

## E-Comunicare

În ultimul deceniu, online-ul a început să însemne mai mult decât web design, deși de aici pleacă totul, de la un site profesionist. Online-ul a început să însemne un dialog continuu între oameni, o permanentă ocazie de oferire a unui feedback față de orice informație ne este pusă la dispoziție.

În această eră **rețelele sociale** au câștigat teren incredibil de mult. Toate acestea s-au întâmplat dintr-o rațiune destul de simplă: ele permit elementul surpriză și-l încadrează perfect în context, fie că scopul comunicării este strict informativ, fie că face referire la promovare. Rețelele sociale sunt încoronate ca regine ale interactivității.

De la site-uri în HTML și web design ajungem, așadar, la Facebook, Twitter, Instagram și la un nou mod de a comunica.

### Obiective ale comunicării online

- Generarea notorietății
- Crearea de lead-uri
- Creșterea ratei de impact a informației prezentate către public
- Îmbunătățirea ratei de engagement a publicului
- Creșterea vânzărilor
- Fidelizare

În cele din urmă, toate aceste obiective s-au rezumat mereu într-un scop final și concret în lumea virtuală, anume *prezența online pe o poziție cât mai avantajoasă, pentru a putea beneficia de cât mai multe avantaje ale acestui mediu.*

### Tipuri de e-comunicare:

- E-Mail
- Rețele de socializare
- Forum-uri
- s.a.

**E-mailul** sau **poșta electronică** desemnează sisteme pentru transmiterea sau primirea de mesaje, de obicei prin [Internet](#). Tot „e-mailuri” („correspondențe”, „mesaje”) se numesc și mesajele individuale trimise prin aceste sisteme. Cuvântul provine din [engleză](#) de la *electronic mail*, poștă electronică. Uneori pentru e-mail se mai întrebuițează și denumirea simplă *mail*.

Primul e-mail a fost trimis în 1971 de către programatorul Roy Tomlinson.

Încă de la apariția sa, [internetul](#) a fost într-o reală cursă contra cronometru, dezvoltând și punând bazele unei noi modalități de comunicare. Prin intermediul acestei posibilități

și datorită multitudinii de canale puse la dispoziție, Internetul a reprezentat cel mai mare punct de reper în ceea ce privește comunicarea.

Într-un mediu atât de concurențial și aflat în continua mișcare, poziția informației determină notorietatea și succesul mesajului sau lipsa de vizibilitate și decăderea sa. În mediul online totul circulă cu o altă viteză, așa încât, specialiștii sunt întotdeauna preocupați de mai mult, mai bine, mai corect și mai ales MAI SUS. Performanța este cea care dictează tendințele în acest mediu, așa încât comunicarea în mediul online trebuie să fie în continuă mișcare ascendentă pe scala performanței.

**Realizat de: Ceban Anamaria si Braniste Sergiu**