

# SOCIAL MEDIA

pentru **ONG-uri**

*un ghid simplu de cum pot folosi ONG-urile Social Media.  
de Nechita Gabriel.*

Click to share it:



# 00. conținut

## 01. start

a)Despre mine – b)De ce am scris acest Ebook – c)Cum să folosești acest ebook

## 02. ce este social media?

d)Definiție – e)Abordarea mea – f)Știi că... – g)Peisajul social media

## 03. cum este social media?

h)How huge is it – i)The hottest trend evaaah – j)Avantaje – k)Dezavantaje – l)Top RO vs Top World

## 04. ce ar putea organizația ta să facă?

m)Transparență – n)Interacțiune – o)DiferențierePoziționare/Promovare – p)Training/Oportunități

## 05. oportunități, strategii și tactici

q)Oportunități de comunicare online – r)Strategii – s)Tactici

## 06. finish

t)Resurse recomandate – u) Feedback – v) Nu uita să... – w) Și că social media nu este... –

x)Călătoria ta (a voastră) abia începe – y) 3 Citate care m-au ajutat – z) Ținem legătura!

# 01. start

## a) Despre mine

Pasiunea pentru online pot să zic că am descoperit-o la începuturile mele ca și voluntar. Știam să fac site-uri, făcusem deja câteva și administrasem niște forumuri până să intru în voluntariat.

Însă provocările de care m-am lovit și oportunitățile pe care le-am văzut în mediul online, datorită responsabilităților mele ca și coordonator al echipei de online a AIESEC Brașov, m-au făcut să îmi schimb multe dintre visuri. Am devenit un evanghelist al marketing-ului online în organizație, promovând în sus și în jos, în filiala locală sau la conferințe naționale, Internetul ca principală armă în mixul de marketing al organizației.

Pot să spun că mi-a ieșit. Am reușit să stârnesc un val de simpatie. După aceea un val de entuziasm. După aceea un val de oameni care au văzut o parte din oportunitățile pe care le-am văzut și eu.

M-am îndrăgostit de social media în vara anului 2009, când am reluat contactul cu rețelele sociale făcându-mi un cont pe Facebook. A urmat Twitter, Youtube, Stumbleupon și multe alte site-uri din social media.

După aceea am luat contactul cu blogging-ul. Mi-am pornit blog-ul cu dorința de a scrie și cam atât. După ce am mai citit, după ce m-am informat de 10 ori mai mult decât am făcut-o înainte să îmi lansez blog-ul și mi-am relansat blog-ul, cred în puterea blogging-ului la nivel personal și mai important, cred în blogging la nivel organizațional, mai ales dacă e făcut cu cap.

# 01. start

Acum, sunt în căutare de noi provocări. La nivel personal, dar mai ales profesional. Caut să merg mai departe cu fiecare bucată de text pe care o scriu și sper ca fiecare cuvânt pe care îl folosesc să atingă minți cu idei luminate, așa cum am avut și eu norocul cu vorbele altora.

Dacă doriți să aflați și alte lucruri de la mine, vă recomand să accesați pagina [Despre mine](#) a blog-ului meu personal.

*Sper să vă placă acest ebook, cel puțin la fel de mult cât mi-a plăcut mie să îl scriu.*

**Nechita Gabriel.**

## Dă mai departe!

Ai o zonă în dreapta jos cu niște iconițe. Cu ajutorul lor poți să recomanzi acest ebook pe Twitter sau pe Facebook. Îți voi reaminti asta pe parcursul cărții oricum.

# 01. start

## b) De ce am scris acest Ebook

Pe mine acest ebook mă ajută să îmi aștern puține dintre gândurile legate de social media pe care le am, într-o formă mai organizată și digerabilă pentru cei care vor să meargă dincolo de un site sec, cu aspect corporatist, care atrage vizite doar pentru că există pe Internet și că targetează 2-3 cuvinte cheie.

Social media a devenit o obișnuință în mixul canalelor de promovare al proiectelor și inițiativelor ale AIESEC Brașov, nu datorită mie, ci datorită importanței creării de conexiuni dintre cei care sunt în țintă (în principal studenți) și organizația locală.

Acest ebook îl scriu în primul rând pentru cei din AIESEC Brașov. Colegii mei. Sau la un moment dat, Competitorii mei. Dar cel mai important, Prietenii mei.

Pentru ei scriu acest ebook acum. Pentru încrederea pe care mi-au acordat-o și pentru zâmbetele și aplauzele pe care mi le-au oferit, când au văzut aportul marketing-ului online în reușitele organizației. Vă mulțumesc pentru tot.

Scriu acest ebook în al 2-lea rând pentru celălalte locale AIESEC. Puteți și voi să începeți să profitați mai mult de acest mediu dinamic și deosebit. Creșteți-vă influența. Răspândiți veștile cele bune!

Acest ebook însă poți să îl folosești și tu, cel care ești curios sau pasionat de social media. Poate faci și tu voluntariat și vrei să crești impactul organizației tale în social media. Sper ca acest ghid să te ajute să faci asta.

# 01. start

## c) Cum să folosești acest Ebook

În primul rând, folosește funcția de full screen a programului cu care citești acest pdf. Vei avea o experiență de vizualizare mai bună. Tocmai din acest motiv este scris în format landscape.

În al doilea rând, încearcă să treci peste romglezismele mele. Mi-e greu să traduc anumiți termeni. Citesc mult prea mult în engleză și informația își pierde din valoare dacă traduc chiar tot. În plus, vreau ca ceea ce scriu să aibă și un efect dramatic (adică să sune al dracului de bine).

S-ar putea să pară că scriu ciudat. Pun punct unde consider că este necesar și folosesc analogii cât mai simple și concise. FYI (for your information) scriu cum vorbesc. Mi-e mai ușor așa.

Îți recomand să ai un pix și o foaie lângă tine. Notează ce nu știai sau ce ți se pare important și ține foaia respectivă lângă tine tot timpul când citești acest ebook. Dacă te ajută, fă niște scheme logice sau împarte informația în liste de pași.

Îți recomand să îți închizi messenger-ul, să nu verifici mail-ul la fiecare sfert de oră și să fii aici cu mine, citind informațiile pe care ți le ofer. Îmi vei mulțumi mai târziu că nu vei fi nevoit să recitești același pasaj de 3 ori, pentru că ai fost cu gândul în altă parte.

S-ar putea să ofer câte un link pe ici pe colo. Nu sări peste ele. Dacă le-am pus în pdf, înseamnă că sunt bune de ceva. Dă click pe ele. Ar fi de ajutor dacă ți le-ai bookmark-ui și le-ai organiza într-un folder de marcaje cu ajutorul browser-ului tău.

# 01. start

Citește acest ebook când ești odihnit, pentru că sunt multe cunoștințe tehnice și va trebui să fii relaxat și concentrat pentru a vedea și dincolo de sfaturile mele.

În ultimul rând, să ai în vedere că ceea ce spun eu nu este universal valabil. Informațiile pe care eu le ofer sunt bazate pe experiența mea sau pe informațiile pe care eu le dețin. Oricum ar fi, eu caut să îți ofer informațiile cele mai bune. Dacă greșesc undeva, îmi poți trimite un mail cu un feedback și facem un update la carte sau corectăm ce e nevoie.

## Avertisment !

*Acest ebook e gratuit și nu caut să beneficiez financiar direct din împărtșirea acestuia. Dacă cineva ți l-a vândut, cere-ți banii înapoi.*

## Dă mai departe!

Ai o zonă în dreapta jos cu niște iconițe. Cu ajutorul lor poți să recomanzi acest ebook pe Twitter sau pe Facebook. Îți voi reaminti asta pe parcursul cărții oricum.

## 02. ce este social media?

### d) Definiție

Cred că sunt atât de multe definiții la social media câte sunt la leadership sau pentru moralitate.

Consideră social media ca fiind totalitatea tehnologiile online care permit interacțiuni și feedback între oameni. Aceștia au ocazia să recomande, să publice conținut, să voteze, să aprecieze și din partea altor persoane.

Față de media tradițională, diferența marcantă este că social media nu prezintă un canal simplu, cu o singură direcție, de la cel care publică către cel care primește. Acum are loc o relație de schimb (bidirecțională), receptorul (consumator de conținut) are ocazia să reacționeze (vot, comentariu, rating, like, video response, share, retweet) putând să devină la rândul lui și emițător (producător de conținut).

Vrei o definiție și mai scurtă. Înainte eram obișnuiți cu monologul, acum suntem într-o eră online a conversației, a reacțiilor bidirecționale.

### e) Abordarea mea

Eu abordez social media comparându-le cu grupuri de oameni obișnuiți. Să zicem că sunt mai multe site-uri specifice social media. Acele site-uri sunt grupuri de oameni.

Un grup este plin cu oameni interesați să facă filme sau să vadă filme. Alt grup este format din persoane care vorbesc despre locurile unde au fost și împărtășesc diverse experiențe. Un alt grup este format din oameni care se joacă mult online.



## 02. ce este social media?

Aceste grupuri au la bază diferite caracteristici comune ale oamenilor: pasiuni, activități, interese. Dacă vrei să intri într-un grup, te prezinți, îți faci cunoscute preferințele și caracteristicile tale, mai exact profilul tău. În fiecare grup au loc schimburi, reacții la activitățile celorlalți și cel mai important, conversații sau materiale.

Vom dezvolta abordarea mea de-a lungul acestui ebook, astfel încât să înțelegi ce înseamnă această conversație despre care tot vorbesc.

### f)Știi că...

Activitatea nr. 1 online până nu demult era pornografia? Ghici cine a trecut pe primul loc? Da, ai ghicit: Social Media.

Facebook a adăugat peste 200 de milioane de utilizatori într-un an? Facebook a și trecut de 500 de milioane de utilizatori. Dacă ar fi o țară, Facebook ar fi a treia ca și mărime din lume.

Youtube este al doilea motor de căutare ca și trafic din lume? După Google Search. La fiecare câteva minute pe Youtube sunt uploadate 100 de ore de conținut video.

Firmele folosesc rețelele sociale pentru a studia comportamentul în afara locului de muncă al angajaților? Firmele mai folosesc social media și pentru a recruta personal nou.

# 02. ce este social media?

## g) Peisajul social media

Social media nu înseamnă doar forum-uri, blog-uri, Facebook, Twitter și LinkedIn. Poți merge dincolo de aceste site-uri. Mult dincolo. Vei afla mai multe la capitolul de Strategii și tactici.



## 03. cum este social media?

### h) How huge is it?

**Facebook** - peste 500 de milioane de utilizatori,

**LinkedIn** - peste 60 de milioane

**Twitter** - 75 de milioane și 50 de milioane de tweet (micro-post-uri) pe zi

**Wikipedia** - 15 milioane de articole, 78% NU sunt în engleză

**Blog-uri** - sunt înregistrate peste 200 de milioane, iar 34% dintre blog-uri postează articole despre produse și brand-uri

**Consumerism** - 78% dintre consumatori au încredere în părerile altor utilizatori de calibrul lor (peers)

Pentru mai multe statistici asemănătoare vizionează: [Social Media Revolution](#).

### i) The hottest trend evaaaaah

Este clar că social media are momentum și reprezintă un trend pe care foarte multă lume îl abordează. Nu trebuie să intri în social media pentru ca și ceilalți o fac. Trebuie să vezi utilitatea din asta.

Dacă ai ocazia să vezi ce părere au oamenii despre tine, dacă ai ocazia să intri în contact cu oameni asemănători ție, dacă ai ocazia să faci marketing la o fracțiune din costurile de dinainte, de ce să nu o faci?

*Sincer ce te mai împiedică?*

Nu cred că mai ai **nevoie de scuze**.

## 03. cum este social media?

### j) Avantaje

- democratizarea mediei
- Interacțiune, conversație și relații
- Costuri scăzute
- Comunități și medii colaborative
- Transparență și vizibilitate
- Expunere pentru pasiuni și identități
- Creșterea credibilității entităților
- Creșterea calitativă a unor produse/servicii
- Micro-celebrități (staruri pe net)
- Marketing viral - it got easier

### k) Dezavantaje

- Prea mult conținut bun trecut cu vederea
- Puține filtre de organizare a conținutului
- Lipsa unei consistențe ale autorilor de conținut
- Pericol pentru anonimitate și intimitate
- Infracțiuni 2.0
- Activitate cronofagă
- Alegerea dificilă a unui mix bun de canale
- Feedback negativ instant pentru experiențe necalitative
- Reticența organizațiilor la schimbare
- Efect de recul (acțiunile tale se întorc împotriva ta)

## Dă mai departe!

Ai o zonă în dreapta jos cu niște iconițe. Cu ajutorul lor poți să recomanzi acest ebook pe Twitter sau pe Facebook. Îți voi reaminti asta pe parcursul cărții oricum.

# 03. cum este social media?

## 1) Top 10 România VS Top 10 Of the World

Conform Alexa.com avem cele mai vizitate site-uri din România versus cele mai vizitate site-uri din lume:




Google.ro




Google.com

Yahoo! 

Youtube 

Facebook 

Blogger.com 

Hi5.com 

Wikipedia 

Wordpress.com 

Twitter 



Google 

Facebook 


Youtube 

Yahoo! 

Windows Live 

Baidu.com 

Wikipedia 

Blogger.com 

Twitter 

MSN 

*Încă mai crezi că social media e doar un trend? Sau ai ajuns la concluzia că social media este o necesitate?*

## 04. ce ar putea organizația ta să facă?

În primul ar trebui să discutăm despre motivele pentru care o organizație ar adopta social media ca driver în mixul lor de marketing sau de comunicare. Câteva dintre motivele pe care le-am întâlnit printre organizații, studii și discuții sunt:

- cineva a zis să facem asta;
- alte organizații o folosesc deja;
- vrem să strângem mai mulți bani;
- vrem să cunoaștem mai bine potențialii suporteri;
- vrem să atragem mai mulți membri în comunitate și să îmbunătățim relația cu cei existenți;
- vrem să eficientizăm mixul de comunicare sau să înlocuim canalele de comunicare.

Desigur acestea sunt niște motive generale. Care sunt motivele pentru care organizația ta ar putea să adopte social media în mixul vostru? Luați-vă niște timp și gândiți-vă bine, eventual faceți un sondaj în organizația voastră, pentru că în funcție de aceste motive vă veți dezvolta și strategia.

### m) Transparență

Să asiguri transparența acțiunilor organizației tale îți spun din start că este o decizie destul de delicată. Trebuie să alegi ce spui și ce nu spui. Nu este vorba că nu vrei unele lucruri să fie cunoscute, pur și simplu nu sunt de uz public. Este vorba de ce e relevant în exterior și ce nu e.

## 04. ce ar putea organizația ta să facă?

Transparența însă crește credibilitatea organizației tale. Pe lângă asta, îți crește și ție încrederea în interiorul organizației tale, dacă feedback-urile sunt pozitive din exterior.

Privește-o ca pe o oportunitate de a fi mai sincer cu cei care nu știu prea multe despre ceea ce faci, de ce faci și cum faci. Povește mai mult despre proiectele organizației tale, despre activitatea internă, vorbește liber despre dificultățile pe care le întâmpinați și la care ați putea să găsiți o soluție publică.

### n) Interacțiune

Publicul tău țintă cât de bine te cunoaște? Ce informații le pui la dispoziție? Acum că ești te-ai prezentat mai bine, ce subiecte de conversație interesante ai? Cum mă determini pe mine să mă angajez în discuții cu tine?

Vreau să știu mai multe despre tine, ca să pot să îți adresez întrebările potrivite. Vreau să pot vorbi cu tine despre ce îmi place mie și tu să îmi răspunzi înapoi cu ce îți place ție.

Tratează organizația ta ca o persoană și conferă-i o personalitate. Sau și mai bine, promovează o persoană din organizația ta ca și ambasador și implică-l în social media. Oamenii vor să cunoască mai bine organizațiile pe care le stimează și în care ar investi ceva mai mult decât timp.

## 04. ce ar putea organizația ta să facă?

### o) Diferențiere/Poziționare/Promovare/

Vrei să creezi puțină competiție în organizația ta? Organizează un concurs pentru membrii organizației tale și cei care vin cu cele mai bune idei de cum vă puteți diferenția, poziționa sau promova vor deveni ambasadori ai organizației sau sunt premiați.

Ieși în social media cu o imagine fresh, prietenoasă, gata să răspunzi la întrebări și pregătit să stârnești conversații și reacții pozitive.

Integrează social media în mixul tău de marketing, înlocuiește canalele vechi de promovare și de interacțiune și construiește un nou tip de promovare. Oferind monedă de conversație și creând valoare în comunitate, reclama vine de la sine.

### p) Training/Oportunități

~~Beneficiind de acest trend~~ de această oportunitate, poți pregăti viitori entuziaști de social media și creatori de conținut. Ai ocazia să scrii mai des, să faci poze, să faci filme, să vorbești cu oameni noi, să atragi membri noi etc.



## 04. ce ar putea organizația ta să facă?

Dacă vrei să faci toate aceste chestii cât mai bine, trebuie să ai oameni cât mai bine pregătiți și de ce nu, cât mai creativi. Așadar, ei au oportunitatea de a deveni mai buni, mai creativi, mai competenți, iar tu ai posibilitatea ca și entitate să exploatezi toate oportunitățile care așteaptă acolo, în social media, să fie luate în primire.

Ai ocazia totodată să promovezi mai mult persoanele din interiorul organizației, creditându-le munca, spunând lumii întregi că ei sunt membrii tăi și că munca lor contează, chiar foarte mult. Ei probabil vor vedea în asta o motivație în plus și va crește și atașamentul lor față de organizație.

## Dă mai departe!

Ai o zonă în dreapta jos cu niște iconițe. Cu ajutorul lor poți să recomanzi acest ebook pe Twitter sau pe Facebook. Îți voi reaminti asta pe parcursul cărții oricum.

## 05. Oportunități, strategii și tactici

Acesta este capitolul unde trebuie să fii cel mai atent. Vom vorbi despre ce oportunități ai în mediul online, ce fel de strategii de social media poți să adopți, iar la sfârșit vom vorbi despre tactici și tool-uri care te pot ajuta să îți implementezi strategiile și să îți atingi obiectivele.

### q) Oportunități de comunicare online

Nu știi cât de mult profiți de mediul online, însă ar trebui să te gândești mai bine la treaba aceasta. Nu este absolut necesar să profiți de toate oportunitățile, nu prea ai cum, nu ești o organizație specializată pe servicii online. Însă ai posibilitatea de a ieși din tipar. Ai la dispoziție printre altele, următoarele oportunități:

1. Oportunități de bază: Site, Search Engine Optimization, Email-uri, Newsletter-e.
2. Oportunități de socializare și interacțiune: Blog-uri, microblog-uri, Campanii integrate, Social Networking, fluxuri RSS (RSS feeds).
3. Poți să fii creator de conținut: Video sharing, Photo sharing, Friend Raising, Social Mesaging, Social Bookmarking, Aplicații, Widget-uri, Evenimente online, Podcast-uri.
4. Oportunități de masă și/sau colaborative: Site de comunitate/forumuri, mobile marketing, wiki, propria rețea socială.

# 05. Oportunități, strategii și tactici

## r) Strategii

Mai jos ai ca și exemple strategii de social media de care ai putea să te folosești cu ușurință. Leagă-le de tactici, tool-uri și numește responsabili pe partea de implementare. Sunt strategii generale, în funcție de nevoile organizației tale va trebui să le detaliezi. Nu este nevoie să le aplici pe toate. Chiar și dacă aplici un mix de 3-4 strategii, vei face mult mai mult decât o bună parte dintre organizații.

### **Fără nicio altă introducere, strategiile:**

- Oferă ambasadori ai organizației tale care dezvoltă conversații interesante și atrag atenție și implicare în comunitatea pe care tu vrei să o dezvolti prin propagandă.
- Identifică cele mai influente persoane, relevante pentru tine, care dispun de mijloace sau platforme care implică persoane în conversații.
- Sparge gura târgului oferind monedă de conversație prin campanii virale.
- Crește numărul de reacții organice (naturale) prin expunerea organizației tale cu ajutorul viralelor.
- Umanizează organizația ta, stârning conversații cu publicul tău țintă sau cu audiența deja creată.
- Crește expunerea organizației tale prin conversații organice constante.
- Întărește legătura emoțională dintre audiență țintă și organizația ta construind o relație.
- Dezvoltă comunitatea existentă și atrage noi membri în ea, îmbunătățind-o cu ajutorul unui conținut nou, relevant care merită să fie monedă de conversație.

## 05. oportunități, strategii și tactici

### s) Tactici

În funcție de strategia pe care o adopți este necesar să folosești un mix diferit de tactici și de tool (site-uri sau aplicații) cu scopul de a-ți atinge obiective. Caută să îți spargi strategia de social media în pași logici, concreți, cât mai mici, astfel încât să identificeți ce tactici și mai important prin ce tool-uri îți aplici strategia. Voi prezenta numai tool-uri pe care le poți utiliza gratuit.

Tactică	Tool-uri
Activitate de ascultare (monitorizare)	Google Alerts, Twitter, Technorati, RSS Feeds
Implicare și interacțiune	Backtype, Twitter, Facebook
Conținut social - Publishing (monedă de conversație)	Platforme de blogging (Blogger, Wordpress, Posterous), Microblog (Twitter, Tumblr), Youtube, flickr, Slideshare, Itunes
Generatoare de rumoare (Buzz generators)	Digg.com, Stumbleupon.com, Cică.ro
Community Building	PhpBB(forum), Facebook (grupuri și pagini), Ning, (propria ta rețea socială) LinkedIn (grupuri), Tetatet.ro (grupuri)

# 06. finish

## t)Resurse recomandate:

### **Facebook:**

[Designing A Facebook Fan Page: Showcases, Tutorials, Resources](#)

[Facebook Marketing: Ultimate Guide](#)

[The Facebook Guide Book](#)

### **Twitter:**

[The Twitter Guide Book](#)

[How to Use Twitter as a Tweeker](#)

### **Youtube:**

[Guide to Video Marketing on YouTube](#)

[YouTube Marketing Tips](#)

### **Websites related:**

[Webcopywriter](#)

[Email Marketing Resources](#)

[SEOBook Blog](#)

### **Copywriting & Blogging:**

[CopyBlogger.com](#)

[ProBlogger.net](#)

[NechitaGabriel.ro](#) (yeah, that's me)

[Viperchill.com](#)

### **Social media:**

[Top 25 Free eBooks on Social Media](#)

[15 Must Read Social Media eBooks](#)

[20 FREE EBOOKS ABOUT SOCIAL MEDIA](#)

### **Altele:**

[In the Woods – 50 Ways to Get Your Site Noticed](#)

[IttyBiz](#)

[Seth Godin](#)

## 06. finish

### u) Feedback

Acest ghid nu este în versiune finală. În funcție de feedback-uri, reacții, mulțumiri și nemulțumiri o să eliberez o nouă ediție care foarte probabil va fi una finală.

Dacă dorești să aduci vreo îmbunătățire acestui ghid te rog trimite-mi un mail cu feedback-ul tău pe adresa mea , care este: [nechita.gabriel@gmail.com](mailto:nechita.gabriel@gmail.com). Pe ultima pagină, dacă nu îți este confortabil email-ul, ai mai multe metode prin care poți da de mine.

### v) Nu uita să...

## Dai mai departe!

Ai o zonă în dreapta jos cu niște iconițe. Cu ajutorul lor poți să recomanzi acest ebook pe Twitter sau pe Facebook. Îți mulțumesc dacă ai făcut asta deja. Dacă nu, **ce mai aștepti?**

### w) Și că social media nu este...

*...doar încă un mediu de promovare, este o oportunitate de a crește calitatea acțiunilor organizației tale, o oportunitate de a dezvolta oameni și o oportunitate de a intra în contact cu cei care contează pentru tine.*

## 06. finish

### x) Călătoria ta (a voastră) abia acum începe

Sper că ai terminat cu bine acest ghid. Din experiență și din studii, vreau să te anunț că ești printre puținii care au reușit asta. Oamenii nu mai studiază așa de mult ca înainte. Și o simt asta pe pielea mea, pot să zic că în fiecare zi. Ai șansa de a prinde unul dintre cele mai importante trenuri din comunicare și din marketing.

Social media nu este ceva peste care poți să treci cu vederea și să zici că revii asupra ei doar când ai nevoie. Nu este o problemă de **“dacă”** adoptăm acest trend ci este o problemă de **“cum”** adopți acest trend. Felul cum alegi să implementezi social media în organizația ta și în acțiunile organizației tale, va face diferența.

Sper să iei decizia bună și să începi chiar din timpul lecturii acestui ghid să faci social media și să profiți de toate oportunitățile ei. *De aceea spun, bun venit în industrie și mult succes în călătoria voastră, care abia începe.*

### y) 3 Citate care m-au ajutat

“Indiferent ce este creativitatea, este în mare parte soluția unei probleme.” - Brian Aldiss

“Tinere, fă ca numele tău să valoreze ceva.” - Andrew Carnegie

“Life isn't about finding yourself. Life is about creating yourself.” - George Bernard Shaw


## 06. finish


z) Ținem legătura!

Email: [nechita.gabriel@gmail.com](mailto:nechita.gabriel@gmail.com)

Blog: [www.nechitagabriel.ro](http://www.nechitagabriel.ro)

Facebook (click pe imagine): 

Twitter (click pe imagine): 

LinkedIn (click pe imagine): 



Nechita Gabriel  
Social media enthusiast