнеса, така че трябва да познават основите на киберсигурността и да ги прилагат на практика, за да намалят риска от кибератаки.
- ☐ ИТ специалистите, защото те най-добре познават материята.
- ☐ Мениджърите, защото те отговарят за това персонала да спазва правилните практики.
- ☐ Всички членове на персонала трябва да познават някои основни положения и да спазват някои правила, за да намалят риска от кибератаки.

**Получавате имейл от шефа ви, които иска имената, адресите и информацията за кредитните карти на най-добрите клиенти на компанията. В имейла се казва, че е спешно и че трябва да отговорите веднага. Трябва да отговорите веднага.**

- ☒ Вярно
- ☐ грешно

### **Какво представлява рансъмуерът?**

- ☒ Софтуер, който заразява компютърни мрежи и мобилни устройства, за да държи данните ви като заложници, докато не изпратите пари на нападателите.
- ☐ Компютърно оборудване, което престъпниците ви открадват и не връщат докато не им платите.
- ☐ Софтуер, използван за защита на вашия компютър или мобилно устройство от вредни вируси.
- ☐ Форма на криптовалута.

**Удостоверяването на имейли може да помогне за защита срещу фишинг атаки.**

- ☒ Вярно
- ☐ грешно

## AI и дигитализация за жени предприемачи

1. Въведение в AI
2. Защо AI е важен за вашия бизнес?
3. Приложение на AI в бизнеса
4. Ползите от AI за бизнеса
5. Предизвикателствата на прилагането на AI в бизнеса
6. Въздействието на AI в различни бизнес сектори – примери
7. Практическо ръководство: Създаване на съдържание за вашия бизнес с помощта на AI
8. Време за практика
9. Други инструменти, използващи AI
10. Заключение и дискусия



# Въведение в AI

## Какво е AI?

AI, съкратено от Artificial Intelligence: Проучването и разработването на компютърни системи, които могат да копират интелигентно човешко поведение.

- ✓ **Изкуствен** - Защото е създаден от човешка ръка и няма естествен произход.
- ✓ **Интелект** - Защото е в състояние да придобива знания и да ги използва.

## **Защо изкуственият интелект (AI) е важен за Вашия бизнес?**

Изкуственият интелект (AI) е Вашето тайно бизнес оръжие! Представете си, че имате дигитален съюзник, който може да автоматизира задачи, да анализира данни, и да Ви помага да вземате по-интелигентни решения — и всичко това без да имате нужда от сложни технически умения. AI е тук, за да направи живота ви по-лесен и бизнеса ви по-ефективен. Той може да подобри изживяването на клиентите, да рационализира операциите и дори да разкрие нови възможности.

В това обучение ще ви покажем как въвеждането на AI може да ви даде конкурентно предимство, като ви даде възможност да се ориентирате в дигиталната среда с увереност и творческо вдъхновение.

Важно е да разберете какво представлява изкуствения интелект за да можете да определите точно как можете да го използвате във вашия бизнес.

# Обучение по AI за жени предприемачи



Снимка,  
генерирана от  
AI, DALL-E  
(инструмент за  
генериране на  
изображения)

## Приложение на AI в бизнеса

Изкуственият интелект не е запазен само за големите корпорации — той се превръща в ключов фактор за успеха на малки бизнеси като вашия. Представете си възможностите за сектори като транспорт, здравеопазване и образование; AI има потенциала да подобри различни сектори и ние сме тук да ви напътстваме как да го интегрирате успешно във вашия бизнес.

Настоящата тенденция? Все повече компании, големи и малки, внедряват AI, за да подобрят своите продукти и услуги. Държавните институции също инвестират в проучвания с AI за да открият иновативни решения на предизвикателствата, пред които са изправени. Въпреки, че AI може да изглежда футуристично, той бързо се превръща в надежден съюзник на бизнеса.

## Примери за използването на AI

**AI в обслужването на клиенти:** Един от най-противоречивите примери за AI в сферата на бизнеса е замяната на хората с AI в обслужването на клиенти. Сега клиентите могат да взаимодействат директно с компаниите за разрешаване на проблеми и оплаквания. В чатботовете те могат да правят поръчки, да получават информация и да водят важни разговори с представители на обслужването на клиенти.

**Бизнес разузнаване:** Това приложение на изкуствения интелект в бизнеса спомага да се преодолеят предизвикателствата от нарастващото количество налични данни за бизнеса.

**Персонализиран и таргетиран маркетинг:** Ако целта ви е да увеличите приходите на компанията, трябва да разбирате нуждите на потребителите и да знаете какво да им предложите. И този дълъг процес на проверка на всеки потребител може лесно да се извърши с помощта на AI.

## Примери за използването на AI

**Препоръка за продукти и прогнозен анализ:** Компаниите трябва да могат да препоръчват продукти, които ще задържат интереса на клиентите и ще задоволят техните желания, за да увеличат ефективността на своите маркетингови усилия и ангажираността на клиентите. Затова компании като Netflix, Spotify, Amazon и т.н. използват технология с AI, за да разберат поведението на клиентите и да предвиждат кои продукти да им препоръчат.

**Обработване на естествен език:** Компаниите вече използват AI за автоматично генериране на бизнес отчети без човешка намеса, както и за извършване на анализ на настроеността, за да разберат как тяхната марка се възприема въз основа на онлайн коментари, туитове и други отзиви.



## Ползите от AI за бизнеса

- 1. Намаляване на оперативното време:** Изкуственият интелект може да автоматизира много оперативни задачи, позволявайки на бизнес лидерите да се съсредоточат върху по-сложни проблеми.
- 2. Намаляване на разходите:** Технологиите с изкуствен интелект за бизнеса спестяват значителни разходи за заплати и увеличават приходите чрез автоматизиране на задачи като анализ на данни, които биха отнели значителен брой човеко-часове.
- 3. Ограничаване на риска от човешки грешки:** Използването на наука за данни със сигурност ще донесе ползи чрез по-малко грешки, което ще позволи по-точни прогнози и анализи на данни, докато хората остават необходими за предоставяне на контекст и разбиране на сложни ситуации.
- 4. Подобряване на бизнес прогнозирането:** Възможностите на AI помагат за прогнозиране на стандартни бизнес практики.

## Предизвикателствата на прилагането на AI в бизнеса

- 1. Липса на доверие:** Винаги съществува липса на доверие в технологиите с изкуствен интелект, било заради очакванията, че те ще заменят работни места, или поради притесненията относно поверителността и сигурността на данните. Бизнесите трябва да изградят доверие в новите технологии, които управляват техните операции, за да гарантират, че са налице необходимите мерки за киберсигурност за защита на потребителските данни.
- 2. Изисква голямо количество чисти данни:** Алгоритмите за машинно обучение могат да бъдат само толкова добри, колкото са добри и данните, използвани за тяхното обучение. За AI ще бъде невъзможно да учи и анализира без огромно количество чисти набори от данни.
- 3. Изисква голямо количество изчислителна мощ:** Необходима е огромна изчислителна мощност, възлизаща на милиарди ватове, за да се анализират милиарди точки данни, а такъв хардуер не е евтин. За да се възползват пълноценно от изкуствения интелект и големите данни, компаниите се нуждаят от изчислителна мощност на корпоративно ниво.



## Въздействието на AI в различни бизнес сектори – примери

1. **Продажби и бизнес развитие** - дава възможност на бизнеса да разбира нуждите на потребителите
2. **Пътуване и транспорт** – оптимизация на маршрутите, подобряване на безопасността
3. **Здравеопазване** - ускорява фармацевтичните изследвания, улеснявайки откриването на животоспасяващи лекарства и намалявайки разходите
4. **Финанси** - осигурявайки отчитане в реално време, точност и ефективна обработка на огромни количествени данни
5. **Проверка на документи за самоличност** - идентификацията и проверка на самоличността
6. **Други индустрии, извличащи ползи от AI** – търговия на дребно и електронна търговия
7. **Производство** - оптимизация на производствените процеси

## Практическо ръководство: Създаване на съдържание за вашия бизнес, с помощта на AI

**Какво е генеративен AI?** Генеративният AI е изкуствен интелект, способен да създава ново и оригинално съдържание, включително изображения, текст, музика, код и дори динамично създадени елементи от видеоигри. Най-разпространените инструменти в тази област включват:

- **ChatGPT и GPT-4** – Както GPT-4 така и ChatGPT използват обширни набори от данни за изучаване на модели и генериране на отговори.
- **Bard** – ползва данни от Google и следователно е подходящ за търсене на актуална информация, включително прогноза за времето, последни новини за индустрията и др.
- **Copy.ai** – Copy.ai е задвижван от AI инструмент за писане, който генерира креативно и ангажиращо съдържание, като помага на потребителите да създават с лекота завладяващи копия за различни цели.

## Време за практика!

**Практически примери:** Можете да опитате как да използвате AI, за да генерирате своя публикация за социални медии, като следвате тези стъпки:

1. Отворете <https://chat.openai.com>
2. Въведете следния текст: Моля, създайте публикация във Facebook за следното: Маркетингова кампания за пускане на нов продукт – протеинов бар, произведен от Компания X. Барчето е с високо съдържание на протеини и фибри, без захари и се предлага в пет различни вкуса.
3. Помолете ChatGPT да пренапише публикацията, като добави, че вашата целева аудитория са жени, които са активни и практикуват спорт и фитнес. Също така посочете, че в публикацията трябва да има мото и призив за действие.
4. Въведете същото задание, но поискайте съдържанието да бъде пригодно за публикация в Instagram.

*Ще ви е необходимо изображение или кратко видео към публикацията, което можете лесно да създадете в [canva.com](https://www.canva.com)*

# Други инструменти, използващи AI, които са удобни за потребителя и изискват базови дигитални умения

## 1. Canva

- Цел: Графичен Дизайн
- Описание: Canva е лесен за използване дизайнерски инструмент, който позволява на потребителите да създават графики, презентации, плакати, документи и друго визуално. Въпреки, че използва частично AI, Canva предоставя лесни за използване шаблони и дизайнерски елементи.

## 2. Microsoft PowerPoint Designer:

- Цел: Дизайн на презентации
- Описание: PowerPoint Designer е функция в Microsoft PowerPoint, която използва AI, за да предлага идеи за дизайн на вашите слайдове. Помага за създаване на професионално изглеждащи презентации без да са необходими специални дизайнерски умения.

## **Other tools, using AI, that are user-friendly and require basic digital skills**

### **3. Wix:**

- Цел: Създаване на уебсайтове
- Описание: Wix е платформа за създаване на уебсайтове, който опростява процеса на създаване на професионален уебсайт. Той предлага AI инструменти като Wix ADI (Artificial Design Intelligence), които могат да помогнат при създаването на персонализиран уебсайт въз основа на въведени от потребителя данни.

### **4. Grammarly:**

- Цел: Помощ при писане
- Описание: Grammarly е асистент за писане, задвижван от изкуствен интелект, който помага за подобряване на граматиката, правописа и стила в писмената реч. Той може да бъде полезен при създаване на професионални имейли, съдържание или дори при усъвършенстване на предложенията на фрилансъри.

## Other tools, using AI, that are user-friendly and require basic digital skills

### 5. Transcriptor:

- Цел: Услуги за транскрипция
- Описание: Transcriptor е удобен за потребителя инструмент за услуги за транскрипция. Той опростява процеса на конвертиране на аудио и видео съдържание в писмен текст.

### 6. Trello:

- Цел: Услуги за транскрипция
- Описание: Transcriptor е удобен за потребителя инструмент за услуги за транскрипция. Той опростява процеса на конвертиране на аудио и видео съдържание в писмен текст.

## Other tools, using AI, that are user-friendly and require basic digital skills

### 7. Hootsuite:

- Цел: Управление на социални медии
- Описание: Hootsuite е платформа, която позволява на потребителите да планират и управляват публикации в социални медии в различни канали. Той рационализира усилията в социалните медии като улеснява предприемачите да поддържат онлайн присъствие.

### 8. Mailchimp:

- Цел: Email маркетинг
- Описание: Mailchimp е платформа за имейл маркетинг, която опростява процеса на създаване и изпращане на имейли. Въпреки че не е силно ориентирана към AI, тя предлага удобни за потребителя функции за имейл кампании.

## Other tools, using AI, that are user-friendly and require basic digital skills

### 9. SurveyMonkey:

- Цел: Проучване на пазара
- Описание: SurveyMonkey е лесен за използване инструмент за създаване на проучвания. Може да бъде полезен за предприемачи, които искат да съберат обратна връзка или да проведат пазарно проучване, преди да пуснат продукт или услуга.

**Повечето от тези инструменти имат основна безплатна версия, която ще ви позволи да научите как да ги използвате и обикновено отговаря на нуждите на малък или стартиращ бизнес. Когато се запознаете по-добре с тях и започнете да ги използвате редовно, можете да изберете платената версия.**



## Conclusion and discussion

За жените предприемачи, възприемането на изкуствения интелект не е просто технологичен скок, а стратегическо решение, което може да преосмисли бъдещето на техния бизнес.

Разделете се на малки групи и обсъдете възможностите и предизвикателствата при използването на AI във Вашия бизнес.



**Благодаря за вниманието!**



Website:

**[www.re-fem.eu](http://www.re-fem.eu)**

E-mail:

**[hetfa\\_re-fem@hetfa.hu](mailto:hetfa_re-fem@hetfa.hu)**

Facebook:

**[Facebook/REFEM0](https://www.facebook.com/REFEM0)**

Twitter:

**[@RE-FEM Project](https://twitter.com/RE-FEM_Project)**

LinkedIn:

**[RE-FEM](#)**



**Co-funded by  
the European Union**

The RE-FEM - Upskilling pathways for REsiliency in the post-Covid era for FEMale Entrepreneurs project (2022-1-HU01-KA220-ADU-000089295) is funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.