



## МОДУЛ 11

Поемам инициативата

### Очаквани резултати от обучението

Тук ще научите:

- Как можете да поемете индивидуална и групова отговорност в зелените бизнес дейности.
- Как да идентифицирате дигитална идентичност и как да защитите репутацията си онлайн.
- Как да подобрим и интегрираме ново съдържание и информация, за да създадем ново и достъпно съдържание.



Фигура 1: Идентичност

## Основна информация



В този последен модул ще научите методи за поддържане на върха на вашия зелен бизнес.



Този модул съдържа шест упражнения.



Ще ви трябват 15 часа, за да завършите модула.



Необходими са ви 66% верни отговори, за да преминете през този модул.



Ваши лектори са Тициана и Михаел.

### ОТКАЗ ОТ ОТГОВОРНОСТ ЗА ВЪНШНИ ВРЪЗКИ

Този модул съдържа хипервръзки към външни уебсайтове.

Тези външни връзки се предоставят за удобство и с информационна цел.

Само; те не представляват потвърждение или одобрение от Go4DiGREEN на който и да е от продуктите, услугите или мненията на корпорацията, организацията или физическо лице.

Go4DiGREEN не носи отговорност за точността, законността или съдържанието на външните.

Сайт или за този на следващите връзки. Използвайте на свой собствен риск.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не означава одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите, и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в него.



# Съдържание

<b>ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО .....</b>	<b>0</b>
<b>ОСНОВНА ИНФОРМАЦИЯ .....</b>	<b>0</b>
<b>ДОБРЕ ДОШЛИ В МОДУЛ 11.....</b>	<b>3</b>
<b>ПОЕМАНЕ НА ИНДИВИДУАЛНА И ГРУПОВА ОТГОВОРНОСТ В ЗЕЛЕНИТЕ БИЗНЕС ДЕЙНОСТИ: ЛИДЕРСКИ ФАКТОРИ .....</b>	<b>3</b>
<b>Поемане на отговорност за себе си .....</b>	<b>5</b>
Изкуството да се самоуспокояваш .....	7
<b>Групова отговорност – поемане на отговорност за другите .....</b>	<b>18</b>
Шест умения за лидерство и групова отговорност .....	19
<b>ДИГИТАЛНА САМОЛИЧНОСТ И КАК ДА ЗАЩИТИТЕ РЕПУТАЦИЯТА СИ ОНЛАЙН? .....</b>	<b>26</b>
<b>Какво е цифрова самоличност? .....</b>	<b>26</b>
Физическа идентичност срещу цифрова идентичност (също идентичност 2.0)...	26
Какви права са свързани с цифровата самоличност? .....	29
<b>Какво е цифрова репутация?.....</b>	<b>29</b>
Разлика между цифрова идентичност и цифрова репутация: .....	29
Как да се грижим за дигиталната си репутация? .....	31
Общият регламент за защита на данните (GDPR): .....	31
Правото да бъдеш забравен: .....	32
<b>КАК ДА ПОДОБРИМ И ИНТЕГРИРАМЕ НОВО СЪДЪРЖАНИЕ И ИНФОРМАЦИЯ, ЗА ДА СЪЗДАДЕМ НОВО И ДОСТЪПНО ЗЕЛЕНО СЪДЪРЖАНИЕ.....</b>	<b>34</b>

<b>Видове дигитален маркетинг .....</b>	<b>34</b>
Маркетинг в социалните медии .....	35
Маркетинг на съдържанието .....	35
Партньорски маркетинг .....	36
Маркетинг по електронна поща.....	36
<b>Достъпност за вашето съдържание .....</b>	<b>37</b>
Предимства на достъпността .....	39
Обикновен език .....	41
<b>РЕФЕРЕНТЕН СПИСЪК.....</b>	<b>43</b>
<b>СПИСЪК С ФИГУРИ .....</b>	<b>44</b>

## Добре дошли в Модул 11

Сега започвате третия и последен основен обучителен блок от тази поредица модули. Под заглавие „Осъществявам своя зелен бизнес“ отново има 5 модула. Този модул с името „Прилагам своите компетенции“ е конкретно за следното:

В първия раздел ще разгледате темата за отговорността. По-конкретно, става въпрос за това как вие, като основател предприемач, можете да поемете отговорност за себе си. Освен това става въпрос за това как можете да поемете отговорност за другите с вашата компания. Важна ключова дума в този контекст е лидерството.

Следващият раздел е за вашата цифрова самоличност и как можете да защитите репутацията си онлайн. Ще научите какво означава цифрова идентичност. И ние обсъждаме как можете да се грижите за цифровата си репутация. Важни ключови думи в този контекст са Общият регламент за защита на данните и „Правото да бъдеш забравен“.

Последният раздел на този модул ще се фокусира върху подобряването и интегрирането на ново онлайн съдържание. Ще научите за четири различни типа дигитален маркетинг и ще обсъдим някои принципи за достъпност. Целта е да достигнете до възможно най-много клиенти.

## Поемане на индивидуална и групова отговорност в зелените бизнес дейности: Лидерски фактори

Защо е особено важно предприемачите да поемат отговорност?

Когато решите да поемете отговорност, вие също така избирате да бъдете активни, да оформяте и да имате думата в това, което се случва.

Ще започнете своя зелен бизнес. И с това вие също искате да поемете отговорност за околната среда.

Но какво точно означава да поемеш отговорност? В думата отговорност има думата "отговор". Става дума за развиване на реакции в себе си към

- ситуациите, които срещате отвън
- и към вътрешните движения, чувства и мисли

### ОТГОВОРНОСТ



За да направите това, трябва да поемете отговорност. Или казано по друг начин: За да създадете екологична компания, трябва да намерите отговори. Трябва да поемете отговорност за себе си и за другите. Така че трябва да намерите отговори за себе си и за другите. И това е темата на следващата глава. Започваме с това как най-добре да поемете отговорност за себе си. Правим това, защото сме убедени, че първо трябва да поемете отговорност за себе си, преди да можете да поемете отговорност за другите.

## Поемане на отговорност за себе си

Можете съзнателно да поемете отговорност за себе си и живота си, като си задавате следните два въпроса отново и отново:

Какво искам и от какво наистина имам нужда?

Да поемете отговорност за себе си означава да разберете какво наистина искате и какво определено не искате.

Какво ви движи и какво ви привлича? Какво ви кара да започнете зелен бизнес?

Това, което ви привлича, обикновено е това, което ви прави щастливи в живота ви.

Запитайте се тук:

Кой е отговорен за това, че съм щастлив, за това, което чувствам и правя?

Ясно е, че сте вие.

Успявате ли да развиете реакция, за да се почувствате по-добре?

**След това поемете отговорност.**

За да се чувствате наистина добре и щастливи е важно да знаете какво иска най-съкровеното ви!



Спомнете си главата Мотивация в **Модул 10**.

Там научихте за **петте основни нужди** според Уилям Гласър.

Ето едно много кратко повторение: Основните нужди са нашата движеща сила, защото за всички е неприятно, когато не са задоволени.

Когато една потребност не е задоволена или е застрашена, в нас възниква съответното неприятно чувство. И това чувство ни подтиква да действваме така, че положението ни отново да се подобри и отново да се почувстваме по-добре.



Така че най-съкровеното ви винаги иска петте ви основни нужди да бъдат задоволени!

И също така, като повторение! Това са петте основни нужди:

- Сигурност
- Обич и принадлежност
- Свободата
- Сила
- Забавление

Опитайте сами!

Когато вашите нужди са задоволени, вие сте удовлетворени и тялото ви може да се отпусне и да се отпусне. А когато тялото ви е отпуснато и отворено, ви е по-лесно да намерите добър отговор на вътрешните и външните обстоятелства.

От друга страна, когато тялото ви е напрегнато и нащрек, то ви играе номер: реагира толкова бързо, че не можете да размислите и да поемете отговорност.





Когато някой се страхува, дълбоко е тъжен или ядосан, може ли тя или той да вземе добро решение? Може ли тя или той все пак да поеме отговорност, така че нейната или неговата реакция да е добра за него или него и за хората около нея или него?

Отговорът е НЕ.

Ето защо е изключително важно да практикувате едно нещо преди всичко:

### Искусството да се самоуспокояваш

Важно е да практикувате как да намерите безопасност и релаксация в собственото си тяло. Това е важно, защото...

Можете да поемете отговорност само ако сте честни със себе си!

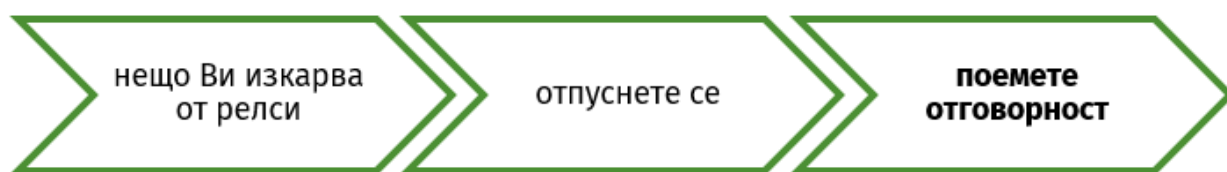
Така че основната отговорност, която имаме в живота, е да продължим да се свързваме отново със себе си.

Каква ситуация си спомняте, когато сте реагирали по начин, който е накарал вас или друг човек да се почувства по-зле след това?

Много, много важно е да отделите време, за да се успокоите, когато нещо ви извади от релси, вътрешно или външно: това са моментите, в които се задействате и не можете да мислите трезво!

Когато сме задействани, ние вече не сме свързани с тук и сега. В нашия мозък се активират стари връзки. И вече не реагираме адекватно на настоящата ситуация.

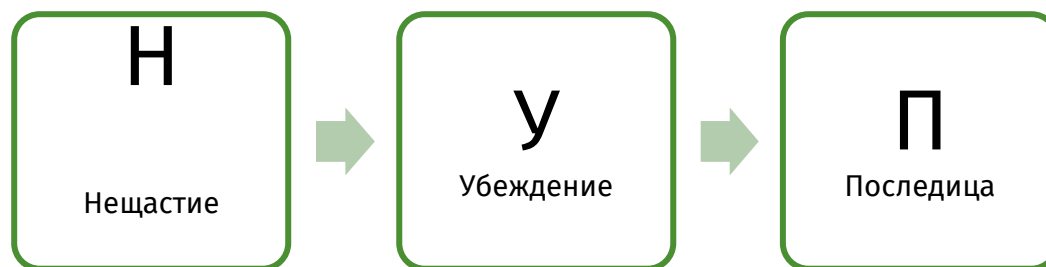
Можете ли адекватно да поемете отговорност за това, което се случва тук и сега, когато сте разстроени? Не, защото вече изобщо не присъствате реално. Ето защо е толкова важно да се научите да се успокоявате, за да се върнете в настоящето.



Това е метод, който ви помага да се успокоите и да поемете отговорност.

Повечето от нас реагират по определен начин, когато ни се случи нещо негативно. Когато сме в беда, ние веднага сме склонни да намерим обяснение защо се е случило това нещастие. Убежденията ни за причината за нещастията предизвикват нашата реакция – как се чувстваме и как се чувстваме.

Д-р Албърт Елис, който работи в областта на когнитивната психология в продължение на десетилетия, разработи модела НУП. Този модел може да ни помогне да разберем как реагираме на бедствието:



Н	е несгодата - ситуацията или събитието.
---	---

У	е нашето убеждение - нашето обяснение защо се е случила ситуацията.
П	е следствието – чувствата и поведението, които нашата вяра произвежда.

Нека направим пример, за да разберем по-добре 3-те точки на този модел:

Джулия е атлетична млада жена, която обича да се храни здравословно. Един ден тя открива, че не е била поканена на нетуъркинг среща за млади предприемачи. Но нейната приятелка Джени много е получила покана. Юлия си мисли:

Джени винаги е канена, аз никога. Аз няма късмет! Никога няма да успея с бизнеса си!

Тя става много тъжна, не ходи на джогинг, а вместо това изядва кутия шоколадови бонбони.

И така, какви са НВП в този сценарий?

H = Нещастие

Тя не беше поканена на срещата за работа в мрежа за млади предприемачи, на която беше поканен нейният приятел .

B = Убеждение

"Аз съм такъв загубеняк! Никога няма да успея!"

C = Последствие

Тя се чувства тъжна, дори депресирана. Тя няма мотивация да бяга и изяжда цяла кутия шоколад, въпреки че залага на по-здравословен начин на живот.

Ето още една реакция:

Ето НУП модел, показващ как друг човек, а именно Анна, реагира на същата ситуация:

Разочаровашо е, но всъщност не познавам много добре организатора на тази среща. Джени го познава много по-добре. Сигурно това е причината да не ме поканят. Ще се свържа с него и може би следващия път ще ме поканят.

Тя отива на джогинг, след това тя се обажда на приятел, за да гледат филма заедно.

Нещастията остават същите, но убеждението е различна. Мисълта, че не е поканена, защото "не познавам много добре организатора" помага на Анна:

<b>П</b> <b>Последствия</b>	да се освободим от първоначалните чувства на разочарование
	прави неща, които ѝ помагат да види себе си по-положително
	и се наслаждава на остатъка от деня

### Основни умения за устойчивост

Моделът ABC може да ни помогне да развием основни умения за устойчивост: регулиране на емоциите, контрол на импулсите, причинно-следствен анализ и емпатия.

Какво означават тези думи?

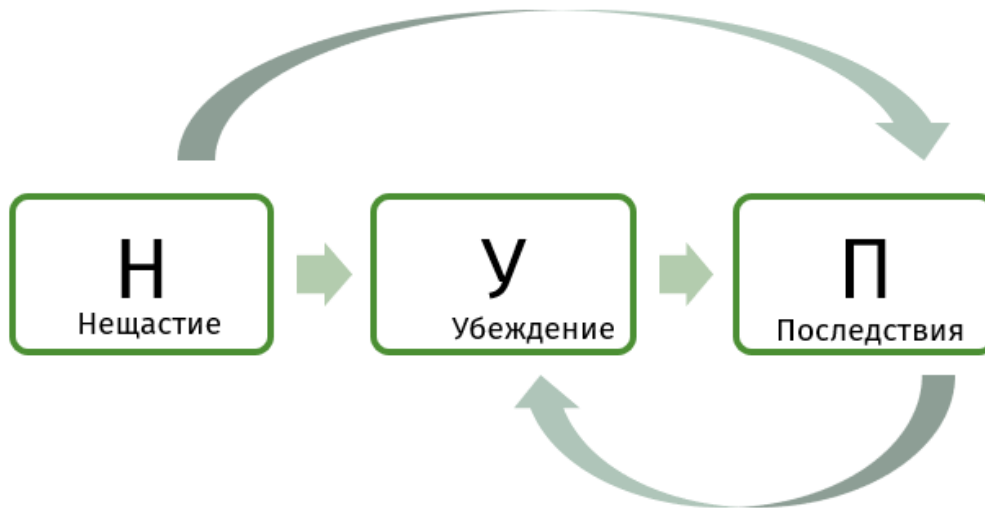
Регулиране на емоциите	Регулирането на емоциите означава да можете да се справяте със собствените си емоции. Хората, които могат да регулират емоциите, могат да повлияят на вида, интензивността или продължителността на емоциите в определена посока.
Контрол на импулса	Хората с контрол на импулсите могат да управляват поведението си към самоналожени цели. Те могат да контролират собствените си емоции съзнателно и с намерение. И те могат да оценят

	последствията от поведението си и да действат съответно.
Причинно-следствен анализ	Устойчивите хора са гъвкави в мислите и действията си. Те могат да идентифицират причините за негативното преживяване и едновременно с това да променят гледната точка. Вместо да попитате "Защо аз?" те гледат напред и питат: "За какво е това?"
Емпатия	Емпатичните хора са добри в това да се поставят на мястото на другите. Те могат да се приспособят добре към колегата си и да се отнасят деликатно с другите човешки същества. Тази способност им позволява - по-добре от другите - да изградят истински и дълбоки връзки с техните събратя.

### Как да приложим модела ABC

Помислете за скорошно негативно събитие.

След като опишете Н, преминете към У и след това попълнете П.



Можете също да преминете от Н към У към П.

Изберете метода, който работи най-добре за вас.

<b>Н</b>	<b>Опишете събитието обективно. Отговори на тези въпроси:</b> <b>Кой? Какво? Където? Кога?</b>
<b>У</b>	Опишете вашите мисли за нещастията: Как си обяснявате защо се случи това събитие?
<b>П</b>	Обърнете внимание на чувствата и действията си.

Какво се случва, когато поставите под съмнение вярванията си?



Като поставяте под въпрос своите вярвания, вие стигате до по-реалистични убеждения, чувствате се по-добре и най-вече: оставате способни на действие и можете да поемете отговорност !



- Н е несгодата - ситуацията или събитието.
- У е нашето убеждение – нашето обяснение защо се е случила ситуацията.
- П е последствието - чувствата и поведението, които нашето убеждение предизвиква.

### Какви са възможните ABC в следните примери?

Опитайте се да бъдете съпричастни със ситуацията колкото е възможно повече и след това отговорете писмено на следните точки:

- **Несгода** : Опишете със собствените си думи ситуацията или събитието
- **Убеждението не е устойчиво** : Какво би било убеждението на участващия човек, което не е устойчиво
- **Устойчивост на убеждението** : Какво би било убеждението на участващия човек, което е устойчиво
- **Последието не е устойчиво** : Имайки предвид убеждението, че не е устойчиво, какви биха били възможните неустойчиви последици за засегнатото лице?
- **Устойчивост на последиците** : Имайки предвид вярата в устойчивостта, какви биха били възможните устойчиви последици за засегнатото лице?

## УПРАЖНЕНИЕ 1



### М 11\_Е 1: Поемане на отговорност

Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .

- Ахмад е млад предприемач, който е кандидатствал за финансиране на своя бизнес идея. Сега той получава отказ по следната причина: Неговият бизнес план не предоставя достатъчно информация за това как иска да реализира своята бизнес идея.

Несгода	
Убедението не е устойчива	
Устойчиво убеждение	
Последствията не са устойчиви	
Устойчиви последствия	

- Амира иска да започне собствен бизнес. Тя иска да преработи дрехите втора употреба и да постави своето лого на всяко парче. Но миналата седмица тя откри, че няма място за нея в центъра за компетентност. Тя искаше да създаде своя бизнес там, докато стане достатъчно финансово успешна, за да наеме или закупи помещенията си.

Несгода

Убеждението не е устойчива

Устойчиво убеждение

Последствията не са устойчиви

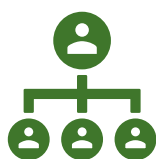
Устойчиви последствия

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Групова отговорност – поемане на отговорност за другите

Когато стартирате зелен бизнес, вие също поемате отговорност за своите близни. Поемането на отговорност има много общо с лидерството. Ето защо сега искаме да разгледаме по-отблизо този термин.

Лидерите са изправени пред предизвикателството да превърнат



възможностите във вдъхновяващи визии за другите. За да започнете своя зелен бизнес, неизбежно ще трябва да пуснете на пазара своята концепция или продукт. От вас ще зависи да превърнете идеята си в действие и да

увеличите максимално възможностите.

С прости думи, лидерството означава поемане на рискове и оспорване на статуквото. Лидерите мотивират другите да постигнат нещо ново и по-добро.

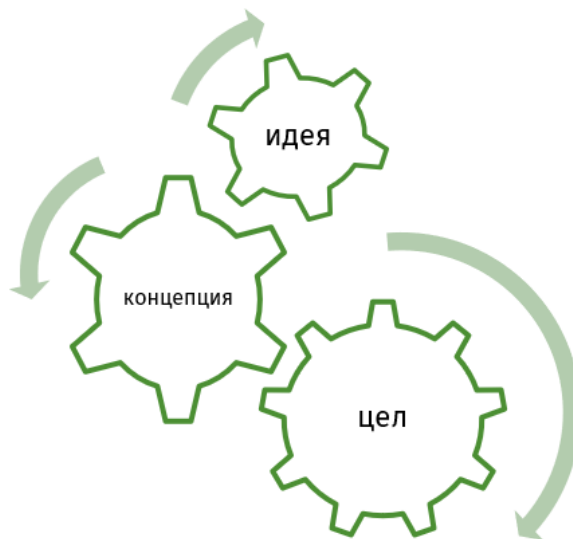


Запомнете: В **модул 3** се занимавахте интензивно с темата за **меките умения**. Там разделихме меките умения, както следва:



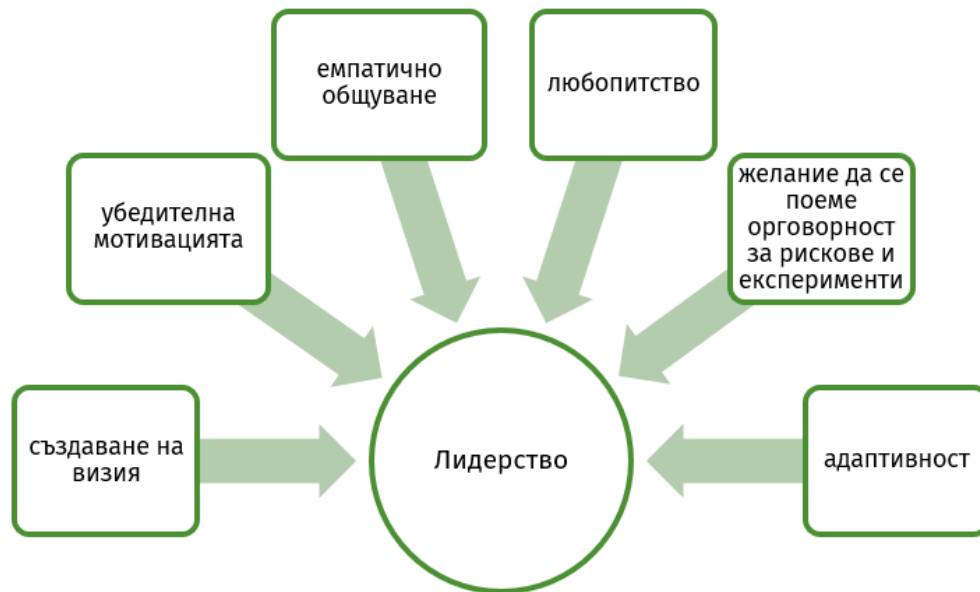
Във всяка от тези три области ще намерите много качества, които са и лидерски качества. Защото: Това са качества, от които се нуждаете, за да можете да поемате отговорност за другите.

В Модул 3 погледнете отново описаните меки умения и проверете за всяко меко умение: Това меко умение лидерско умение ли е?



## Шест умения за лидерство и групова отговорност

Сега бихме искали да отидем малко по-далеч и да ви представим модел, който обобщава най-важните лидерски умения:



### Създаване на визия

Развиването на визия има много общо със страстта. Силната визия е способна е да увлече хората и да ги вдъхнови. Предпоставката за това е емоцията и вдъхновението. Трябва да вдъхновявам и да съм осезаем.



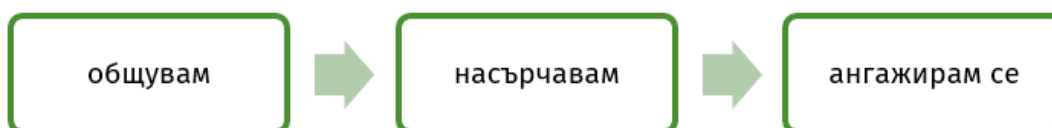
Фигура 2: Създаване на визии

Силната визия е тясно свързана с въпроса защо. Добрата визия (картина на бъдещето) се създава, когато знаем какво ни движи. Какво ни кара? Отговор: нашите нужди! Добрата визия отчита нашите нужди.

Членовете на екипа няма да могат да съсредоточат всичките си усилия върху постигането на бизнес целите, ако не са сигурни относно визията на бизнеса и получават противоречиви съобщения с течение на времето. Обратно, чрез ясно дефиниране на бизнес визията, мисията и целите и тяхното укрепване с едно и също послание с течение на времето, бизнес целите се вкореняват в екипа.

### Убедително предайте мотивацията

За да изградите успешно зеления си бизнес, имате нужда и от хора, които ви подкрепят и са ентузиазирани за вашата визия. Ето защо е важно да можете да мотивирате други хора. Тук не става въпрос предимно за парични средства. Става дума за каузата, за визията, която трябва да постигнем заедно.



### Емпатично общуване



Запомнете: В **Модул 3** научихте и за емпатията в главата „Емпатия към другите и активно слушане – други мнения като възможност за нови идеи“.

Следователно емпатията, т.е. способността за общуване и разбиране на другите, също е важна за успешното лидерство. И емпатията не е свързана със съчувствие или съжаление. Емпатията е по-скоро способността да се подхожда към другите хора неутрално, без предубедени (предварителни) оценки. Когато сътрудничеството се характеризира с това, шансът за успешна комуникация е много по-висок. Хората се чувстват разбрани и са по-склонни да си сътрудничат.

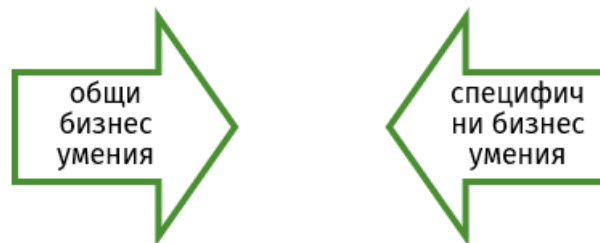
### Любопитство

Силният лидер непрекъснато се стреми да се подобрява. Лидерите трябва да са любопитни. Те трябва да се учат и да растат постоянно. Те никога не трябва да спират да се стремят да подобрят себе си, своя персонал и процедурите на компанията и да създават нови инициативи.

Със своето любопитство те вдъхновяват другите да направят същото, да мислят „мащабно“ и да поемат по нови пътища.



Въпреки че предприемаческият лидер може да не изисква най-напредналите технологични способности в своя бизнес, той трябва да може да управлява екипа ефективно. Разбирането и познаването на това как функционира бизнес процесът, техническите подробности и спецификациите за предоставяните услуги и продукти са от съществено значение.



### **Бъдете готови да поемате рискове и да експериментирате**

Да преследваш визии означава да се осмелиш да направиш нещо ново, а това винаги е свързано с известен риск. Лидерите са наясно с това.



Запомнете: В **Модул 5** се занимавахте интензивно с темата за „идентифициране на рисковете“, когато научихте как да прилагате **SWOT анализа**.

Да имаш лидерство също означава да имаш увереност в собствените си сили. Това означава да сте готови да се откажете от старите структури и да поемете по нови пътища. Грешките се признават и се разглеждат като възможност да се поучим от тях.

### Да можеш да се адаптираш

Някои от най-успешните стартиращи бизнеси бяха възможни само защото предприемачите бяха готови да се обърнат. Без значение как се проучва концепцията на компанията или колко е сигурно, че ще успее, непредвидени събития и пазарни промени могат да рискуват шансовете за успех. Лидерът на предприемача трябва да е готов да адаптира и трансформира бизнеса, което също може да включва значителни промени в бизнес плана. Това е от съществено значение, особено когато компанията трябва да замени остарелите услуги и продукти.



## УПРАЖНЕНИЕ 2



### Групова отговорност – Моите лидерски умения

**Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .**

Вече знаете това от Модул 3. Сега става въпрос за вашите лидерски умения. За това упражнение продължете по същия начин, както в упражнение 2 в Модул 3. За всяко от шестте лидерски умения,

- създаване на визия
- убедително съобщават мотивацията
- емпатично общуване
- като любопитен
- желание да поемат рискове и да експериментират
- да можеш да се адаптираш

Отговорете възможно най-подробно на следните въпроси:

**Къде съм показал това мое умение ?**

- Помислете за ситуацията, възрастта си, контекста

**Как показах това умение ?**

- Какво конкретно сте направили ?

**Какво постигнах с него?**

- Какво бихте могли да внесете, промените, повлияете?

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Дигитална самоличност и как да защитите репутацията си онлайн?



Фигура 3: Цифрова идентичност

### Какво е цифрова самоличност?

Накратко, цифровата самоличност се основава на информация, която хората могат да намерят за вас онлайн.

### Физическа идентичност срещу цифрова идентичност (също идентичност 2.0)

„Идентичността във физическия свят е свързана с поредица от характерни черти на всеки човек, вариращи от име, възраст и пол до академични, културни и социални нива, включително вкусове и предпочитания.

Примери за елементи, свързани със самоличността на дадено лице, са име, фамилия, ID, а в случай на компании, юридическото име на фирмата, марката и/или данъчният номер” (Signaturit, 2017).

„Цифровата идентичност (или идентичност 2.0) се характеризира с поддържането на същата идентифицираща информация, съответстваща на физическия свят, но публикувана в интернет и допълнена от други елементи, като имейл или цифров подпис. Въпреки че това са частни елементи, те позволяват на оторизирани потребители и/или трети страни (собственици на платформи) да имат достъп до лични данни, които идентифицират гражданите във физическия свят” (Signaturit, 2017).



## УПРАЖНЕНИЕ 3



**Групова отговорност – Моята потенциална цифрова идентичност**

**Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .**

Очертайте потенциалната си онлайн идентичност, като създадете списък с вашите лични и силни страни, които планирате да рекламирате онлайн, и решете кои от тях са от съществено значение за рекламирането на вашия бизнес.

Когато завършите упражнението, наменувайте вашия цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Какви права са свързани с цифровата самоличност?

„Цифровата идентичност няма правно признание, но правата, свързани с физическата идентичност, се разширяват към цифровата идентичност и следователно се прилагат към нея. Тези права са част от набор от законови права, които се смятат за резултат от признаването на основните права, присъщи на човешките същества. Сред тях са правото на достойнство, чест, личен живот и имидж. Всички тези права са признати на международно ниво във [Всеобщата декларация за правата на човека](#) (член 12) и Европейската конвенция за правата на човека (член 8)” (Signaturit, 2017). Източник: [blog.signaturit.com](http://blog.signaturit.com)

## Какво е цифрова репутация?

„Дигиталната репутация е представата, която другите имат за вас или вашата марка. Онлайн репутацията на компания или услуга се изгражда благодарение на опита на потребителя и следователно може или не може да повлияе на решението за покупка. Лошата цифрова репутация може да повлияе не само на вашата компания, марка или услуга, но също така, в най-лошия случай, на вашите приятелства, семейство и близък кръг. (ReputationUP, 2021 г.).

## Разлика между цифрова идентичност и цифрова репутация:

Онлайн социалната мрежа LinkedIn дава пример за място, където хората създават цифрови идентичности за себе си. Платформата ви позволява да вмъкнете информация за вашето професионално развитие, образование, език и други професионални умения, както и профилна снимка. Профилите на хората в LinkedIn са пример за тяхната цифрова идентичност (Signaturiat, 2017).

LinkedIn също така предлага опцията да пишете така наречените „препоръки“ за хора във вашата мрежа LinkedIn и да получавате препоръки от други потребители . Получаването на заявка ви позволява да подчертаете своя предишен опит, работна етика и професионално развитие с вашата мрежа. Други потребители могат да видят препоръката, оставена във вашия профил. Препоръките на LinkedIn, оставени в профила ви, са част от вашата цифрова репутация. (Сигнатуриат, 2017).

## УПРАЖНЕНИЕ 4



### **Подготовка за моя професионален профил в LinkedIn**

**Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .**

Направете план за вашия професионален профил в LinkedIn чрез следните стъпки:

- напишете кратко заглавие, което ви представя като предприемач
- напишете кратко резюме за вас – вашата мисия, мотивация, умения и цели
- идентифицирайте ключовите умения, които трябва да посочите във вашия профил
- направете списък с професионални контакти и хора, които можете да помолите да напишат препоръки за вас

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.



## Как да се грижим за дигиталната си репутация?

„Нека да видим, всеки от нас оставя следа през целия си живот. Същото се случва и в интернет; единствената разлика е, че никога не забравя. Пример може да бъде лошо преживяване или действие, което сте имали в миналото и което засяга настоящата ви работа или личен живот. Ето защо трябва да запомните, че можете да упражните правото да бъдете забравени” (ReputationUP, 2021). Източник:

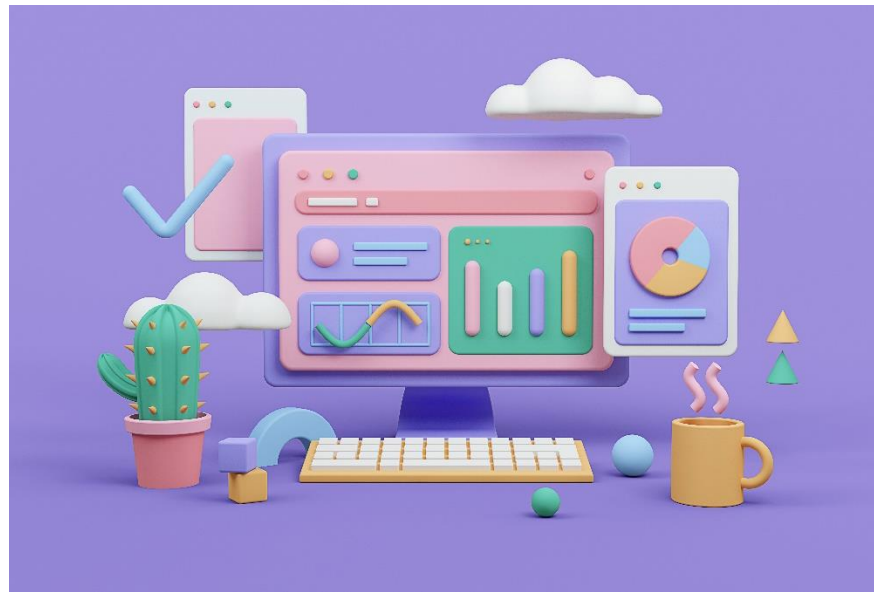
<https://reputationup.com/en/digital-reputation/#h-identity-and-digital-reputation>

## Общият регламент за защита на данните (GDPR):

„GDPR е най-строгият закон за поверителност и сигурност в света. Въпреки че е изготвен и приет от Европейския съюз (ЕС), той налага задължения на организации навсякъде, стига да се насочват или събират данни, свързани с хора в ЕС. Регламентът влезе в сила на 25 май 2018 г. GDPR ще налага сурови глоби срещу онези, които нарушават неговите стандарти за поверителност и сигурност, като санкциите достигат десетки милиони евро“ (Wolford, 2018).

С други думи, европейското споразумение за GDPR гарантира, че личните данни от хора в ЕС, например информацията, която попълвате, за да регистрирате потребителски акаунт на уебсайт или отпечатан формуляр, са защитени съгласно споразумение, подписано от члена държава от Европейския съюз.

Източник: <https://gdpr.eu/what-is-gdpr>



Фигура 4: Общ регламент за защита на данните

## Правото да бъдеш забравен:

„Правото да бъдеш забравен се появява в съображения 65 и 66 и [член 17 от GDPR](#). Той гласи: „Субектът на данните има право да получи от администратора изтриване на личните данни, които го засягат, без ненужно забавяне, а администраторът има задължение да изтрие личните данни без ненужно забавяне, ако е налице едно от няколко условия. За „неоправдано забавяне“ се счита около месец. Трябва също така да предприемете разумни стъпки, за да проверите дали лицето, което иска изтриване, е субектът на данните. (Wolford, 2018).

С други думи: Правото да бъдеш забравен ви позволява да поискате някои от вашите данни да бъдат изтрини в рамките на един месец, ако са налице определени условия, които включват, наред с другото:

- Личните данни вече не са необходими за целта, за която организацията първоначално ги е събрала или обработила.
- Една организация разчита на съгласието на физическо лице като законно основание за обработка на данните и това лице оттегля своето съгласие.

- Една организация разчита на легитимни интереси като своя обосновка за обработката на данните на физическо лице; лицето възразява срещу това обработване и няма по-висш легитимен интерес за организацията да продължи обработването.
- Организация обработва лични данни за целите на директния маркетинг и лицето възразява срещу това обработване.
- Организация е обработила неправомерно лични данни на физическо лице.
- Една организация трябва да изтрие лични данни, за да изпълни законово решение или задължение.
- Организация е обработила данни на дете, за да предложи своите услуги на информационното общество.

(Wolford 2018, член 17, GDPR).

Източник: <https://gdpr.eu/right-to-be-forgotten>

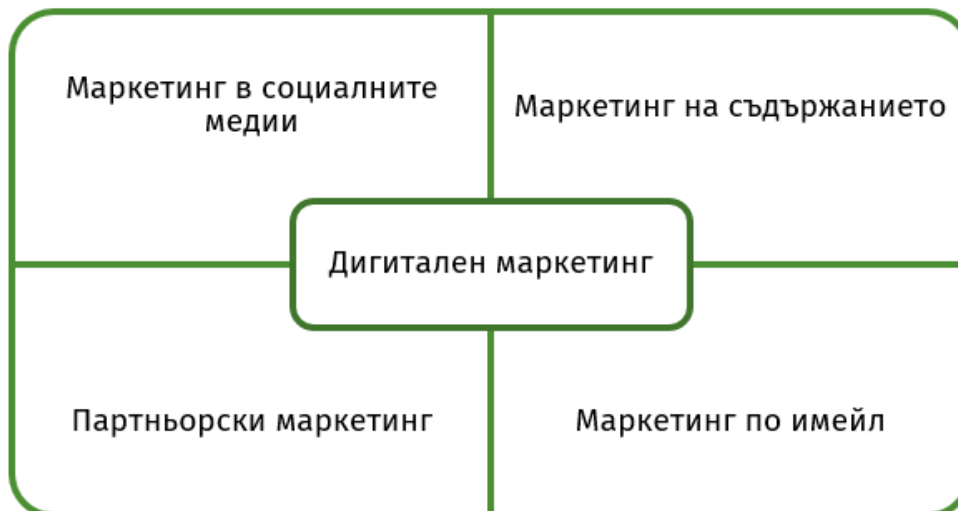
## Как да подобрим и интегрираме ново съдържание и информация, за да създадем ново и достъпно зелено съдържание

Вие сте в процес да станете екологичен предприемач. Има няколко канала, по които можете да информирате клиентите си за вашия бизнес. И е препоръчително да използвате всички канали за вашия бизнес, ако е възможно.

Защото всеки от тези начини да информирате клиентите си и да се свържете с тях има своя собствена стойност.

Ето първи преглед:

### Видове дигитален маркетинг



## Маркетинг в социалните медии

Можете да дадете лице на бизнеса си и лесно да се свържете с потенциални клиенти в социалните си платформи. С други думи, маркетингът в социалните медии ви позволява да „споделяте ценностите, визията и мисията с вашата аудитория“ (Mailchimp, 2021).

Важно е да се отбележи, че основната цел на този тип маркетинг не е непременно да анимира вашата аудитория да закупи вашия продукт, а по-скоро да създаде общност около вашата марка (Mailchimp, 2021).

„Най-популярните платформи за маркетинг в социалните медии са [Facebook](#), [Twitter](#) и [Instagram](#), като [LinkedIn](#) и [YouTube](#) не изостават“ (Mailchimp, 2021 г.).

## Маркетинг на съдържанието

Маркетингът на съдържанието е стратегия, която се фокусира върху увеличаване на продажбите чрез предоставяне на вашите клиенти на подходяща информация, добавяне на стойност към живота им и предизвикване на интерес към продуктите или услугите, които продавате. Маркетинговата стратегия за съдържание не е пряко свързана с продукта или услугите, които се опитвате да продадете. Вместо това предлагането на безплатно информативно съдържание има за цел да увеличи времето, през което потенциалните клиенти се ангажират с вас и вашата марка и да научат за визията на вашия бизнес. Вашият опит и ангажираност с вашата общност относно съдържанието, което редовно споделяте, изграждат доверие и общност около вашите продукти и услуги. Например, ако целта ви е да продадете своя онлайн курс за „готвене на здравословни ястия с местни продукти“, можете да споделите много видеоклипове за готвене във вашия канал в YouTube, където приготвяте ястия и водите зрителите в супермаркета със себе си. Освен това бихте

публикували инфографики в Instagram за хранителната стойност на местни продукти, продавани на фермерския пазар или в магазин за био продукти.

В крайна сметка ще свържете някои от публикациите и видеоклиповете си към уебсайта си, където хората могат да закупят вашия онлайн курс.

## Партньорски маркетинг

Партньорският маркетинг позволява на някой да печели пари, като популяризира бизнеса на друг човек. Можете да бъдете или организаторът, или компанията, която работи с шампиона, но процесът е един и същ и в двата случая (Mailchimp, 2021 г.).

Работи с помощта на модел за споделяне на приходите. Ако сте партньор, получавате комисионна всеки път, когато някой закупи артикула, който рекламирате. Ако вие сте търговецът, вие плащате на партньора за всяка продажба, която той ви помогне да направите (Mailchimp, 2021 г.).

## Маркетинг по електронна поща

И накрая, имейл маркетингът е друг дигитален инструмент, който ви позволява да проследявате ангажираността си с вашето съдържание. За да увеличите броя на показванията на вашата имейл кампания, можете да популяризирате своя имейл бюлетин в каналите си в социалните медии. Ще можете редовно да изпращате имейли до абонатите като част от вашата маркетингова стратегия за съдържание. Освен това можете да използвате бюлетина, за да съобщавате, когато имате разпродажби във вашия онлайн магазин и да предоставите връзката в този имейл. Трябва да изберете ред за тема, който ясно описва целта на вашия имейл и основен параграф, който ясно обяснява целта на вашето съобщение. Освен това трябва



да се уверите, че вашият маркетингов имейл има проста функция за отписване.

„Имейл маркетингът е доказана, ефективна техника сама по себе си: 89% от анкетираните професионалисти го нарекоха своя най-ефективен генератор на потенциални клиенти“ (Mailchimp, 2021 г.).

Източник: <https://mailchimp.com/marketing-glossary/digital-marketing>

## УПРАЖНЕНИЕ 5



**Различни инструменти за онлайн маркетинг, свързани с моя зелен бизнес**

**Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .**

Избройте спецификите на различните инструменти за онлайн маркетинг. Въз основа на този списък подчертайте ключовите специфики и ги свържете с вашия онлайн бизнес. Очертайте подходи как ще използвате тези инструменти за популяризиране на вашия бизнес и неговите зелени аспекти.

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Достъпност за вашето съдържание

Достъпният интернет включва набор от мерки, предназначени да дадат възможност на хората с физически и/или умствени увреждания да имат достъп до важна информация и услуги в интернет.



В **Модул 14** ще се занимавате интензивно с темата  
**Достъпност !**

Като екологичен предприемач какво е предимството да направите уебсайта си достъпен?

Като оператор на техния уебсайт можете да разширите клиентската си база. Това е така, защото Google дава положителна оценка и на уебсайтове, които отговарят на изискванията за достъпен интернет. Така че като имате достъпен уебсайт, ще получите по-добро класиране в Google.



## Предимства на достъпността

Какви са предимствата за вашите потребители?

Няма значение дали вашите потребители имат увреждане или не. Достъпните уебсайтове са от полза и за двете групи, за хора с и без увреждания. Защото: Достъпното съдържание е по-лесно за възприемане и е по-разбираемо. И така това, което искате да комуникирате, също се приема по-лесно от вашите потенциални клиенти.



Съгласно закона системите за обработка на информация са безпрепятствени само ако са достъпни и използвани от хора с увреждания - независимо от вида им - по общоприетия начин. Това означава, че съдържанието трябва да бъде достъпно без особени затруднения и по принцип без външна помощ.

Ето някои помощни средства, които правят това възможно:



Ако самият вие не сте експерт, ще ви трябват специалисти за повечето от тези инструменти. Затова бихме искали да се съсредоточим върху точка, в която можете да допринесете значително за достъпността на вашата информация: **използването на обикновен език**



## Обикновен език

Както можете да видите, обикновеният език принадлежи към принципа „достъпен дизайн“.

Но защо трябва да използвате обикновен език? Простият език означава, че потребителите разбират вашата информация по-бързо. По-рядко се обаждат читатели за обяснения. Обикновеният текст е универсален. И все повече индустрии използват обикновен език за подобряване на комуникацията. Компании като банки, застрахователни компании, адвокатски кантори, правни услуги и ИТ компании използват обикновен текст, за да комуникират с клиентите си.

Така че и вие трябва да се запознаете с него!

### Ето някои важни принципи на обикновен език:

- Пишете за вашия читател, не за себе си.
- Използвайте местоимения, когато можете.
- Първо заявете основните си точки, преди да навлезете в подробности.
- Придържайте се към вашата тема.
- Ограничете всеки параграф до една идея и бъдете кратки.
- Пишете с активен глас.
- Използвайте колкото е възможно повече кратки изречения.
- Използвайте ежедневни думи. Ако трябва да използвате технически термини, обяснете ги при първото позоваване.
- Пропуснете ненужните думи.
- Дръжте предмета и глагола близо един до друг.

- Използвайте заглавия, списъци и таблици, за да улесните четенето.
- Кorigирайте работата си и накарайте колега също да я провери.

## УПРАЖНЕНИЕ 6



### Ясен език

**Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .**

Изберете един от четирите вида дигитален маркетинг, споменати по-горе:

- Маркетинг в социалните медии
- Маркетинг на съдържанието
- Партньорски маркетинг
- Маркетинг по имейл

И напишете необходимата информация за този канал за вашия зелен бизнес на разбираем език.

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Референтен списък

Бернацани, С. (2019). *4 инструмента за календар в социалните медии за планиране на цялото ви съдържание [Шаблон]* . [онлайн]

Hubspot.com. Достъпно на: <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-calendar-tools> [Достъп на 10 април 2022 г.].

Градски университет в Бирмингам. (nd). *Единадесет съвета за изграждане на присъствие в социалните медии* . [онлайн] Налично на: <https://www.bcu.ac.uk/business-school/news-and-events/blogs/eleven-tips-to-build-a-social-media-presence> [Достъп на 6 март 2022 г.].

Съдът на ЕС подкрепя „правото да бъдеш забравен“ в делото на Google. (2014 г.). *BBC News* . [онлайн] 13 май. Достъпно на:

<https://www.bbc.com/news/world-europe-27388289> [Достъп на 5 март 2022 г.].

Евростат (2021 г.). *Ежедневни потребители на интернет 2020 г.* [онлайн] [ec.europa.eu](https://ec.europa.eu). Достъпно на:

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20211008-1> [Достъп на 10 април 2022 г.].

ReputationUP. (2021 г.). *Какво е дигитална репутация и как да я управляваме [РЪКОВОДСТВО 2021]* . [онлайн] Достъпно на:

<https://reputationup.com/en/digital-reputation/#h-identity-and-digital-reputation> [Достъп до 5 март 2022 г.].

Шоу, М. (2019). *Дигитален маркетингов микс и 4P: Лесно бизнес ръководство* . [онлайн] КУЛА МАРКЕТИНГ. Достъпно на:

<https://www.towermarketing.net/blog/digital-marketing-mix-4ps/> [Достъп на 6 март 2022 г.].

Улфорд, Б. (2018). *Всичко, което трябва да знаете за „Правото да бъдеш забравен”* - GDPR.eu. [онлайн] GDPR.eu. Достъпно на: <https://gdpr.eu/right-to-be-forgotten/> [Достъп до 5 март 2022 г.].

Улфорд, Б. (2018). *Какво представлява GDPR, новият закон за защита на данните на ЕС?*

GDPR.eu. Достъпно на: <https://gdpr.eu/what-is-gdpr>.

Gudda, P. (2011) *Ръководство за мониторинг и оценка на проекти*

Кидстън. П. (2015) *Планиране, планиране, мониторинг и контрол: практическото управление на времето, разходите и риска на проекта*

Liker, J. (2017) *Развитие на лидерски умения 12:*

*Основна причина – използване на 5-те ЗАЩО*

*Книги за ученето от провала:*

<https://medium.com/@ShaneLester2016/5-best-books-about-learning-from-failure-db1fe8b2fac1>

## Списък с фигури

Фигура 1: Идентичност .....	0
Фигура 2: Създаване на визии .....	20
Фигура 3: Цифрова идентичност .....	26
Фигура 4: Общ регламент за защита на данните .....	32