



Ștampile de calitate

de la **COLOP**  
self-inking stamps



... de vânzare aici!

Str. Crinului nr.3, locul unde găsiți: ștampile, datiere, tușuri, numărătoare, inseriatoare

## PRIMIM LA REDACȚIE

### Qui prodest?

În ultima perioadă, am citit în paginile ziarului "Magazin Sălăjean" câteva articole referitoare la activitatea a doi colegi de-ai mei, Dr. Doina Mândraș și Dr. Ionuc Mândraș. În toată această perioadă am urmărit presa locală cu egal interes și pentru a vedea luări de poziție ale colegilor, pacienților sau ale altor persoane sau instituții din branșa medicală sau cu activitate conexasă, privind munca celor doi colegi ai mei. Concluzia dezamăgitoare pentru mine este că nimeni nu a luat atitudine nici pro și nici contra celor scrise în presă; cea mai regretabilă este, evident, lipsa de reacție a colegilor. Această lipsă de atitudine, precum și prietenia care mă leagă de cei doi distinși colegi, m-au determinat să scriu rândurile de mai jos, care sunt sigur că vor fi publicate în paginile ziarului dvs., deoarece cunosc foarte bine redacția ziarului, atât în calitate privată, cât și în calitate de medic curant al tuturor copiilor celor care lucrează acolo și, de ce nu, și a colectivului redacțional (neagă cineva asta?).

Pe scurt, se știe că Dr. Ionuc Mândraș a trecut printr-o situație rară, în care o pacientă l-ar fi acuzat că, în timpul consultației de specialitate, i-ar fi lovit peste față fetita de trei ani. De aici și până la reclamația la Colegiul Medicilor și la poliție nu a fost decât un pas. Deși Dr. Mândraș și-a apărut poziția, deși mama a retractat în scris toate acuzațiile, observ că se continuă campania împotriva lui. Nu vreau să mă erijez în avocatul colegului meu, deși, ca medic pediatru, aș putea spune foarte multe despre ce înseamnă consultația unui copil, dar totul pare o acțiune bine regizată de denigrare a Dr. Mândraș. Nu s-a așteptat concluzia anchetei Colegiului Medicilor (despre a cărei atitudine nu știu ce să zic, atâtă vreme cât, se pare, nu a acționat conform procedurii în vigoare și, de ce nu, întârzie să iasă în presa scrisă). Cred că puțină moderație și prudență din partea presei nu ar strica.

Dr. Doina Mândraș a fost acuzată de o pacientă că nu a vrut s-o interneze la un moment dat. Trec peste detaliile care au apărut cu "generozitate" în presă și spun că oportunitatea sau inoportunitatea internării o stabilește medicul și nu pacientul. Dacă nu ar fi așa, medicii ar fi simpli executanți ai ordinelor date de pacienți, ceea ce ar însemna haos. "Povestea este a ciocanului care cade peste ilău", ar zice Eminescu. Din nou, presa a prezentat tendențios cazul, pornind de la afirmația că este vorba despre soția doctorului Mândraș, acela cu fetița. A priori s-a creat, absolut gratuit, un câmp de adversitate față de Dr. Doina Mândraș, pentru ca impactul să fie mai serios.

Față de prezentarea tendențioasă, nefericită a celor două cazuri, mă simt obligat moral să iau atitudine spunând că trebuie așteptate rezultatele investigațiilor instanțelor în drept să ancheteze și abia apoi să se emită pareri. Colegiul Medicilor să-și facă treaba așa cum s-au angajat recent, înaintea alegerilor pentru noul Colegiu, atunci când candidații ne solicitau votul, adică conștiincios, corect, în litera prevederilor legale pe care, poate, ar trebui să le revadă. Poate ar fi cazul să chibzuimă mai bine dacă "o sancțiune mică, de ochii presei", este soluția cea mai bună. Să nu uităm că această instituție este una care apără drepturile și prestigiul breslei medicale și nu altceva, că a aduce părțile la masa împăcării este scopul său primordial privind soluționările. Și, mai ales, să nu manipulăm opinia publică gratuit, numai ca să ne vindem marfa sau pentru a face jocuri ale unor persoane sau grupări oculte. Ce ziceți, pacienții mei de la "Magazin Sălăjean", Daniel Mureșan - director, Olivian Vădan - redactor-șef, Cristina Ghiorgiu - redactor, Lavinia Seiche - secretară (precum și alți "foști" și "viitori")?

Vă mulțumesc, atât ca prieten, cât și ca medic al copiilor voștri, al vostru și al familiilor voastre, uneori. Zoli Deak, tu nu mi-ai fost încă pacient, dar ești amic. Iar pentru Călin Onicaș, poate îți amintești că Dr. Ionuc Mândraș te-a tratat "boierește" de mai multe ori. Ai uitat?

medic primar pediatru,  
Dr. Sorin CHIȘBORA

## WSI - Marketing-ul prin Motoare de Căutare: Soluția optimă pentru o campanie efectivă

Potrivit unui studiu publicat de Forrester Research, vânzările e-Commerce vor crește cu 19% de la an la an, atingând 229 miliarde USD în 2008, față de 95.7 miliarde USD în 2003. Cu numărul mare de site-uri comerciale pe Internet, găsirea unor piețe noi, atractive este foarte greu pentru firme. Soluția pentru această problemă îl constituie Marketing-ul prin Motoare de Căutare, parte integrantă a soluției oferite de WSI pentru firmele mici și mijlocii.



Clienții care cunosc deja adresa web a unei firme nu vor avea probleme în găsirea și utilizarea site-ului respectiv, dar acești utilizatori reprezintă doar un foarte mic procent al celor care utilizează Internet-ul zi de zi. Cercetările arată că majoritatea utilizatorilor de Internet folosesc, în marea lor majoritate, motoare de căutare ca Google sau Yahoo când caută anumite produse sau servicii.

Deși se consideră indispensabilă listarea în motoare de căutare - un proces care poate dura săptămâni sau chiar luni, în funcție de serviciul folosit - mulți nu realizează că listarea efectivă nu este de ajuns. Mai ales în prezent. Site-urile trebuie să fie listate între primele rezultate, dacă doresc să beneficieze efectiv de listarea în motoare de căutare. Prin folosirea strategiilor WSI de optimizare pentru motoare de căutare, site-urile sunt listate în câteva zile, și ele apar în topul rezultatelor, acolo unde potențialii clienți caută.

Opțiunea de Marketing prin Motoare de Căutare oferit de WSI este cunoscut sub denumirea de "Includere Garantată". Sistemul de generare trafic a devenit foarte popular în rândul clienților WSI, pentru că rezultatele sunt garantate. Pentru a trimite acest flux de vizitatori garantați către site-urile clienților, consultanții de Internet ai WSI trebuie mai întâi să creeze profilul clientului potențial. Apoi, printr-un sistem propriu ce include analizarea a milioane de așa numite "direcții de trafic" de pe web, consultanții de Internet ai WSI identifică cuvintele cheie, precum și frazele exacte folosite de utilizatorii curenți pentru căutarea de produse și servicii similare cu cele oferite de client. Odată definite, consultanții de Internet ai WSI pot să plaseze site-ul clientului în topul celorlalte rezultate în cazul în care un vizitator caută unul dintre cuvintele sau frazele cheie definite anterior. Cu sute de rezultate pentru un cuvânt cheie (uneori chiar mii), avantajul clienților WSI este semnificativ.

Partea cea mai bună a sistemului WSI este că clientul plătește numai pentru vizitatorii efectivi, când un potențial cumpărător ajunge pe site-ul clientului, acest sistem fiind extrem de avantajos și cost efectiv, lucru care este foarte important pentru piața țintă a WSI, adică firmele mici și mijlocii, care nu-și permit bugete mari pentru reclamă. Clienții WSI determină un buget lunar care poate fi modificat în funcție de preferințe și rezultate obținute.

Sistemul "Includere Garantată" a WSI este de asemenea foarte flexibil, pentru că cuvintele și frazele cheie se pot modifica ușor pentru maximizarea rezultatelor. Consultanții de Internet ai WSI monitorizează în mod constant campaniile clienților și propun modificări, acolo unde e nevoie, pentru a obține rezultate de vârf, în funcție de obiectivele clienților. Și acesta este un avantaj competitiv în Internet-ul zilelor curente.

### Despre WSI

WSI, cu sediul în Toronto, Canada, este numărul 1 mondial în categoria Servicii Business prin Internet. Cu sisteme care au fost dezvoltate și utilizate de peste 700 de consultanți de Internet din 87 țări, WSI furnizează mii de soluții e-Business pentru firmele mici și mijlocii. Vizitați [www.wsicorporate.com](http://www.wsicorporate.com) pentru mai multe informații. 