

Sorin Drăghici (DWF): Anul 2020 a fost un an traumatic din punct de vedere al imprevizibilității, dar ne-a deschis o nouă viziunea

24 septembrie 2021 · Interviu

Interesul companiilor pentru awareness este din ce în ce mai mare și s-a declanșat în iulie anul trecut, odată cu lockdown-ul. Foarte multe afaceri s-au aflat în dificultate și au căutat canale alternative de vânzare. Online-ul a fost la îndemână și a devenit brusc de interes, spune Sorin Drăghici, Managing Partner DWF – Genuine SEO Agency.

„Multe companii solide pe offline au început să se intereseze și să investească în această direcție. Acest moment a reprezentat pentru noi o oportunitate fantastică. Aș dori să exemplific două categorii de companii.

În primul rând erau lanțuri de magazine care vindeau doar offline și în momentul lockdown-ului au rămas fără surse de venit și erau branduri sau companii care aveau canal de distribuție tradițional și aveau și online, dar acestuia din urmă nu-i acordau o atenție deosebită.”

În momentul acela vânzările din online au început să genereze venituri foarte mari și companiile au început să prioritizeze acest canal prin investiții. Creșterea acestui trafic organic nu se realizează însă peste noapte.

„Noi i-am ajutat cu date despre piață, să facă anumite business case și este o construcție care se face treptat, astfel încât să capteze cât mai mult din piața existentă care este în creștere. Aplecându-și atenția către digital și observând câte căutări se realizează în online au fost dispuși să investească și să aștepte pentru a cuprinde tot mai mulți clienți.”

O viziune nouă

Anul 2020 a fost un an traumatic din punct de vedere al imprevizibilității, mărturisește Sorin Drăghici. În martie-aprilie s-au speriat foarte mulți antreprenori, dar per total „pentru noi a fost poate cel mai bun din perspectiva veniturilor și proiectelor pe care le-am inițiat”, mai spune acesta.

„Pot da ca exemplu angajările. Gândisem în 2019 capacitatea noastră pentru următorii 3 ani pentru maxim 35 de persoane. Venind pandemia și toată această direcție de work from home ne-a permis să facem mai multe angajări decât capacitatea noastră fizică de lucru. Și nu vorbesc doar de angajați din București, ci și din alte orașe ale țării sau chiar din afară.”

Acest lucru le-a deschis o nouă viziunea, într-o altă direcție, mărturisește Sorin Drăghici, care menționează că aceasta a venit cu plusuri dar și cu minusuri. În primul rând el remarcă faptul că s-a schimbat foarte mult cultura organizațională.

„Dacă înainte interacționam foarte mult la birou, acum trebuie să planificăm aceste interacțiuni și să facem întâlniri online pentru a păstra acest sentiment de apartenență. Înainte ne unea biroul, dar acum este foarte greu de a transmite acest sentiment.”

În 2021, datorită cererii și creșterii accelerate de campanii în online au existat două variante: filtrarea clienților sau construirea unei infrastructuri care să le permită să ajute toți clienții.

„A trebuit să angajăm un HR manager pentru a putea dezvolta echipa. Nu doar nouă ni s-a întâmplat acest lucru, ci în toată piața în general. Profilul oamenilor pe care îi aducem nu este neapărat legat de digital. Acum aducem oameni și din industrii conexe, care știu să facă business și devine responsabilitatea noastră să-i învățăm componenta aceasta de digital.”

Despre DWF

DWF este o agenție de digital marketing construită în jurul performanței, tehnologiei și datelor. Agenția reunește specialiști din SEO, Paid Media, Social Media, Content și AI pentru a dezvolta strategii integrate și a transforma obiectivele de business în rezultate măsurabile.

Contact pentru presă

Mona Ilie, Contact relații media

mona@dwf.ro

Comunicat publicat pe <https://dwf.ro/companie/comunicate-de-presa/sorin-draghici-2020-an-traumatic-noua-viziune>