

ძლიერი მეწარმეობა საქართველოში



საინფორმაციო ცნობარის ამ გამოცემაში:

Nr. 2/ 2019

- როგორ შევარჩიოთ პოტენციურ მომხმარებელთა სეგმენტი Facebook გვერდის მეშვეობით
- ინოვაცია ქართულ სოფლის მეურნეობაში - სატაცური
- სიახლეები ბიზნეს აკადემიიდან



ანა აივაზიშვილი

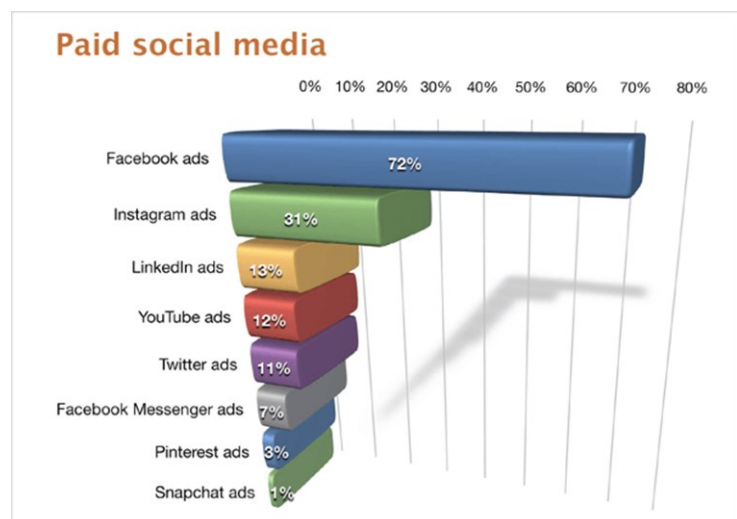
გაყიდვების და მარკეტინგის მენეჯერი

BPN Georgia

როგორ შევარჩიოთ პოტენციურ მომხმარებელთა სეგმენტი Facebook გვერდის მეშვეობით

სოციალურ მედიაში რეკლამის განთავსება არც თუ ისე რთულია, რადგან არსებობს ინსტრუმენტების ჩამონათვალი, რომლებიც გვეხმარება სწრაფად და ეფექტურად მივიტანოთ ჩვენი სათქმელი პოტენციურ მომხმარებელამდე. სოციალურ გვერდებზე რეკლამის განთავსებისთვის საჭიროა შევექმნათ „კარგი“ კონტენტი, შევარჩიოთ პოტენციური აუდიტორია, საბოლოოდ კი მიღებული შედეგები გავაანალიზოთ და დავისახოთ სამომავლო გეგმა.

ბოლო წლების მონაცემებზე დაყრდნობით, ყველაზე ხშირად რეკლამის კუთხით მიმართავენ შემდეგ სოციალურ პლატფორმებს:



სოციალურ ქსელებზე მარკეტინგული სეგმენტაციის საშუალებით თქვენ შესაძლებლობა გაქვთ მიწვდეთ იმ აუდიტორიას, რომელიც თქვენთვის პრიორიტეტულია და დაამყაროთ მათთან კომუნიკაცია.

კონკრეტულ სტატიაში ვისაუბრებთ თუ როგორ შევარჩიოთ აუდიტორია Facebook-ზე, რადგან როგორც მსოფლიოს ბრენდები ასევე ქართული ბრენდებიც აქტიურად მიმართავენ Facebook რეკლამას.

Facebook-ზე სეგმენტაციის განსაზღვრის სამი ხერხი არსებობს:

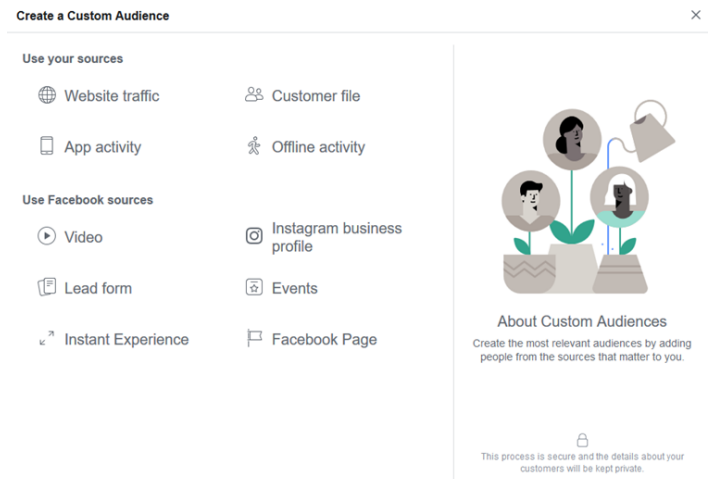
1) Core Audience - შეხედულებით (დაშვებით) სწორი სეგმენტის შერჩევა, ამის განსაზღვრაში კი გვეხმარება შემდეგი მონაცემები:

- დემოგრაფია, რომელიც განსაზღვრავს მომხმარებელთა მახასიათებლებს. მაგალითად: ასაკი, სქესი, განათლება, სამუშაო და კულტურა.
- ცხოვრების წესი, როგორიცაა სოციალური კლასი, პიროვნება, მოსაზრებები და დამოკიდებულებები.
- ქცევა, რომელიც ეფუძნება მომხმარებელთა ქმედებას.
- გეოგრაფიული მდებარეობა, როგორიცაა კონტინენტი, ქვეყანა, სახელმწიფო, პროვინცია, ქალაქი ან სოფელი, სადაც მომხმარებელთა ჯგუფი ცხოვრობს.

მსგავსი მიდგომის გამოყენება გამართლებულია მაშინ, როდესაც პროდუქტი/მომსახურება ახალია ბაზარზე. შესაბამისად ის იყენებს მხოლოდ დაშვებას, ტესტავს, ცდილობს განსაზღვროს რომელია მისი სამიზნე აუდიტორია. არ გააჩნია ბაზები (ნომრები, მეილები) რაზე დაყრდნობითაც შეძლებს აუდიტორიის შექმნას.

2) Facebook-ი საშუალებას გვაძლევს შევქმნათ მომხმარებელთა აუდიტორია - Custom Audience.

რაც გულისხმობს სხვადასხვა მონაცემებზე დაყრდნობით აუდიტორიის შექმნას. იქნება ეს ვებგვერდზე გადასული მომხმარებელი, მეილების/ნომრების ბაზის მიხედვით შექმნილი აუდიტორია თუ სხვა გრაფიკზე გამოსახული მახასიათებლის მიხედვით ინტერაქციაში შემოსული მომხმარებელი.



Custom Audience - გაცილებით სანდოა, ვიდრე დაშვებით შექმნილი აუდიტორია. ამ შემთხვევაში თქვენ გაქვთ ზუსტად იმ მომხმარებელთა მონაცემები, რომლებიც დაინტერესდნენ თქვენი შეთავაზებით და იცნობენ თქვენს პროდუქტ/მომსახურებას. შესაბამისად მათზე გაშვებული რეკლამა გაცილებით ეფექტური და შედეგის მომტანი იქნება. თქვენ შეძლებთ მათ მიაწოდოთ სიახლეები, შეახსენოთ პროდუქტები და დაარწმუნოთ რომ გახდნენ თქვენი მომხმარებლები.

3) ბოლო ხერხი, რასაც Facebook-ი აუდიტორიის შესაქმნელად გვთავაზობს, ეს არის Lookalike Audience - მსგავსი აუდიტორიის შექმნა შესაძლებელია არსებული ბაზების მონაცემების გამოყენებით. აღნიშნული მეთოდის საშუალებით, ჩვენ შეგვიძლია შევქმნათ პოტენციური აუდიტორია, მომხმარებელთა ის კატეგორია, რომელებსაც გააჩნიათ საერთო მახასიათებელი არსებულ, უკვე დატესტილ აუდიტორიასთან მიმართებაში.

საბოლოო ჯამში თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ Facebook-ი საშუალებას გვაძლევს გავიღეთ ყველა კატეგორიის სამომხმარებლო ჯგუფზე. თუმცა გვახსოვდეს, რომ არ არსებობს ერთი კონკრეტული სტრატეგია, რომელიც გამართლებული იქნება ყველა პოტენციური აუდიტორიისთვის. აუცილებელია ხშირად ჩავატაროთ ცდები, დავტესტოთ, განვსაზღვროთ რა მუშაობს კარგად თქვენი სეგმენტისთვის და გავაანალიზოთ მიღებული შედეგები სამომავლო ქმედებისთვის.

ინოვაცია ქართულ სოფლის მეურნეობაში - სატაცური

ჯანსაღი კვებისადმი დამოკიდებულება საზოგადოებაში ბოლო წლების მანძილზე მკვეთრად შეიცვალა უკეთესობისაკენ. მრავალი პროფესიონალის მიერ კვება განიხილება, როგორც უმთავრესი ფაქტორი ადამიანის ორგანიზმის პოზიტიური თუ ნეგატიური ფუნქციონირებისთვის. როგორც ინტელექტუალურად, ასევე ფიზიკურად ადამიანი წარმოადგენს სწორედ იმას, რითაც იკვებება.

საამაყოა ის ფაქტი, რომ საქართველო მსოფლიო მასშტაბით საუკეთესო სამზარეულოების მქონე 30 ქვეყანას შორის მოხვდა და ამ სიაში მე-17-ე ადგილს იკავებს, თუმცა ჯანსაღი სამზარეულოს მქონე 50 ქვეყნის რეიტინგში საქართველო არ შედის. ჩვენს ქვეყანაში ჯერ კიდევ მწირია ცოდნა ამ მიმართულებით და ამიტომაც რომ ტრადიციული თუ ახალი კერძების მომზადებისას ნაკლებად ხდება ჯანსაღი კვების კრიტერიუმის გათვალისწინება. თუმცა საზოგადოების გარკვეულ ნაწილში უკვე მოიკიდა ფეხი ჯანსაღი კვების კულტურამ და შესაბამისად მატულობს მოთხოვნა ჯანსაღ პროდუქტებზე.

სატაცური სწორედ ერთ-ერთი ასეთი პროდუქტია და სამართლიანად იკავებს ადგილს დელიკატესებს შორის. მართალია საკმაოდ ძვირადღირებული სიამოვნებაა, მაგრამ როგორც ექსპერტები აცხადებენ, ფასს არც მისი თვისებები ჩამორჩება - ეს დაბალკალორიული პროდუქტი, ვიტამინებისა და მიკროელემენტების ნამდვილი რეზერვუარია - A, B1, B2, B9, PP, C, E, შეიცავს ვიტამინებს, კალციუმს, კალიუმს, მაგნიუმს, ფოსფორს, რკინასა და თუთიას და რაც მთავარია, ასპარაგინს, რომელიც არტერიული წნევის დარეგულირების უებარი წამალია.

ამ პროდუქტის ცნობადობის ზრდას იმპორტის მკვეთრად გაზრდილი მაჩვენებელი ადასტურებს.

სატაცურის მიმართ გაზრდილ ინტერესზე საუბრობს კოოპერატივი „რკ ოზაანის“ თავმჯდომარე ჯაბა გოგოლაშვილიც, რომელიც ძმასთან ერთად უკვე რამდენიმე წელია დედოფლისწყაროს მუნიციპალიტეტის სოფელ ოზაანში ამ კულტურის წარმოებას მისდევს.

მეწარმე ძმები სატაცურს ბავშობიდან იცნობენ, ოჯახი ხშირად დადიოდა ველური სატაცურის მოსაკრეფად და მისი სასარგებლო და ამავდროულად გემოვნური თვისებების გამო ხშირად იყენებდნენ საკვებად.

კოოპერატივს სატაცური უკვე 2 ჰექტარზე მოჰყავს, ჩითილის გამოყვანას აშშ-დან ჩამოტანილი სერთიფიცირებული თესლიდან ახდენენ. წარმოებაში უკვე 12 ადამიანია დასაქმებული და ეს რიცხვი წარმოების ზრდასთან ერთად იზრდება, რადგან სატაცურის მოყვანა ძალზედ შრომატევადი საქმეა და ძირითადი ნაწილი ხელით ხორციელდება, შესაბამისად ბევრი ადამიანის ჩართულობას მოითხოვს.

კოოპერატივი „რკ ოზაანი“ წარმოების გაფართოებას გეგმავს და აცხადებენ, რომ თუ მთლიან წარმოებას აითვისებენ, მოსავლის რაოდენობა საშუალოდ 8 ტონამდე გაიზრდება. ამჟამად დაახლოებით 2 ტონა მოსავალს იღებენ.

როგორც ბატონი ჯაბა აცხადებს, რეალიზაციის პრობლემა არ აქვთ. მათ მიერ წარმოებული სატაცური ძირითადად დიდ ქსელებში იყიდება და მოთხოვნა იმდენად მაღალია, რომ ამ ეტაპზე მიწოდებას ბოლომდე ვერც უზრუნველყოფენ, ამიტომ ექსპორტისაგან ჯერ-ჯერობით თავს იკავებენ. თუმცა კოოპერატივი წარმოების 5 ჰექტრამდე გაზრდას გეგმავს და მაშინ უკვე პროდუქტის საზღვარგარეთ გატანაზეც იფიქრებენ.



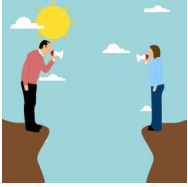
BPN Georgia ნებისმიერი ადგილობრივი მეწარმის წარმატებას მიესალმება, რადგან თითოეული მათგანის წარმატება, ყოველი ახალი სამუშაო ადგილი, რომელსაც ისინი ქმნიან, ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური წინსვლის გარანტიაა. კიდევ უფრო მეტად გვახარებს, როდესაც BPN Georgia-ს პროგრამის მონაწილეები ხდებიან სამაგალითო მეწარმეები! სწორედ ერთ-ერთი მათგანია ჯაბა გიგოლაშვილი.

BPN Georgia წარმატებას უსურვებს ბატონ ჯაბას თავის გუნდთან ერთად ამ სასიკეთო საქმეში!

ბიზნეს აკადემია

“იცხოვრე ისე, თითქოს ხვალ მოკვდები.
ისწავლე ისე, თითქოს მარადიულ ცხოვრებას აპირებ.”

მაჰათმა განდი (1869 - 1948)



კონფლიქტის მენეჯმენტის სემინარი

28.06.19 - 29.06.19

მონაწილეები ეცნობიან კონფლიქტის წარმოქმნის მიზეზებს და კონფლიქტის სხვადასხვა სტადიაზე წინდახედულად რეაგირების გზებს. კონფლიქტურ სიტუაციაში სწორი ქცევით იქმნება კონსტრუქციული Win-Win სიტუაცია და იზღუდება სიტუაციის დესტრუქციული განვითარების ალბათობა.



ბიზნესის დაგეგმვა სასტუმროს მეპატრონეებისთვის

09.07.19 - 10.07.19

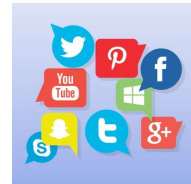
მცირე სასტუმროს მფლობელებს ან საცხოვრებელი ფართის ტურისტებზე გაქირავების მსურველებს სასტუმროს ბიზნესის განვითარების მიზნით ვთავაზობთ ორ დღიან ვორკშოპს იმის თაობაზე, თუ რას უნდა მიეცეს ყურადღებას სასტუმროს ბიზნესში.



მარკეტინგის სემინარი

09.09.19 - 11.09.19

სემინარზე თქვენ ისწავლით, რამდენად ცენტრალური მნიშვნელობა ენიჭება მომხმარებელს, მათ მოთხოვნილებებს და სურვილებს. თქვენ წარმოადგენთ შეგვემნებათ სრულ მარკეტინგულ მიქსზე და შეძლებთ მარკეტინგული გეგმის შემუშავებას.



სოციალური მედია მარკეტინგი

28.09.19 - 29.09.19

ამ სემინარზე უამრავი პრაქტიკული მაგალითით ვსწავლობთ Facebook, Instagram, Youtube & Co - ის მიზანმიმართულად გამოყენებას უფრო მეტი მომხმარებლის ყურადღების მისაპყრობად, არსებულ მომხმარებლებთან ურთიერთობის შესანარჩუნებლად და საწარმოს პოზიციის გასაძლიერებლად.

რეგისტრაცია საიტზე www.bpngeorgia.ge ან ტელ. **599 87 93 41**



BPN Georgia, გ. ახვლედიანი ქ. 5

0108 თბილისი

032 2 92 20 26, 599 87 93

info@bpngeorgia.ge