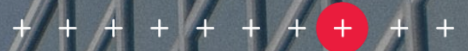




ანარმა საქართველოში



მარკეტინგი

სილაბუსი

BDO Academy

**BDO**



## თარიღი

## ხანგრძლივობა

4.5 საათი (5 დღე)

## ტრენერი

ნინო მიშველაძე

## შინაარსი

### ბრენდინგის საფუძვლები

#### სესია I (10:00 – 12:00)

- ▶ დამსწრე მეწარმე სუბიექტების გაცნობა
- ▶ ბრენდინგის საწყისები, ანუ საიდან დავიწყეთ
- ▶ წარმატებული კომპანიების მაგალითების მიმოხილვა
- ▶ ბრენდის ელემენტები და ბრენდ პლატფორმა
- ▶ უფასო ონლაინ ინსტრუმენტების მიმოხილვა

#### შესვენება (12:00 – 12:30)

#### სესია II (12:30 – 14:30)

- ▶ დამოუკიდებელი პროექტი: საკუთარი ბრენდ პლატფორმის შექმნა და პრეზენტაცია

### ბრენდის პოზიციონირება და ფასწარმოქმნა

#### სესია I (10:00 – 12:00)

- ▶ I შეხვედრის მიმოხილვა
- ▶ პოზიციონირება
- ▶ მარკეტინგის მიქსი (4 P)
- ▶ ბაზრის კვლევა, სეგმენტაცია და ანალიზი
- ▶ სამიზნე აუდიტორიის გაგება, პერსონის შექმნა
- ▶ მომხმარებლის საჭიროების განაცხადი და პროდუქტის მორგება ბაზარზე
- ▶ კონკურენტების ანალიზი, SWOT ანალიზი
- ▶ ფასწარმოქმნის სტრატეგიები

#### შესვენება (12:00 – 12:30)

#### სესია II (12:30 – 14:30)

- ▶ დამოუკიდებელი პროექტი: პროდუქტის/სერვისის აღწერა, უნიკალური გასაყიდი პოზიციის ჩამოყალიბება, საკუთარი სფეროს ბაზრის კვლევა და ანალიზი, აუდიტორიის მიმოხილვა, პერსონის შექმნა, კონკურენტების ანალიზი, მომხმარებლის საჭიროების განაცხადის შექმნა







## მარკეტინგის საფუძვლები

### სესია I (10:00 – 12:00)

- ▶ განვლილი შეხვედრების მიმოხილვა
- ▶ რა არის მარკეტინგი და რით განსხვავდება ის ბრენდინგისგან
- ▶ ვინ არის მარკეტერი და რა არის მისი ამოცანები და ფუნქციები კომპანიაში
- ▶ მარკეტინგის ძირითადი სახეობები
- ▶ მარკეტინგული კომუნიკაციის ტიპები
- ▶ რა არის ციფრული მარკეტინგი და როგორ მუშაობს ის
- ▶ ციფრული მარკეტინგის არხები
- ▶ რას გულისხმობს საძიებო სისტემის ოპტიმიზაცია (SEO)
- ▶ კონტენტ მარკეტინგი
- ▶ რა არის სოციალური მედია მარკეტინგი
- ▶ ინტერნეტ რეკლამის მიზნები, სტრატეგიები და ტაქტიკები
- ▶ ციფრული მარკეტინგის KPI-ების განხილვა

### შესვენება (12:00 – 12:30)

### სესია II (12:30 – 14:30)

- ▶ დამოუკიდებელი პროექტი: სოციალურ მედია არხებში ბიზნეს პროფილების, კონტენტისა და რეკლამის შექმნა

## მარკეტინგული სტრატეგია და კომერციალიზაცია

### სესია I (10:00 – 12:00)

- ▶ განვლილი შეხვედრების მიმოხილვა
- ▶ მარკეტინგული სტრატეგია და მისი ტიპები
- ▶ რა არის საკომუნიკაციო სტრატეგია და როგორ ავაწყოთ ის
- ▶ როგორ შევქმნათ სოციალური მედია მარკეტინგის სტრატეგია
- ▶ რა გავაკეთოთ და რა არ გავაკეთოთ სოციალური მედია გვერდის მართვისას
- ▶ მარკეტინგული ბიუჯეტის განსაზღვრა
- ▶ კომერციალიზაცია
- ▶ გაყიდვების სტრატეგია ანუ სად ვხვდებით ჩვენს მომხმარებელს
- ▶ გაყიდვების მიმოხილვა, რას უნდა მოიცავდეს გაყიდვების სტრატეგია
- ▶ გაყიდვების პროცესი, პროცესის რუკა
- ▶ სად შეგვიძლია შევხვდეთ პოტენციურ მომხმარებელს
- ▶ მომხმარებელთა შეხების წერტილები
- ▶ როგორ უნდა ვილაპარაკოთ ჩვენს პროდუქტზე/სერვისზე

### შესვენება შესვენება (12:00 – 12:30)





### სესია II (12:30 – 14:30)

- ▶ დამოუკიდებელი პროექტი: სოც. მედია სტრატეგიის, მარკეტინგული ბიუჯეტისა და გაყიდვების პროცესის რუკის შექმნა

### საბოლოო პრეზენტაცია

### სესია I (10:00 – 12:00)

- ▶ დამოუკიდებელი პროექტი: მარკეტინგული გეგმის წარდგენა და შეფასება

### შესვენება (12:00 – 12:30)

### სესია II (12:30 – 14:30)

- ▶ დამოუკიდებელი პროექტი: მარკეტინგული გეგმის წარდგენა და შეფასება

## სასწავლო კურსის სწავლების შედეგები

ტრენინგის მონაწილეები კურსის დასრულების შედეგად:

- ▶ შეისწავლიან მარკეტინგული ზეგავლენის ტიპებს და განავითარებენ პრაქტიკულ უნარ-ჩვევებს
- ▶ შეისწავლიან ეფექტურ მარკეტინგულ პრინციპებს
- ▶ შეძლებენ სწორი მარკეტინგული სტრატეგიის (მათ შორის, მარკეტინგის გეგმის, ბრენდინგის ლოიალობის და ფასწარმოქმნის სტრატეგიის) შემუშავებას
- ▶ გაეცნობიან კომპანიების ცნობადობის ასამაღლებლად არსებულ თანამედროვე ციფრული ინსტრუმენტებსა და მომსახურებებს

