

**ინტერნეტ მარკეტინგის როლი ბიზნესში და მისი განვითარება
საქართველოში**
The role of Internet marketing in business and its development in Georgia

სოფიკო ცერცვაძე - ბიზნესის მართვის ფაკულტეტი,
საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი, s.tsertsvadze@gmail.com

დავით ჩახვავშვილი - ეკონომიკის დოქტორი,
საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი, davit.chakhvashvili@seu.edu.ge

Sopiko Tsertsvadze – Faculty of Business Management,
Georgian National University, s.tsertsvadze@gmail.com

Davit Chakhvashvili - Doctor of Economics,
Georgian National University, davit.chakhvashvili@seu.edu.ge

აბსტრაქტი. ინტერნეტ მარკეტინგი და ინტერნეტ რეკლამა – ეს არის თემა, რომელზეც მსოფლიოში უამრავი გამოყენებული გამოყენებული ლიტერატურაა: არსებობს, ძალიან ძნელია ამ ინფორმაციის ერთ სტატიაში ჩატევა, ამიტომ ჩვენ შევეხებით მარკეტინგულ ინსტრუმენტებს და ინტერნეტში მიმდინარე პროცესებს, რომლებიც ყველაზე ეფექტურ საშუალებებად არის აღიარებული, ასევე გვსურს განვიხილოთ ამ მიმართულების საქართველოში განვითარების პერსპექტივები.

ტრადიციული მარკეტინგის მსგავსად, ინტერნეტ მარკეტინგი არის ყველაფერი ის, რაც გვხმარება ახალი მომხმარებლების მოზიდვაში და ძველების შენარჩუნებაში. ინტერნეტ-მარკეტინგი თანამედროვე კომპანიების განვითარებაში ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ინსტრუმენტთა კომპლექსს წარმოადგენს. დღესდღეობით მომხმარებლები უფრო ხშირად და სიამოვნებით ხარჯავენ ფულს ინტერნეტით, ამიტომ, კომპანიებმა პოტენციური მომხმარებლები სწორად აქ უნდა ეძებონ. ჩვეულებრივი რეკლამების დრო დიდი ხანია წავიდა, ხალხი დაიღალა ძველმოდური რეკლამებით და დიდად აღარც ენდობიან მათ, ინტერნეტ მარკეტინგი კომპანიებს შესაძლებლობას აძლევს, რომ მთელ მსოფლიოს გააცნონ საკუთარი პროდუქტი.

საკვანძო სიტყვები: ინტერნეტ-მარკეტინგი, რეკლამა, ანალიზი, სოციალური მედია, კონკურენტუნარიანობა, სეგმენტი, ფოკუსირებული სტრატეგია.

Abstract. Internet Marketing and Internet Advertising - This is a topic with lots of books written, it is very difficult to put all of this into one article, so we will touch on marketing tools and processes on the Internet. Like traditional marketing, internet marketing is all about helping us attract new customers and keep them old ones.

Internet marketing is one of the most important tools for the development of modern companies. Consumers are currently spending more and more money online, so companies should look for potential customers right here. The time of random advertising has long

passed, people are tired of old-fashioned advertising and no longer trust it, and Internet marketing gives companies the opportunity to present their products to the whole world.

Keywords: internet marketing, advertising, analytics, social media, competitiveness, segment, focused strategy.

შესავალი. პირველ რიგში, ასაღნიშნია ის ფაქტი, რომ ნებისმიერი მარკეტინგის მიზანი-ბიზნესის მოგების ზრდაა. ძირითადად პირდაპირ - რეკლამის დაკვეთით, ან ირიბად - გარკვეული დროის შემდეგ. ირიბი მარკეტინგის მიზანია: - PR, ბრენდის პოპულარიზაცია, აუდიტორიის გაფართოება, ნდობის და ცნობადობის ასამაღლებელი აქციები და ა.შ.

მომხმარებლებისთვის სახლიდან გაუსვლელად ინტერნეტით, მათთვის სასურველი პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზებაა, მის მთავარ მიზანს წარმოადგენს საიტის სტუმრების მომხმარებლებად ქცევას და კომპანიის შემოსავლების გაზრდას. კომპანიები, რომლებიც აწარმოებენ ინტერნეტ გაყიდვებს უნდა ფლობდნენ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რა სიხშირით ახორციელებს მომხმარებელი ონლაინ შესყიდვებს, რატომ ურჩევნია იყიდოს ინტერნეტით და ენდობა თუ ვერ ენდობა მას მომხმარებელი.

ძირითადი ტექსტი. ინტერნეტ-მარკეტინგი ეხმარება მარკეტინგის მიზანს - შეიძინოს ახალი მომხმარებლები და შეინარჩუნოს არსებული მომხმარებლებთან ურთიერთობა. ინტერნეტ მარკეტინგს აქვს სამი მთავარი უპირატესობა, რომელიც განასხვავებს მას ჩვეულებრივი მარკეტინგისგან: ინტერაქციულობა, ზუსტი სეგმენტაცია (თარგეთირება), ვებ-ანალიტიკა.

ინტერაქციულობა-ინტერნეტში შესაძლებელია „მარტივი“, ურთიერთობის დამყარება მომხმარებელთან, ნებისმიერ დროს მათთან დაკავშირება, სიტუაციის კონტროლი.

ზუსტი სეგმენტირება (თარგეთირება): ეს მიმართულება საშუალებას აძლევს კომპანიას, რომ არსებული აუდიტორიიდან აარჩიოს სამიზნე აუდიტორია და მხოლოდ მათ გაუგზავნოს რეკლამა ან ინფორმაცია კონკრეტულ პროდუქტზე.

ვებ-ანალიტიკა: კომპანიას საშუალებას აძლევს გაიგოს, მათ მიერ განხორციელებული ქმედებიდან, რომელი იყო მაქსიმალურად ეფექტური, რომელმაც მოიზიდა ბევრი კლიენტი და „აიძულა“ შეეძინა მათი პროდუქტი ან მომსახურება. ინტერნეტ მარკეტინგს, ისევე როგორც ჩვეულებრივ მარკეტინგს სჭირდება სტრატეგია.

სტრატეგიის გაწერისას აუცილებელია გავარკვიოთ ვინ არის კომპანიის მიზნობრივი აუდიტორია და მათი მოთხოვნების ერთგვარი სურათი შევადგინოთ. უნდა დადგინდეს, რამდენად აკმაყოფილებთ მათ ჩვენს მიერ შეთავაზებული პროდუქტი, თუ არ აკმაყოფილებთ მაშინ რას შეცვლიდნენ ისინი მასში, სწორედ ამ დროს გამოადგება კომპანიას ინტერქციული ღონისძიებები.

სტრატეგიის შემუშავებისას ასევე აუცილებელია როგორც პირდაპირი ასევე ირიბი კონკურენტების შესწავლა, რა პოზიცია აქვთ მათ ბაზარზე. წარმატებული ონლაინ მარკეტინგული სტრატეგია კომპანიისთვის სასურველი შედეგის მომტანია.

ყველაზე ხშირად გამოყენებადი ონლაინ პლატფორმები მსოფლიოში: შეიძლება ითქვას რომ Amazon ინტერნეტ გაყიდვების მონოპოლისტია¹³ მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტ მარკეტინგი მსოფლიოში უკვე კარგად განვითარებული და გავრცელებულია, საქართველოში ის ჯერ კიდევ განვითარების სტადიაზეა.

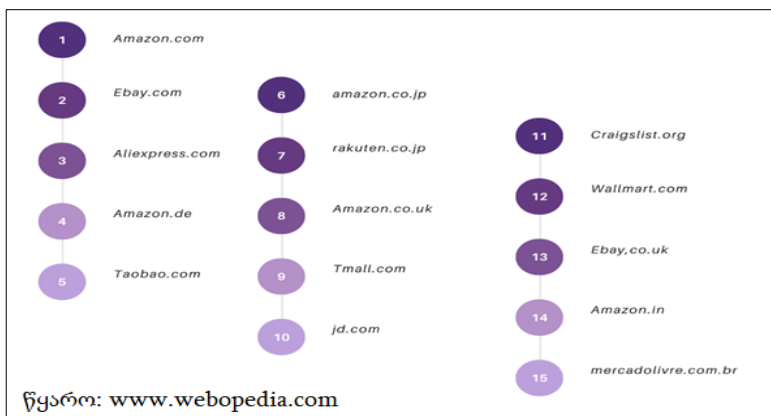
საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებით 2007 წელს საქართველოს მოსახლეობა შეადგენდა 4394700-ს, ხოლო აქედან ინტერნეტის მომხმარებელი იყო მხოლოდ 8,26%, დღეს სიტუაცია რადიკალურად შეცვლილია და 2019 წლის 1 ივლისის მონაცემებით 3723500-დან ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა 89,7 % შეადგენს, თუმცა მათი რაოდენობა ვინც ინტერნეტით ყიდულობს პროდუქტს ან მომსახურებას შეადგენს 20,8 % რაც საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია¹⁴.

2019 წლის 1 იანვრის მონაცემებით კომპანიები, რომლებსაც აქვთ ვებსაიტი/ვებგვერდი შეადგენს 18,4%-ს¹⁵

¹³ <https://www.similarweb.com/top-websites/category/e-commerce-and-shopping>

¹⁴ <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/106/sainformatsio-da-sakomunikatsio-teknologiebis-gamoqeneba-shinameurneobebshi>

¹⁵ <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/105/sainformatsio-da-sakomunikatsio-teknologiebis-gamoqeneba-satsarmoebshi>



სამწუხაროდ, ქართული ვებ-სივრცის პროდუქცია არაკონკურენტუნარიანია და საჭიროებს სრულყოფას, საქართველოში უცხოური ვებ-გვერდები მეტი პოპულარობით სარგებლობენ, მომხმარებლები უპირატესობას ანიჭებენ Amazon.com, Ebay.com, Aliexpress.com, 6pm.com და ა.შ. ვიდრე ქართულს საიტებს, მიზეზი საკმაოდ ბევრია: ვებ-გვერდების განახლება ხდება იშვიათად, დიზაინის მხრივაც ნაკლებად მომხიბვლელია, რეკლამებიც ცოტაა, ელექტრონულ მაღაზიაში განთავსებული პროდუქტის სურათების დაბალი ხარისხი, სკანირების ტექნოლოგიების (ვირტუალური შემოწმება) და პროდუქტის, ნახვის ტექნოლოგიების (3D ფორმატში) არარსებობა, არასრული ინფორმაცია პროდუქტის მიწოდებასა და გადახდის საშუალებების შესახებ, არასრულყოფილი ინფორმაცია პროდუქტისა და მომსახურების შესახებ, სხვადასხვა უკუკავშირის მექანიზმების (ბლოგი, ფორუმები) არარსებობა და რაც მთავარია ქართულ ენაზე ინფორმაციის სიმცირე. ქართული კომპანიები გაყიდვებს ძირითადად Facebook-ის მეშვეობით ახორციელებენ რაც მომხმარებელში უნდობლობას იწვევს, ამიტომ კომპანიებმა პირველ რიგში უნდა ეცადონ მოიპოვონ მომხმარებლების ნდობა, შესთავაზონ ფასდაკლებები, ფასები იყოს მომხიბვლელი, რათა მომხმარებელმა იგრძნოს ინტერნეტით შეძენის უპირატესობები და ააწყონ ისეთი საიტი რომელიც იქნება მომხმარებელზე მორგებული, ეფექტური და მარტივი გამოსაყენებელი. კომპანიამ აუცილებლად უნდა მოახდინოს საძიებო სისტემის ოპტიმიზაცია, რაც ნიშნავს, კომპანიის ვებ გვერდი იყოს ცნობილი საძიებო სისტემების პირველ ათეულში დიდი ხნის განმავლობაში. რაც მეტი იქნება ამ გზით საიტზე მოხვედრილთა რაოდენობა, მით მეტი შემოსავალი ექნება კომპანიას.

ინტერნეტ მარკეტინგის ინსტრუმენტები, რომლებიც აუცილებელია კომპანიისთვის და რომელთა დახმარებითაც ქართული კომპანიები შეძლებენ კონკურენტუნარიანი ვებ-საიტების შექმნას:

მთავარი გვერდი (Landing Page), ვებ-ანალიტიკა, SEO ოპტიმიზაცია, სოციალური მედია, კონტენტ მარკეტინგი, კონტექსტური რეკლამა, ფოსტა, ა/ზ ტესტირება.

მთავარი გვერდი (Landing page) - იმისათვის, რომ მომხმარებელს გააცნოთ და აჩვენოთ თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება საჭირო არის სივრცე, რომელიც მთავარი გვერდით იწყება, ლენდინგის მთავარი მისია არის მომხმარებლის დარწმუნება, რომ დარეგისტრირდეს/შეიძინოს პროდუქცია. ლენდინგისთვის დამახასიათებელია მაღალი ეფექტურობა და დაბალი ღირებულება ჩვეულებრივ საიტთან შედარებით და მისი გაკეთება არ მოითხოვს დიდ დროს, თუნდაც თავიდან შესაძლებელია, რომ კონკურენტების მაგალითზე აიწყოს გვერდი. ლენდინგი არის ეფექტური საშუალება, რომ სტუმარი გახდეს მომხმარებელი. აუცილებელია თქვენი უპირატესობების დაწერა კონკურენტებთან შედარებით და რაც ყველაზე მთავარი და აუცილებელია გვერდი უნდა იყოს მოსახერხებელი, მარტივად გასაგები და უნდა პასუხობდეს მომხმარებლების ყველა შეკითხვას.

ვებ-ანალიტიკა - ინფორმაციის შეკრება და ანალიზი მომხმარებლებზე, უბრალოდ დაათვალიერეს თუ შეიძინეს რამე, რამდენი ფული დახარჯა კომპანიამ და რამდენი გამოიმუშავა. ვებ ანალიტიკის ერთ-ერთი სერვისია Google analytics¹⁶, სადაც ხდება ყველა უკვე ხსენებული ინფორმაციის შეყვანა, გარკვეული დროის შემდეგ, როდესაც იქნება მონაცემების საკმარისი რაოდენობა, შესაძლებელი იქნება მისი გაანალიზება და გაგება ვინ საიდან შედიოდა ამ საიტზე, რას აკეთებდნენ იქ და რა გავლენა იქონია ამ ყველაფერმა კონვერსიაზე.

ვებ ანალიტიკის სერვისი: (www.google.com/analytics); კონვერსია - საიტის მნახველების პროცენტული რაოდენობა, რომლებმაც შეასრულეს მიზანმიმართული მოქმედება(ყიდვა ან რეგისტრაცია) მთლიანი მნახველების რაოდენობასთან

SEO ოპტიმიზაცია - სამიზნო სისტემის კარგად ოპტიმიზაციის დახმარებით ვებ-საიტი სხვა გვერდებთან შედარებით მარტივად ძებნადი

¹⁶ www.google.com/analytics

და Google-ის სამიეზო სისტემისთვის უფრო მეტად პრიორიტეტული ხდება. რაც უფრო ხშირად იქნება თქვენი საიტი სამიეზო სისტემის პირველ გვერდებზე უფრო მეტი მნახველი ეყოლება ვებ-გვერდს. SEO-ს ოპტიმიზაციისთვის აუცილებელია საკვანძო სიტყვები, რა პროდუქტი და მომსახურებაც აქვს კომპანიას მისთვის დამახასიათებელი სიტყვები ან მოკლე წინადადება დაიწეროს. და გახსოვდეთ რაც უფრო კარგად არის SEO ოპტიმიზირებული მით უფრო მეტი ტრაფიკი მოაქვს.

SMM (სოციალური მედია) - ექაუნთი სოციალურ ქსელში შეიძლება განიხილებოდეს, როგორც ცალკე საიტი, რომელიც არსებულ და პოტენციურ მომხმარებლებს მისცემს შესაძლებლობას მიიღონ ყოველდღიური ინფორმაცია, უკეთესად გაიცნონ კომპანია და თამამად მიიღონ თქვენი პროდუქტის ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილება, ამიტომ სოციალური ქსელი ისეთივე დახვეწილი და გასაგები უნდა იყოს, როგორც უშუალოდ ვებ გვერდი. მსოფლიო მასშტაბით კომპანიების 86% თავიანთ მომხმარებელს იზიდავს Facebook-ისა და Twitter-ის მეშვეობით. საქართველოში ყველაზე პოპულარული სოციალური ქსელი სწორედ Facebook-ია, ქართული კომპანიების რეიტინგი(მოწონება) სოციალურ მედიაში შემდეგნაირია: ლიდერობს თიბისი ბანკი, მეორე ადგილზე საქართველოს ბანკია, მესამეზე ალტა, მეოთხეზე თიბისი სმარკ კლუბი და ხუთეულს ხურავს ალდაგი.

კონტენტ მარკეტინგი - მომხმარებლისთვის საინტერესო და საჭირო ინფორმაციის შექმნა ციფრულ ფორმატში და მათთვის ამ ყველაფრის ეფექტურად მიწოდება, თუნდაც ბლოგის მეშვეობით .

კონტენტი აუცილებლად უნდა შეესაბამებოდეს მომხმარებლის ინტერესებს. კონტენტ მარკეტინგის მიზანი კომპანიის ცდობადობის, ლოიალური მომხმარებლების გაჩენა და რა თქმა უნდა გაყიდვების ზრდაა. იმ შემთხვევაში თუ არ გაკმაყოფილებთ მომხმარებლების ის რაოდენობა, რომელიც გყავთ და გინდათ მათი რაოდენობის გაზრდა, რომ შემდგომში გაყიდვებმაც იმატოს აუცილებელია კონტენტური რეკლამის გამოყენება. კონტენტური რეკლამა- სარეკლამო განცხადება, რომელსაც მომხმარებელი ხედავს იმის მიხედვით, თუ რას ეძებს ის სამიეზო სისტემაში. კონტენტური რეკლამის მთავრი უპირატესობაა, რომ მას მხოლოდ კომპანიის სამიზნე აუდიტორია ნახავს. დაწყებამდე აუცილებელია სერვისის არჩევა, დაფიქრდით რომელ სამიეზო სისტემას იყენებს თქვენი სამიზნე

აუდიტორია ყველაზე ხშირად, თუ ეს არის Google, მაშინ თქვენ გჭირდებათ Adwords.¹⁷

Mailing (წერილები) - წერილების მასიური გაგზავნა საკუთარი მომხმარებლებისთვის. თუ კომპანიისთვის პრიორიტეტია არა მარტო ყურადღების მიქცევა, არამედ მათ მუდმივ მომხმარებლად გადაქცევა აუცილებლად უნდა გამოიყენოს ფოსტა.

მიზანშეწონილია, გზავნილი იყოს ისეთი, რომ დააინტერესოს მომხმარებელი და გახსნას ის, რიგ შემთხვევებში წერილს არც ხსნიან ისე შლიან, რაც კომპანიისთვის წარუმატებლობაა, ასევე გასათვალისწინებელია, ის ფაქტი რომ წერილები ყოველდღე არ იგზავნებოდეს რათა მომხმარებელს თავი არ მოაბეზროთ.

ფოსტა არის ასევე კარგი საშუალება პოტენციურ მომხმარებლებთან ურთიერთობისთვისაც, მაგრამ მანამ სანამ კომპანია დაიწყებს ფოსტის გაგზავნას აუცილებელია **lead** ბაზის გაკეთება (lead- პოტენციური მომხმარებლები, რომლებმაც დატოვეს საკონტაქტო ინფორმაცია). ფოსტის მეშვეობით შეგვიძლია გავაგზავნოთ ინფორმაცია ახალი პროდუქტის, სხვადასხვა სახის აქციების, იმ ბონუსების შესახებ რასაც მიიღებენ ჩვენი პროდუქტის ან მომსახურების შეძენის შემთხვევაში და სხვა. მასობრივი ფოსტის გაგზავნა შესაძლებელია¹⁸

მას შემდეგ რაც საიტი დაიწყებს საკმარისი რაოდენობის ტრაფიკის მიღებას კონტენტური რეკლამის, კონტენტ მარკეტინგის და mailing მეშვეობით, უკვე შესაძლებელია A/B ტესტირების გამოყენება საიტის გაუმჯობესებისთვის.

A/B ტესტირება - კვლევა, რომელიც საშუალებას გვაძლევს შევასდეს გვერდის 2 ვარიანტი და დადგინდეს რომელი მათგანი არის უფრო ეფექტური. მომხმარებლების ნაწილი ვებ-გვერდზე შესვლისას ხედავს საიტის A ვარიანტს, ხოლო მეორე ნაწილი B ვარიანტს. განსაზღვრული დროის შემდეგ, რომელ ვარიანტსაც ექნება უფრო მეტი ტრაფიკი საბოლოო ჯამში ის ვარიანტი დარჩება ვებ-გვერდზე. A/B ტესტირების გაკეთება

¹⁷ www.google.com/adwords

¹⁸ www.unisender.com, www.mailchimp.com

შესაძლებელია Google Analytics (www.google.com/analytics), Visual Web Optimizer (www.vwo.com), Optimizely (www.optimizely.com).

ინტერნეტ მარკეტინგი გამუდმებით განიცდის ცვლილებებს და აუცილებელია მათ მივყვეთ. დროდადრო საკმაოდ პოპულარული ხდება Mobile ოპტიმიზაცია და ვიდეოკონტენტი.

Mobile ოპტიმიზაცია - 2019 წლისთვის მობილურის ტრაფიკმა სტაციონარის გადასწრება დაიწყო, მისი აღზევება განსაკუთრებით დაიწყო მას შემდეგ რაც Google-მა შეიმუშავა ალგორითმი “Mobilegeddon”, ეს ალგორითმი საიტებს, რომლებიც არ არის ადაპტირებული მობილურ ვერსიებზე სამიზნო სისტემის პირველი გვერდებიდან აქრობს, ფაქტობრივად ეს ალგორითმი კომპანიებს აიძულებს ქონდეთ ვერ-გვერდის მობილური აპლიკაცია, რაც შეეხება **ვიდეოკონტენტს**, ხდება სულ უფრო და უფრო პოპულარული, ვიდეო მთავარ გვერდზე შესაძლებლობას იძლევა გაარდოს კონვერსია 20%-მდე. გარდა ამისა ის უზრუნველყოფს მაღალ ჩართულობას და „უარის“ დაბალ მაჩვენებელს, ამიტომაც კარგი ვიდეოკონტენტი -საუკეთესო საშუალებაა აჩვენოთ როგორია და როგორ მუშაობს თქვენი პროდუქტი.

დასკვნა. ინტერნეტ მარკეტინგის განვითარება ქართულ კომპანიებს საშუალებას მისცემს გავიდეს ბაზარზე დაბალი ბარიერებით, შეისწავლოს მომხმარებელთა ქცევა, აწარმოოს სტატისტიკა. საქართველოში ინტერნეტ მარკეტინგის დანერგვა ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პირობაა, როგორც ადგილობრივ ასევე გლობალურ გარემოში წარმატების მისაღწევად.

ფაქტია, რომ ინტერნეტ მარკეტინგში ყველაფრის ციფრებით გამოთვლაა შესაძლებელი, ეს ძალიან მნიშვნელოვანია. ქართული ბიზნეს სივრცე უნდა მიხვდეს, რომ მისი მეშვეობით შესაძლებელია ახალი ბაზრის დაპყრობა. ინტერნეტ მარკეტინგით ჩვენ შეგვიძლია მივმართოთ მხოლოდ ჩვენს მიზნობრივ აუდიტორიას, იოლად შევინარჩუნოთ ინტერაქტიული ურთიერთობა მომხმარებელთან, გავავრცელოთ ნებისმიერი ინფორმაცია მაღალი სიჩქარით. დარგის სპეციალისტებს უსასრულოდ შეუძლიათ ისაუბრონ ინტერნეტ მარკეტინგის უპირატესობებსა და შესაძლებლობებზე, თუმცა ვფიქრობთ, რომ ამ მცირე სტატიაში საკმარისი ინფორმაცია გაშუქდა, რომ ყველა დაინტერესებულ პირს, დაფიქრების და ინტერნეტ მარკეტინგის მიმართულებით ეფექტური გადაწყვეტილების მიღების საშუალება მიეცეს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. <https://www.similarweb.com/top-websites/category/e-commerce-and-shopping>
გადამოწმებულია 05.01.2020
2. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/106/sainformatsio-da-sakomunikatsio-teknologiebis-gamoqeneba-shinameurneobebshi> გადამოწმებულია 05.01.2020
3. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/105/sainformatsio-da-sakomunikatsio-teknologiebis-gamoqeneba-satsarmoebsi> გადამოწმებულია 05.01.2020
4. https://www.webopedia.com/TERM/I/internet_marketing.html გადამოწმებულია 05.01.2020
5. <https://www.webfx.com/internet-marketing/why-is-internet-marketing-so-important.html> გადამოწმებულია 05.01.2020.