

Smarty & Que

Big answers start with a small Q

GHID PRACTIC · MARKETING 101

Busola ta digitală

*Marketingul, produsele digitale și primul tău
sistem de vânzare explicate simplu*

ANGELA SUSANU

Smarty & Que · Ediția 2026

ÎNAINTE DE PRIMUL PAS

Ce îți va fi clar la final

Ai găsit probabil zeci de explicații despre marketing, nișă, conținut, produse digitale, platforme și licențe. Fiecare informație poate fi corectă luată separat, dar amestecul lor face începutul mai greu decât este în realitate.

Acest ghid așază piesele într-o ordine de lucru. La final vei putea să descrii simplu ce vrei să oferi, cui îi este util, prin ce mesaj îl prezinți și care este următorul pas realist pentru a-l pune în circulație.

Nu trebuie să înveți întregul marketing înainte să începi. Ai nevoie de o hartă suficient de clară ca să iei prima decizie bună și să o testezi.

Q MICĂ

Dacă ai putea lămuri o singură întrebare despre începutul tău digital, care ar fi aceea?

CUM FOLOSEȘTI GHIDUL

1. Citește o secțiune, apoi oprește-te la întrebarea Q.
2. Scrie răspunsul tău, chiar dacă este provizoriu.
3. La final, adună răspunsurile în pagina Sistemul meu digital.
4. Alege o singură acțiune pentru următoarele 24 de ore.

© 2026 Angela Susanu · Smarty & Que. Resursă destinată utilizării personale. Reproducerea, distribuirea sau revânzarea integrală ori parțială necesită permisiune scrisă.

CUPRINS

Drumul din acest ghid

- 01** Unde ești acum
- 02** Harta sistemului digital
- 03** Marketingul explicat simplu
- 04** Marketingul digital și alegerea canalului
- 05** Produsul digital și valoarea lui
- 06** Produs propriu sau produs PLR
- 07** Sistemul minim de la atenție la vânzare
- 08** Exemplu aplicat
- 09** Sistemul tău într-o singură privire
- 10** Capcane care consumă timp
- 11** Planul tău de claritate în 30 de minute

01

Unde ești acum

Claritatea începe cu un diagnostic sincer, nu cu încă o listă de instrumente.

Bifează ceea ce este deja adevărat pentru tine. Nu există un scor bun sau rău. Răspunsurile îți arată unde merită să îți pui energia acum.

- ☐ Pot descrie într-o propoziție persoana pe care vreau să o ajut.
- ☐ Știu ce problemă concretă încercă să rezolve.
- ☐ Am ales o idee de produs sau o ofertă pe care vreau să o testez.
- ☐ Pot explica rezultatul produsului fără să enumer doar pagini și fișiere.
- ☐ Știu unde va putea fi găsit și cumpărat produsul.
- ☐ Am ales un canal principal prin care oamenii mă pot descoperi.
- ☐ Știu ce voi face în următoarele șapte zile.

Cum citești rezultatul

Dacă ai bifat una sau două afirmații, începe cu omul și problema. Dacă ai bifat trei sau patru, lucrează la produs și la promisiunea lui. Dacă ai bifat cinci sau mai multe, următorul pas este să legi produsul de un traseu simplu de descoperire și cumpărare.

Q MICĂ

Care este prima afirmație pe care nu ai putut să o bifezi?

Ce păstrezi din această secțiune Nu ai nevoie să repari totul deodată. Prima lipsă clară devine primul tău punct de lucru.

02

Harta sistemului digital

Şase piese sunt suficiente pentru a vedea cum circulă valoarea de la idee la cumpărător.

Un business digital nu începe cu o platformă şi nici cu un calendar de postări. Începe când o persoană recunoaşte o problemă, întâlneşte o soluţie relevantă şi înţelege cum poate obţine acea soluţie.

Piesa	Întrebarea de lucru
Om	Pe cine vreau să ajut acum?
Nevoie	Ce încercă această persoană să rezolve?
Produs	Ce îi ofer concret?
Mesaj	Cum explic valoarea pe limba ei?
Canal	Unde poate descoperi mesajul?
Vânzare	Unde şi cum poate cumpăra?

Ordinea practică

Poţi începe din orice punct, dar fiecare piesă trebuie legată de celelalte. O idee de produs fără un om clar rămâne vagă. Un cont activ fără o ofertă poate produce vizibilitate, dar nu are încă o destinaţie comercială. O pagină de vânzare fără trafic rămâne invizibilă.

Ordinea utilă pentru o primă versiune este: alegi omul, formulezi problema, schiţezi produsul, scrii mesajul, alegi canalul şi pregăteşti locul de cumpărare. Apoi testezi şi revizuieşti.

Q MICĂ

Care dintre cele şase piese este deja cea mai clară pentru tine? Dar cea mai neclară?

Ce păstrezi din această secţiune Sistemul nu cere perfecţiune. Cere ca fiecare piesă să aibă un rol şi să conducă firesc spre următoarea.

03

Marketingul explicat simplu

Marketingul te ajută să construiești o ofertă relevantă și să o faci ușor de înțeles.

Ce este marketingul

Marketingul este procesul prin care înțelegi un grup de oameni, alegi problema pe care o poți rezolva, construiești o ofertă potrivită și comunicii valoarea ei. Postările, reclamele, emailurile și paginile de vânzare sunt instrumente ale acestui proces.

Să presupunem că vrei să creezi un planner de conținut. Produsul nu devine relevant doar pentru că are un design frumos. Devine relevant când îl construiești pentru o situație concretă: o persoană are idei, dar nu reușește să le transforme într-un program realist de publicare.

Marketingul te obligă să răspunzi înainte de design: cine îl folosește, ce face cu el, ce devine mai simplu și de ce ar alege această variantă.

Marketing publicitate și vânzare

Termen	Rol
Marketing	Definește publicul, nevoia, oferta și felul în care este comunicată valoarea.
Publicitate	Cumpără vizibilitate pentru un mesaj printr-un canal plătit.
Vânzare	Transformă interesul într-o decizie și într-o tranzacție.

Poți face marketing fără publicitate plătită. Nu poți însă construi o ofertă coerentă fără să înțelegi pentru cine este și de ce ar conta.

Cei patru stâlpi ai unei oferte

Element	Întrebarea potrivită	Exemplu
Produs	Ce ofer?	Planner de conținut pentru 30 de zile
Preț	Ce valoare și ce nivel de angajament reflectă?	Preț de intrare pentru o primă achiziție

Element	Întrebarea potrivită	Exemplu
Loc	Unde îl găsește și îl primește clientul?	Magazin propriu cu livrare digitală
Promovare	Cum află publicul că există?	Conținut educațional și email

APLICĂ ACUM

Describe o ofertă pe care ai putea să o testezi. Nu căuta formularea perfectă.

Prodot

Preț orientativ

Loc de vânzare

Canal de promovare

Ce păstrezi din această secțiune Marketingul creează legătura dintre o nevoie observată și o ofertă pe care omul o poate înțelege și alege.

04

Marketingul digital și alegerea canalului

Digitalul schimbă instrumentele și viteza de testare. Logica marketingului rămâne aceeași.

Marketingul tradițional folosește canale precum presa, radio, televiziune, evenimente sau materiale tipărite. Marketingul digital folosește site-uri, motoare de căutare, email, rețele sociale și platforme de publicitate. Diferența principală este mediul în care circulă mesajul și cantitatea de date pe care o poți observa.

Alege canalul după rol

De ce ai nevoie	Canale posibile	Ce urmărești
Vizibilitate	Conținut social și colaborări	Oamenii potriviți descoperă ideea
Căutare	SEO și platforme cu funcție de căutare	Produsul apare când cineva caută soluția
Relație directă	Email	Poți continua conversația în afara algoritmului
Acces rapid	Publicitate plătită	Testezi un mesaj în fața unei audiențe definite
Recomandare	Afilieri și parteneriate	Alți creatori trimit public relevant

Regula unui început sustenabil

Alege un canal principal de descoperire și un loc clar de cumpărare. Dacă ai timp, adaugă un canal de relație, de obicei emailul. Restul poate veni după ce observi ce subiecte atrag interes și ce întrebări se repetă.

Canalul principal trebuie să se potrivească atât publicului, cât și modului tău de lucru. Un canal bun pe hârtie nu te ajută dacă nu îl poți susține cu o frecvență realistă.

Q MICĂ

Pe ce canal poți publica timp de opt săptămâni fără să îți consumi toată energia?

DECIZIA MEA

Canal principal:

Ritm realist de publicare:

Locul în care conduc oamenii:

Ce păstrezi din această secțiune Un canal ales bine și folosit consecvent valorează mai mult decât cinci canale începute simultan.

05

Produsul digital și valoarea lui

Formatul este recipientul. Valoarea apare din schimbarea pe care produsul o face posibilă.

Un produs digital poate fi un ghid, workbook, planner, template, set de fișiere, bibliotecă de resurse, mini-curs sau abonament. Clientul nu cumpără însă numărul de pagini. Cumpără o decizie mai ușoară, o structură deja gândită, un proces mai scurt sau un rezultat pe care îl poate aplica.

De la format la rezultat

Format	Valoare posibilă
Ghid	Explică un subiect și oferă o ordine de lucru.
Workbook	Transformă explicația în decizii și răspunsuri proprii.
Planner	Ajută la organizarea unei activități repetate.
Template	Reduce timpul de pornire și oferă o structură editabilă.
Mini curs	Demonstrează un proces și îl împarte în pași urmăribili.
Bibliotecă	Oferă mai multe resurse organizate pentru utilizări recurente.

Un produs suficient de clar

Înainte să îl extinzi, verifică cinci lucruri:

- rezolvă o situație pe care publicul o recunoaște;
- promite un rezultat proporțional cu ceea ce livrează;
- spune cui îi este util și cui nu îi este potrivit;
- poate fi folosit fără explicații suplimentare din partea ta;
- are un următor pas clar după descărcare.

Q MICĂ

Ce devine mai ușor pentru client după ce folosește produsul tău?

FORMULA DE LUCRU

Acest produs îl ajută pe _____ să _____ prin _____.

Ce păstrezi din această secțiune Un produs bun nu încearcă să rezolve tot. Rezolvă complet o promisiune bine delimitată.

FIȘA PRODUSULUI MEU

Publicul precis:

Situația de pornire:

Rezultatul realist:

Primul pas după descărcare:

06

Produs propriu sau produs PLR

Cele două modele pot coexista, dacă drepturile și contribuția ta sunt prezentate corect.

Produs creat de tine

Într-un produs original, tu alegi problema, structura, exemplele și metoda. El poate porni din experiența ta profesională, dintr-un proces testat sau dintr-un mod propriu de a organiza informația. Avantajul principal este diferențierea. Costul real este timpul de cercetare, scriere, verificare, design și actualizare.

Produs cu licență PLR

Un produs PLR pornește de la un material creat de altcineva. Licența poate permite anumite forme de editare, rebranduire și revânzare. Drepturile nu sunt identice pentru toate produsele. Verifică documentul de licență înainte de a modifica, distribui sau transmite drepturi mai departe.

O copertă nouă și schimbarea culorilor nu creează automat un produs diferit. Adaptarea serioasă înseamnă revizuirea informației, reorganizarea conținutului, exemple relevante, limbaj propriu și verificarea elementelor provenite de la terți.

Criteriu	Produs propriu	Produs PLR adaptat
Punct de plecare	Ideea și structura ta	Material existent și licență
Diferențiere	Metodă și perspectivă proprie	Calitatea adaptării și contribuția adăugată
Timp	Mai mult la prima versiune	Mai puțin doar dacă sursa este bună
Risc	Promisiune sau informație neverificată	Depășirea licenței ori păstrarea unor elemente nepermise
Control	Ridicat, în limitele elementelor terțe	Limitat de licența originală

Checklist înainte de publicarea unui produs PLR

☐ Am citit licența originală integral.

- ☐ Știu dacă pot edita, rebrandui și revinde produsul.
- ☐ Știu dacă pot transmite clientului drepturi PLR sau doar drept de utilizare finală.
- ☐ Am verificat fonturile, imaginile, template-urile și celelalte elemente terțe.
- ☐ Am revizuit informația și linkurile.
- ☐ Pot descrie concret contribuția pe care am adăugat-o.

Q MICĂ

Ce alegi pentru următorul produs și de ce este această variantă potrivită acum?

Ce păstrezi din această secțiune Drepturile vin din licență, iar diferențierea vine din contribuția reală pe care o adaugi.

07

Sistemul minim de la atenție la vânzare

Un produs are nevoie de un traseu scurt prin care oamenii îl descoperă, îl înțeleg și îl pot cumpăra.

Etapa	Rol	Exemplu
1 Atenție	Publicul recunoaște problema	O postare care explică o greșeală concretă
2 Prim rezultat	Omul primește valoare și capătă încredere	Checklist sau ghid gratuit
3 Ofertă	Produsul continuă firesc procesul	Ghid aplicat ori template
4 Relație	Comunicarea continuă după prima interacțiune	Email util și produse complementare

Conținutul nu trebuie să repete produsul

Conținutul public poate clarifica problema, arăta un exemplu și oferi un prim pas. Produsul organizează procesul complet pentru rezultatul promis. Oamenii trebuie să primească valoare din conținut, dar și să înțeleagă de ce resursa completă îi ajută să aplice mai ușor.

Platforma este infrastructură

Un magazin propriu sau o platformă de vânzare trebuie să facă trei lucruri bine: să explice oferta, să proceseze plata și să livreze fișierul. Verifică taxele, metodele de plată, regulile platformei și disponibilitatea în țările în care vinzi. Condițiile se pot modifica, de aceea verificarea se face înainte de publicare.

Q MICĂ

Care este drumul exact de la prima postare văzută până la fișierul primit de client?

Ce păstrezi din această secțiune Conținutul aduce atenția, oferta explică valoarea, iar platforma încheie și livrează tranzacția.

08

Exemplu aplicat

Un produs simplu devine mai clar când îl urmărim de la problemă până la promovare.

Ideea

Un planner de conținut pentru o persoană care își construiește primul produs digital și publică pe Instagram sau TikTok.

Omul

Are idei, dar le notează în mai multe locuri. Postează când are timp și nu vede legătura dintre conținut și produs. Nu are nevoie de un sistem complicat. Are nevoie de o structură săptămânală pe care o poate menține.

Problema observabilă

În fiecare zi decide de la zero ce să publice. Unele postări sunt utile, dar nu conduc spre aceeași temă sau ofertă. Planificarea îi consumă mai mult timp decât producția propriu-zisă.

Produsul

- o pagină pentru obiectivul lunii;
- patru pagini săptămânale;
- o matrice cu problema, ideea, formatul și acțiunea dorită;
- o listă pentru reutilizarea unei idei în mai multe formate;
- instrucțiuni scurte și un exemplu completat.

Promisiunea proporțională

Plannerul te ajută să transformi ideile într-un program de conținut legat de produsul tău. Nu promite creștere garantată, vânzări automate sau rezultate identice pentru toți utilizatorii.

Conținutul care îl promovează

- un video despre motivul pentru care lista de idei nu este încă o strategie;
- un carusel cu drumul unei idei de la problemă la CTA;
- o demonstrație cu o săptămână completată;
- o postare despre ritmul realist de publicare.

Q MICĂ

Dacă ai folosi aceeași structură, care ar fi produsul tău?

SCHIȚA MEA RAPIDĂ

Ideea:

Omul:

Problema observabilă:

Promisiunea proporțională:

Ce păstrezi din această secțiune Exemplul leagă fiecare decizie de aceeași nevoie. Coerența aceasta face oferta ușor de înțeles.

09

Sistemul tău într-o singură privire

Completează aceste câmpuri cu răspunsuri scurte. Ele formează prima versiune a sistemului tău.

1 Omul pe care îl ajut

Describe o persoană aflată într-o situație precisă.

2 Problema pe care o rezolv

Scrie ce încercă să facă și ce o împiedică.

3 Produsul pe care îl ofer

Numește formatul și ceea ce conține.

4 Rezultatul concret

Ce poate face mai ușor după ce folosește produsul?

5 Mesajul principal

Scrie o propoziție pe care publicul o înțelege imediat.

6 Canalul de descoperire

Unde publici și în ce ritm realist?

7 Locul de cumpărare

Unde citește oferta, plătește și primește produsul?

PROPOZIȚIA TA DE ORIENTARE

Leagă piesele

Completează propoziția și citește-o cu voce tare. Dacă devine prea lungă, simplifică rezultatul sau publicul.

Ajut _____ să
_____ prin _____.

Q MICĂ

Ar înțelege o persoană din afara proiectului ce oferi și de ce este util?

Dacă răspunsul este nu, elimină termenii generali precum soluție, succes, transformare sau strategie și numește acțiunea concretă pe care produsul o sprijină.

TESTUL CLARITĂȚII

- ☐ Persoana este suficient de clară.
- ☐ Problema poate fi recunoscută în viața reală.
- ☐ Rezultatul este posibil cu ajutorul produsului.
- ☐ Mesajul nu promite venit sau rezultate garantate.
- ☐ Următorul pas poate fi făcut în mai puțin de 24 de ore.

10

Capcane care consumă timp

Nu toate activitățile care par productive apropie produsul de publicare.

Postezi fără o destinație

Conținutul poate fi util, dar nu conduce spre o temă, o resursă sau o ofertă. În schimb, alege pentru fiecare săptămână o singură problemă legată de produs.

Începi prea multe canale

Fiecare platformă cere adaptare și atenție. În schimb, păstrează un canal principal până când ai un ritm pe care îl poți susține.

Extinzi produsul înainte să verifici ideea

Mai multe pagini nu repară o promisiune neclară. În schimb, discută cu oameni din public, observă întrebările și testează o versiune restrânsă.

Alegi platforma înaintea produsului

Instrumentul nu poate decide ce vinzi și cui. În schimb, definește oferta, apoi compară platformele după nevoile reale de plată și livrare.

Folosești un PLR fără să înțelegi licența

Drepturile diferă, iar elementele terțe pot avea reguli separate. În schimb, păstrează licența originală și publică doar după verificarea drepturilor.

Perfecționezi designul înaintea conținutului

Un document frumos nu compensează pași neclari. În schimb, verifică întâi promisiunea, structura și instrucțiunile, apoi definitivează vizualul.

Q MICĂ

Care dintre aceste capcane îți consumă cel mai mult timp acum?

Ce păstrezi din această secțiune Când o activitate nu clarifică omul, produsul, mesajul sau traseul de cumpărare, poate fi amânată.

11

Planul tău de claritate în 30 de minute

Înceie ghidul cu o decizie mică pe care o poți pune în practică astăzi.

Primele 10 minute

Alege omul și problema. Scrie situația concretă în care se află, fără să descrii o audiență foarte largă.

Următoarele 10 minute

Definește produsul și rezultatul. Alege formatul care îl ajută pe om să aplice, nu formatul care pare mai impresionant.

Ultimele 10 minute

Alege canalul principal și prima acțiune. Acțiunea trebuie să poată fi încheiată în următoarele 24 de ore.

ANGAJAMENTUL MEU

Până la _____ voi _____.

Ce păstrezi din această secțiune Claritatea nu apare când aduni toate răspunsurile. Apare când alegi o direcție suficient de bună și o verifici în practică.

DE AICI ÎNAINTE

Păstrează harta aproape

Revino la acest ghid când simți că ai prea multe idei, prea multe platforme sau prea multe lucruri de făcut. Verifică cele șase piese: omul, nevoia, produsul, mesajul, canalul și vânzarea. De obicei, confuzia vine dintr-o piesă care nu a fost încă definită.

Nu ai nevoie de încă zece idei înainte să testezi una. Alege produsul, scrie promisiunea lui, pregătește locul de cumpărare și publică primul mesaj care leagă problema de soluție.

Q MICĂ

Care este pasul pe care îl faci astăzi?



Cu spor, nu cu zor.

DESPRE AUTOARE

Angela Susanu

Sunt juristă și am lucrat peste 15 ani cu argumente, documente, proiecte și decizii care aveau nevoie de structură. Când am intrat în lumea produselor digitale, am pornit de la zero cu instrumentele și marketingul. Am păstrat însă un mod de lucru care mă însoțește și astăzi: nu pot livra ceva neclar, neverificat sau greu de folosit.

Prin Smarty & Que creez resurse digitale în limba română pentru oamenii care vor să transforme o idee într-un proiect concret. Fiecare material urmărește același standard: să poată fi descărcat astăzi și folosit astăzi.

Acest ghid nu promite un rezultat comercial și nu înlocuiește consultanța adaptată situației tale. El oferă o structură de orientare pe care o poți testa și ajusta.



Produse digitale pe care le descarci azi și le folosești azi