

**MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL
REPUBLICII MOLDOVA**

**Universitatea Tehnică a Moldovei
Facultatea Calculatoare, Informatică și Microelectronică
Departamentul Ingineria Software și Automatică**

Admis la susținere
Șef departament:
Ion Fiodorov, Conferențiar Universitar în Informatică Aplicată, Doctor în Informatică

_____ 2021
"____" _____

**Perfecționarea Strategiilor de Marketing și Promovare
Digitală pentru creșterea afacerilor din Republica
Moldova în contextul pandemiei Covid-19**

Teză de master

Student:



Lupulciuc Valentina,
grupa TIA-191 M

Conducător:



Cunev Veaceslav,
Conferențiar
Universitar

Chișinău, 2021

ADNOTARE

LUPULCIUC Valentina: „Perfecționarea Strategiilor de Marketing și Promovare Digitală pentru creșterea afacerilor din Republica Moldova în contextul pandemiei Covid-19”, Teza Master.
Program de studii: Tehnologia Informației pentru Afaceri, Chișinău, 2021.

Structura tezei: introducere, trei capitole cu 84 de pagini text de bază, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 117 titluri și 15 anexe.

Cuvinte-cheie: Strategie de Marketing Digital în context covid-19, Rețele de Socializare, Marketing tehnologic, Digital Marketing Analytics, Inbound Marketing.

Domeniul de studii: Marketing și promovare online, Tehnologia Informației pentru Afaceri.

Problema științifică importantă soluționată constă în *fundamentarea* unei viziuni actuale cu privire la perfecționarea și calibrarea strategiilor de marketing și promovare digitală în contextul pandemiei COVID 19, ce vizează comunitatea de afaceri, *prin formularea* setului de strategii de promovare online, *fapt ce ar contribui* la dezvoltarea afacerilor din Republica Moldova în condiții noi pandemice.

Scopul lucrării : fundamentarea teoretică și metodologică a strategiilor de marketing și promovare digitală prin identificarea celor mai eficiente strategii de promovare digitală pentru creșterea afacerilor în contextul impact virus COVID 19, în vederea elaborării și aplicării recomandărilor de perfecționare a acestora.

Obiectivele cercetării:

O1: Cercetarea bibliografică pentru identificarea aspectelor semnificative privind criza COVID-19 și impactul asupra promovării afacerilor pe online globale și în Republica Moldova;

O2: Cercetarea conceptelor teoretice și metodologice ale strategiei și instrumentelor de marketing, identificând utilitatea acestuia pentru afacerile din Republica Moldova;

O3: Studiul conținutului și particularitățile strategiilor și instrumentelor de marketing și promovare online, care pot contribui la dezvoltarea afacerilor în Republica Moldova;

O4: Analiza instrumentelor de marketing și promovare online relevante pentru creșterea afacerilor;

O5: Identificarea celor mai eficiente strategii, instrumente și metode de promovare online;

O6: Recomandarea celor mai eficiente strategii, instrumente și metode de promovare online în contextul crizei economice declanșate de pandemia COVID-19 pentru a ajuta mediul de afaceri.

Metodologia cercetării științifice. Pentru atingerea obiectivelor propuse în cadrul lucrării, au fost utilizate următoarele metode și instrumente de cercetare științifică: metoda documentară, bazată pe accesarea și studiul bibliografiei generale și de specialitate; metoda sintezei, aplicată pentru a stabili conexiunile dintre fenomenele cercetate; metoda analizei sistemice, prin intermediul căreia au fost cercetate componentele principale ale strategiei de promovare digitală, metoda grafică pentru reprezentarea datelor; metoda analizei SWOT – pentru identificarea punctelor forte și slabe ale afacerii model studiate; metoda analizei comparative, aplicată pentru compararea Instrumente de Măsurare și Analiza în Marketingul Digital, studiu de caz pentru realizarea obiectivului 5 și 6.

Rezultatele obținute: perfecționarea strategiilor de marketing și promovare digitală pentru creșterea afacerilor din Republica Moldova în contextul pandemiei COVID-19 în baza studiului de caz implementat în cadrul companiei OCN „Mikro Kapital Company” SRL, care activează sub marca Mikro Kapital Moldova; argumentarea științifică a necesității urmării metricilor în cadrul promovării digitale pentru obținerea leadurilor și conversiilor; fundamentarea teoretico-metodologică a instrumentelor de analiză a rezultatelor promovării online a afacerilor; elaborarea unui sistem de indicatori de performanță utili în vederea elaborării unor strategii de marketing și promovare digitală optime în context COVID 19; elaborarea unui set de recomandări practice care ar contribui la perfecționarea strategiilor de marketing și promovare digitală pentru creșterea afacerilor din Republica Moldova.

ANNOTATION (ENG)

**LUPULCIUC Valentina: „Improving Digital Marketing and Promotion Strategies for business growth in the Republic of Moldova in the context of the pandemic Covid-19”, Master's Thesis.
Study program: Business Information Technology, Chisinau, 2021.**

Thesis structure: introduction, three chapters with 84 pages of basic text, general conclusions and recommendations, bibliography of 117 titles and 15 Annexes.

Keywords: Digital Marketing Strategy in COVID-19 context, Social Media Networks, Technological Marketing, Digital Marketing Analytics, Inbound Marketing.

Area of study: Online marketing and promotion, Business Information Technology.

The important scientific problem solved is argumentation of a current vision regarding the improvement and calibration of digital marketing and promotion strategies in the context of the COVID 19 pandemic, which targets the business community, by formulating the set of online promotion strategies, which would contribute to growth of business from the Republic of Moldova in new pandemic conditions.

The aim of Master's Thesis: theoretical and methodological argumentation of digital marketing and promotion strategies by identifying the most effective digital promotion strategies for business growth in the context of COVID 19 virus impact, in order to develop and apply recommendations for their improvement.

Research objectives:

O1: Bibliographic research to identify significant aspects of the COVID-19 crisis and the impact on global online business promotion and in the Republic of Moldova;

O2: Researching the theoretical and methodological concepts of marketing strategies and tools, identifying their usefulness for business in the Republic of Moldova;

O3: Studying the content and particularities of online marketing and promotion strategies and tools, which can contribute to business growth in the Republic of Moldova;

O4: Analysis of online marketing and promotion tools relevant to business growth;

O5: Identify the most effective strategies, tools and methods for online promotion;

O6: Recommendation of the most effective online promotion strategies, tools and methods in the context of the economic crisis triggered by the COVID-19 pandemic in order to help the business environment.

Scientific research methodology. In order to achieve the objectives proposed in the research, the following methods and tools of scientific research were used: the documentary method, based on accessing and studying the general and specialized bibliography; the method of synthesis, applied to establish the connections between the researched phenomena; the method of systemic analysis, through which the main components of the digital promotion strategy were researched, the graphical method for data representation; SWOT analysis method - to identify the strengths and weaknesses of the studied model business; comparative analysis method, applied for comparing Measurement and Analysis Instruments in Digital Marketing, case study for achieving objective 5 and 6.

The results of research: improvement of marketing and digital promotion strategies for business growth in the Republic of Moldova in the context of the COVID-19 pandemic based on the case study of the company OCN "Mikro Kapital Company" SRL (Mikro Kapital Moldova); scientific argumentation of the need to follow metrics in digital promotion to obtain leads and conversions; theoretical-methodological substantiation of the tools for analyzing the results of online business promotion; elaboration of a system of useful performance indicators in order to elaborate optimal marketing and digital promotion strategies in the context of COVID 19; elaboration of a set of practical recommendations that would contribute to the improvement of marketing and digital promotion strategies for business growth in the Republic of Moldova.

CUPRINS

| | |
|---|------------|
| INTRODUCERE | 9 |
| 1.IMPACTUL PANDEMIEI COVID-19 ASUPRA AFACERILOR ȘI A STRATEGIILOR DE MARKETING PENTRU PROMOVAREA ONLINE A AFACERILOR | 11 |
| 1.1 Pandemia de Coronavirus - criza globală definitivă pentru contemporaneitate și una din cele mai mari provocări de după cel de-al doilea război mondial..... | 11 |
| 1.2 Impactul exercitat de COVID-19 asupra sectorului privat din Moldova..... | 13 |
| 1.3 Influența Coronavirusului asupra marketingului și promovării online a afacerilor | 15 |
| 2. CADRU TEORETIC: MARKETING SI PROMOVARE ONLINE | 21 |
| 2.1 Cercetarea conceptelor teoretice și metodologice ale marketingului și instrumentelor de marketing digital..... | 21 |
| 2.2 Studiarea conținutului și particularităților canalelor de promovare online | 27 |
| 2.3 Instrumente de Măsurare și Analiză în Marketingul Digital | 39 |
| 3. PERFEȚIONAREA STRATEGIILOR DE MARKETING SI PROMOVARE DIGITALA PENTRU CREȘTEREA AFACERILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19 | 49 |
| 3.1 Problemele și obstacolele ce împiedică îmbunătățirea strategiilor de promovare online a afacerilor - folosirea strategiilor ineficiente..... | 49 |
| 3.2 Îmbunătățirea strategiilor de marketing digital în vederea creșterii afacerilor prin ajustarea strategiilor de promovare online în context impact COVID-19 – studiu de caz OCN „Mikro Kapital Company SRL” | 53 |
| CONCLUZII | 98 |
| BIBLIOGRAFIE..... | 102 |

ANEXE 114

ANEXA 1 114

ANEXA 2 116

ANEXA 3 117

ANEXA 4 118

ANEXA 5 119

ANEXA 6 121

ANEXA 7 122

ANEXA 8 123

ANEXA 9 124

ANEXA 10 126

ANEXA 11 128

ANEXA 12 129

ANEXA 13 130

ANEXA 14 131

ANEXA 15 132

INTRODUCERE

Descrierea situației în domeniul de cercetare și identificarea problemelor de cercetare: Pe măsură ce pandemia COVID-19 continuă să evolueze, nu a existat niciodată o nevoie mai presantă ca afacerile să își regândească și să-și reconfigureze strategiile de promovare online pentru o lume schimbată și mai ales pentru a crește afacerile. În această lucrare autorul tezei de master a analizat impactul pandemiei covid-19 asupra marketingului digital și a publicității în ansamblu, a scos în evidență tendința de schimbare comportamentală, care a fost predominantă către platformele digitale și conținutul digital. În acest context, tema de cercetare este de mare interes în societatea contemporană în lume și desigur pentru Republica Moldova. Așadar, constatăm că, reieșind din situația actuală, subiectului cercetat nu este abordat în întreaga lui complexitate. **Printre principalele probleme** care au fost elucidate în cadrul acestei cercetări sunt: lipsa unor strategii de promovare online clare adecvate situației impact COVID-19, frica de transferare a afacerilor pe online și mărirea bugetelor pentru promovare digitală din motiv de nesiguranță apropiată, lipsa ajustării la necesitățile clienților, care sunt și ei marea parte a timpului pe online etc.

Noutatea și originalitate științifică: Din aceste considerente, ne-am propus, în cadrul prezentei cercetări, să soluționăm o importantă problemă științifică identificată în domeniul promovării digitale - fundamentarea unei viziuni moderne cu privire la perfecționarea strategiilor de promovare digitală ce vizează afacerile, prin formularea metodologică a recomandărilor de calibrare și ajustare a strategiilor marketingului digital pentru promovarea afacerilor pe online.

Scopul lucrării este fundamentarea teoretică și metodologică a strategiilor de marketing și promovare digitală prin identificarea strategiilor eficiente pentru creșterea afacerilor în contextul pandemiei COVID 19, în vederea elaborării și aplicării recomandărilor de perfecționare a acestora.

Obiectivele care au contribuit la atingerea scopului au fost:

- O1** - Cercetarea bibliografică pentru identificarea aspectelor semnificative privind criza COVID-19 și impactul asupra promovării afacerilor pe online la nivel global și în Republica Moldova;
- O2** - Cercetarea conceptelor teoretice și metodologice ale strategiei și instrumentelor de marketing, identificând utilitatea acestora pentru afacerile din Republica Moldova;
- O3** - Studiarea și analiza conținutului și particularitățile strategiilor și instrumentelor de promovare online, care pot contribui la dezvoltarea afacerilor în Republica Moldova;
- O4** - Identificarea celor mai eficiente strategii, instrumente și canale de promovare online;
- O5** - Recomandarea celor mai eficiente strategii, instrumente și metode de promovare online în contextul crizei economice declanșate de pandemia COVID-19 pentru a ajuta mediul de afaceri.

Metodologia cercetării științifice. Pentru atingerea obiectivelor propuse în cadrul lucrării, au fost utilizate următoarele metode și instrumente de cercetare științifică: metoda documentară, bazată pe accesarea și studierea bibliografiei generale și de specialitate; metoda sintezei, aplicată pentru a stabili conexiunile dintre fenomenele cercetate; metoda analizei sistemice, prin intermediul căreia au fost cercetate componentele principale ale strategiei de promovare digitală, metoda grafică pentru reprezentarea datelor; metoda analizei SWOT – pentru identificarea punctelor forte și slabe ale afacerii model studiate; metoda analizei comparative, aplicată pentru compararea Instrumente de Măsurare și Analiza în Marketingul Digital, studiu de caz pentru realizarea obiectivului 4 și 5.

Structura și conținutul lucrării: Ținând cont de scopul și sarcinile lucrării propuse, a fost determinată structura tezei, după cum urmează: adnotare, introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie.

În primul capitol „Impactul pandemiei COVID-19 asupra afacerilor și a strategiilor de marketing pentru promovarea online a afacerilor”, pe baza unei cercetări bibliografice, a fost prezentată evoluția crizei globale provocate de virusul COVID-19, impactul asupra afacerilor din Republica Moldova și influența Coronavirusului asupra marketingului și promovării afacerilor online.

În capitolul al doilea „Cadru teoretic: marketing și promovare online” a fost efectuată o cercetare bibliografică asupra literaturii de specialitate, ce a avut ca scop definirea principalelor concepte cu privire la marketing, marketing digital. De asemenea, în capitol au fost detaliate cele mai importante la moment metode și canale de promovare digitală.

Capitolul al treilea „Perfecționarea strategiilor de marketing și promovare digitală pentru creșterea afacerilor din Republica Moldova în contextul pandemiei COVID-19,” a avut ca scop identificarea și definirea unui set de strategii de promovare online a afacerilor în condiții pandemice, care creează adevărate oportunități pentru companii de a ajunge la auditoriul țintă în baza studiului de caz al companiei „Mikro Kapital Moldova”. În același timp, autorul tezei de master a făcut recomandări afacerilor să acționeze cu atenție și să fie responsabili social în timp ce implementează strategii afacerilor reprezintă un mare pas către atingerea obiectivelor de marketing și oferă o oportunitate de a obține idei excelente despre ceea ce poate fi efectuat mai bine.

Compartimentul „Concluzii generale și recomandări” cuprinde concluziile tematice efectuate pe parcursul cercetării, precum și formularea concluziei generale. De asemenea, sunt descrise rezultatele de bază ale cercetărilor efectuate în corelație cu tema, scopul și obiectivele tezei.

BIBLIOGRAFIE

1. *UNDP: COVID-19 Pandemic Humanity needs leadership and solidarity to defeat COVID-19.* UNDP Moldova, United Nations Development Programme, © 2021 [citat 3 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.md.undp.org/content/moldova/en/home/coronavirus.html>
2. *UNDP Global SDG Integration; Impact of COVID-19 on the sustainable development goals.* UNDP Global SDG, United Nations Development Programme © 2021 [citat 3 februarie 2021]. Disponibil: <https://sdgintegration.undp.org/accelerating-development-progressduring-covid-19>
3. KAUFMANN, Dirk. Coronavirusul va fi urmat de o pandemie a datoriilor [online]. *Deutsche Welle (DW)* © 2021 Deutsche Welle, 23 noiembrie 2020 [citat 3 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.dw.com/ro/coronavirusul-va-fi-urmat-de-o-pandemie-a-datoriilor/a-55693505>
4. CIOCHINĂ, Simion. Republica Moldova: Retrospectiva anului economic 2020 [online]. *Deutsche Welle (DW)* © 2021 Deutsche Welle, 26 decembrie 2020 [citat 3 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.dw.com/ro/republica-moldova-retrospectiva-anului-economic-2020/a-56062521>
5. AKHALKATSI, Filip, JOLEVSKI, Anna, ROVO, Natasha. Impactul tot mai mare exercitat de COVID-19 asupra sectorului privat din Moldova [online]. *The World Bank Blogs*, © 2021 The World Bank Group, 13 iulie 2020 [citat 4 februarie 2021]. Disponibil: <https://blogs.worldbank.org/ro/europeandcentralasia/impactul-tot-mai-mare-exercitat-de-covid-19-asupra-sectorului-privat-din>
6. *DIEZ: Afacerile pe timp de pandemie. Află care este cel mai eficient mod de promovare.* DIEZ.md site de știri,#diez © 2020, 8 aprilie 2020 [citat 4 februarie 2021]. Disponibil: <https://diez.md/2020/04/08/afacerile-pe-timp-de-pandemie-afla-care-este-cel-mai-eficient-mod-de-promovare/>
7. CLEMENT, Jessica. Coronavirus global online traffic impact as of January 2021[online]. *Statista.com*, 5 Februarie 2021, [citat 8 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.statista.com/statistics/1105495/coronavirus-traffic-impact/>
8. *Statista: Digital marketing channels recommended to their clients by digital agencies during coronavirus worldwide in the 1st half of 2020.* Statista Research Department, 14 ianuarie 2021, [citat 4 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.statista.com/statistics/1156448/marketing-channels-digital-agencies-coronavirus-worldwide-2020/>
9. GUTU, Andreea. Sondaj MTH Digital: Peste 60% dintre magazinele online au declarat că au înregistrat creștere în vânzări, pe perioada pandemiei [online]. *Forbes România*, 27 iulie 2020

[citat 4 februarie 2021]. Disponibil: https://www.forbes.ro/sondaj-mth-digital-pestre-60-dintre-magazinele-online-au-declarat-ca-au-inregistrat-crestere-vanzari-pe-perioada-pandemiei-176224?fbclid=IwAR1ZJywvr6SzqiTOaJ6G_xr7FyzUtCS25PPvlvLJqKqny_WRwPRKALFkG1g

10. MOORMAN, Christine. Covid-19 and the State of Marketing. The CMO Survey®. Highlights & Insights Report. Special Edition - June 2020. *The CMO Survey®* [online]. 2020, p. 13 [citat 05.02.2021]. Disponibil: https://cmosurvey.org/wp-content/uploads/2020/06/The_CMO_Survey-Highlights-and_Insights_Report-June-2020.pdf

11. *Tekwill: Antreprenorii din Moldova instruiți în digitalizarea afacerilor la „Startup Academy”*. Tekwill ICT Excellence Center | supported by USAID and the Government of Sweden © 2017-2021, 17 august 2020 [citat 6 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.tekwill.md/ro/noutati/antreprenorii-din-moldova-instruiti-in-digitalizarea-afacerilor-la-startup-academy>

12. *Tekwill: Startup Moldova „digital impact”: soluții digitale pentru dezvoltarea sectoarelor economiei naționale*. Tekwill ICT Excellence Center | supported by USAID and the Government of Sweden, © 2017-2021, 5 august 2020 [citat 6 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.tekwill.md/ro/noutati/startup-moldova-digital-impact-solutii-digitale-pentru-dezvoltarea-sectoarelor-economiei-nationale>

13. *Tekwill: BAZAAR E-Commerce: conținut rețele sociale pentru comerțul electronic*. Tekwill ICT Excellence Center | supported by USAID and the Government of Sweden, © 2017-2021, 27 iulie 2020 [citat 6 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.tekwill.md/ro/noutati/bazaar-e-commerce-continut-retele-sociale-pentru-comertul-electronic>

14. *EBRD Advice for Small Businesses in Moldova: Seria de webinarii in marketing digital pentru Femei in afaceri*. EBRD Advice for Small Businesses in Moldova Facebook Page 2021, 4 februarie 2021 [citat 6 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.facebook.com/ebrd.asb.moldova/photos/a.194771060546118/3792217024134819/>

15. CAWLEY, Conor. Best Customer Retention Strategies – Proven to Boost Loyalty and Profits [online]. *Tech.co*, © Copyright 2021, 5 noiembrie 2020, [citat 6 februarie 2021]. Disponibil: <https://tech.co/crm-software/best-customer-retention-strategies>

16. *MarketingCharts: 3 in 5 CMOs Agree That Marketing Has Increased in Importance During COVID-19*. MarketingCharts, 8 iulie 2020 [citat 7 februarie 2020]. Disponibil: <https://www.marketingcharts.com/business-of-marketing-113808>

17. *Valassis: Valassis Research Illuminates Shifts in Consumer Behavior During COVID-19*. Valassis © 2021, 24 iunie 2020, [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

<https://www.valassis.com/press-releases/valassis-research-illuminates-shifts-in-consumer-behavior-during-covid-19/>

18. KERAMIDAS, Kimon, LAMEYER, Amy, FLORES, Manny, MARKER, Andrea, STENZIANO, Jamie. Postcards from the mixed coronavirus future: How it could affect the media industry[online]. *Ipsos Future*, © Ipsos 2020 [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

https://future.ipsos.com/pandemic/mixed-coronavirus-future-media-responses?utm_source=email&utm_campaign=1071822&utm_content=web

19. *MarketingCharts: TikTok Engagement Among Kids Surges During the Pandemic*.

MarketingCharts, 1 iulie 2020 [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

<https://www.marketingcharts.com/demographics-and-audiences/teens-and-younger-113749>

20. WILLIAMS, Ryan. Consumers Flock to Sports & Outdoor Website Categories [online].

Comscore, Inc., 16 iulie 2020, [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

https://www.comscore.com/Insights/Blog/Consumers-Flock-to-Sports-and-Outdoor-Website-Categories?cs_edgescape_cc=MD

21. JOFFI, Thomas. Marketing Concept: Examining AMA Definitions, Evolution, Influences.

Seventeenth AIMS International Conference on Management (AIMS-17) jointly organized by IIM Kozhikode and AIMS International -The Association of Indian Management Scholars [online], 2 ianuarie 2020, p.958 [citat 7 februarie 2020]. ISBN: 978-1-943295-14-2. Disponibil:

<http://www.aims-international.org/aims17/17ACD/PDF/A370-Final.pdf>

22. KOTLER, Philip. Dr. Philip Kotler Answers Your Questions on Marketing [online]. *Kotler Marketing Group*, ©2001-2019 [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

[https://www.kotlermarketing.com/phil_questions.shtml,](https://www.kotlermarketing.com/phil_questions.shtml)

23. *SMARTERS: Conceptul de marketing revizuit*. © SMARTERS - Prima agenție de growth hacking marketing din România, 24 iunie 2020 [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

<https://smarters.ro/grow/conceptul-de-marketing/>

24. MCLEOD, Saul. Maslow's Hierarchy of Needs [online]. *Simply Psychology - Creative Commons Attribution-Noncommercial-No Derivative Works 3.0 Unported License Company Registration no: 10521846*, 29 decembrie, 2020 [citat 7 februarie 2020]. Disponibil:

<https://www.simplypsychology.org/maslow.html>

25. SCOTT, Gordon, INVESTOPEDIA Staff: Porter's 5 Forces [online]. *Investopedia*, 22 februarie 2020 [citat 24 februarie 2020]. Disponibil: <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp>

26. KEMP, Simon. Digital 2021 Global Overview Report, [online]. *DATAREPORTAL*, ©Kepios, 27 ianuarie 2021 [citat 16 februarie 2021]. Disponibil <https://datareportal.com/reports/digital->

2021-global-overview-report

27. KEMP, Simon. DIGITAL 2020: MOLDOVA [online]. *DATAREPORTAL*, ©Kepios, 18 februarie 2021 [citată 20 februarie 2021]. Disponibil: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-moldova>

28. *Jurnal de digital marketing: Ce înseamnă Social Media Marketing și cum se face.* Jurnal De Digital Marketing© 2021 [citată 20 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.jurnaldedigitalmarketing.com/digital-marketing/social-media-marketing/>

29. TANKOVSKA, H. Daily social media usage worldwide 2012-2020 [online]. *Statista.com*, 8 februarie 2021 [citată 22 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

30. *Wikipedia: Marketing pe motoare de căutare.* Wikipedia, enciclopedia liberă [citată 22 februarie 2021]. Disponibil: https://ro.wikipedia.org/wiki/Marketing_pe_motoare_de_c%C4%83utare

31. SZASZ, Adrian. Optimizare SEO în 2020: Ghid complet pentru creșterea traficului organic [online]. *GUN MEDIA*, [citată 22 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.gun.ro/optimizare-seo/#>

32. *Statcounter GlobalStats: Search Engine Market Share Worldwide, Jan - Dec 2020.* ©

Statcounter [citată 22 februarie 2021]. Disponibil: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

33. *HubSpot: The Ultimate List of Marketing Statistics for 2021.* HubSpot. Copyright © 2021 HubSpot, Inc., [citată 22 februarie 2021]. Disponibil <https://www.hubspot.com/marketing-statistics>

34. *Wyzowl: Video Marketing Statistics 2021.* Wyzowl, © Copyright Wyzowl 2021 – Animated Explainer Video Company [citată 22 februarie 2021]. Disponibil <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/>

35. OSMAN, Maddy. Wild and Interesting WordPress Statistics and Facts (2021) [online].

KINSTA Blog, 29 aprilie 2021 [citată 1 mai 2021]. Disponibil: <https://kinsta.com/blog/wordpress-statistics/>

36. JOHNSON, Joseph. Number of e-mails per day worldwide 2017-2025 [online]. *Statista.com*, 7 aprilie 2021 [citată 1 mai 2021]. Disponibil: <https://www.statista.com/statistics/456500/daily-number-of-e-mails-worldwide/>

37. ПАКОВА, Юлия. Автоматизация маркетинга – 35 убойных фактов [online].

GETRESPONSE Blog, Copyright © 2021 GetResponse, 25 august 2016 [citată 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.getresponse.ru/blog/marketing-automation-35-facts>

38. *Nielsen: Global Trust In Advertising Winning Strategies For An Evolving Media Landscape.*

Nielsen N.V. (NYSE: NLSN) global performance management Company, Copyright © 2015 The

Nielsen Company, septembrie 2015, p.4 [citată 25 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-trust-in-advertising-report-sept-2015-1.pdf>

39. CRAFT, Ethan Jakob. 5 Key Takeaways From The 2019 Edelman Brand Trust Survey [online]. *AdAge*, © 1994-2021, 18 iunie 2019 [citată 25 februarie 2021].

Disponibil: <https://adage.com/article/digital/5-key-takeaways-2019-edelman-brand-trust-survey/2178646>

40. RAVINDRA, Savaram. How Artificial Intelligence Is Transforming Influencer Marketing [online]. *Single Grain digital marketing agency*, Single Grain© 2021 [citată 25 februarie 2021].

Disponibil <https://www.singlegrain.com/influencer-marketing/how-artificial-intelligence-is-transforming-influencer-marketing/>

41. TANKOVSKA, H. Most popular global mobile messaging apps 2021 [online]. *Statista.com*, 10 februarie 2021 [citată 26 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>

42. *Statista: Digital Advertising Report 2020*. Statista.com. [citată 26 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.statista.com/study/42540/digital-advertising-report/>

43. *NetMarketShare: Mobile vs Desktop Device Type Share, January-December 2020*.

NetMarketShare, NetApplications.com © 2017 [citată 26 februarie 2021]. Disponibil

<https://www.netmarketshare.com/device-market-share>

44. *BIA Advisory: Calls to Businesses from Smartphones Will Reach 162 Billion by 2019*. BIA

Advisory Group, 24 iunie 2015 [citată 26 februarie 2021]. Disponibil

<http://blog.biakelsey.com/index.php/2015/06/24/calls-to-businesses-from-smartphones-will-reach-162-billion-by-2019/>

45. ANDERSEN, Derek. 22 Statistics Home Services Marketers Need to Know in 2020 [online].

DialogTech, Inc., DialogTech© 2021, 21 februarie 2021 [citată 26 februarie 2021]. Disponibil

<https://www.dialogtech.com/blog/home-services-search-stats/>

46. ANTHONY, James. 51 Essential Business Intelligence Statistics: 2020/2021 Analysis of Trends, Data and Market Share [online]. *Finances Online*, Copyright © 2021 FinancesOnline. [citată 24

februarie 2021]. Disponibil: <https://financesonline.com/20-essential-business-intelligence-statistics-analysis-of-trends-data-and-market-share/>

47. STEWART, Jessica. 20 Best Marketing Analytics Software for 2021 [online]. *Finances Online*,

Copyright © 2021 FinancesOnline. [citată 24 februarie 2021]. Disponibil:

<https://financesonline.com/top-20-marketing-analytics-software/>

48. *DigiSpaze: Top 15 Free Digital Marketing Tools 2021*. DigiSpaze.com [citat 24 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.digispaze.com/best-free-digital-marketing-tools/>
49. *Google Marketing Platform: Get a complete view - Analytics*. Google Marketing Platform [citat 24 februarie 2021]. Disponibil: <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/benefits/>
50. *Open Web Analytics: Control your data. Web Analytics. Open Sourced*. Open Web Analytics (OWA), Copyright © 2021 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil: <http://www.openwebanalytics.com/>
51. *Semrush: Semrush Features*. Semrush Inc., Semrush © 2008 – 2021 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.semrush.com/features/>
52. *Cyfe: All-In-One Business Dashboards*. Cyfe, Inc., Cyfe Copyright © 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.cyfe.com/>
53. *Mailchimp: Marketing smarts for big ideas*. Mailchimp® is a registered trademark of The Rocket Science Group, ©2001-2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://mailchimp.com/>
54. *HubSpot: There's a better way to grow*. HubSpot, Inc., © 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.hubspot.com/>
55. *Looker: Find true power in your data*. Looker Data Sciences, Inc., © 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://looker.com/>
56. *Marketo: Adobe Marketo Engage makes the complex buyer journey simple*. Adobe, © 2021, [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.marketo.com/>
57. *Salesforce: Innovate and automate fast with AI across Salesforce Einstein*. Salesforce.com, inc., © 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.salesforce.com/products/einstein/overview/>
58. *Percolate: The leading Content Marketing Platform for the Enterprise*. ©Percolate Industries, Inc. [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://percolate.com/>
59. *DialogTech: Connecting Digital to Phone Calls Critical to Marketing Success in 2021*. DialogTech, Inc., © 2021 [citat 19 februarie 2021]. Disponibil <https://www.dialogtech.com/expertise/ebook/forrester-report-conversation-intelligence>
60. *go.brighttalk: Holger B2B Lead Gen Report*. BrightTALK, © 2021 [citat 19 februarie 2021]. Disponibil http://go.brighttalk.com/rs/105-RTY-982/images/Holger_B2B_Lead_Gen_Report.pdf
61. *Econsultancy: Holger B2B Lead Gen Report*. Econsultancy, © 2021 [citat 19 februarie 2021]. Disponibil <https://econsultancy.com/>
62. *MarketingCharts: Digital Expected to Hit Half of All Global Ad Spend This Year*.

MarketingCharts, 17 februarie 2021 [citat 23 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.marketingcharts.com/advertising-trends/spending-and-spenders-116193>

63. DROLET, Danielle. Most Internet Users Prefer Search Engines to Find Local Products[online]. *Insider Intelligence Inc.*, © 2021, 25 aprilie 2017 [citat 23 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.emarketer.com/Article/Most-Internet-Users-Prefer-Search-Engines-Find-Local-Products/1015737>

64. *Statista: Digital advertising spending worldwide from 2017 to 2024, by format (in million U.S. dollars)*. Statista.com, © 2021 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil:

<https://www.statista.com/markets/479/topic/679/advertising/#statistic2>

65. *Mikrokapital: Credite*. Mikro Kapital Moldova, © 2021 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil:

<https://mikrokapital.md/loans.html>

66. *CNPF: Organizații de creditare nebancaară*. Comisia Națională pentru Piețe Financiare, © 2021 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.cnpf.md/ro/organizatii-de-creditare-nebancara-6456.html>

67. IONITA, Veaceslav. Băncile contra-atacă sectorul ne-bancar în creditarea persoanelor fizice [online]. *Veaceslav Ioniță Blog*, 13 noiembrie 2020 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil:

<https://ionita.md/2020/11/13/bancile-contra-ataca-sectorul-ne-bancar-in-creditarea-persoanelor-fizice/>

68. PANTEA, Dumitru, BOTNARENCO, Iurii. Analiză: Evenimentele din decembrie pot să aducă sistemul financiar din Moldova în prag de colaps [online]. *Adevarul Holding*, 23 decembrie 2020 [citat 24 februarie 2021]. Disponibil: https://adevarul.ro/moldova/actualitate/analiza-evenimentele-decembrie-aduca-sistemul-financiar-moldova-prag-colap-1_5fe2eae5163ec42712f15a0/index.html

69. *GoogleAnalytics: Analytics mikrokapital.md*. GoogleAnalytics, © 2021 Google [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://analytics.google.com/analytics/web/?authuser=0#/report-home/a47574613w78864433p81544966>

70. *Semrush: Semrush Dashboard mikrokapital.md*. Semrush Inc., Semrush © 2008 – 2021 [citat 29 aprilie 2021]. Disponibil: <https://www.semrush.com/seo/4903027>

71. TURNER, Erica, RAINIE, Lee. Most Americans rely on their own research to make big decisions, and that often means online searches [online]. *Pew Research Center*, [pewresearch.org](https://www.pewresearch.org) © Copyright 2021 [citat 19 februarie 2021]. Disponibil <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/03/05/most-americans-rely-on-their-own-research-to-make-big-decisions-and-that-often-means-online-searches/>

72. *Google: Cautare Mikro Kapital Moldova*. GoogleAnalytics, © 2021 Google [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.google.com/>
73. *GoogleAds: Analiza MikroKapital.md*. GoogleAds, © 2021 Google [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: https://ads.google.com/aw/overview?ocid=202032868&_c=2366644932&authuser=0&_u=7138082217
74. *Facebook: Pagina oficiala Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, Facebook © 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.facebook.com/MikroKapitalMoldovaBranch>
75. *LinkedIn: Pagina oficiala Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, LinkedIn Corporation © 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.linkedin.com/company/11453833>
76. *Instagram: Pagina oficiala Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, © Instagram from Facebook, 2021 [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.instagram.com/mikrokapitalmoldovabranh/>
77. *Youtube: Pagina oficiala Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, © 2021 Google LLC [citat 25 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.youtube.com/channel/UCU4sURKAFMIQua-ve-uf2OQ>
78. *Mikrokapital: Istorii de Succes*. Mikro Kapital Moldova, © 2021 [citat 26 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.mikrokapital.md/success-stories.html>
79. *Facebook: Facebook Analytics Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, Facebook © 2021 [citat 26 februarie 2021]. Disponibil: https://www.facebook.com/analytics/538502533635558/overview/?business_id=2351133971681189&_aref_src=landing_page&_aref_id=went%20to%20%2Fanalytics%20but%20only%20has%20one%20entity&force_desktop=true
80. *AirTable: Messenger Leads Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova. AirTable.com [citat 26 februarie 2021]. Disponibil: <https://airtable.com/tblZG7Jvx2t1SXRHj/viwkAG5HQmgrJTrt3?blocks=hide>
81. *Ok.ru: Pagina oficiala Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, ok.ru© 2021 [citat 26 februarie 2021]. Disponibil: <https://ok.ru/profile/587482309641>
82. *Top.mail.ru: Statistica Mikro Kapital Moldova OK.Ru*. Mikro Kapital Moldova, © Mail.Ru, 1999—2021 [citat 26 februarie 2021]. Disponibil: https://top.mail.ru/visits?id=3163593&show=&timepv_filter=&hitdepth_filter=&percent=&sessions_filter=&genders_filter=&resolutions_filter=&filter=&searcher=&sids=&countries_filter=&agegroup=0&date=&gender=0&period=0&filter_type=&type=&pp=&oses_filter=&sf=&le

[genc=&hl=&ages_filter=&browsers_filter=&days=30](#)

83. CRIVOI, Luminita. Tudor Ursachi, fermier: Am învățat o lecție importantă – dacă vrei să câștigi, trebuie să investești [online]. *Agrobiznes.md portal agricol*, © Agrobiznes marcă înregistrată și deținută de compania JAMAN SRL., 23 septembrie 2020 [citată 26 februarie 2021]. Disponibil: <https://agrobiznes.md/tudor-ursachi-fermier-am-invatat-o-lectie-importanta-daca-vrei-sa-castigi-trebuie-sa-investesti.html?fbclid=IwAR0MdYI7SGeJ98xqagd2X5K3zQ-Zg7Zx09wiF881VVIBOpSOhaVTu8THuM>

84. *noi.md*: *Когда открываешь свой бизнес, самое сложное – найти партнера, который бы поверил в твою идею.* noi.md©, 3 noiembrie 2020 [citată 27 februarie 2021]. Disponibil: <https://noi.md/ru/biznes/kogda-otkryvaeshi-svoj-biznes-samoe-slozhnoe-najti-partnera-kotoryj-by-poveril-v-tvoju-ideyu?prev=1>

85. *stiri.md*: *Mikro Kapital: O afacere cu gust autentic are nevoie de sprijin la momentul potrivit și în termeni restrânși.* Știri.md - portal de știri, 8 octombrie 2020 [citată 27 februarie 2021]. Disponibil: <https://stiri.md/article/afaceri/mikro-kapital-o-afacere-cu-gust-autentic-are-nevoie-de-sprijin-la-momentul-potrivit-si-in-termeni-restransi>

86. *ManyChat: Mikro Kapital Moldova*. ManyChat, Inc. [citată 27 februarie 2021]. Disponibil: <https://manychat.com/fb640364286022833/dashboard#bot-overview>

87. *FB Mikro Kapital Moldova: Credit Business - Cashback 10% Mikro Kapital Moldova*. Facebook Mikro Kapital Moldova, Facebook © 2021, 22 septembrie 2020 [citată 27 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.facebook.com/640364286022833/videos/1011602192601090>

88. *FB Mikro Kapital Moldova: 10% Cashback Credit Agro Mikro Kapital*. Facebook Mikro Kapital Moldova, Facebook © 2021, 14 septembrie 2020 [citată 27 februarie 2021]. Disponibil: <https://www.facebook.com/watch/?v=326159298617788>

89. *Instagram: Mikro Kapital Moldova: Dumitru Nakonecinii. Credit Business - Cashback 10% Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, © Instagram from Facebook, 2021, 4 noiembrie 2020 [citată 2 martie 2021]. Disponibil: <https://www.instagram.com/p/CHKTEhaKs0V/>

90. *Instagram: Mikro Kapital Moldova: Valeriu Cojocar. Credit Business - Cashback 10% Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, © Instagram from Facebook, 2021, 29 septembrie 2020 [citată 2 martie 2021]. Disponibil: <https://www.instagram.com/p/CFtFP-bghPe/>

91. *Instagram: Mikro Kapital Moldova: Tudor Ursachi. Credit Business - Cashback 10% Mikro Kapital Moldova*. Mikro Kapital Moldova, © Instagram from Facebook, 2021, 28 septembrie 2020 [citată 2 martie 2021]. Disponibil: https://www.instagram.com/p/CFq3_RylhTA/

92. *Ok.ru: Кредит Бизнес Mikro Kapital Moldova - Cashback 10%*. Mikro Kapital Moldova,

ok.ru© 2021, 4 septembrie 2020 [citată 10 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://ok.ru/video/1695430806025>

93. *Ok.ru: Кредит Агро Микро Капитал Молдова*. Mikro Kapital Moldova, ok.ru© 2021, 4 septembrie 2020 [citată 10 aprilie 2021]. Disponibil: <https://ok.ru/video/1695421893129>

94. *Ok.ru: Кредит Агро Микро Капитал Молдова*. Mikro Kapital Moldova, ok.ru© 2021, 4 septembrie 2020 [citată 10 aprilie 2021]. Disponibil: <https://ok.ru/video/1695421958665>

95. *Ok.ru: Кредит Бизнес Микро Капитал Молдова*. Mikro Kapital Moldova, ok.ru© 2021, 4 septembrie 2020 [citată 10 aprilie 2021]. Disponibil: <https://ok.ru/video/1695430674953>

96. *LinkedIn: CREDIT Business si primesti CASHBACK 10%*. Mikro Kapital Moldova, LinkedIn Corporation © 2021, decembrie 2020 [citată 12 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6729660942876995585/>

97. *LinkedIn: CREDIT AGRO si primesti CASHBACK 10%*. Mikro Kapital Moldova, LinkedIn Corporation © 2021, octombrie 2020 [citată 12 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6711517346890072064>

98. *LinkedIn: CREDIT AGRO si primesti CASHBACK 10%*. Mikro Kapital Moldova, LinkedIn Corporation © 2021, octombrie 2020 [citată 12 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6709414714926997504>

99. *LinkedIn: Credit Business Mikro Kapital Moldova Vinarie*. Mikro Kapital Moldova, LinkedIn Corporation © 2021, octombrie 2020 [citată 12 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6707549075354488832>

100. *Agrobiznes: Fondatorul Domeniile Căinari: La Mikro Kapital în doar jumătate de zi am obținut creditul necesar*. Agrobiznes.md portal agricol, © Agrobiznes marcă înregistrată și deținută de compania JAMAN SRL., 7 septembrie 2020 [citată 16 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://agrobiznes.md/video-fondatorul-domeniile-cainari-la-mikro-kapital-in-doar-jumatate-de-zi-am-obtinut-creditul-necesar.html>

101. *Agrobiznes: Și în anii dificili, agricultura necesită investiții*. Agrobiznes.md portal agricol, © Agrobiznes marcă înregistrată și deținută de compania JAMAN SRL., 2 septembrie 2020 [citată 16 aprilie 2021]. Disponibil: <https://agrobiznes.md/video-partener-mikro-kapital-si-in-anii-dificili-agricultura-necesita-investitii.html>

102. *Point.md: Бизнесу необходима поддержка в нужное время и в сжатые сроки*. Point.md Portal de stiri, 8 octombrie 2020 [citată 16 aprilie 2021]. Disponibil:

<https://point.md/ru/novosti/business/mikro-kapital-biznesu-neobkhodima-podderzhka-v-nuzhnoe-vremia-i-v-szhatye-sroki>

103. *Point.md*: *Когда открываешь свой бизнес, самое сложное – найти партнера, который бы поверил в твою идею.* Point.md Portal de stiri, 3 noiembrie 2020 [citat 16 aprilie 2021]. Disponibil: <https://point.md/ru/novosti/business/mikro-kapital-kogda-otkryvaesh-svoi-biznes-samoe-slozhnoe-naiti-partnera-kotoryi-by-poveril-v-tvoiu-ideiu>
104. *kp.md*: *Бизнесу, особенно аутентичными брендам, необходима поддержка в нужное время и в сжатые сроки.* Md-Комсомольская правда, Portal de stiri, 8 octombrie 2020 [citat 18 aprilie 2021]. Disponibil: <https://www.kp.md/online/news/4039772/>
105. *kp.md*: *«Я усвоил важный урок - если хочешь заработать в Молдове, надо инвестировать», - Тудор Урсаки, фермер.* Md-Комсомольская правда, Portal de stiri, 1 octombrie 2020 [citat 18 aprilie 2021]. Disponibil: <https://www.kp.md/online/news/4031404/>
106. *kp.md*: *Когда открываешь свой бизнес, самое сложное – найти партнера, который бы поверил в твою идею.* Md-Комсомольская правда, Portal de stiri, 1 octombrie 2020 [citat 18 aprilie 2021]. Disponibil: <https://www.kp.md/online/news/4068735/>
107. *stiri.md*: *Mikro Kapital: Atunci când lansezi o afacere, cel mai greu este să găsești un partener care să creadă în ideea ta.* Știri.md Portal de Stiri, 3 noiembrie 2020 [citat 20 aprilie 2021]. Disponibil: <https://stiri.md/article/afaceri/mikro-kapital-atunci-cand-lansezi-o-afacere-cel-mai-greu-este-sa-gasesti-un-partener-care-sa-creada-in-ideea-ta>
108. *Tv8*: *O afacere cu gust autentic are nevoie de sprijin la momentul potrivit și în termeni restrânși.* TV8 Moldova, © 2021, 8 octombrie 2020 [citat 20 aprilie 2021]. Disponibil: <https://tv8.md/2020/10/08/o-afacere-cu-gust-autentic-are-nevoie-de-sprjin-la-momentul-potrivit-si-in-termeni-restransi/>
109. *Tv8*: *Atunci când lansezi o afacere, cel mai greu este să găsești un partener care să creadă în ideea ta.* TV8 Moldova, © 2021, 3 noiembrie 2020 [citat 20 aprilie 2021]. Disponibil: <https://tv8.md/2020/11/03/atunci-cand-lansezi-o-afacere-cel-mai-greu-este-sa-gasesti-un-partener-care-sa-creada-in-ideea-ta/>
110. *noi.md*: *Бизнесу, особенно аутентичным брендам, необходима поддержка в нужное время и в сжатые сроки.* noi.md©, 8 octombrie 2020 [citat 22 aprilie 2021]. Disponibil: <https://noi.md/ru/biznes/biznesu-osobenno-autentichnym-brendam-neobhodima-podderzhka-v-nuzhnoe-vremya-i-v-szhatye-sroki>
111. *noi.md*: *O afacere cu gust autentic are nevoie de sprijin la momentul potrivit și în termeni restrânși.* noi.md©, 8 octombrie 2020 [citat 22 aprilie 2021]. Disponibil: <https://noi.md/md/business/o-afacere-cu-gust-autentic-are-nevoie-de-sprjin-la-momentul-potrivit-si-in-termeni-restransi>

112. *Mikrokapital: Istorii de Succes - Valeriu Cojocaru*. Mikro Kapital Moldova, © 2021 [citat 24 aprilie 2021]. Disponibil: <https://mikrokapital.md/success-stories/25.html>
113. *Mikrokapital: Istorii de Succes - Dumitru Naconecinîi*. Mikro Kapital Moldova, © 2021 [citat 24 aprilie 2021]. Disponibil: <https://mikrokapital.md/success-stories/27.html>
114. *Mikrokapital: Istorii de Succes - Tudor Ursachi*. Mikro Kapital Moldova, © 2021 [citat 24 aprilie 2021]. Disponibil: <https://mikrokapital.md/success-stories/23.html>
115. *Mikrokapital: Atunci când lansezi o afacere, cel mai greu este să găsești un partener care să creadă în ideea ta*. Mikro Kapital Moldova, © 2021, 2 noiembrie 2020 [citat 26 aprilie 2021]. Disponibil: <https://mikrokapital.md/news/26.html>
116. *Mikrokapital: O afacere cu gust autentic are nevoie de sprijin la momentul potrivit și în termeni restrânși*. Mikro Kapital Moldova, © 2021, 9 octombrie 2020 [citat 26 aprilie 2021]. Disponibil: <https://mikrokapital.md/news/24.html>
117. *Mikrokapital: Am învățat o lecție importantă – dacă vrei să câștigi, trebuie să investești*. Mikro Kapital Moldova, © 2021, 23 septembrie 2020 [citat 26 aprilie 2021]. Disponibil: <https://mikrokapital.md/news/22.html>