

# ANALIZĂ DE STRATEGIE

*COMUNITATE ȘI MAGAZIN VIRTUAL DECKMASTER HOBBY GAMES*

Timișoara, 4 November 2009

## CUPRINS

1. Comunitatea Deckmaster .....	3
1.1. Obiective .....	3
1.2. Analiza SWOT .....	3
1.3. Strategii propuse pentru îndeplinirea obiectivelor.....	3
2. Magazinul online Deckmaster.ro.....	5
2.1. Obiective .....	5
2.2. Analiza SWOT .....	5
2.3. Strategii propuse pentru îndeplinirea obiectivelor.....	6
3. Optimizarea pentru motoarele de căutare (SEO) .....	7
Resurse.....	9
Anexa A – Cuvinte cheie pentru un magazin de cadouri.....	10
Anexa B – Directoare și portale de linkuri în România.....	11
Anexa C – Lista celor mai relevante portaluri sociale.....	12

## 1. COMUNITATEA DECKMASTER

### 1.1. OBIECTIVE

- Întărirea autorității Deckmaster pe segmentul de jocuri de cărți și board în România
- Fidelizarea actualilor vizitatori
- Monetizarea comunității Deckmaster
- Intensificarea interacțiunii dintre comunitățile locale de jucători și portalul Deckmaster
- Îmbunătățirea calității materialelor (articole, filmele tips&tricks etc.) prezente pe site

### 1.2. ANALIZA SWOT

	<b>Ajută</b> la îndeplinirea obiectivelor	<b>Împiedică</b> îndeplinirea obiectivelor
<b>Origine internă</b> (caracteristicile organizației)	<b>Puncte forte (Strengths):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizarea de evenimente săptămânale</li> <li>• Imaginea de brand Deckmaster</li> </ul>	<b>Puncte slabe (Weaknesses):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Resursele materiale limitate are potențialilor jucători (elevi și studenți)</li> <li>• Structura nedefinită a rolurilor conducătorilor comunității Deckmaster</li> <li>• Inexistența unor bloguri ale unor jucători profesioniști din România</li> </ul>
<b>Origine externă</b> (caracteristicile mediului)	<b>Oportunități (Opportunities):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inexistența unei comunități de jucători recunoscută oficial la nivel național</li> <li>• Poziționarea strategică a Timișoarei în Europa permite organizarea unor competiții sau evenimente la nivel Internațional</li> </ul>	<b>Pericole (Threats):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultatea cu care se constituie comunități Deckmaster în alte orașe decât Timișoara</li> </ul>

### 1.3. STRATEGII PROPUSE PENTRU ÎNDEPLINIREA OBIECTIVELOR

- Optimizarea fluxurilor de informație - îmbunătățirea ergonomiei site-ului prin introducerea de trimiteri între articolele sau secțiunile relevante

- Identificarea potențialilor tineri ce simt nevoia să aparțină unei comunități de jucători; promovarea Deckmaster la nivel local în marile orașe din țară către publicul țintă: 13-24 ani (elevi și studenți) prin următoarele mijloace:
  - Afișe în școli, licee și universități
  - Colaborarea cu organizațiile studențești locale pentru organizarea de evenimente (Aiesec, Best, Aegee etc.)
  - Cumpărarea de spațiu publicitar pe portaluri de specialitate (reviste de gameri, forumuri, newsgroups, site-uri cu jocuri online)
  - Oferirea de premii pentru cei mai activi utilizatori ai comunității / forumului
  - Introducerea unor demo-uri și filme de prezentare online, pentru atragerea de noi jucători
- Menținerea informației gratuite, dar introducerea de reclame contextuale (Google AdSense, Neogen etc) pentru monetizarea forumului și al comunității în momentul în care există cel puțin 1000 de vizitatori unici pe zi, pe tot parcursul unei luni
- Consolidarea și impunerea pe piață a Deckmaster ca un brand în domeniul hobby gaming prin realizarea unui corporate ID (logo, website, corespondență, foi cu antet, cărți de vizită, adrese e-mail etc.) și înregistrarea Deckmaster ca marcă înregistrată în România
- Atragerea unor vizitatori de calitate (autoritari, cu notorietate) în comunitatea Deckmaster pentru a modera grupuri de interese – discuții. Rolul acestora va fi și de a induce pasiunea jucătorilor noi – aceștia urmând să devină fideli comunității
- Colectarea, în permanență de feedback de la comunitate prin sondaje de opinie și chestionare menite să ajute la îmbunătățirea experienței pe care o au membrii în interacțiunea lor cu comunitatea
- Unificarea conturilor de utilizatori între portal, forum, blog (convenție) și shop – eventual folosirea unei singure platforme software pentru toate site-urile
- Definirea clară de roluri ale moderatorilor și liderilor în cadrul comunității Deckmaster
- Introducerea pe forum a unor fire de discuții (thread-uri) în alte limbi decât română: bulgară, sârbă, maghiară, engleză cu scopul de a stimula comunicarea minorităților din România cu omologii lor din străinătate și de a-i atrage în competiții locale și naționale în România
- Organizarea unor competiții de anvergura la nivel local, național și regional unde să fie atrași noi jucători, dar și firme reprezentative din domeniu
- Introducerea unui modul pe forum unde membrii comunității își pot scoate la licitație cărți sau jocuri
- Lărgirea comunității online prin încurajarea jucătorilor experimentați să scrie articole pe bloguri și în reviste de specialitate
- Introducerea pe site a unui director (catalog) cu persoane ale comunității din toate orașele țării
- Organizarea unor tabere de antrenament într-o locație accesibilă pentru jucătorii din toate orașele (preferabil la munte în weekend)
- Constituirea unei echipe de coordonare în Timișoara a comunităților Deckmaster din: București, Iași, Cluj-Napoca, Constanța, Sibiu, Brașov, Craiova etc.
- Sincronizarea evenimentelor locale la nivel național
- Introducerea unor evenimente unde începătorii pot veni să se joace și să învețe gratuit alături de jucătorii mai experimentați

## 2. MAGAZINUL ONLINE DECKMASTER.RO

### 2.1. OBIECTIVE

- Mărirea vânzărilor până la un prag la care să se poată susține financiar comunitatea prezentată în capitolul 1
- Tranziția Deckmaster Shop de la retail înspre distribuție
- Deschiderea unor puncte de lucru (showroom) și joc în principalele orașe din țară și de centre logistice
- Îmbunătățirea experienței vizitatorilor Deckmaster Shop
- Lărgirea gamei de produse comercializate online

### 2.2. ANALIZA SWOT

	<b>Ajută</b> la îndeplinirea obiectivelor	<b>Împiedică</b> îndeplinirea obiectivelor
<b>Origine internă</b> (caracteristicile organizației)	<p>Puncte forte (Strengths):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Framework-ul folosit (CS Cart) este foarte performant tehnologic</li> <li>• Toate produsele au reprezentare grafică (imagine)</li> <li>• Gama de produse este extinsă</li> <li>• Eliminarea distribuitorilor intermediari din procesul de achiziții</li> <li>• Prețurile foarte mici ale produselor oferă un avantaj major în fața concurenței</li> </ul>	<p>Puncte slabe (Weaknesses):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lipsa de promovare în afara comunităților de jucători</li> <li>• Lipsa unui punct de lucru al magazinului</li> <li>• Lipsa plății cu card</li> <li>• Lipsa securității la login și în paginile unde sunt colectate date personale</li> <li>• Lipsa datelor de contact pe site</li> <li>• Lipsa stocurilor la anumite produse</li> <li>• Descrierea produselor</li> </ul>
<b>Origine externă</b> (caracteristicile mediului)	<p>Oportunități (Opportunities):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comerțul electronic este la început în România, iar shop-ul Deckmaster va prinde valul de comerț electronic ce va urma</li> <li>• Atacarea piețelor apropiate (Bulgaria, Serbia, Ungaria, Ucraina etc.)</li> <li>• Lărgirea gamei de produse comercializate</li> </ul>	<p>Pericole (Threats):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prezența concurenței online pe același segment: crazytoys.ro, gameshop.ro, softcom.ro, gotit.ro</li> <li>• Eliminarea restricțiilor de import-export la nivel de Uniunea Europeană va ușura acapararea clienților din România de către magazine online din alte țări</li> </ul>

### 2.3. STRATEGII PROPUSE PENTRU ÎNDEPLINIREA OBIECTIVELOR

- Deschiderea unui magazin în Timișoara într-o primă fază; iar, mai apoi, în alte orașe mari din România
- Încheierea de parteneriate cu magazine din mediul online, dar și cel offline pentru a obține produsele mai repede și cu costuri mai reduse
- Introducerea plăților prin card: epayment.ro sau dotcommerce.com
- Ușurarea modalităților de plată prin introducerea de microplăți prin SMS: mobilpay.ro
- Introducerea pe fiecare pagină a shop-ului datele de contact (preferabil un număr de telefon) unde clienții pot suna pentru informații sau comenzi. Introducerea unui serviciu de relații cu clienții non-stop, sau cel puțin extins și în zilele nelucrătoare. Posibilitatea clienților de a comanda telefonic să fie clar precizată pe site!
- Atragerea unor investitori în publicitate și stocuri (credite, leasing sau angel investors)
- Introducerea, în cazul în care clientela o cere, a confirmării telefonice a fiecărei comenzi
- Aplicarea unor adaosuri comerciale diferite în funcție de tipul produselor
- Introducerea unor descrieri mai detaliate a produselor disponibile spre vânzare. Încurajarea membrilor comunității să scrie recenzii despre produsele lor preferate, direct pe pagina produsului respectiv, prin comentarii
- Încheierea unor acorduri de distribuție cu lanțuri de retaileri (RTC Holding - Diverta, Metro, Real, Carrefour, Kaufland etc.) pentru a mări volumul de vânzări și de a putea păstra adaosuri comerciale minime
- Lărgirea gamei de produse comercializate online în două direcții:
  - jocuri și jucării
  - cadouri
- Introducerea unei secțiuni de oferte promoționale
- Analiza în permanență a competiției și adaptarea gamei de produse oferite în funcție de aceasta

### 3. OPTIMIZAREA PENTRU MOTOARELE DE CĂUTARE (SEO)

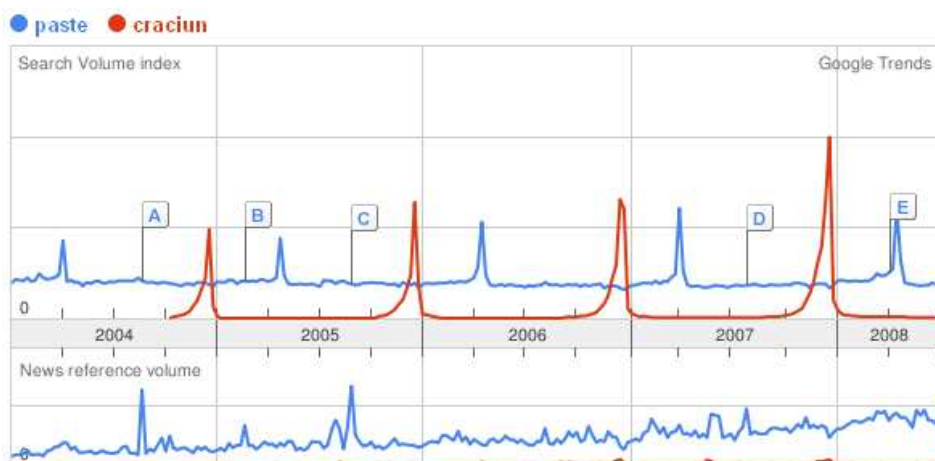
Search Engine Optimization se referă la îmbunătățirea conținutului unui portal pentru a înmulți aparițiile paginilor din respectivul site în rezultatele de căutare ale Google, Yahoo etc. Acest lucru este absolut necesar în ziua de astăzi, pentru că majoritatea vizitatorilor site-ului dvs sunt aduși de motoarele de căutare.

Un motor de căutare îndeplinește trei funcții de bază:

1. Indexează paginile publice găsite pe Internet într-o bază de date de cuvinte cheie
2. Caută în acest index după cuvinte cheie
3. Prioritizează rezultatele căutării în funcție de relevanța lor prin mecanismul PageRank

Iată pașii ce trebuie urmați ca să puteți fi indexat corect și rapid de către motoarele de căutare:

- În primul rând, asigurați-vă că informația pe care site-ul dvs o furnizează este autentică și nu mai este prezentă pe un alt site în această formă
- Identificați, împreună cu partenerii dumneavoastră, printr-un brainstorming, cele mai relevante cuvinte cheie pentru site-ul dvs (vezi Anexa A – Cuvinte cheie pentru un magazin de cadouri)
- Identificați, cu ajutorul Google Trends, a celor mai eficiente cuvinte cheie căutate și integrați-le (și chiar a sinonimelor acestora) în articolele de pe site. De exemplu, în cazul unui magazin online de cadouri, putem vedea o comparație între volumul de căutare după cuvintele cheie „paște” și „crăciun”. Se poate observa o mărire a numărului de căutări după aceste cuvinte cheie în perioada sărbătorilor, deci magazinul respectiv poate urma o campanie mai agresivă de promovare în perioadele respective



- Folosiți, ca exemplu, cuvinte cheie ale competitorilor principali din același segment de piață
- Optimizați informațiile META ale fiecărei pagini din site-ul dvs (articol, produs sau fir de discuție):
  - Titlu
  - Descriere

- Cuvinte cheie (meta)
- Încheiați parteneriate de schimb de bannere publicitare sau linkuri cu site-uri cu conținut asemănător și cu PageRank mare (linkbuilding) pentru a vă mări PageRank-ul
- Notificați Google de existența site-ului dvs (inclusiv a subdomeniilor) la [www.google.com/addurl](http://www.google.com/addurl)
- Folosiți Search Engine Friendly URLs (SEF); de exemplu:  
<http://www.deckmaster.ro/jocuri/board-games/starcraft-the-board-game.html>
- Realizați o hartă a site-ului în format XML și adăugați-o în Google Webmaster Tools
- Formatați textul pentru a fi lizibil (titluri, headinguri, citate, trimiteri)
- Evitați prezența informației de două sau mai multe ori în același site
- Încercați să limitați dimensiunea textelor descriptive și ale articolelor la maxim 3-4 paragrafe a maxim 300 de cuvinte. Articolele lungi sau descrierile de produse detaliate plictisesc utilizatorul și îl determină să caute alte site-uri din același domeniu
- Revizuiți, periodic, structura internă a linkurilor
- Verificați amănunțit site-ul pe browserele clasice (Firefox, Opera, Internet Explorer, Safari), precum și pe cele specializate ale dispozitivelor mobile
- Asigurați-vă că puteți ajunge pe orice pagină a site-ului dvs în mai puțin de 3 clickuri
- Asigurați-vă că nu aveți mai mult de 100 de linkuri pe o singură pagină
- Asigurați-vă că cele mai importante pagini ale site-ului dvs sunt vizibile prin simpla accesare a unui link (nu după un login sau după o completare de formular)
- Folosiți un design simplu și ușor de utilizat chiar și pentru utilizatorii de Internet mai puțin experimentați. Folosiți DIV-uri în loc de FRAME-uri și tabele în site-ul dvs
- Folosiți CSS pentru a vă personaliza design-ul
- Folosiți un modul de tip „tag cloud” – nor de taguri. Acesta ajută Google să indexeze articole din site-ul dvs grupate după cuvinte cheie
- Furnizați cititorilor dvs articolele în întregime printr-un feed RSS
- Introduceți site-ul dvs în toate cataloagele web românești relevante pentru tematica site-ului (preferabil site-uri cu PageRank cât mai mare) – Vezi Anexa B – Directoare și portale de linkuri în România
- Creați câte un cont pe rețelele sociale și rețelele de schimburi de linkuri relevante pentru potențialii dvs vizitatori pentru a vă promova (vezi Anexa C – Lista celor mai relevante portaluri sociale)
- Maximizați numărul de articole vizualizate pe pagină (peste 10)
- Evitați ca paginile dvs să conțină text ascuns sau comentat
- Verificați din când în când numărul de pagini pe care le are Google indexate din site-ul dumneavoastră căutând: `site:deckmaster.ro`
- Puteți vedea și care site-uri trimit către site-ul dvs căutând pe Google: `link:deckmaster.ro`
- Urmăriți în permanență statisticile site-ului dvs de la compania care vă furnizează pachetul de găzduire și verificați:
  - Cei mai buni refereri (site-urile care vă aduc cei mai multi vizitatori)
  - Demografia vizitatorilor dumneavoastră
  - Cele mai accesate articole (produse) de pe site-ul dvs
  - Cele mai bune cuvinte cheie referer (cuvintele cheie căutate pe Google care v-au adus vizitatori)

## RESURSE

Google Trends – [www.google.com/trends](http://www.google.com/trends)

Google Webmasters Guidelines și Google Webmaster Tools – [www.google.com/webmasters](http://www.google.com/webmasters)

Trafic.ro – [www.trafic.ro](http://www.trafic.ro)

Google Toolbar (folosită pentru informații PageRank) – [toolbar.google.com](http://toolbar.google.com)

Principiile de funcționare ale algoritmilor PageRank – <http://en.wikipedia.org/wiki/Pagerank>

## ANEXA A – CUVINTE CHEIE PENTRU UN MAGAZIN DE CADOURI

adidasi	haioase
aniversari	leftin
arta	jocuri
barbati	jucarii
bijuterii	Livrare
birthday	mame
Brelocuri	martisoare
cadou	martisor
cadouri	mobila
Cana	mp3 player
Cani	obiecte
carte	oferta
carti	oferta speciala
ceasuri	oferte
copii	parfum
iepuras	parfumuri
mos craciun	Paste
mos nicolae	Pasti
ioan	Personalizat
gheorghe	Personalizate
maria	Prompt
Cumpara	Rapid
Curier	sarbatori
Decor	telefoane mobile
Decorativ	Tricouri
felicitare	valentine
felicitari	Vaza
femei	Vaze
Flori	zile de nastere
haine	ziua indragostitilor

## ANEXA B – DIRECTOARE ȘI PORTALE DE LINKURI ÎN ROMÂNIA

1010.ro	directorfirme.ro	linkuri.xro.ro	siteuriweb.ro
25.ro	directorweb.csarmy.com	linkuri-crestine.com	siweb.ro
acidlinks.com	director-web.eu	linkutil.ro	startaici.ro
actiuni.net	directorweb.felicitari-virtuale.ro	linkweb.ro	startpage.ro
adauga.com	director-web.ipsum.ro	looker.ro	stocuri.com
add-url.ro	director-web.k24.ro	lumeaparintilor.ro	supersites.ro
adevarate.net	director-web.net	lynk.md	supertop.ro
adfree.ro	director-web.phg.ro	lynk.ro	teohost.ro
adresa.ro	directorweb.ro-licitatii.com	media-advertising.ro	top1.ro
adSmarty.com	directory.cehash.com	memo.ro	top25.ro
afaceriagricole.net/director.html	directory.skullbox.info	mishu.ro	top30.ro
afla.ro	dmoz.org	murfi.com	top300.ro
afluacum.ro	e-catalog.ro	mydesktop.ro	top40.ro
agroInfo.ro	ecompara.ro	mydir.ro	top66.ro
anunt.look4u.ro	edex.ro	odp.ro	top77.ro
anuntnou.com/dir	elinks.ro	online-top.ro	topdirectorweb.ro
arhivarul.ro	elinkuri.ro	optimizare-site.com/director-site	toplins.ro
arttouse.ro	emaxim.ro	optimizare-web.eu	topx.ro
astazi.net	enigma.ro/2	pagini.info	tot.lx.ro
atat.ro	epagini.com	pealese.com	totaltop.ro
backlinks.ro	etester.ro	pe-internet.ro	trafic.ro
banx.ro	etrafic.info	phg.ro	trafictriplu.ro
blogcatalog.ro	euroid.ro	ponturifierbinti.com	trafix.eu
bluelime.info	fast.ro	portal.okey.ro	transilvania.info
bookmysite.ro	federal.ro	portal.ro	tre.ro
botosani.einformatii.ro	fera.ro	portal.rovt.ro	urls.ro
boxlinks.ro	fpld.net	portal.traficdublu.ro	use.ro
bumerang.ro	ghiddespre.ro	portalroman.com	util21.ro
businessline.ro	ghidwww.ro	portalseo.ro	volutau.ro
cartiagricole.ro	go2net.ro	portalsportiv.com	vrancea.ro
categorii.ro	gofind.ro	prodiretor.net	vreau.com
cauta.voinics.ro	googler.ro	prolinkdirectory.com	vti.ro
clicklink.ro	goro.ro	promovare-site.ro	w1.ro
clickme.ro	haabaa.ro	promus.ro	web.kis.ro
clink.ro	hei.ro	publionline.ro	web.ro-flash.ro
colector.ro	hot100.ro	punctcom.com	webdir.ws
copii.org	hotstop.ro	radnet.ro/dir	webdirectory.regele.ro
crestinortodox.ro	idilis.ro	rank-up.ro	webdirectory.rol.ro
cromnet.ro	idir.ro	rdt.dordetara.ro/links/index.php	webindex.ro
culture.ro	index.zona.ro	Resurse.com	weblinks.ro
cuvintecheie.ro	index2000.ro	revistamarket.ro	webmesteri.com
dir.acasa.ro	indexsite.ro	rocatalog.com	web-top.org
dir.gofind.ro	informatii24.ro	rodiretor.com	web-top.ro
directoare-web.ro	inscrie.com	rodiretor.ro	webtopweb.com
director.astromagie.com	inscrie-te.ro	roindex.ro	weburl.ro
director.crosmedia.ro	intelinews.ro	rol.ro	welldir.ro
director.drupal.ro	lozoo	rol.ro	west.ro
director.evolink.ro	itbox.ro	romaniaindex.ro	whr.ro
director.evomedia.org	ivis.ro	romania-on-line.net	wol.ro
director.k7.ro	k24.ro	Romania-On-Line.net	wonder.ro
director.lizardesign.ro	kataremata.ksd.ro	romania-worldwide.info	woow.ro
director.netflash.ro	laiasi.ro	ro-media.net	xchange.ro
director.netul.ro	ldmstudio.com	ro-pix.com	xcom.ro
director.okay.ro	legaturi.ro	roportal.ro	xweb.ro
director.online-gratuite.ro	linkpedia.ro	ropromo.net	yup.ro
director.pentrunoi.net	linkpro.ro	rotl.ro	yup.ro/directory.php
director.ropedia.info	links24.ro	sageata.com	zoohoo.ro
director.solutii-web.ro	linktop.ro	sebis.ro	zoot.ro
director.webdoize.ro	linkuri.haioase.ro	sebis.ro/index.php?site=sglinks	
director.xpower-studios.net	linkuri.ro	site-uri.ro	

## ANEXA C – LISTA CELOR MAI RELEVANTE PORTALURI SOCIALE

Adult FriendFinder	Geni.com	Nettby	Twitter
Advogato	Gossipreport.com	Nexopia	V Kontakte
ANobii	Grono.net	Ning	Vox
aSmallWorld	GuildCafe	Odnoklassniki.ru	WAYN
ASUIsTalking	Habbo	OkCupid	WebBiographies
Avatars United	hi5	Orkut	Windows Live Spaces
Badoo	Hospitality Club	OUTeverywhere	Wis.dm
Bahu	Hyves	Passado	Xanga
Bebo	imeem	Passportstamp	XING
Biip	IRC-Galleria	PerfSpot	Yahoo! 360°
BlackPlanet	iWiW	Plaxo	Yahoo! Mash
Broadcaster.com	Jaiku	Playahead	Yelp, Inc.
Buzznet	kaioo	Pingsta	Youmeo
Cake Financial	Last.fm	Pownce	Zoomr
Capazoo	LibraryThing	ProfileHeaven	Zude
Care2	lifeknot	RateItAll	Blue Dot
Classmates.com	LinkedIn	Ravelry	BookmarkSync
Cloob	LiveJournal	Reunion.com	CiteULike
College Tonight	LunarStorm	Ryze	Connotea
Consumating	MEETin	scispace.net	delicio.us
CouchSurfing	Meetup.com	Shelfari	Digg
Cyworld	MiGente.com	Skyrock Blog	Diigo
DontStayIn	Mixi	Sonico.com	Furl
Experience Project	mobikade	Soundpedia	GiveALink.org
Elftown	MocoSpace	Sportsvite	Linkwad
Facebook	MOG	Stickam	Ma.gnolia
Faceparty	MultiPLY	StoryMash	Mister Wong
Flixster	Muxlim	Student.com	Mixx
Flickr	MyChurch	StudiVZ	My Web
Fotolog	MyHeritage	Tagged.com	Newsvine
Friends Reunited	My Opera Community	TakingITGlobal	oneview
Friendster	MySpace	Taltopia	Propeller.com
Frühstückstreff	myYearbook	TravBuddy.com	Reddit
Fubar	Nasza-klasa.pl	Travellerspoint	Simpy
Gaia Online	Nabuur	tribe.net	SiteBar
Gather	Netlog	Tuenti.com	StumbleUpon