

# Strategia Integrată de Marketing și Comunicare 2022-2023



## Viziune

Promovăm standardizarea și utilizarea standardelor în toate domeniile în scopul dezvoltării și consolidării unei societăți performante, inovative, sigure, durabile și competitive.

## Misiune

ASRO este de a asigura platforma pentru funcționarea sistemului național de standardizare în vederea asigurării elaborarea și adoptarea de standarde pentru a genera încredere, pentru a răspunde așteptărilor pieței, pentru a facilita accesul la piețe de desfacere a inovațiilor, pentru a spori utilizarea standardelor la o scară cât mai largă, contribuind astfel la o societate mai bună, mai sigură și mai durabilă.

## Valori



Încredere



Comunitate



Continuitate



Performanță

<p><b>Abordări</b></p>	<p><b>Obiective strategice</b></p> 
 <p>Strategia de promovare</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Creșterea vizibilității</b> ASRO la nivel național, evidențierea modului în care standardele contribuie la funcționarea pieței și a societății;</li> <li>2. Identificarea instrumentelor de comunicare astfel încât mesajul despre rolul ASRO să fie ușor înțeles de către <b>tânăra generație</b>;</li> <li>3. Acțiuni și demersuri de promovare pe tematici relevante, în concordanță cu tendințele actuale ale pieței</li> </ol>
 <p>Strategia de marketing</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crearea unei strânse legături între lansarea de noi produse, strategia de preț și modul de vânzare/distribuție a acestora;</li> <li>2. Identificarea nevoilor diferite, particulare ale tuturor părților interesate, astfel încât soluțiile implementate să îmbunătățească experiența utilizatorilor și să crească gradul de înțelegere al activității pe termen lung;</li> <li>3. Campanii de loialitate astfel încât relațiile comerciale să fie continue și predictibile;</li> <li>4. Eficientizarea, digitalizarea și optimizarea modului de acces al clienților la standarde pentru platforma Info.Standard 5.0;</li> </ol>

## Introducere

Strategia integrată de marketing și comunicare a ASRO este elaborată cu scopul de a contribui la promovarea instituțională, la realizarea bugetului de venituri propus și la creșterea vizibilității ASRO ca organism național de standardizare și își propune să definească ansamblul de elemente care vor ajuta la atingerea acestor obiective.

Strategia elaborată are rolul de a alinia resursele de marketing și de comunicare la obiectivele de organizaționale comune. Activitățile de marketing, comunicare internă și externă, relațiile publice, prezența în social media și publicitatea trebuie corect și eficient organizate pentru a se obține impactul dorit în piață și societate.

Strategia integrată de marketing și comunicare urmează Strategia organizației ASRO, integrând elementele vizate din cadrul obiectivelor sale.

O reactualizare a analizei SWOT a fost necesară, în mod special având în vedere contextul ultimilor 2 ani. Această analiză ne-a ajutat la proiectarea unei viziuni de ansamblu asupra ASRO, ea funcționând ca o „radiografie” a organizației noastre, evaluând poziția noastră pe piață și având scopul de a ne pune în lumină punctele tari și punctele slabe în relație cu oportunitățile și amenințările existente în mediul de afaceri al României.

În etapele ulterioare au fost stabilite modalitățile și instrumentele de marketing și comunicare, fiind gândit și elaborat și un plan de acțiuni, astfel încât strategia integrată de marketing și comunicare să fie realizabilă, ușor de monitorizat și continuă, iar publicul să primească informații despre standarde și standardizare într-un mod atractiv și bine documentat.

Digitalizarea a însemnat continuarea activității și posibilitatea de a furniza produsele ASRO din România în această perioadă. Digitalizarea completă era unul dintre pilonii strategici pentru definirea viitorului model de business al ASRO, care era menit să răspundă nevoilor în continuă evoluție ale consumatorilor, dar, în același timp, să își eficientizeze procesele, luarea deciziilor și integrarea datelor. Contextul anilor 2020, 2021 doar a grăbit lucrurile, obiectivul final a rămas același.

Mai mult, din punct de vedere al strategiei de marketing, s-a produs o schimbare între canale, iar inițiativele de brand, vânzări și comunicare s-au desfășurat cu precădere în online.

**„ Marketingul și comunicarea sunt punctul de întâlnire al Misiunii, Strategiei și Succesului unei organizații”.**

## Analiza SWOT



# Analiza SWOT



**Puncte Tari**



**Puncte Slabe**



**Oportunități**



**Amenințări**

- monopol la nivel național cu atribuții privind elaborarea, adoptarea și distribuția standardelor.
- campanii de marketing și comunicare către grupuri largi de public țintă.
- web site modern și mijloace de comunicare eficiente
- magazin online
- vizibilitate în social media
- reziliența și adaptabilitatea în cazul unor situații de criză, cum a fost pandemia de COVID-19.
- experiență în ceea ce privește comunicarea și promovarea standardelor și a standardizării.

- tânăra generație nu cunoaște, nu este atrasă și nu înțelege domeniul standardizării.
- standardizarea nu mai este o prioritate pentru companii în contextul actual.
- standardizarea nu este considerată atractivă, de aceea în Social Media au succes doar campaniile user friendly/comerciale.
- nu se pune suficient accentul pe adoptarea standardelor necesare pieței, nu există o analiză documentată a necesităților pieței.
- cultura organizațională nu este promovată suficient în interiorul ASRO.
- în multe cazuri punem la dispoziție standarde, dar de multe ori, nu poate fi asigurat suportul pentru implementare.
- nu există o relație constantă cu autoritățile.
- număr insuficient de versiuni în lb. română a standardelor.
- incapacitatea de a recruta, de a forma și de a păstra persoanele tinere în cadrul organizației.

- identificarea de proiecte și programe naționale care au nevoie de standarde.
- cererea crescută de standarde în cazul unor situații de criză (pandemia de COVID-19).
- utilizarea platformelor de social-media, un instrument esențial de comunicare.
- noua strategie europeană de standardizare.
- generarea de mesaje țargetate, care să atingă și să aibă un impact asupra consumatorilor, să spună o poveste.
- revizuirea standardelor naționale.
- noul sediu ASRO.
- preț mai mic al standardelor în limbile oficiale față de ONS-le din jurul nostru
- noua aplicație Infostandard 5.0
- campania -Abonamente la standarde pentru companiile din TOP 1000

- resurse limitate pentru alocarea către parteneriate media sau marketing strategic.
- situații neprevăzute (pandemii, recesiune, dezastru naturale, atacuri cibernetice etc.)
- pentru zona de producție (industrie) sunt foarte multe firme străine, multinaționale, care vin cu propria documentație de standardizare.
- majoritatea firmelor sunt axate mai mult pe comerț și solicită în măsură mai mică standarde.
- bugetele pentru standarde sunt primele tăiate în cazul unor dificultăți financiare.
- îmbătrânirea personalului ASRO și lipsa unei generații tinere de experți în standardizare.

## Obiective de marketing

Obiectivele generale de marketing ale acestei strategii sunt creșterea vânzărilor produselor și serviciilor ASRO și consolidarea imaginii ASRO ca organism național de standardizare.

Aceste obiective sunt corelate cu rezultatele analizei situației existente și îndeplinesc modelul SMART de marketing, și anume: sunt **specifice, măsurabile, realizabile, relevante** și raportate la o anumită perioadă de timp.

Nu toate companiile sau instituțiile au bugete de marketing de milioane de lei, ceea ce face aproape dificilă duplicarea strategiilor de marketing ale organizațiilor de standardizare în același ritm.

Cu toate acestea, există câteva idei fundamentale în spatele strategiei de marketing ale fiecărui ONS pe care o putem împrumuta și încorpora.

## Strategia de promovare a ASRO

### **Obiectiv 1: Dezvoltarea unor campanii de promovare/priorități strategice în perioada 2022-2023 privind următoarele subiecte:**

#### *Educația în domeniul standardizării:*

- Seminarii cu invitați din mediul universitar;
- Implementarea cursurilor de tip de inițiere în standardizare pentru universități;
- Participarea la conferințele organizate de mediul universitar pe diferite domenii;
- Eveniment *Standardele & Mediul academic*, cu rectori și decani privind introducerea cursurilor de standardizare în universități.
- Broșura dedicată
- Acțiuni Social media

#### *Standardizarea în domeniul agroalimentar:*

- Adoptarea standardelor internaționale din domeniul agriculturii și serviciilor asociate;
- Crearea contactelor în domeniul agriculturii – Agenții de la nivel local, firme producătoare de și alte servicii asociate;
- Eveniment de promovare a primului standard pentru Agricultură ecologică – SR 13595:2022
- Inițierea factorilor din domeniu în standardizare. Organizarea de seminarii la sediul ASRO cu reprezentanți ai asociațiilor din agricultură.
- Materiale de prezentare cu impact, campanii în colaborare cu
- Conținut în Social media
- Achiziționarea sau crearea unei baze de date cu factorii de interes din domeniul alimentar (de la agricultură, până la furnizorii finali – restaurante și supermarketuri);
- Campanie generală de promovare a SR EN ISO 22000;
- Campanii personalizate pentru domeniul: microbiologie alimentară, lapte și produse din lapte, carne și produse din carne, băuturi alcoolice și non-alcoolice;
- Realizarea de colaborări cu revistele din domeniul alimentar pentru comunicate de presă;
- Realizarea de colaborări cu Asociațiile profesionale din domeniu pentru participarea la conferințe și diseminarea de informații;

- Relație cu asociațiile/autoritatea pentru protecția consumatorului.

#### *Eficiența energetică:*

- Managementul energiei - Surse de energie regenerabile - participare la evenimente din domeniu;
- Pachete de standarde pentru auditorii energetici, colaborare cu EPB – European Energy Performance of Buildings Standards calculations and implementation
- Cursuri/Consultanță – standardul SR EN ISO 50001;
- Smart Cities – pliante, broșuri, conferințe;
- Campanie generală de promovare a SR EN ISO 50001:2019 și a standardelor pentru Eficiența energetică;
- Acțiuni Social Media;
- Promovare în mass-media.

#### *Standardele „verzi”:*

- Campanie generală de promovare a familiei SR EN ISO 14000 și altor standarde relevante din domeniu;
- Campanii personalizate pentru domeniile: deșeuri, calitatea apei, etc.
- Participarea la evenimente sau inițiative, parteneriate cu asociații sau ONG-uri care militează pentru protejarea mediului
- Identificarea standardelor cu impact: deșeuri, ambalaje, salubritate, poluarea apelor, păduri
- Conținut Social media
- Broșuri de prezentare

#### *Guvernanța organizațiilor, Business Continuity, Managementul riscului :*

- Campanii pachete de standarde pentru companii din TOP 1000 firme românești;
- Realizarea de colaborări cu revistele de business astfel încât ASRO să devină mai cunoscut;
- Elaborare Broșură pentru aplicarea SR ISO 31000:2018, Managementul riscului – Linii directoare în organizații
- Identificarea companiilor străine care vin la noi în țară și ofertarea abonamentelor la standarde;
- Duplicarea nevoilor deja identificate de către unele entități spre exemplu bănci – către toate celelalte cu activități similare;
- Acțiuni în colaborare cu Camerele de Comerț – Cluj, Iași, Timișoara, Maramureș, Camera de Comerț București și CCIR

- Prezența ASRO la întâlnirile de business, B2B

## **Obiectiv 2: Îmbunătățirea continuă a imaginii ASRO, creșterea parteneriatelor și a colaborărilor.**

### **Acțiuni:**

- Îmbunătățirea continuă a materialelor și acțiunilor de promovare;
- Creșterea vizibilității prin colaborarea cu alte organizații în ceea ce privește schimbul de informații, participarea reciprocă la evenimentele altor organizații, asociații, patronate etc.;
- Parteneriate instituționale – cu schimb de siglă și comunicate online;
- Participarea cu seminarii la târgurile expoziționale
- Elaborarea pe site-ul ASRO a unei secțiuni – *Intrebări frecvente*
- Testimoniale cu clienți și parteneri
- Identificarea și nominalizarea de Ambasadori ai Standardizării

## **Obiectiv 3: Realizarea unei promovări dedicate serviciilor și produselor oferite de ASRO**

### **Acțiuni:**

- Campanii de promovare specifice activității de consultanță oferite de ASRO prin canalele clasice;
- Prezentarea activității de consultanță desfășurată de ASRO atât la seminarii, târguri, conferințe, prezentări, cât și în partea de prezentare a activității ASRO la cursurile susținute de ASRO;
- de materiale publicitare dedicate activității de consultanță.
- Elaborarea unei broșuri dedicate tuturor cursurilor oferite de ASRO;
- Promovarea cursurilor în universități și elaborarea unui pachet specific studenților care vor să participe la cursurile ASRO;
- Elaborarea instrumentelor de măsurare a acțiunilor de promovare.

## **Obiectiv 4: Campanie de conștientizare a drepturilor de autor.**

### **Acțiuni:**

- Informarea prin toate mijloacele deținute sau utilizate de ASRO cu referire la drepturile de autor asupra standardelor;
- Informare internă (prezentare/curs).

## 🚧 Strategia de marketing

- Strategia de produs
- Strategia de preț
- Strategia de vânzare și distribuție

### Obiectiv 1: Crearea de produse raportate la necesitățile pieței din România.

#### Acțiuni:

- Adoptarea standardelor internaționale cu potențial bun de vânzare, într-un timp scurt de la apariția acestora;
- Identificarea anticipată a standardelor din domenii de interes pentru România: educație, sănătate, turism, siguranța alimentară, protecția mediului, petrol și gaze și elaborarea în timp util a versiunii în limba română pentru acestea;
- Elaborarea de standarde naționale care să demonstreze și să fie o bună practică în abordarea standardizării (identificarea unei nevoi și găsirea unei soluții prin standarde)

### Obiectiv 2: Dezvoltarea portofoliului de produse și servicii și orientarea acestuia către cerințele pieței.

#### Acțiuni:

- Actualizarea ofertei generale de produse și servicii și cunoașterea acestora de către echipa ASRO;
- Analiza nevoilor pieței și adaptarea serviciilor și produselor ASRO la acestea;
- Actualizarea și lansarea unor **colecții de standarde pe domenii**, pachete de standarde cu aplicarea unui discount; de ex: SMARTBOX, START-UP.
- Generarea de **produse derivate (ghiduri, broșuri)** care să ofere suport clienților pentru implementarea standardelor;
- Identificarea altor modalități de a oferi standarde clienților: de ex: aplicație pentru Digital content
- Promovarea Produsului - **Standarde Străine** prin ASRO (ASTM, BSI, DIN)
- **Licențe standarde** - dezvoltarea politicii de licențiere a utilizării în mod legal a standardelor de către mai mulți utilizatori, analiză documentată pentru inițierea proiectului ce urmărește schimbarea formatului electronic de vânzare al standardelor, mai accesibil și în concordanță cu cerințele pieței.
- Dezvoltarea serviciilor de **consultanță**
- Lărgirea paletei de **cursuri** raportate la cerințele pieței;



- Promovarea implicării ASRO în proiecte
- Calitatea de **membru ASRO** – pachet de beneficii
- Calitatea de **membru CT** – mesaje adecvate, promovarea pe sectoare

#### **Strategia de vânzare și distribuție**

**Obiectiv 1: Adaptarea prețurilor atât la valoarea conținutului, cât și la necesitatea acoperirii cheltuielilor:**

Acțiuni:

- Pentru produsele pentru care există o piață concurențială (cursuri, consultanță etc), realizarea unei analize documentate în vederea corelării prețurilor cu ofertele existente pe piață;
- Diseminarea mesajului – *ASRO nu vinde pagini, vinde conținut (valoare)* – adaptarea schemei de prețuri la standarde în funcție de acest concept.

**Obiectiv 2: Eficientizarea modului de distribuție a produselor și serviciilor ASRO.**

Acțiuni:

*Produse si servicii:*

#### **1. Standarde**

- Analiza magazinului online și îmbunătățirea funcționalității acestuia, astfel încât experiența de cumpărare a unui standard să fie rapidă, eficientă;
- Comoditatea Clientului ASRO la achiziția unui standard
- Punerea la dispoziție a standardelor adaptată necesităților Clientului – format pdf securizat – transformarea experienței de a cumpăra standarde într-un simplă și plăcută

#### **2. Servicii**

- Găsirea altor canale de distribuție pentru **produsele** editurii *Standardizarea*, cum ar fi: librării, universități, biblioteci, parteneri noi, electronic;
- Achiziția unui standard să fie însoțită de suport și consultanță în vederea implementării
- Beneficii Membri ASRO și Membri CT – dezvoltarea și implementarea unui pachet atractiv

### **Obiectiv 3: Programe de loialitate**

**Loialitate** – program de reduceri, campanii ocazionale, creșterea vânzărilor și a traficului este ușoară atunci când clienții simt că primesc recompense.

### **Obiectiv 4: Clienți mulțumiți**

*Măsurarea Satisfacției Clientului* - actualizarea procedurii interne și implementarea continuă de noi metode de evaluare a modului în care ASRO este

*Suport Client* – tratare reclamații, implementare modalități suport - pe magazinul online / social media / google