



Дигитална трансформация и дигитална ГОТОВНОСТ

Автор: Мария Златева и Ралица
Жекова (РАПИВ)

Съдържание

1. Тийзър	4
2. Въведение и описание на модула	4
3. Учебно съдържание	5
4. Подтема 1: Дигитален маркетинг	5
1.1 Основни канали в дигиталния маркетинг	5
2.2 Видове и формати на онлайн рекламите (Online Ad Types and Formats)	10
2.3 Защо да използвате инструменти за дигитален маркетинг?	11
2.4 Полезни съвети	12
5. Подтема 2: Социални медии - как да осигурим онлайн присъствие	13
6. Подтема 3: Първи стъпки в кибер сигурността	27
1. Въведение в кибер сигурността	27
2. Общи заплахи	28
7. Подтема 4: AI и дигитализация за жени предприемачи	34
1. Въведение в AI	34
2. Защо Изкуственият интелект (AI) е важен за вашия бизнес?	34
3. Приложение на AI в бизнеса	35
4. Ползите от AI за бизнеса	37
5. Предизвикателства на прилагането на AI в бизнеса	38
6. Въздействието на AI в различни бизнес сектори – примери	38
7. Практическо ръководство: Създаване на съдържание за вашия бизнес с помощта на AI	40
7.1 Какво е генеративен AI?	40
8. Време е за практика!	41
9. Други инструменти, използващи AI, които са удобни за потребителя и изискват базови дигитални умения:	44
Заключение	46
4. Обобщение	46
5. Съдържание на теста за самооценка	47
Подтема 1: Дигитален Маркетинг	47
Подтема: Социални медии	47
Подтема Киберсигурност	49
6. Успешни примери	50
7. Библиография и допълнителни препратки	52
8. Свързани материали за обучение	53
9. Ключови думи	53

1. Тийзър

Разгърнете потенциала на дигиталните инструменти, за да развие бизнеса си! Този обучителен модул предоставя на жените предприемачи основни умения в областта на дигиталния маркетинг, социалните медии, киберсигурността и изкуствения интелект, които са съобразени с уникалните нужди на предприятията, ръководени от жени. Трансформирайте бизнеса си чрез технологиите и направете следващата стъпка към успеха!

2. Въведение и описание на модула

Този обучителен модул е предназначен да предостави на жените предприемачи основни дигитални умения, за да се преодолее пропастта между технологиите и предприемачеството и да се стимулира растежът на бизнеса. Като изследва синергията между технологичния напредък и бизнес стратегиите, модулът има за цел да даде възможност на ръководените от жени предприятия в днешната дигитална икономика.

Модулът обхваща следните ключови области:

- **Дигитален маркетинг:** Въведение в дигиталните маркетингови канали, включително оптимизация на уебсайтове, имейл маркетинг, SEO, маркетинг на видеоклипове и съдържание, мобилен маркетинг и онлайн реклама. Участниците ще се запознаят и с маркетинга на влиятелните личности, онлайн PR и уеб анализа, както и с практически съвети за успешни цифрови кампании..
- **Социални медии:** Прозрения за значението на социалните медии за жените предприемачи и как да изградите силно присъствие в платформи като Facebook, Instagram, TikTok и YouTube. Съдържанието се фокусира върху стратегии, съобразени с бизнеса, ръководен от жени, като насочва участниците към създаване на въздействащи стратегии за социални медии.
- **Киберсигурност:** Въведение в основните принципи на киберсигурността, което помага на жените предприемачи да намалят често срещаните онлайн заплахи и да защитят бизнеса си от дигитални уязвимости.
- **AI и дигитализация:** Проучва как изкуственият интелект може да трансформира бизнес операциите, предоставяйки възможности и предизвикателства, специфични за предприятията, притежавани от жени. Примери от реалния свят и специфични за сектора прозрения ще демонстрират потенциалното въздействие на изкуствения интелект.

Този модул е разработен с фокус върху уникалните нужди на жените предприемачи, като предлага практически знания, които да им помогнат да се ориентират в дигиталния пейзаж и да използват технологиите за бизнес успех.

3. Учебно съдържание

Модулът включва 4 подтеми:

1. Дигитален маркетинг
2. Социални медии – как да си осигурим успешно онлайн присъствие
3. Първи стъпки в областта на киберсигурността
4. AI и дигитализация

4. Подтема 1: Дигитален маркетинг

Дигиталният маркетинг е важна част от пъзела за малките предприятия. Без силно дигитално присъствие, може да е трудно да се привлекат нови клиенти.

По отношение на Вашия бизнес, дигиталният маркетинг Ви позволява да се свързвате с потенциални и съществуващи клиенти, което е от жизненоважно значение за бизнеса и познаването на марката. Дигиталният маркетинг е важен, защото ви позволява да проявите креативност и да се откриете от конкурентите си в пренаселените пазари.

1.1 Основни канали в дигиталния маркетинг

Уебсайт (Website)

Уебсайтът често е отправна точка за Вашия дигитален маркетинг. Марките и организациите използват уебсайтовете си, за да публикуват съдържание, като използват и други канали за разпространението му.

Повечето усилия в областта на дигиталния маркетинг ще бъдат насочени към Вашия уебсайт, където потребителят ще бъде поканен да предприеме определени действия и където ще бъдат отчетени неговите дейности.

Не забравяйте, че Вашият уебсайт е Вашата визитна картичка!

Можете да следвате някои основни стъпки, когато започнете да изграждате свой собствен уебсайт.

- **Планирайте бизнес концепцията за Вашия уебсайт** – съобразете се с темата, насочеността и функционалността, съобразно дейностите и услугите, които предлагате, както и с правилния избор на цвят и подходящи шрифтове за логото и текстовото съдържание на началната страница и всички други вътрешни страници.
- **Избор на подходящ домейн** - www.mysite.com (.com, .net, .org, .info, .eu или други) е едно от най-важните условия в процеса на изработка на уебсайт. Домейнът е името на Вашия уебсайт и е първото нещо, което посетителите виждат и запомнят. Изборът на име на домейн е тясно свързан с концепцията и бъдещия потребителски фокус на вашия уебсайт. В същото време името на

домейна трябва да е възможно най-кратко, за да се запомня и изписва по-лесно. Смяната на домейна на по-късен етап ще доведе до загуба на потребители и популярност.

- **Софтуерно уеб решение** е следващата стъпка и отново е свързана с Вашата концепция. Определете структурата и функционалността, въз основа на вида на Вашия уебсайт:

Обикновен дизайн (Simple website) - опростен и вече остарял вариант, все по-малко използваем. Показва съдържание на нормални монитори с размер на екрана 4/3. Няма функция и възможност за адаптиране към различни размери на дисплея и не отговаря на съвременните изисквания и други критерии по отношение на напр. мобилност.

Мобилен дизайн (Mobile design) - или т.нар. мобилна версия - представлява олекотена, адаптирана и оптимизирана за мобилната среда версия - резолюция на екрана и технически възможности, прикриване на съдържание с второстепенна важност и акцентирание върху главното такова, с цел да се олекоти зареждането на сайта и да направи навигацията в него по-удобна за потребителя, ползващ мобилен телефон. Мобилният дизайн е винаги в комбинация с обикновения стандартен такъв, т.е. сайтът разполага с две версии – стандартна и мобилна. Браузърът автоматично разпознава една от двете версии, предназначена за съответното устройство

Адаптивен дизайн (Responsive design) - предназначен е за визуализиране на уебсайтове и онлайн магазини на всички видове дисплеи с различен размер на екрана. Има функцията и способността за автоматично адаптиране и настройка. Неговият външен вид и структура правят уебсайта удобен, достъпен, видим и гъвкав за всички интернет, настолни или мобилни устройства. Адаптивният дизайн работи винаги самостоятелно, елиминирайки нуждата от отделна мобилна версия на сайта.

Имейл маркетинг (Email marketing)

Имейл маркетингът е процес на изграждане на база данни от редовни потребители, привличане на нови и задържане на настоящите. Това е отлична възможност проактивно да покажете Вашата марка - продукти и/или услуги, да рекламирате отстъпки, оферти или просто да разпространявате съдържание. Това е изключително ефективен канал за комуникация с Вашата целева аудитория.

Моля, имайте предвид, че има различни видове имейли:

Промоционални - предназначени да убедят потребителите да направят покупка или да предприемат действие.

Информационни - използват се за разпространение на новини или друга важна информация.

Процедурни - дават официални инструкции и обяснения на потребителите.

Имейли за изграждане на връзка - използвани за установяване/зadълбочаване на личен контакт с потребителите.

Има няколко основни съвета, които можете да следвате:

1. Правилното и подходящо организирано съдържание ще помогне за успеха на Вашата кампания.
2. Не изпращайте информация, която засяга конкретна целева група, до всички Ваши потребители.
3. Организирайте съдържанието си в съответствие с поставените цели.
4. Когато включвате различни теми в имейла, обърнете внимание на основните въпроси, които трябва да адресирате. Изразете основната идея в началото. Групирайте други теми под общи заглавия.

Някои факти за имейл маркетинга...

Средната възвръщаемост на \$1 е \$36;

4 милиарда души използват имейл на дневна база, очаква се този брой да нарасне до 4,6 милиарда до 2025 ;

55% от всички имейли се отварят от мобилно устройство;

77% от търговците са забелязали увеличение на ангажираността с имейли през последните 12 месеца;

81% от B2B търговците казват, че най-използваната от тях форма на маркетинг чрез съдържание са имейл бюлетините.

* Данните са актуални към момента на подготвяне на материала

** Актуални данни може да откриете на следните връзки:

<https://www.statista.com/topics/1446/e-mail-marketing/#topicOverview>
<https://blog.hubspot.com/marketing/email-marketing-stats>
<https://optinmonster.com/email-marketing-statistics>

Видео Маркетинг (Video Marketing)

В днешния пренаситен пазар компаниите се нуждаят най-вече от история, или по-точно от **добра история**, която може да предаде същността на марката за по-малко от три минути, а умната история може да направи посланието ви завидно убедително.

Историите, които представя, обикновено стават синоним на ценности, не толкова на продукта.

Още по-характерно за онлайн маркетинга е, че умелото разказване на истории се проявява най-вече под формата на видео.

70% от B2B компаниите смятат, че видео маркетингът е най-успешният начин за достигане до онлайн аудиторията. Когато качите онлайн маркетингово видео на бизнес страница, имате значителен шанс да привлечете вниманието на човек на ръководна позиция, който би бил твърде зает за лична среща и демонстрационна презентация.

Видеото е уникална платформа за мигновено предаване на информация, при която единствените ограничения са Вашето време и въображение.

Можете да използвате:

Видео маркетинг (Video marketing)

Рекламният видеоклип предоставя информация за даден продукт или услуга.

Част от кампания за директен маркетинг - бюлетин, промоция и др.

Маркетинг чрез видео (Marketing by video)

Насочени към разпознаване на марката или продукта.

Има за цел да предизвика емоционална реакция.

Не забравяйте, че видеоклипът трябва да е кратък, запомнящ се, лесен за възприемане и измерим!

Видеото може да се използва, за да подтикне на клиентите към конкретни маркетингови дейности - демонстрации, абонаменти, пробни периоди и т.н.

Съществуват различни видове онлайн инструменти, които ви позволяват да проследявате и измервате ангажираността на аудиторията с Вашето видео съдържание.

Маркетинговите технологии се развиват в тази посока и Ви позволяват да видите кой гледа Вашето съдържание и колко дълго успявате да задържите вниманието на потребителя.

Маркетинг на съдържанието (Content Marketing)

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.

Оптимизация за търсачки (Search engine optimization - SEO)

SEO оптимизацията може да изстреля съдържанието ви нагоре в индекса на търсачките.

Оптимизация за търсачки се състои, както от дейности по самия сайт, така и извън него. Целта е да се подобри видимостта Ви в страниците с резултати от търсенето, като се използват желаните от вас ключови думи. SEO оптимизацията вече не се ограничава само до текст. Трябва да имате предвид, че гласовото търсене става все по-популярно. Силно препоръчително е вашите SEO дейности да се адаптират към разговорния (гласов) подход. Имайте предвид, че над 200 фактора могат да повлияят на вашата SEO оптимизация.

Резултатите в търсачките биват 2 (два) вида, органични - естествено привлечени и ангажирани потребители и платени - като резултати от публикувани реклами в интернет пространството.

Рекламни модели в дигиталния маркетинг (Online Advertising Models)

Има различни модели за онлайн реклама:

CPC (Cost-per-click) - цена на клик - когато плащате за всяко кликване върху рекламата. Прилага се за генериране на трафик към сайта, за подчертаване на даден продукт или услуга. Цената може да бъде:

- *фиксирана (Flat Rate)* - взема се предвид популярността на ключовата дума и цената, която конкурентите са готови да платят.
- *на база търг (auction-based)* - цената, която сте готови да платите за показване на рекламата на определен елемент. Това често се използва от Google, Facebook, X и др.

CPM (Cost per mile) - цена на 1000 показвания.

Целта е съобщението да бъде забелязано от по-голям брой потребители в мрежата.

CPA (Cost per action) - цена за действие - плащане за конкретно действие по покупка (абонамент, попълнен регистрационен формуляр).

Афилиейт (Партньорски) маркетинг (Affiliate marketing)

Идеята на партньорския маркетинг е подобна на комисионните продажби.

Афилиейт маркетингът е маркетингов модел, при който издатели от трети страни популяризират стоки или услуги на дадена компания и получават процент от реализираните в резултат на това продажби или уеб трафик. Обикновено той се счита за ключова част от съвременния дигитален маркетинг.

Инфлуенсър маркетинг (Influencer marketing)

Инфлуенсър маркетингът може да се тълкува като модерен и развит вариант на партньорския маркетинг. Инфлуенсърите дават тласък на съдържанието в социалните медии (особено в TikTok).

Маркетинг в социалните медии (Social Media Marketing)

За повече информация, моля, вижте темата Социални медии.

Мобилен маркетинг (Mobile marketing)

Броят на потребителите на смартфони по света непрекъснато се увеличава. Мобилен маркетинг се превръща в мигновена и изключително лична форма на комуникация с потребителите, те използват устройствата си най-вече за активно проучване или планиране на покупка.

Мобилен маркетинг е всяка рекламна дейност, която популяризира продукти и услуги чрез мобилни устройства, като например таблети и смартфони.

Мобилният маркетинг, мобилните приложения и уебсайтовете, оптимизирани за мобилни устройства, улесняват потребителите в намирането на необходимата им информация за Вас и Вашия бизнес.

От гледна точка на бизнеса трябва да помните, че мобилните устройства могат да показват банери, мобилни видеореклами, текстови и мултимедийни съобщения.

Онлайн ПР (Online PR)

Онлайн връзките с обществеността са основно вид дигитален маркетинг, при който член на онлайн медия (журналист, блогър или влогър) споменава вашата марка в своя статия, интервю и др.

Рецензии на продукти от клиенти, блогър, влогър или инфлуенсъри, които споменават вашата марка или продукти, независимо дали органично или срещу заплащане, също допринасят за вашия онлайн PR.

Разговорен AI (Conversational AI)

С навлизането на гласово търсене, чатботове и дигитални асистенти, разговорният AI става жизненоважен за съвременния дигитален маркетинг

Разговорният AI е вид изкуствен интелект (AI), който може да симулира човешки разговор. Това става възможно благодарение на обработката на естествения език (NLP), област на AI, която позволява на компютрите да разбират и обработват човешкия език и основните модели на Google, които захранват нови генеративни възможности на AI.

Уеб анализи (Web analytics)

Уеб анализът е процесът на събиране, обобщаване и отчитане на данни.

Често за такъв анализ се използват инструменти на Google (напр. Google Analytics), но уебсайтовете могат да създават и свои собствени инструменти за анализ. Събраните данни могат да бъдат количествени или качествени.

Те могат да Ви помогнат да анализирате важна информация, като например източници на трафик, какво работи и какво не, възвръщаемост на инвестициите (ROI) и как можете да подобрите стратегиите си за дигитален маркетинг.

2.2 Видове и формати на онлайн рекламите (Online Ad Types and Formats)

Текстово съдържание (публикации в блогове) - Text content (blog posts)

Постовите в блогове са лесни и достъпни за създаване, приложими и за мобилни устройства.

При създаването на текстово съдържание е важен изборът на заглавие и връзка (URL) към страницата, към която насочва рекламата. Използвайте ключови думи (*keyword*), при създаването на текстово съдържание е важен изборът на заглавие и връзка (URL) към страницата, към която насочва рекламата.

Когато избирате ключови думи, мислете от позицията на човек, който търси продукта: какви думи бихте търсили в тази ситуация? Включете, ако е възможно, цена или промоция на продукта, уникални характеристики на продукта.

Експериментирайте с различни ключови думи и комбинации и следете резултатите, анализирайте ги, за да подобрите ефективността на рекламата.

Банер реклама (Banner advertising)

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

Като цяло те допринасят за развитието на марката, тъй като се използват изображения, лого и цветовете.

Изработката им е по-сложна и за постигането на по-стилистични и атрактивни решения е необходим дизайнер.

Важно е да използвате същите цветовете на Вашата марка, за да създадете връзка между нея и рекламата. Изберете висококачествени изображения и текст и имайте предвид, че специално създадените изображения носят голямо положително послание. Не претрупвайте съдържанието на банера и използвайте стандартни размери.

Използвайте инструментите на мрежата за разпространение, за да пуснете банерите в действие.

Естествена реклама (Native Ads)

Идеята им е да създадат всичко така, че потребителското изживяване да не се нарушава от дразнещи реклами. Колкото по-пълно се сливат с околния фон, толкова по-голямо доверие ще вдъхнат на потребителите. Естествените реклами дават по-добри резултати от стандартните банери и са ефективни по отношение на възвръщаемостта.

Естествените реклами не са стандартизиран формат, т.е. всеки може да създаде свой собствен размер и стил.

Видео реклами (Video Ads)

Те стават все по-ефективни за бизнес цели. Ако решите да промотирате чрез видео, трябва да съобразите продължителността на рекламата.

92% от потребителите избират да довършат 15-секунден видеоклип без опция за прекъсване. След като сте създали видеоклипа си, най-лесният начин да го направите достъпен за потребителите е, като го качите в популярен сайт за видеоклипове, например YouTube или TikTok. И двете платформи са безплатни и автоматично конвертират файла ви във видео, оптимизирано за мобилни устройства.

2.3 Защо да използвате инструменти за дигитален маркетинг?

- 24/7 достъпност на вашия бизнес.
- Получаване на бързи резултати.
- Сегментиране на аудиторията по местоположение, демографски данни, интереси, образование.
- Персонализирани съобщения в зависимост от профила на целевия потребител.
- Можете да промените всичко в движение.
- Можете да проследявате данните и да измервате ефективността на рекламата.
- Без ограничения в бюджета.

2.4 Полезни съвети

При създаване на ТЕКСТОВО СЪДЪРЖАНИЕ:

- Опознайте аудиторията си;
- Бъдете кратки;
- Поставете най-важната информация най-отгоре;
- Пишете така, че текстът да може лесно да бъде „сканиран“;
- Използвайте призови за действие (Call-To-Action; СТА);
- Предоставяйте ценна информация;
- Бъдете позитивни;
- Експериментирайте със стила и креативността;
- Проверете правописа.

При създаването на ВИДЕО:

- Създавайте смислени видеоклипове за своите последователи;
- Експериментирайте с метода на снимане;
- Призовавайте към действие;
- Тествайте видеоклипове с различна дължина;
- Имайте предвид в коя платформа ще качвате видеоклипа;
- Видеото често изисква повече ресурси (време, енергия, пари);
- Обмислете всичко, преди да действате;
- Използвайте принципа на повторното използване на съдържанието.

При създаване на ИЗОБРАЖЕНИЕ:

- Използвайте цветовата си палитра;
- Цветовете трябва да предават желаното усещане;
- Баланс - създайте хармония, не използвайте прекалено много цветове и т.н., оставете празни пространства;
- Използвайте прости форми, за да привлечете вниманието;
- Използвайте контраст;
- Не обработвайте прекалено снимките;
- Винаги се уверявайте, че текстът е лесен за четене;
- Използвайте вдъхновение;
- Типография - не използвайте повече от 3 шрифта, използвайте стила, за да привлечете вниманието (удебелен, тънък, размер и т.н.).

Бонус - изпробвайте www.canva.com за създаване на публикации!

„Великите истории се случват на тези, които умеят да ги разказват.“ — Айра Глас

5. Подтема 2: Социални медии - как да осигурим онлайн присъствие

Социални медии – как да осигурим успешно онлайн присъствие

Снимка: [Снимка 1](#)

Значението на социалните медии:

Популярността и обхватът на социалните медии се разширяват заедно с глобалното дигитализирано население. Онлайн платформите, които позволяват на потребителите да имат достъп до широк набор от информация, са част от ежедневието и непрекъснато променят начина, по който хората взаимодействат помежду си в световен мащаб. В ранните си години социалните медийни сайтове се разглеждат най-вече като онлайн общности за по-млади хора, но хората от всички възрасти редовно използват такива платформи за въпроси, свързани с бизнес, общуване, запознанства, политика и ежедневна комуникация.

През последните десет години културният пейзаж претърпя значителна трансформация, като социални медийни платформи, включително блогове, онлайн форуми и общности, сега допълват традиционния медиен пейзаж от вестници, периодични издания и телевизионни програми. Чрез динамично и генерирано от потребителите съдържание **социалните медии са нова комуникационна система и технология, където се създават и поддържат междуличностни отношения.** Всъщност социалните медии започват да влияят върху по-младото поколение.

Колко хора използват социалните медии?

Водещите социални мрежи обикновено се предлагат на множество езици и позволяват на потребителите да се свързват с приятели или хора през географски, политически или икономически граници. През 2022, [сайтовете на социалните медии се очаква да достигнат 3.96 милиарда потребители](#) и тези цифри все още се очаква да нарастват, тъй като използването на мобилни устройства и мобилните социални мрежи все повече набират популярност на досега недостатъчно обслужвани пазари. През 2023 г. хората прекарват средно по 151 [минути на ден](#) в социалните медии

Какви социални медии използвате?

Снимка: [Снимка 2](#)

Според последните налични данни¹ Facebook е най-популярната и широко използвана социална медийна платформа в света. С 3,65 милиарда активни потребители месечно, това означава, че 37% от населението на света използва Facebook поне веднъж месечно. С 2 милиарда потребители WhatsApp и Instagram са втората най-популярна социална мрежа и най-популярната платформа за изпращане на съобщения.

Социалните медийни мрежи, които се фокусират върху кратко видео съдържание, нарастват бързо. Това включва YouTube, Instagram и TikTok. Приложенията за съобщения като Facebook Messenger и Telegram също са се изкачили бързо в този списък през последните години.

¹ Топ 32 Платформи за социални медии (януари 2024), <https://explodingtopics.com/blog/top-social-media-platforms>

Класация	Социална медия
1	Facebook
2	YouTube
3	WhatsApp
4	Instagram
5	TikTok
6	WeChat
7	Messenger
8	Telegram
9	Snapchat
10	Douyin

Предимства на социалните медии за бизнеси водени от жени

Основните предимства за използване на социалните медии включват:

- 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.

Можете да дадете пример, който да бъде последван от другите жени, като описвате и споделяте Вашите предприемачески преживявания в социалните медии.

Социалните мрежи все по-често стават част от маркетинговите планове на жените собственици на бизнес. В резултат на това те изграждат по-тесни връзки с целевата си аудитория и повишават рентабилността на бизнеса си чрез продажби и конверсии.

Социалните медии могат да бъдат мощен инструмент за жените предприемачи, за да изградят своята марка, да се свържат с аудиторията си и да развият бизнеса си. Ето списък, който подчертава голямото значение на социалните медии за жените предприемачи:

1. Изграждане на личен бранд и видимост на марката: Социалните медии предоставят платформа за споделяне на лични истории, ценности и мисия, помагайки за изграждането на автентична лична марка. Тя позволява на жените предприемачи да покажат своя опит, умения и уникални перспективи, помагайки за установяване на авторитет в своята област.

2. Възможности за нетуъркинг: За професионалистите е от съществено значение да изграждат мрежа от колеги със сходни интереси, ментори и приятели за подкрепа, съвети и сътрудничество. Изграждането на общности около споделени интереси или причини създава подпомагаща среда, помагайки на предприемачите да се свързват с целевата си аудитория. Социалните медии улесняват сътрудничеството с инфлуенсъри, други предприемачи и бизнеси, като разширяват достигнатата аудитория и увеличават доверието към бизнеса.

3. Маркетинг и промоция:

- **Директна комуникация:** Социалните медии предлагат разнообразни и икономични опции за рекламиране, което ги прави достъпни за предприемачи с ограничени бюджети.
- **Реклама с добро съотношение на цена и ефективност:** Социалните медии предлагат разнообразни и икономични опции за рекламиране, което ги прави достъпни за предприемачи с ограничени бюджети.
- **Промоция на продукт/услуга:** Предприемачите могат да представят своите продукти или услуги на широка аудитория, като стимулират продажбите и популярността на марката..

4. Пазарно проучване: Социалните медии са ценен източник за актуализиране на пазарните тенденции и разбиране на поведението на клиентите.

5. Преодоляване на географските бариери: Социалните медии дават възможност на жените предприемачи да достигнат глобална аудитория, преодолявайки традиционните географски бариери.

6. Достъп до информация: Социалните медии са ценна платформа за споделяне и достъп до информация, ресурси и анализи на индустрията.

7. Възможности за работа от разстояние: Социалните медии позволяват на предприемачите да управляват своя бизнес отвсякъде, осигурявайки гъвкавост и достъпност.

8. Обратна връзка в реално време: Предприемачите могат да получават обратна връзка в реално време от клиентите, помагайки им да направят подобрения и корекции на своите продукти или услуги.

9. Ефективна комуникация: Социалните медии позволяват бърза и ефективна комуникация с клиенти, партньори и членове на екипа..

Снимка: [Снимка 3](#)

Как да използвате Facebook за Вашия бизнес?

Преди да вземете решение за създаване на бизнес профил във Facebook е добре да сте наясно с някои факти:

- Въпреки, че Facebook има потребители от различни възрастови групи, значителна част от потребителите са хора на средна възраст и пълнолетни тийнейджъри (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%) от потребителите.
- 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.

В началото е много важно да разграничите личния Facebook профил от този на Вашия бизнес. Има няколко основни разлики:

Личен профил	Бизнес страница
Профил: • Име на човек: Свързва се с името на конкретен човек. • Заявки за приятелство: Хората изпращат и получават заявки за	Профил: • Име на компанията: Свързва се с името на бизнес, търговска марка или организация. • Харесвания на страница: Хората могат да "харесат" страницата

приятелство за да се свържат по между си. • Ограничение на броя на приятелите: Има ограничение на броя на приятелите (в момента е 5 000).	вместо да изпращат покани за приятелство.
Поверителност: • Настройки за поверителност: Потребителите имат повече контрол върху това кой вижда техните публикации и могат да персонализират настройките за поверителност за всяка публикация. • Ограничена публична информация: Само ограничена информация е видима за обществеността.	Поверителност: • Публична информация: Бизнес страниците обикновено са публични и информацията е достъпна за всеки във Facebook. • Професионална информация: Показва подробности, свързани с бизнеса, като работно време, местоположение и информация за контакт.
Характеристики: • Хронология: Съдържанието е организирано хронологично във времевата линия на потребителя. • Лични актуализации: Подходящ за лични актуализации, снимки и общи социални взаимодействия.	Характеристики: • Бизнес инструменти: Включва функции като Insights (аналитични), възможности за рекламиране, и бутона за призив към действие. • Категории: Бизнес страниците могат да бъдат категоризирани според индустрията
Взаимодействия: • Харесвания: Приятелите могат да харесват и коментират публикациите. • Съобщения: Потребителите могат да получават лични съобщения.	Взаимодействия: • Отзиви: Клиентите могат да оставят отзиви и оценки. • Подсилване на публикации: Бизнесите могат да подсилват публикациите за да достигнат до по-голяма аудитория чрез платено промотиране. • Събития: Страниците могат да създават и популяризират събития.
	Потвърждение: • Значка за потвърждение: Бизнесът може да получи значка за потвърждение, която показва автентичността на страницата.
	Анализи: • Анализи: Бизнес страниците имат достъп до детайлни анализи относно аудиторията, ефективността на публикациите и взаимодействието.

	Реклама: • Ad Manager: ВФирмите могат да създават и управляват реклами чрез Facebook Ad Manager.
	Бутон за призив към действие: • Бутон за призив към действие: Бизнес страниците могат да включват бутон с призив към действие като „Свържете се с нас“, „Пазарувайте сега“ или „Регистрирайте се“.

Разгледайте инструмента за създаване на Facebook страница. Можете да го намерите на: <https://www.facebook.com/pages/create/>

Facebook предоставя **няколко инструмента и функции, които могат да имат значително въздействие върху компаниите на жените предприемачи, когато се използват стратегически.**

Ето някои от тях, които биха могли да са ви особено полезни:

Facebook Business Страница:	Създайте професионална бизнес страница, за да покажете вашата марка, продукти и услуги. Използвайте страницата, за да споделяте актуализации, истории и да се ангажирате с аудиторията си
Facebook Manager Ads	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.

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.

Персонализирането на Вашия подход въз основа на Вашите бизнес цели, целева аудитория и индустрия ще Ви помогне да увеличите максимално въздействието на тези инструменти. Редовно наблюдавайте показателите за ефективност, за да прецизирате стратегията си с течение на времето.

Как работят Ads are working?

Снимка: [Снимка 4](#)

Рекламите във Facebook 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.

При настройването на кампания за реклами във Facebook, започвате с определянето на **целта на Вашата кампания**, независимо дали става въпрос за увеличаване на осведомеността за марката, насочване на кликове към уебсайта или стимулиране на конкретни конверсии. Допълнително, определяте **бюджета** за кампанията си, който може да бъде определян на дневна база или за постоянно.

В рамките на Вашата кампания създавате рекламни групи, всяка от които насочена към **конкретна аудитория**. На този етап определяте графика, насочването към аудитория, позиционирането на рекламните и общия бюджет.

След това преминавате на ниво реклама, където проектирате **креативните** елементи на Вашите реклами, включително изображения, видеа и текст на рекламната. Можете да имате няколко реклами в рамките на една група реклами, за да тествате различни креативни подходи.

След това трябва да изберете **стратегия, на която да залагате**, базирана на целите на вашата кампания. Опциите включват автоматичната стратегия "Най-ниска цена", "Целева цена", където задавате конкретна цел за цена за всяка конверсия, или "Лимит на ставката", където задавате максимално ограничение за ставката.

Рекламите във Facebook предлагат гъвкавост в методите за плащане, включително кредитни/дебитни карти, PayPal или други приети опции. За целите на сигурността може да използвате PayPal или да имате отделна карта за онлайн плащания. Вие сте таксувани въз основа на разходите за реклами, натрупани през вашия период на фактуриране. Facebook Ви фактурира периодично, включително когато достигнете Вашия праг за фактуриране или в края на Вашия период на фактуриране. Прагът за фактуриране е сумата, която трябва да изразходите преди да бъдете таксувани. Можете да издадете фактура за всички плащания, направени на името на Вашата компания.

Съветваме Ви редовно да наблюдавате ефективността на Вашата реклама чрез Facebook Ads Manager. Променяйте бюджета, стратегията за определяне на ставки и насочеността въз основа на метриките за ефективност, за да оптимизирате вашата кампания. От друга страна, Facebook също оптимизира разпространението на рекламата, за да показва Вашите обяви на хора, които е по-вероятно да извършат желаното действие, максимизирайки ефективността на вашата кампания..

За онлайн търговци, силно препоръчваме използването на динамични реклами, които автоматично показват съответните продукти на потребители, които са посетили Вашия уебсайт.

Как да го направите? Моля последвайте линка: <https://www.facebook.com/adsmanager> или проверете Помощния център.

Друга възможност е да се свържете с агенция за дигитален маркетинг, където да получите консултантска подкрепа.

Не забравяйте, че интерфейсът на Facebook може да се промени с времето, така че точните стъпки може да са малко по-различни. Ако имате проблеми по време на процеса, можете да се обърнете към официалния Помощен център на Facebook за напътствия стъпка по стъпка. Помощният център предоставя изчерпателна информация за различни аспекти на използването на Facebook, включително настройка и управление на бизнес страница. Последвайте линка към Помощния център на Facebook, където можете да намерите ръководство за създаване и управление на страници: <https://www.facebook.com/help/>

Какво можете да проверите във Facebook Анализи?

Facebook Insights предоставя изобилие от данни, за да Ви помогне да разберете как се представя Вашата Facebook страница. Конкретните данни, върху които трябва да се съсредоточите, може да зависят от Вашите бизнес цели, но тук са изброени ключови показатели и анализи, които трябва да имате предвид:

1. **Последователи:** Проследявайте растежа на аудиторията си с течение на времето.
2. **Ангажираност с публикациите:** Измервайте взаимодействията (харесвания, коментари, споделяния) на публикациите си.
3. **Достигане:** Разберете колко хора са видели Вашето съдържание.
4. **Демография:** Анализирайте възрастта, пола, местоположението и езика на Вашата аудитория.
5. **Най-добрите публикации:** Идентифицирайте най-ангажиращите си публикации и разберете предпочитанията на аудиторията си.

6. **Органично срещу платено достигане до аудиторията:** Разберете органичното достигане на Вашето съдържание спрямо това, постигнато чрез платена промоция.
7. **Преглеждания на страницата:** Вижте колко хора са посетили страницата Ви и кои раздели са разгледали.
8. **3-секундни гледания на видео:** Проследете колко хора са гледали поне 3 секунди от вашите видеоклипове.
9. **Процент отговорили и време за отговор:** Наблюдавайте колко бързи и доколко постоянни сте в отговорите на съобщения и коментари.
10. **Достигане и ангажираност на рекламите:** Оценете ефективността на вашата платена реклама в сравнение с органичното съдържание.

Редовното преглеждане на тези показатели ще предостави ценна информация за ефективността на страницата ви във Facebook и ще Ви помогне да оптимизирате стратегията си за създаване на съдържание.

Как да използвате Instagram за Вашия бизнес?

Снимка: [Снимка 5](#)

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 инфлуенсери, 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, интересуваша се от конкретни ниши.

Имайте предвид, че много фирми се възползват от присъствието си и на двете платформи. Те могат да се допълват взаимно и да достигнат до по-широка аудитория.

В началото е много важно да разграничите личния Instagram профил от вашия бизнес. Има няколко основни разлики:

Личен профил	Бизнес страница
Тип на профила: Индивидуален: Личните профили са предназначени за индивидуални потребители.	Тип на профила: Бизнес или авторски: Бизнес профилите са предназначени за бизнеси, марки и създатели на съдържание.
Контактна информация: Ограничена бизнес информация: Личните профили предлагат ограничени възможности за информация за контакт.	Контактна информация: Бизнес информация: Бизнес профилите могат да включват подробна информация за бизнеса като e-mail, телефонен номер и адрес.

Анализи: • Ограничено представяне на аналитични данни: Личните профили имат достъп до основни аналитични данни за дейността, но им липсват задълбочените анализи, достъпни за бизнес профилите.	Анализи: • Детайлно представяне на аналитични данни: Бизнес профилите имат достъп до Instagram Insights, предлагайки изчерпателни данни за демографията на аудиторията, обхвата на публикациите и ангажираността
Промоции и реклами: • Ограничени функции за реклама: Личните профили имат по-малко опции за изпълнение на промоции или реклами.	Промоции и реклами: • Функции за рекламиране Бизнес профилите имат достъп до разширени рекламни функции, включително реклами в Instagram и популяризирани публикации.
Пазаруване в Instagram: • Ограничени функции за електронна търговия: Личните профили имат ограничен достъп до функциите за пазаруване в Instagram.	Пазаруване в Instagram: • Интеграция с електронна търговия: Бизнес профилите могат да настройат Instagram Shopping, което позволява на потребителите да пазаруват директно от техните публикации.
	Бутон с призив за действие: • Бутон с призив за действие: Бизнес страниците могат да включват бутон за подканване към действие като „Свържете се с нас“, „Упътвания“ или „Резервирайте сега“.
	Достъп до Creator Studio: • Публикуване на съдържание: Бизнес профилите могат да използват Creator Studio за публикуване и планиране на съдържание.
	Значка за потвърждение: • Възможност за проверка на автентичността: Бизнес профилите могат да кандидатстват за проверка и да получат значка за потвърждение, която указва автентичността.
	Свързани профили: • Линк към Facebook страница: Бизнес профилите могат да се свързват към страница във Facebook за популяризиране на различни платформи

Разгледайте инструмента за създаване на страница в Instagram. Обикновено можете да го намерите на: <https://www.instagram.com/>

Как работят рекламите в Instagram?

Рекламата в Instagram може да бъде много полезна за бизнесите, особено за тези, които търсят визуално общуване със своята аудитория. Тук предоставяме топ 10 съвета за максимизиране на ползите от рекламата за Вашия бизнес.

1. **Създайте впечатляващо визуално съдържание:** Създайте визуално привлекателни изображения или видеоклипове, които ще привлекат вниманието. Използвайте професионална фотография или дизайн, за да отличите Вашето съдържание. Ще имате с 29% повече "харесвания" на снимки с видим заден план, отколкото същите без заден план.
2. **Използвайте Carousel Ads:** Разкажете последователна история или покажете множество продукти в една реклама. Този формат насърчава потребителите да прелистват и да се ангажират с вашето съдържание. Публикации с маркирано "място" имат по-добър успех, като постигат с 79% по-голямо ангажиране.
3. **Използвайте Instagram Stories:** Ангажирайте потребителите с кратки, завладяващи истории. Използвайте функции като анкети, въпроси и обратно броене, за да увеличите ангажираността. Избягвайте да публикувате наведнъж 10 истории за един ден, а след това да изчезнете за месец. Направете стратегия и редовно качвайте публикации.
4. **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.
5. **Разгледайте пазаруването в Instagram:** Ако имате бизнес за електронна търговия, помислете за настройка на пазаруване в Instagram. Това позволява на потребителите да пазаруват директно от вашите публикации, което изключително улеснява процеса на пазаруване.
6. **Стратегически използвайте хаштагове:** Използвайте подходящи и популярни хаштагове, за да увеличите откриваемостта на Вашето съдържание. Създайте брандиран хаштаг за да насърчите генерираното от потребителите съдържание и ангажираността на общността. Използвайте и емотикони.
7. **Провеждайте конкурси и раздавайте награди:** Ангажирайте аудиторията си като организирате конкурси или раздавате 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.
8. **Работете с инфлуенсъри:** Партнирайте си с инфлуенсъри Във вашата ниша за да разширите обхвата си. Инфлуенсърите могат с лекота да промотират Вашите продукти или услуги на своите фенове и последователи.

9. **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.
10. **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.

Забележете: Най-добрият ден за публикуване е четвъртък!

Използването на Instagram реклами е много подобно на Facebook реклами.

Ето връзката към Помощния център на Instagram, където можете да намерите информация как да използвате платформата: <https://help.instagram.com/>

Друга възможност е да се свържете с агенция за дигитален маркетинг, където да получите консултантска подкрепа.

Как да използвате TikTok за Вашия бизнес?

TikTok 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 TikTok 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.

Насочвайки се предимно към танци и lip-sync видеоклипове, TikTok се харесва на **по-младите потребители**. Най-популярен е сред жените на възраст от 10 до 24 години, които съставляват една пета от всички потребители. Потребителите мъже от същата възрастова група са втората по големина демографска група на приложението.

TikTok може да бъде много полезен за бизнесите, притежавани от жени, ако се вземат предвид спецификите на медията и нейната целева група. Тук предоставяме някои съвети как да управлявате създаването на съдържание в TikTok:

1. **Разберете своята аудитория:** Запознайте се с общността на TikTok и разберете какво резонира с Вашата целева аудитория. Разгледайте популярни тенденции, хаштагове и стилове на съдържание в платформата.
2. **Създавайте ангажиращо съдържание:** TikTok е свързан с креативни видеоклипове с кратка форма. Разработете съдържание, което е забавно, автентично и съответства на вашата марка. Използвайте музика, ефекти и креативно разказване на истории, за да привлечете вниманието.
3. **Използвайте тенденции и предизвикателства:** Участвайте в актуални предизвикателства и използвайте популярно звучене, за да увеличите откриваемостта на вашето съдържание. Това може да увеличи Вашата видимост в общността на TikTok.

4. **Използвайте ефективно хаштагове:** Използвайте подходящи и популярни хаштагове, за да категоризирате съдържанието си и да го направите откриваемо. Създайте брендиран хаштаг, за да насърчите генерираното от потребителите съдържание и ангажираност.
5. **Взаимодействайте с Вашата аудитория:** Отговаряйте на коментарите, задавайте въпроси и ангажирайте Вашата аудитория. Алгоритъмът на TikTok предпочита съдържание, което получава високо ниво на ангажираност, така че взаимодействието е от ключово значение.
6. **Партнирайте си автори на съдържание в TikTok:** Обмислете сътрудничеството с популярни автори на съдържание в TikTok или инфлуенсъри, които са свързани с Вашата индустрия. Това може да Ви помогне да достигнете до тяхната съществуваща аудитория и да спечелите присъствие.
7. **Образователно съдържание:** Споделяйте образователно съдържание, свързано с Вашия бизнес или индустрия. Бързи уроци, съвети и надникване зад кулисите биха били приети добре в TikTok.
8. **Популяризирайте Предизвикателства и Конкурси:** Организирайте предизвикателства или конкурси, за да стимулирате участието на потребителите. Това може да помогне за създаването на усещане за общност около Вашата марка.
9. **Използвайте рекламната платформа на TikTok:** Използвайте рекламната платформа на TikTok, за да достигнете до по-широка аудитория. TikTok предлага различни рекламни формати, включително реклами във фийд, брендиран хаштаг и брендиран ефект.
10. **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.
11. **График на публикуване:** Създайте постоянен график за публикуване, за да задържите интереса на Вашата аудитория. Редовната активност може да помогне за повишаване на Вашето присъствие на платформата.
12. **Следете анализите:** Използвайте TikTok Analytics, за да проследите изпълнението на Вашето съдържание. Обърнете внимание на метриките като гледания, харесвания, споделяния и демографските данни на аудиторията, за да доразвиете Вашата стратегия.

Не забравяйте да поддържате съдържанието си забавно, автентично и в съответствие с творческата култура на TikTok. Бъдете в крак с най-новите тенденции и непрекъснато адаптирайте подхода си въз основа на обратната връзка и ангажираността на аудиторията.

Снимка: [Снимка 6](#)

Можете да създадете акаунт, като използвате: <https://support.tiktok.com/en/getting-started/creating-an-account>

За допълнителна подкрепа може да използвате: <https://support.tiktok.com/en/>

Друга възможност е да се свържете с агенция за дигитален маркетинг, където да получите консултантска подкрепа.

Как да използвате Youtube за Вашия бизнес?

Снимка: [Снимка 7](#)

Youtube е динамична платформа, която също може да допринесе за развитието на жените предприемачи. Подобно на Instagram и TikTok, и тук става дума за създаване на визуално съдържание. Предоставяме Ви някои съвети как да управлявате предоставянето на съдържание в YouTube:

1. **Създавайте завладяващо съдържание:** Създавайте ангажиращо и ценно съдържание, което резонира с Вашата целева аудитория. Споделете своя опит, разкажете историята си и предложете решения на общи предизвикателства във Вашата индустрия.
2. **Демонстрирайте своите продукти или услуги:** Използвайте YouTube като визуална витрина. Представете Вашите продукти или услуги чрез висококачествени видеоклипове. Демонстрирайте как работят, споделете отзиви на клиенти и подчертайте техните уникални характеристики.
3. **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. Създайте запомнящо се име на канала, което да отразява Вашия бизнес.
4. **Свържете се чрез разказване на истории:** споделете историята зад Вашия бизнес. Свържете се със зрителите емоционално, като разкажете за своите преживявания, предизвикателства и успехи. Автентичното разказване на истории изгражда доверие и насърчава чувството за общност.
5. **Взаимодействайте с Вашата аудитория:** Подпомогнете създаването на общност, като активно се ангажирате с Вашата аудитория чрез коментари. Отговаряйте на въпроси, благодарете на зрителите за тяхната подкрепа и вземете предвид предложенията на зрителите за бъдещо съдържание.
6. **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. Това повишава откриваемостта на Вашето видео.
7. **Партнирайте си с инфлуенсъри:** Партнирайте си с инфлуенсъри или други бизнеси във Вашата ниша на сътрудничество. Така можете да представите марката си пред нова аудитория и да осигурите ценно кръстосано популяризиране.
8. **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. Организирайте сесии с въпроси и отговори, представяне на продукти или надникване зад кулисите, за да подобрите ангажираността.
9. **Създавайте плейлисти:** Организирайте Вашите видеоклипове в плейлисти, за да улесните зрителите да навигират във Вашето съдържание. Плейлистите могат да бъдат тематични около конкретни теми, продуктови категории или серии.

10. **Популяризиране на други платформи:** Споделете своите видеоклипове в YouTube в другите си социални медийни платформи. Използвайте фрагменти, миниатюри или тийзъри, за да насърчите аудиторията си да кликне към Вашия канал в YouTube.
11. **Измервайте ефективността с Analytics:** Използвайте YouTube Analytics, за да разберете предпочитанията на аудиторията си. Анализирайте показатели като време на гледане, честота на кликуване и демография на аудиторията, за да прецизирате стратегията си за съдържание.

За допълнителна информация: https://www.youtube.com/t/contact_us

Друга възможност е да се свържете с агенция за дигитален маркетинг, където да получите консултантска подкрепа.

Стратегия за присъствие в социалните медии за жени предприемачи

Установяването на стабилно присъствие в социалните медии е от решаващо значение 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 страхотни, особено кратките. Споделяйте кадри 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.

Правейки тези неща, Вие ще изградите силно онлайн присъствие, ще се свържете с аудиторията си и ще накарате бизнеса си да заблести!

Снимка: [Снимка 8](#)

6. Подтема 3: Първи стъпки в кибер сигурността

1. Въведение в кибер сигурността



Киберсигурността е обширна и сложна тема, тъй като трябва да се разглежда на всички етапи - от проектирането на хардуера до политиките за служителите. Тя включва политики за паролите, компетентност за справяне със злонамерени имейли или други заплахи, свързани със социалното инженерство, софтуер за повишаване на сигурността като защитни стени или просто физическо заключване на вратата на сървърното помещение на компанията.

Въпреки това киберсигурността може да изглежда непосилна и ужасно сложна задача. Не всеки мениджър или собственик на малък бизнес има техническо образование, така че преминаването през целия технически жаргон и противоречива информация може да отблъсне дори най-внимателните и ориентирани към сигурността хора.

2. Общи заплахи



2.1 Измамни съобщения

Фишинг

Техниката на преструване на друго лице или организация чрез имейл, която кара потребителя да извърши някакво действие на измамна страница, за да получи пароли или да изтегли заразен файл.

Измама (Smishing)

SMS + фишинг. Подобно на фишинга, тази техника използва SMS съобщения със същата цел.

Вишинг

Глас + фишинг. В този случай нападателят се преструва на някой друг по време на телефонно обаждане, като често се представя за техническа поддръжка на устройството или представител на телефонната компания.

Начини за справяне

Ако съобщението е от познат и изглежда подозрително, бъдете предпазливи.

Използвайте данните за контакт, които сте открили чрез легитимен източник, например чрез посещение на официалния уебсайт на фирмата, а не тези, които се съдържат в подозрителното съобщение.

2.2 Атаки по електронна поща

В допълнение към измами като фишинг, често срещана имейл атака срещу малкия бизнес е компрометирането на **бизнес електронната поща**. Престъпниците могат да се представят за представители на бизнеса, като използват компрометирани имейл акаунти или по други начини - например чрез използване на име на домейн, което

изглежда подобно на реален бизнес. Освен кражбата на информация, целта на тези атаки обикновено е жертвите да бъдат измамени да изпратят средства по банкова сметка, управлявана от измамника..

Начини за справяне

Най-добрата защита срещу имейл атаки е обучението и информираността на служителите. Уверете се, че служителите Ви знаят, че винаги трябва да бъдат предпазливи по отношение на имейли със следното: искания за плащания, особено ако са спешни или просрочени, промяна на банковите данни, имейл адрес, който не изглежда съвсем правилно, като например името на домейна не съвпада точно с името на компанията доставчик.

Въпреки че тези атаки могат да бъдат много тежки, мерките за борба с последиците са лесни и не струват почти нищо. **Когато служителите получават подобни имейли, най-ефективната мярка е да се обалят на подателя, за да потвърдят, че те са подателите на съобщението.** Не използвайте данните за контакт, които са Ви изпратени, тъй като те може да са фалшиви. Въведете официален процес, който служителите да следват.

2.3 Злонамерен софтуер

Зловредният софтуер е общ термин за злонамерен софтуер, предназначен да причини вреда, като например софтуер за откуп, вируси, шпионски софтуер и троянски коне. Зловредният софтуер може да открадне или заключи файловете на Вашето устройство, да открадне номера на банковите Ви или кредитни карти, да открадне потребителските Ви имена и пароли и да поеме контрола или да шпионира компютъра Ви.

- **Троянски коне**

Троянските коне са на пръв поглед добронамерени програми, съдържащи зловреден код. Но в действителност манипулираните/зловредните версии на софтуера могат да заменят добронамерените версии, без да изглеждат подозрителни за потребителите и системните администратори.

- **Шпионски софтуер**

Шпионският софтуер следи компютъра на жертвите. Доста разпространена форма на наблюдение се извършва чрез използване на key logger, в който паролите се записват и изпращат на противника. Други форми включват снимки на екрана, наблюдение на процеси и изхвърляне на данни от паметта.

- **Злонамерен рекламен софтуер**

Злонамереният рекламен софтуер вкарва реклами в компютъра на жертвите. Обикновено намерението на недоброжелателите е да реализират печалба, но това може да има и последици за неприкосновеността на личния живот. Злонамерените

сайтове често преопаковат съществуващ софтуер с рекламен софтуер и го предоставят за изтегляне с намерението да печелят от несъзнателни и невежи потребители.

- **Криптоджакинг**

Криптоджакингът използва изчислителните ресурси на компютъра, за да добива криптовалута за недоброжелателя. Те могат да бъдат продадени от него без следа, но с цел реализиране на печалба.

- **Задни вратички**

Задните вратички не са специфичен вид зловреден софтуер, а обхващат редица различни начини, които позволяват на нападателите да получат отново достъп на по-късен етап. Това може да бъде постигнато чрез създаване на потребителски акаунти, които са неизвестни на добросъвестните системни администратори, или чрез злонамерени версии на софтуер.

- **Рансъмуер**

Този тип софтуер е често срещан и опасен вид зловреден софтуер. Той действа, като блокира или криптира файловете Ви, така че вече нямате достъп до тях. За възстановяване на достъпа до файловете се иска откуп, обикновено под формата на криптовалута. Киберпрестъпниците могат също така да заплашват да публикуват или продадат данните онлайн, ако не бъде платен откуп.

- **Ботнети**

Това е използването на компютъра на жертвата като "зомби" в ботнет. Ботнетът е съвкупност от компютри, които са компрометирани и са под контрола на противник. След това този противник може да използва ботнета за разпределени атаки за отказ на услуга (DDoS), като разпространява спам по електронната поща, хоства злонамерени сайтове и т.н.

Начини за справяне

Въпреки че антивирусният софтуер или софтуерът за сигурност може да ви помогне да се предпазите от зловреден софтуер, никой софтуер не е 100% ефективен. Служителите трябва да бъдат бдителни по отношение на имейли, уебсайтове и изтегляния на файлове и редовно да актуализират устройствата си, за да са сигурни.

3. Как да предпазим бизнеса си от киберзаплахи

```
function start()
{
    var today = new Date();
    var h = today.getHours();
    var m = today.getMinutes();
    var s = today.getSeconds();
    m = correctTime(m);
    s = correctTime(s);
    document.getElementById('clock').innerHTML = h + ':' + m + ':' + s;
    //calling the function again
    var t = setTimeout(start, 1000);
}

//adding the zero if needed
function correctTime(i)
{
    if(i < 10)
    {
        return '0' + i;
    }
    else
    {
        return i;
    }
}
```



3.1 Защитете акаунтите си

Включете многофакторното удостоверяване

Многофакторното удостоверяване на самоличността добавя още едно ниво на сигурност към Вашия акаунт. Всеки, който влиза в акаунта Ви, ще трябва да предостави още нещо в допълнение към потребителското Ви име и паролата Ви. Това може да е уникален код от текстово съобщение или приложение за удостоверяване.

Прилагайте контрол на достъпа

Ограничаването на достъпа на потребителите може да ограничи щетите, причинени от инцидент, свързан с киберсигурността. Контролът на достъпа е начин да се ограничи достъпът до определени файлове и системи. Обикновено служителите не се нуждаят от пълен достъп до всички данни, акаунти и системи в предприятието. Те трябва да имат достъп само до това, което им е необходимо, за да изпълняват задълженията си. Например, ако компютърът на член на персонала е заразен с ransomware, при подходящ контрол на достъпа това може да засегне само малък брой файлове, а не целия бизнес.

Използвайте силни пароли или пароли за достъп

Защитете акаунтите си от киберпрестъпници със сигурна парола или парола. Много малки предприятия се сблъскват с кибератаки в резултат на лоши практики при използване на пароли. Например повторното използване на една и съща парола за няколко акаунта. Можете да използвате както мениджъри на пароли, така и паролни фрази, за да създадете силни пароли. Мениджърът на пароли действа като виртуален сейф за Вашите пароли. За акаунти, в които влизате редовно или които не искате да съхранявате в мениджъра на пароли, обмислете използването на парола като парола. Паролите представляват комбинация от произволни думи, например "кристален лук глина кренвирш". Те са полезни, когато искате сигурна парола, която е лесна за запомняне. Използвайте случайна комбинация от четири или повече думи и я запазете уникална - не използвайте многократно паролата в множество акаунти.

Управлявайте споделените акаунти

В малкия бизнес може да има основателни причини, поради които служителите трябва да споделят акаунти, но това трябва да се избягва, доколкото е възможно. Когато няколко служители използват един и същи акаунт, може да е трудно да се проследи дейността до конкретен служител и още по-трудно да се проследят киберпрестъпниците, които проникват в него.

3.2 Защита на Вашите устройства и информацията

Актуализирайте софтуера си

Поддържането на софтуера Ви в актуално състояние е един от най-добрите начини да защитите бизнеса си от кибератаки. Актуализациите могат да отстраняват пропуски в сигурността на операционната система и другия софтуер, така че да се затрудни проникването на киберпрестъпници. Постоянно се откриват нови пропуски, така че не пренебрегвайте поканите за актуализация. Редовното актуализиране на софтуера ще намали вероятността киберпрестъпник да използва слабости, за да стартира зловреден софтуер или да хакне устройството Ви.

Използвайте софтуер за сигурност

Софтуерът за сигурност, като антивирусен софтуер и защита от софтуер за откуп, може да помогне за защитата на Вашите устройства. Използвайте софтуер за сигурност, за да откривате и премахвате зловреден софтуер от устройствата си. Антивирусният софтуер може да бъде настроен да сканира редовно за подозрителни файлове и програми. Когато бъде открита заплаха, ще получите предупреждение и подозрителният файл ще бъде поставен под карантина или премахнат.

Създаване на резервни копия на информацията

Редовното създаване на резервни копия може да Ви помогне да възстановите информацията си, ако тя бъде загубена или компрометирана. Създаването на резервни копия на важна информация трябва да бъде редовна или автоматична практика във Вашия бизнес. Съществуват много методи и продукти, които можете да използвате за архивиране на информацията си. Най-добрият вариант е различен за всеки бизнес, затова се консултирайте с ИТ специалист, ако не сте сигурни.

Защитете мрежата и външните услуги

Защитете бизнеса си от кибератаки, като отстраните потенциалните уязвимости в мрежата си. Устройствата и услугите в мрежата Ви могат да бъдат основна цел за киберпрестъпниците. Много от тези системи могат да бъдат сложни за защита, затова обсъдете следните препоръки с ИТ специалист.

- **Защитете сървърите си:** Ако използвате NAS или друг сървър във вашия дом или бизнес, обърнете специално внимание на тяхната защита. Тези устройства са честа

мишена за киберпрестъпниците, тъй като често съхраняват важни файлове или изпълняват важни функции.

- *Намалете до минимум отпечатъка, насочен към външни устройства:* Проверявайте и защитете всички изложени на интернет услуги във вашата мрежа. Това може да включва отдалечен работен достъп, споделени файлове, уеб поща и услуги за отдалечено администриране.
- *Мигрирайте към облачни услуги:* Разгледайте възможността за използване на онлайн или облачни услуги, които предлагат вградена сигурност, вместо да управлявате своя собствена. Например, използвайте онлайн услуги за неща като имейл или хостинг на уебсайт, вместо сами да управлявате и защитавате тези услуги.
- *Подобрейте сигурността на рутера си:* Спазвайте нашите указания за начините за защита на вашия маршрутизатор, включително актуализиране на паролите по подразбиране, включване на Wi-Fi за гости за клиенти или посетители и използване на най-силните протоколи за криптиране.
- *Познавайте веригата си за кибердоставки:* Проблемите със сигурността на тези услуги или доставчици могат да окажат значително въздействие върху Вашия бизнес.

Редовно подобрявайте сигурността на Вашия уебсайт

Уебсайтовете са основна мишена за кибератаки. Защитете уебсайта си от превземане, като следвате някои основни мерки за сигурност:

- защитете влизането си в уебсайта с многофакторно удостоверяване или силна парола;
- редовно актуализирайте системите за управление на съдържанието и плъгините на уебсайта си;
- редовно създавайте резервни копия на уебсайта си, за да можете да го възстановите след кибератака

Изтрийте цялата информация от устройствата си, преди да ги продадете или изхвърлите

Данните на старите Ви устройства могат да бъдат достъпни за непознати. Ако не се освободите от устройствата си по сигурен начин, киберпрестъпниците могат да получат достъп до информацията в тях. Това може да включва имейли, файлове и други бизнес данни. Премахнете цялата информация от бизнес устройствата си, преди да ги продадете, размените или изхвърлите, например чрез възстановяване на фабричните настройки. Това ще помогне да се изтрие всякаква информация и да се възстановят първоначалните настройки на устройството.

Дръжте устройствата си заключени и физически защитени

Ограничаването на достъпа до Вашите бизнес устройства ще намали възможностите за злонамерена дейност. Ограничаването на физическия достъп до Вашите бизнес устройства е прост начин да предотвратите кражба на данни или други злонамерени действия. Служебните устройства не трябва да се съхраняват на места, където неоторизиран персонал или граждани биха имали достъп до тях. Използвайте средства за контрол на сигурността, за да защитите допълнително Вашите бизнес устройства. Като минимум те трябва да бъдат заключени с парола, ПИН код или биометрични данни. Уверете се, че тези устройства са настроени да се заключват автоматично след кратък период на неактивност.

Защитете бизнес данните си.

Информирайте се за данните, които Вашият бизнес притежава, и отговорностите си за тяхната защита.

Данните, съхранявани от Вашия бизнес, са привлекателна цел за киберпрестъпниците.

- Консолидирайте бизнес данните си. Възможно е да разполагате с данни, съхранявани в множество устройства или услуги. Когато данните са

децентрализирани, това увеличава броя на системите, които трябва да поддържате защитени и архивирани. Когато е възможно, съхранявайте бизнес данните си на централно място, което е защитено и редовно се архивира. Централизирането на данните Ви може да даде по-голям пробив, ако системите Ви бъдат компрометирани, затова се уверете, че това централно местоположение е адекватно защитено със сигурни конфигурации и ограничен достъп. Обърнете се към специалист по ИТ или киберсигурност за съвет.

- Познавайте задълженията си за защита на данните. Консултирайте се с юрист, ако не сте сигурни.

7. Подтема 4: AI и дигитализация за жени предприемачи

1. Въведение в AI

Какво е AI?

AI съкратено от Artificial Intelligence / Изкуствен интелект: 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.



2. 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.

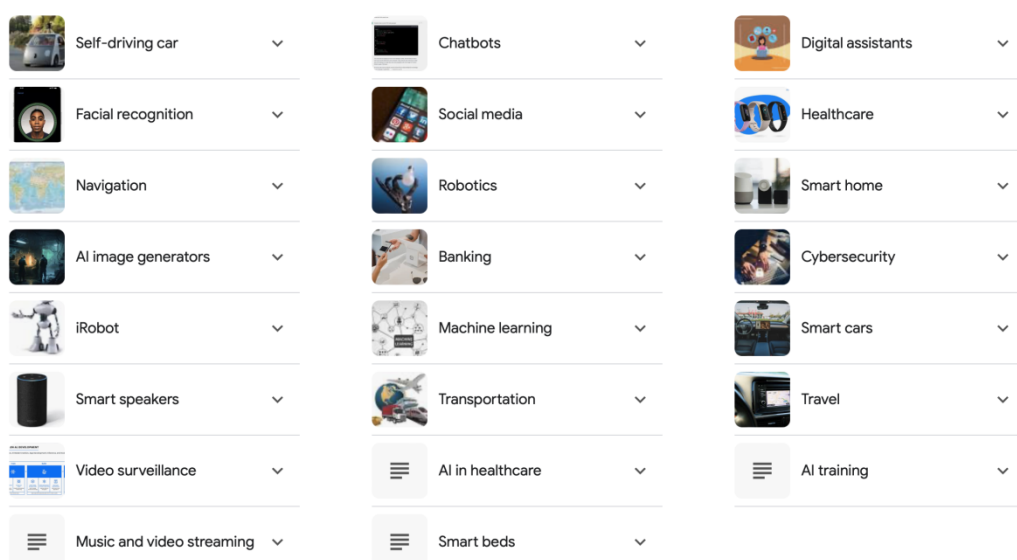
Важно е да разберете какво представлява изкуствения интелект за да можете да определите точно как можете да го използвате във вашия бизнес.

3. 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.

Интелигентни продукти и услуги, на базата на изкуствен интелект – списък с предложения от търсене в Google:



В днешната ера, управлявана от данни, развитието на технологиите с изкуствен интелект променя бизнес средата. Мислете за AI като за ваш дигитален асистент, който позволява извършването на задълбочени анализи на данни и персонализирани бизнес услуги. По време на нашите

обучителни сесии, ще разгледаме реални примери затова как AI трансформира света на бизнеса, като ви помагаме да разберете практическите му приложения и ви дава възможност да използвате тези технологии във вашето собствено предприемаческо пътуване.

Следните примери демонстрират използването на изкуствен интелект в различни бизнес области:

3.1. 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.

3.2. Бизнес разузнаване

Това приложение на AI в бизнеса се превърна в обичайна практика за преодоляване на предизвикателствата, свързани с анализирането на нарастващия обем налични бизнес данни. Благодарение на изводите от анализирането на данните, компаниите могат да подобрят маркетинговите си стратегии, да разбират по-добре клиентите си, да ги сегментират за да предложат персонализирани изживявания, както и да разработят ефективни бизнес стратегии, използвайки изкуствен интелект за управление на своя бизнес.

3.3 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. Този дълъг процес на анализ на всеки клиент може лесно да бъде оптимизиран с помощта на AI. Компаниите вече могат да използват AI за по-ефективно пускане на пазара на даден продукт като анализират онлайн активността на клиентите и предвиждат нуждите им, и да се насочат към правилните хора, увеличавайки шансовете за продажба и ефективността на маркетинга, знаейки как да прилагат AI в бизнеса. Същевременно, това им позволява да намалят общите разходи за маркетинг.

3.4. 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.

3.5. Обработка 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. Чрез този тип анализ компаниите могат постоянно да следят как хората възприемат техните продукти и услуги. В резултат на това, услугите стават по-персонализирани, а продуктите – с по-високо качество.

4. Ползите от AI за бизнеса

Използването на AI предлага значителни предимства. Ето някои от основните ползи от AI за бизнеса.

4.1. Намаляване на оперативното време

Изкуственият интелект може да автоматизира много оперативни задачи, позволявайки на бизнес лидерите да се съсредоточат върху по-сложни проблеми.

4.2. 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.

4.3. Ограничаване на риска от човешки грешки

Намалява 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..

4.4. Подобряване на бизнес прогнозирането

Възможностите на AI помагат за прогнозиране на стандартни бизнес практики. С AI могат да се обработват милиарди точки данни за секунди, включително исторически данни, за предвиждане на бъдещи резултати с висока точност. Това спестява значително време на компаниите и прави процесите по-ефективни.



5. Предизвикателства на прилагането на AI в бизнеса

Освен ползите, AI поставя и определени предизвикателства. По-долу са представени предизвикателствата на AI в бизнеса.

5.1. 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.

5.2. 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.

5.3. 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.

6. Въздействието на AI в различни бизнес сектори – примери

Нека проучим как AI революционизира бизнес операциите и насърчава растежа в различни сектори:

6.1 Продажби и бизнес развитие

 Трансформиращата роля на AI: • Способността на AI да обработва неструктурирани данни дава на бизнеса възможност да разбира нуждите на потребителите и да повишава продуктивността. *Пример: Alibaba* • Alibaba използва AI, за да предвиди предпочитанията на клиентите, създавайки ефективни описания на продукти, които дават приоритет на продуктивността.

6.2 Пътуване и транспорт Революционизиране на логистиката с AI: • Научете как изкуственият интелект опростява идентифицирането на търсенето и предлагането в транспорта, подобрявайки безопасността и намалявайки задръстванията.

Example: Uber • Открийте как Uber, гигантът в предлагането на превоз на пътници, дължи успеха си на AI, като оптимизира маршрутите и осигурява безпроблемно пътуване.

6.3 Здравеопазване Въздействие на AI върху иновациите в медицината и фармацевтиката:

- AI ускорява фармацевтичните изследвания, улеснявайки откриването на животоспасяващи лекарства и намалявайки разходите.

Пример: Kelvin Health • Kelvin Health използва мобилна термовизионна камера, която улавя топлината на тялото, сегментира топлинния образ и прилага AI за откриване на аномалии, свързани със съдови заболявания.

6.4 Финанси AI играе важна роля и във финансите:

- AI има важна роля във финансите, осигурявайки отчитане в реално време, точност и ефективна обработка на огромни количествени данни.

Пример: JPMorgan Chase • JPMorgan Chase използва AI за управление на риска, откриване на измами и обслужване на клиенти, подобрявайки цялостните финансови операции.

6.5 Проверка на документи и самоличност

Критична роля на AI при осъществяване на проверката:

- Изследвайте значението на AI за идентификацията и проверка на самоличността, чрез бързо улавяне на детайли и извършване на безпроблемно съпоставяне на лица в рамките на секунди..

Пример: Onfido • Onfido използва AI за проверка на самоличността, като използва лицево разпознаване и анализ на документи за подобряване на сигурността в различни индустрии.

6.6 Други индустрии, извличащи ползи от AI:

Търговия на дребно и електронна търговия  • Разберете как задвижваната от AI персонализация трансформира изживяването на клиентите в търговията на дребно, предвиждайки техните предпочитания и оптимизирайки продуктите препоръки.

Пример: Amazon • Механизмът за препоръки на Amazon, управляван от изкуствен интелект, предлага продукти въз основа на поведението на потребителя, подобрявайки онлайн пазаруването.

6.7 Образование

- Ролята на AI да подпомага преподавателите с персонализирани решения за обучение, автоматизиране на административни задачи и изготвяне на предвиждания, базирани на данни.

Пример: Carnegie Learning • Carnegie Learning използва AI за персонализирани образователни решения, като адаптира съдържанието към индивидуалните нужди на учениците за по-ефективно обучение.

6.8 Производство

- AI оптимизира производствените процеси, предвиждайки нуждите от поддръжка, намалявайки времето на престой и повишавайки общата ефективност.

Пример: Siemens • Siemens използва AI за предсказуема поддръжка в производството, повишавайки надеждността на оборудването и минимизирайки непланирания престой.

7. Практическо ръководство: Създаване на съдържание за вашия бизнес с помощта на AI

В тази последна част от вашето обучение за AI ще се докоснете до една от основните области на неговото приложение – как да създавате и модифицирате съдържание по начин, който е полезен за вашия бизнес.

7.1 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.

Основавайки се на машинното обучение, това подразделение на **AI** проучва модели като стил, структура и естетика, базирайки се на обширно количество налични данни. При дадена задача, то генерира нов материал, който запазва характеристиките на обучаващите данни, но включва и нови, оригинални елементи.

Този способност за учене и възпроизвеждане на модели от съществуващи данни е това, което прави генеративния AI ценен инструмент, обещаващ да стимулира креативността, ефективността и конкурентоспособността в бизнеса.

7.2 AI инструменти за генериране на съдържание

Генеративният AI може да създава ангажиращо, персонализирано и оригинално съдържание в мащаб. Най-разпространените инструменти в тази област включват:

- **ChatGPT и GPT-4** – Като GPT-4 така и ChatGPT използват обширни набори от данни за изучаване на модели и генериране на отговори. GPT-4 се отличава с това, че може да обработва по-добре актуална информация в реално време, което му позволява да предоставя по-подходящи отговори в динамичен контекст.
- **Bard** – ползва данни от Google и следователно подходящ за търсене на актуална информация, вкл. 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.

Примери за резултати от генериране на текст включват новинарски статии, публикации в социални медии, описания на продукти, реклами, фрагменти от код и дори творческо писане и поезия.

В допълнение към генерирането на текст, генеративният AI може да създава оригинални произведения на изкуството и да предлага нови визуални и слухови изживявания чрез създаване на цифрови изображения, картини, музикални композиции и др.

Някои по-известни инструменти за **генериране на изкуство** включват **DALL-E, Craiyon и ArtBreeder.**

Примери за **музикални генератори с AI** включват: **Aiva, Soundful, Riffusion.**



8. Време е за практика!

8.1 Практически примери

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

- **Отворете** <https://chat.openai.com>
- **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.

Резултат:

🚀 Внимание, страхотни новини!! 🚀

Хей, #FitFam! 🙌 Силно сме развълнувани да обявим пускането на пазара на нашия нов продукт - Протеинов бар „Зареди се“ от Компания X! 💪

Подгответе се да се заредите за вашата фитнес програма с уникалния ни протеинов бар! ☀️ Пълен с висококачествени протеинови фибри, той ще промени правилата а играта защото е създаден да подкрепи активния ви начин на живот. И.. Познайте какво още? Премахнахме захарите за да можете да се отдадете на удоволствието без чувство за вина! 🍫🚫

Какво отличава нашия протеинов бар „Зареди се“ ? 🌈 Предлагаме не един, не два, а цели ПЕТ уникални вкуса за да удовлетворим всяко ваше желание! От класически Хрупкав шоколад до освежаваща експлозия от горски плодове, има вкус за всеки. 🍓🍫

☀️ Основни характеристики: ✅ Високо съдържание на протеини и фибри ✅ Без добавени захари ✅ Пет апетитни вкуса ✅ Перфектно хапване в движение

Готови ли сте да минете на следващо ниво на играта за вашата закуска? Присъединете се към нас в това вълнуващо пътешествие! 🚀

Отбележете и вашия приятел в тренировките, споделете новините, и нека да направим протеиновия бар „Зареди се“ новината на деня! 🎉 #FuelYourFitness #ProteinPowerhouse #CompanyXLaunch 🚀

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 лозунг и призив за действие.

Резултат

🌸 Подкрепете тренировката си с елегантност! 🌸

Дами, време е да подобрите вашата фитнес рутина с изцяло новия протеинов бар FemmeFit от Компания X! 💪🌟

Освободете силата на нашите протеинови блокчета, предназначени изключително за активни и динамични жени като вас! 🙌 Обогатени с първокласни протеини и фибри, нашите блокчета са вкусна комбинация от сила и грация. Plus, we've ditched the sugars to keep it sweet and guilt-free! 🍫🚫

Отдайте се на пет невероятни вкуса, създадени за фитнес дамите: от наситената шоколадова малина до енергизиращата ванилия и бадемово блаженство, всяка хапка е празник на силата и вкуса. 🍇🍫

☀️ Основни характеристики: ✓ Сила и елегантност във всяка хапка ✓ Блаженство без захар ✓ Пет божествени аромата ✓ Подкрепете активния си начин на живот

💖 Нашето мото: "FemmeFit – Когато силата среща грацията!"

Готови ли сте да прегърнете вътрешната си сила? Усъвършенствайте тренировките си и предефинирайте вашето фитнес пътуване с FemmeFit!



Отбележете и приятелката, с която тренирате, споделете новината и нека заедно потеглим на това мотивиращо пътешествие! 🌸☀️ #FemmeFitRevolution #StrengthInElegance #CompanyXLaunch 🚀💪

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))

🌸☀️ Подобрете тренировката си, красавици! 💪💖 Представяме ви FemmeFit Protein Bar от Company X - където фитнесът среща елегантността!! 🍇🍫☀️

Плъзнете наляво и се отдайте на изблик от вкусове, предназначени за активните, динамични жени на Instagram! 🏋️♀️ От сладката шоколадова малина до ободряващата ванилия и бадемово блаженство, открийте вкуса на силата и красотата във всяко блокче. 🍇🍫

☀️ Характеристики:

- ✓ Сила и елегантност във всяка хапка
- ✓ Блаженство без захар
- ✓ Пет божествени вкуса
- ✓ Подкрепете активния си начин на живот

💖 Мото: "FemmeFit - Където силата среща изяществото!"

Готови ли сте да преобразите вашето фитнес пътуване с нотка елегантност? Кликнете два пъти ако сте развълнуване и отбележете своя фитнес съучастник! 🏋️♀️☀️ Нека превърнем FemmeFit в новия задължителен продукт за нашата здрава и страхотна IG общност! 🌸💖 #FemmeFitRevolution #StrengthInElegance #CompanyXLaunch 🚀💪

9. 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:**

- *Purpose:* 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.

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.

5. **Transcriptor:**

Цел: Услуги за транскрипция

Description: 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:* Управление на проекти

- *Описание:* Trello е удобен за потребителите инструмент за управление на проекти, който организира задачите в табла. Въпреки че не използва изкуствен интелект, той е лесен за управление на задачи и проекти, което може да бъде от решаващо значение за вашия бизнес.

7. Hootsuite:

- *Цел:* Управление на социални медии
- *Описание:* Hootsuite is a platform that allows users to schedule and manage social media posts across different channels. It streamlines social media efforts, making it easier for entrepreneurs to maintain an online presence.

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.

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.



Заклучение

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

- Кой аспект на AI Ви вълнува най-много?
- Ще ви помогне ли да решите конкретен проблем?
- Ще спестите ли време и усилия за досадни задачи?
- Мислите ли, че AI може да ви помогне да изведете бизнеса си на следващото ниво:
 - Да започнете да продавате онлайн,
 - Да направите кампания в социалните медии или
 - Да ви помогне да разберете по-добре пазарната ситуация и нуждите на вашите клиенти?

4. Обобщение

За жените предприемачи установяването на силно дигитално присъствие е от изключително значение за привличането и ангажирането на клиенти в днешния конкурентен пазар. Използването на дигитален маркетинг и социални медии дава възможност за въздействащо и креативно популяризиране, което отличава вашия бизнес от конкурентите. В същото време е от решаващо значение да защитите дигиталните си активи чрез надеждни мерки за киберсигурност. Въвеждането на многофакторна автентификация (MFA), актуализирането на софтуера, сигурното управление на паролите и обучението на служителите за най-добрите практики в областта на киберсигурността ще ви помогнат да защитите бизнеса си от различни заплахи. Освен това възприемането на изкуствения интелект може значително да повиши ефективността, чрез автоматизиране на задачите и предоставяне на ценни данни, като ви даде конкурентно предимство и насърчи иновациите. Чрез интегрирането на тези стратегии можете ефективно да популяризирате бизнеса си, като същевременно гарантирате неговата сигурност и използвате технологиите за стимулиране на растежа.

5. Съдържание на теста за самооценка

Подтема 1: Дигитален Маркетинг

1. Моля, посочете какво според вас е най-важно преди рекламирането в дигиталното пространство?

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

2. Моля, посочете грешното твърдение.

- Домейнът е името на вашия сайт и е първото нещо, което посетителите виждат и запомнят
- Изборът на име на домейн е тясно свързан с концепцията и бъдещата ориентация на потребителите на вашия сайт
- Домейнът трябва да е възможно най-кратък, за да се запомня и пише по-лесно
- Промяната на домейна с по-късен няма да се отрази на потребителите и на вашата популярност

3. Според вас кое е най-подходящото решение за уеб софтуер, ако искате да покриете всички дигитални канали?

- Обикновен уебсайт
- Мобилен дизайн
- Адаптивен дизайн

4. Кой вид маркетинг осигурява кратко, запомнящо се, лесно усвоимо и измеримо съдържание?

- Маркетинг по имейл
- Видео маркетинг
- Маркетинг на съдържанието

5. Изберете верните твърдения за оптимизацията за търсачки (SEO).
Отговорът може да бъде повече от един.

- Оптимизацията за търсачки се състои, както от дейности по самия сайт, така и от дейности извън него
- SEO оптимизацията вече не е ограничена до текст
- Над 200 (двеста) фактора влияят върху вашата SEO оптимизация

Подтема: Социални медии

Q1: **Защо е важно видео съдържанието?**

- А. Това е отминаваща тенденция
- В. Подобрява стратегията за съдържание
- С. Добавя ненужна сложност

Q.2: Какво препоръчва текстът по отношение на хаштаговете за по-голяма откриваемост?

- A. Избягвайте използването на хаштаговете
- B. Създавайте само специфични за индустрията хаштагове
- C. Създайте брендиран хаштаг и участвайте в популярни такива

Q.3: Как жените предприемачи могат да се свържат автентично със своята аудитория?

- A. Като споделят общо съдържание
- B. Да придадат индивидуалност на марката като споделят преживяванията си
- C. Като избягват да отговарят на коментарите на аудиторията

Q.4: Какво е значението на създаването на календар за съдържание в стратегията за социални медии?

- A. То е по желание и не е необходимо
- B. Гарантира последователен и разнообразен микс от съдържание
- C. Ограничава креативността при публикуване

Q.5: Коя платформа е спомената като особено полезна за визуално привлекателно съдържание и разказване на истории?

- A. Facebook
- B. TikTok
- C. YouTube

Q.6: Защо се препоръчва да се използват стратегически няколко социални медии?

- A. За да се обърка аудиторията
- B. За показване на едно и също съдържание на различни платформи
- C. За подчертаване на различни аспекти на бизнеса

Q.7: Какъв е препоръчителният подход за насърчаване на ангажираността в социалните медии?

A. Игнорирайте коментари и съобщения

B. Публикувайте спорадично и без график

C. Активно отговаряйте, задавайте въпроси, и инициирайте разговори

Q.8: Защо разказването на истории се счита за важно в контекста на изграждането на марка в социалните медии?

A. Разказването на истории е без значение за изграждането на марката

B. Това помага за изграждането на личностна връзка и автентичност

C. Усложнява посланието на бранда

Подтема Киберсигурност

1. Кое от изброените трябва да направите, за да ограничите достъпа до вашите файлове и устройства?

- A. Актуализирайте софтуера си веднъж годишно.
- B. Споделяйте пароли само с колеги, на които имате доверие.
- C. Позволете на служителите си достъп до информация чрез отворена Wi-Fi мрежа.
- D. Използвайте многофакторна автентикация.**

2. Архивирането на важни файлове офлайн, на външен хард диск или в облака, може да помогне за защита на вашия бизнес в случай на кибератака.

Вярно или Грешно

Правилен отговор! Архивирането на важни файлове офлайн е ефективен начин за тяхната защита при кибератака.

3. Кой е най-добрият отговор за това кои хора в бизнеса трябва да са отговорни за киберсигурността?

- A. Собствениците на бизнеса. Те управляват компанията и трябва да познават основите на киберсигурността, за да намалят риска от кибератаки.
- B. IT специалистите, защото те са най-добре подготвени да разбират и прилагат мерки за киберсигурност.
- C. Мениджърите, защото носят отговорност служителите да спазват правилните практики.

D. Всички служители трябва да познават основите на киберсигурността, за да намалят риска от кибератаки.

Правилен отговор! Всеки в организацията има роля в киберсигурността, а не само IT персоналът. Всички служители трябва да следват основни правила за сигурност и редовно да преминават обучения.

4. Кое от следните твърдения е вярно?

- A. Ако получите имейл, който изглежда като изпратен от познат, можете да кликнете на линковете, стига да имате спам филтър и антивирусна защита.
- B. Можете да сте сигурни, че имейлът е от клиент, ако съдържа логото на клиента и поне един факт за него, който знаете, че е верен.
- C. Ако получите съобщение от колега, който иска паролата ви за мрежата, никога не я предоставяйте, освен ако колегата не каже, че е спешно.

D. Ако получите имейл от отдела за човешки ресурси с искане за лична информация, първо трябва да проверите дали това наистина е от тях.

Правилен отговор! При фишинг измами получавате съобщения, които изглеждат като от познат човек или институция. Те често съдържат спешни искания за

чувствителна информация или ви приканват да кликнете върху линк. Преди да направите това, се уверете, че изпращачът е този, за когото се представя – а не измамник.

5. Получавате имейл от шефа си с искане за имена, адреси и информация за кредитни карти на най-важните клиенти на компанията. Имейлът е отбелязан като спешен и ви моли да отговорите веднага. Трябва ли да отговорите веднага. Вярно или Грешно?

Правилен отговор! Това може да е опит за фишинг. Проверете и се уверете, че искането наистина идва от вашия шеф.

6. Автентикацията на имейли може да помогне за защита срещу фишинг атаки. Вярно или Грешно?

Правилен отговор! Технологиите за автентикация на имейли могат да предотвратят достигането на фишинг имейли до входящите кутии на вашата компания.

7. Какво представлява рансъмуерът?

A. Софтуер, който заразява компютърни мрежи и мобилни устройства, блокира достъпа до данните ви и изисква откуп, за да ги отключи.

B. Компютърно оборудване, което е откраднато от престъпници и няма да бъде върнато, докато не бъде платен откуп.

C. Софтуер, който защитава компютъра или мобилното ви устройство от вируси.

D. Вид криптовалута.

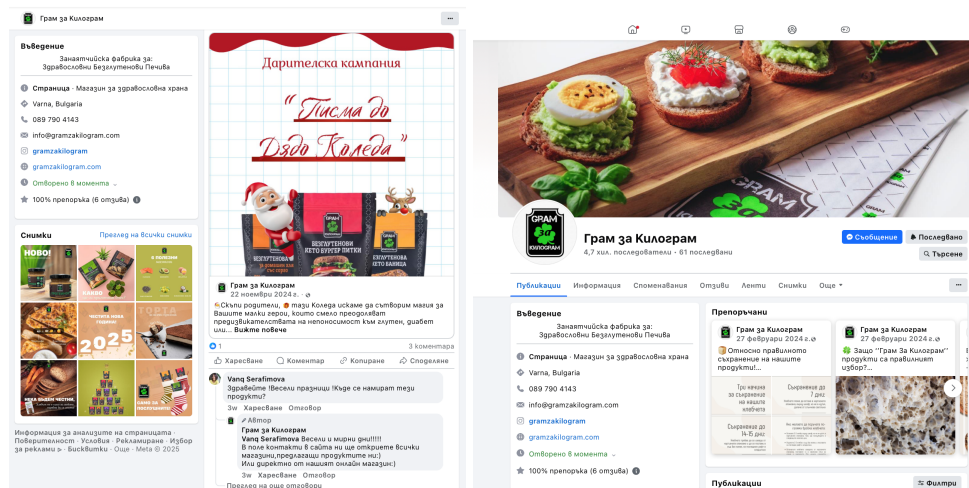
6. Успешни примери

Успешен пример: [Gram za Kilogram](https://www.facebook.com/GramZaKilogram) - Социални медии

Семейната фирма Gram za Kilogram, ръководена от Ивелина Цвяткова, е усъвършенствала използването на социалните медии за насърчаване на по-здравословно хранене и намаляване на хранителните отпадъци. Известна със своите безглутенови и подходящи за кето изделия продукти, компанията е изградила лоялна общност, съчетавайки искреното разказване на истории със специфични за платформата стратегии.

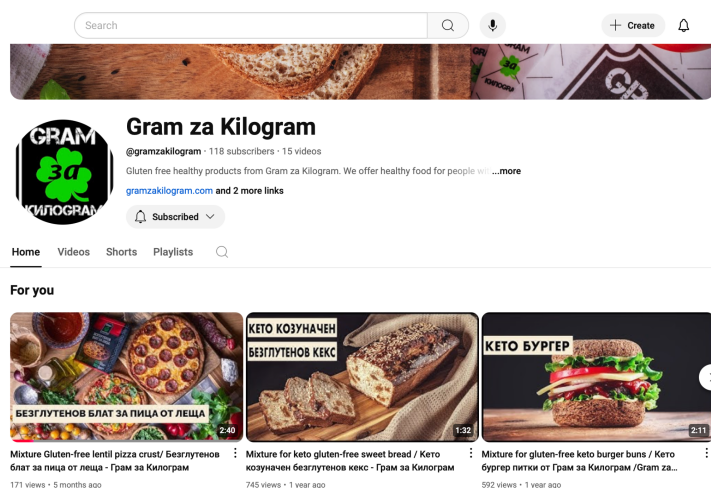
Във Фейсбук те провеждат ангажиращи социални кампании като кампании за даряване и предизвикателства за пестене на храна, които вдъхновяват за действие и обединяват хората.

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



Техните видеоклипове в YouTube споделят съдържание зад камерите, рецепти и съвети, като изграждат доверие и вълнение.

<https://www.youtube.com/@gramzakilogram>



В Instagram те се фокусират върху визуално привлекателни публикации, включващи красиви снимки на продукти, истории на клиенти и съвети за начина на живот.

<https://www.instagram.com/gramzakilogram?igsh=eTljbnNnbDBqeGtt>

16:42



gramzakilogram
Sponsored



Order now



471 views

gramzakilogram Задавали ли сте си въпроса какво всъщност ядете? 🤔 ... more

See translation



16:43



gramzakilogram



524 posts

5 778 followers

133 following

ГРАМ ЗА КИЛОГРАМ 🌱

Health Food Store

Доставка до цялата страна

Кето и нисковъглеродни изделия

Веган печива

Готови смеси

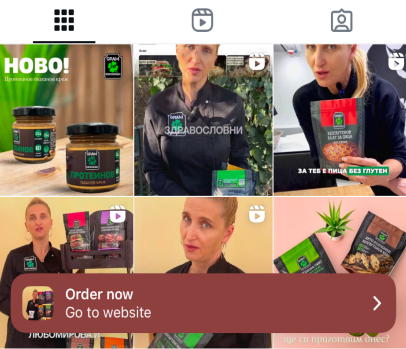
See Translation

www.gramzakilogram.com

Following

Message

Contact



Използвайки целенасочени реклами, сътрудничество с влиятелни личности и творческо съдържание, Ивелина е превърнала Gram за Kilogram във водещ пример за това как един семеен бизнес може да процъфтява и да оказва влияние чрез социалните медии.

7. Библиография и допълнителни препратки

www.savovdesign.com/cat/blog

www.lilacor.com/

www.netit.bg/academies/

www.beesbuzzads.com

www.freepik.com

Webinar "Importance of Social Networks with Ivana Radic", 17.09.2020,

https://youtu.be/riqYQWS1z3U?si=zMgoT1ziIaN4sR_C

The impact of the use of social media on women and girls,

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/743341/IPOL_STU\(2023\)743341_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2023/743341/IPOL_STU(2023)743341_EN.pdf)

<https://explodingtopics.com/blog/top-social-media-platforms>

<https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/>

<https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicOverview>

<https://builtin.com/artificial-intelligence/examples-ai-in-industry>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/examples-artificial-intelligence-use-business>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/generative-ai-business>

Tech Talk: Women Entrepreneurs and the AI Advantage:

https://www.youtube.com/watch?v=UXHniL_ywSO0

<https://www.enisa.europa.eu/publications/cybersecurity-guide-for-smes>

<https://www.enisa.europa.eu/publications/enisa-report-cybersecurity-for-smes>

<https://www.vpnmentor.com/blog/the-complete-cybersecurity-guide-for-small-and-medium-businesses/>

<https://www.fcc.gov/communications-business-opportunities/cybersecurity-small-businesses>

<https://www.ncsc.gov.uk/collection/small-business-guide>

<https://www.cyber.gov.au/resources-business-and-government/essential-cyber-security/smallbusiness>

8. Свързани материали за обучение

- Учебен модул 3 на RE-FEM: Сервизиране и иновации

9. Ключови думи

киберсигурност, социални медии, работа в мрежа(network), реклама, дигитален маркетинг, изкуствен интелект AI

10. ESCO компетенции и умения

- Трансверсални (преносими) умения и компетенции
 - Социални и емоционални умения
 - Критично мислене
 - **Аналитично мислене**
 - **Разрешаване на проблеми**
 - **Самоуправление**
 - **Бизнес мениджмънт (управление)**
 - **Адаптивност**
 - Лична Устойчивост
 - **Креативност/Творчество**
 - **Работа в мрежа**
 - Инициативност
 - **Гъвкавост**
 - **Откритост**
 - **Комплексно разбиране**
 - Сътрудничество
 - Емпатия
 - **Иновация**
 - Лидерство
- Умения
 - **Технологични умения**
 - Продуктов маркетинг
 - **Дигитален маркетинг**
 - **Дигитални умения**
 - **Комуникация**
 - Сътрудничество
 - Емоционална интелигентност
- Знания
 - Business management
 - **Онлайн обучение и подготовка**
 - **Реклама**
 - **Облачни изчисления**
 - **Големи данни**
 - **Електронна търговия**
 - **Изкуствен интелект**
 - IoT
 - **Дигитална грамотност**
 - **Киберсигурност**
 - **Извличане и анализ на данни**
 - Устойчивост
 - Благосъстояние
 - Климатични изменения
 - **Управление на социални медии**



Website:

www.refem.eu

Email:

hetfa_re-fem@hetfa.eu

Facebook:

www.facebook.com/REFEM0

Twitter:

[@RE-FEM project](https://twitter.com/RE-FEM_project)

Linkedin:

www.linkedin.com/RE-FEM



**Co-funded by
the European Union**

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.