

ონლაინ მარკეტინგის თავისებურებანი

ინტერნეტ ბაზარზე წარმატების მიღწევა თანამედროვე კომპანიებისათვის ნიშნავს ნებისმიერი იმ საშუალების გამოყენებას, რომელიც მიმართულია კიბერსივრცეში ბიზნესის განსაზღვრულ მიმართულებად და წახალისებლად. მარკეტინგული წარმატების მეთოდები რადიკალურად შეიცვალა და განვითარდა ბოლო წლების განმავლობაში და ეს შეიძლება ძალიან დამაბნეველი იყოს ბიზნესისთვის.

განსაკუთრებით სოციალური მედია წარმოადგენს იმ სფეროს, რომელმაც რადიკალურად შეცვალა ბიზნესის წარდგენისა და წახალისების გზები კიბერსივრცეში. დღევანდელი მომხმარებელი ბევრად ჭკვიანია და ისინი არ კმაყოფილდებიან მხოლოდ იმ შეტყობინებებით, რომლებიც მათ მიეწოდებათ ცალმხრივად - მათთვის უფრო მიმზიდველი და სანდოა სოციალური ქსელებით გადაცემული და გაზიარებული ინფორმაცია. ამ გზით ისინი ეძებენ, თუ რა პროდუქტი შეიძინონ ან რა მომსახურება თუ სერვისი გამოიყენონ სანდო რეკომენდაციების საფუძველზე მათი მეგობრებისა და ოჯახის წევრებისაგან. კვლევების თანახმად, თუ მომხმარებელი წაიკითხავს მისი მეგობრის რეკომენდაციას ინტერნეტით ნდობის ხარისხი 78%-მდეა, მაგრამ უფრო საინტერესო ის არის, რომ თუკი თქვენ კითხულობთ რეკომენდაციას ადამიანისგან რომელსაც საერთოდ არ იცნობთ, თქვენ მაინც ენდობით 60%-იანი ალბათობით.

დღეისათვის მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელების ორ ფორმას გამოყოფენ

- მარკეტინგი გამავალი ინფორმაციით, ანუ პროაქტიული მარკეტინგი
- მარკეტინგი შემომავალი ინფორმაციით, ანუ რეაქტიული მარკეტინგი

გამავალი მარკეტინგი, როგორც წესი, ყოველთვის იყო ბიზნესის მარკეტინგის და რეკლამირების ტრადიციული მეთოდი - როგორც ყურადღების მიქცევის მარკეტინგი. ამ შემთხვევაში თქვენ გადასცემთ თქვენს მიმართვას რეკლამებით და სხვა საშუალებებით, რათა მიიქციოთ მომხმარებლის ყურადღება. როდესაც მომხმარებელს ყოველდღიურად მისდის 3000-ზე მეტი მესიჯი, ადვილი მისახვედრია, თუ რატომ ხდება ამ სახით რაიმეს მარკეტინგი და წახალისება სულ უფრო და უფრო ძნელი. გარკვეულად ზოგიერთ შემთხვევაში ეს მეთოდი ჯერ კიდევ

მაღსაზ ნიკოლაშვილი სტუ-ს დოქტორანტი

მუშაობს ინტერნეტითაც (მაგალითად, ძალიან ეფექტური შეიძლება იყოს ოთხგლეის სტატიკური რეკლამა, ან ბანერები); თუმცა დღეისათვის უკვე არსებობს უფრო ეფექტური გზებიც.

შემომავალი მარკეტინგი არის მარკეტინგის სახეობა, სადაც თქვენ აწოდებთ მომხმარებელს რაღაც მისთვის ღირებულ ინფორმაციას/მესიჯს, რათა მოიზიდოთ ისინი თქვენკენ. როდესაც თქვენ იზიდავთ მომხმარებელს, თქვენ ცდილობთ დაამყაროთ და ააგოთ ურთიერთობა. მას შემდეგ, რაც ააწოთ ურთიერთობას, მოიპოვებთ ნდობას რაც გაძლევთ საშუალებას გაყიდოთ პროდუქტები ან სხვა მომსახურების სერვისები მასზე. ამ სახის მარკეტინგი, მიუხედავად იმისა რომ ძნელი განსახორციელებელია, დღეისათვის სულ უფრო და უფრო ეფექტური და პოპულარული ხდება.

ნებართვაზე დაფუძნებულ მიდგომას, როგორცაა შემომავალი მარკეტინგი, ბევრად უკეთესი შედეგების მოტანა შეუძლია, რადგან:

1. როდესაც თქვენ ამყარებთ სანდო ურთიერთობას ნებისმიერ მომხმარებელთან ინტერნეტში ან მის გარეთ, ეს მნიშვნელოვნად ზრდის თქვენს გაყიდვებს. მაგალითად, როდესაც თქვენ მიდიხართ შეხვედრაზე გაყიდვების მიზნით და ვერ ამყარებთ სანდო ურთიერთობას მომხმარებელთან (როცა ბოლომდე არ გენდობათ მომხმარებელი), ძნელია გაყიდოთ რაიმე პროდუქტი. იგივე ხდება ინტერნეტშიც.

2. ეს ზოგადად უფრო მომგებიანია. ეს მიდგომა მოითხოვს უფრო მეტ დროს, მაგრამ საბოლოო ჯამში გრძელვადიანი პერსპექტივით ნაკლებად ხარჯიანია.

3. შედეგების კონტროლი და გაზომვა შედარებით ადვილია, ასე რომ თქვენ შეგიძლიათ იმოქმედოთ მოქნილად და მორგებულად უკეთესი შედეგის მისაღებად და გასაუმჯობესებლად.

განვიხილოთ ინტერნეტში ბიზნესის მარკეტინგის განხორციელების სხვადასხვა საშუალებები. აგრეთვე მიდგომები და სფეროები, რომლებიც ეხმარება თანამედროვე ბიზნესს წარმატების მიღწევაში.

ვიდრე ბიზნესი გადაწყვეტს თუ რომელი

მალხაზ ნიკოლაშვილი

მეთოდები გამოიყენოს ინტერნეტმარკეტინგისათვის, საჭიროა დრო დაუთმოს შემდეგს:

- კვლევა - პირველ რიგში კვლევა იმისთვისაა საჭირო, რომ გაიგოთ, თუ სხვები რას აკეთებენ, რა მუშაობს ან არ მუშაობს. აუცილებელი არ არის სხვა კომპანიის ბოლომდე მიბაძვა, მარგამ შეიძლება გარკვეულად იხელმძღვანელოთ სხვისი გამოცდილებით, როდესაც ჩამოაყალიბებთ თქვენს სამოქმედო გეგმას.

- სტრატეგია - თქვენ უნდა განსაზღვროთ მკაფიო და ეფექტური სტრატეგია. ძალიან ადვილია გაფლანგოთ დრო და ფული ინტერნეტმარკეტინგში, ნათელი სტრატეგია დაგეხმარებათ ამის არიდებაში.

საჭიროა განსაზღვროთ როგორ აპირებთ პოტენციური მომხმარებლის მოზიდვას, როგორ აპირებთ მათთან ურთიერთობას, როგორ აპირებთ მათთან კავშირის შენარჩუნებას და როგორ აპირებთ დაარწმუნოთ მომხმარებელი.

- ბრენდინგი - ბრენდინგი კიდევ უფრო მეტად მნიშვნელოვანია ინტერნეტ სამყაროში. რა შეტყობინებას აგზავნით ინტერნეტში? ხელმისაწვდომი კომპანია ხართ? არის თქვენი ინფორმაცია მკაფიო და დამაჯერებელი? რა არის უნიკალური თქვენს შემოთავაზებაში? ბრენდინგის თანამიმდევრულობა ძალიან მნიშვნელოვანია, თუ როგორ ატყობინებთ, რას ატყობინებთ

ცხრილი 1. ინტერნეტ მარკეტინგის სახეობები

სახეობა	განმარტება
საძიებო სისტემის ოპტიმიზაცია (SEO)	ეს არის პროცესი, რომელიც გამოყენება თქვენი ვებსაიტის ოპტიმიზაციისთვის, ისე რომ ის უფრო ხშირად და ეფექტურად გამოჩნდეს Google-ის ან სხვა მსგავსი სისტემის ძიებაში.
სოციალური მედია	სოციალური მედიის მარკეტინგს, შეუძლია მარკეტინგი კომუნიკაციისა და თანამშრომლობის საშუალებით თქვენ პოტენციურ მომხმარებელთან ისეთი სისტემების გამოყენებით როგორებიცაა Facebook, Twitter, LinkedIn და ასე შემდეგ.
ელექტრონული ფოსტის მარკეტინგი	ელფოსტის მარკეტინგს, შეუძლია მარკეტინგის განხორციელება თქვენით ელექტრონული წერილების გაგზავნით არსებულ და პოტენციურ მომხმარებელთან. ეს შეიძლება იყოს ხელმოწერების საშუალებით ელექტრონულ წერილზე (მაგალითად როდესაც უთითებთ თქვენი Facebook-ის მისამართს და ა.შ.), საინფორმაციო ბიულეტენებით, გზავნილების გამოწერებით და სხვა.
ონლაინ რეკლამა	არსებობს ბევრი სახეობა ონლაინ რეკლამირებისა. თუმცა, რეკლამირება გაზეთის მსგავსი საშუალებებით არც ისე ეფექტურია. მიზნობრივი რეკლამირება ონლაინ შეიძლება იყოს გაცილებით უფრო ეფექტური. მაგალითად, თუ თქვენ ეძებთ ქენონის კამერას საყიდლად და რეკლამა საკმაოდ შესაბამისი და რელევანტურია, შენ აღმოაჩენ, რომ ასეთი რეკლამა არც თუ ისე ცუდია და უარყოფით ემოციას არ ტოვებს რადგან რეკლამა არის უშუალოდ დაკავშირებული იმ ინფორმაციასა და თემასთან, რასაც ეძებ.
პარტნიორული მარკეტინგი (Affiliate marketing)	პარტნიორული მარკეტინგთან გვაქვს საქმე როდესაც თქვენს კომპანიას ხელს უწყობენ და ეხმარებიან მესამე მხარის კომპანიები გარკვეული საკომისიოს ან სხვა სარგებლის მიღების მიზნით.
ვებ-გვერდი	შენი ვებ-გვერდი არის შენი მთავარი მარკეტინგული საშუალება, რითაც წარმოაჩენთ თქვენს ბიზნესს ინტერნეტში.
ონლაინ პიარი	პიარი შეიძლება იყოს ძალიან ეფექტური საშუალება ბიზნესის ონლაინ დასარეკლამებლად და წარმოსაჩენად ინტერნეტში ძალიან დიდი და ფართო ასპარეზია ამის მისაღწევად.

და როგორ გამოიყურება ეს ყველაფერი. მაგალითად, ყოველთვის უზრუნველყავით იმ მეტოღეების ვიზუალი და შინაარსი, რასაც იყენებთ ინტერნეტში მომხმარებლისათვის შეტყობინების მისატანად, მაქსიმალურად შეესაბამებოდეს თქვენი ვებსაიტის დიზაინსა და შინაარსს.

- შიგთავსი - თქვენ უნდა ეცადოთ, გქონდეთ მაქსიმალურად ნათელი და გასაგები შიგთავსი. რა შინაარსის გამოყენებას აპირებთ, რაც გაზრდის სარგებელს, რაც საინტერესო იქნება პოტენციური მომხმარებლისთვის.

მომდევნო ცხრილში წარმოდგენილია ინტერნეტ მარკეტინგის სახეობების ჩამონათვალი, რომლებიც ეხმიანებიან ზემოთ მოყვანილ პრინციპებს:

ძნელია ტექნოლოგიების განვითარების მომავლის პროგნოზირება რადგან განვითარების ტემპი ძალიან დიდია, მაგრამ ერთი კი ნათელია, რომ იზრდება მაღალსიჩქარიან ინტერნეტზე წვდომა, მობილური მოწყობილობების გამოყენება და სოციალური ქსელებით სარგებლობა. ასე რომ, ეს ნიშნავს უფრო მეტი ადამიანი ხარჯავს დროს ინტერნეტში და ყველას აქვს საშუალება ინტერნეტის გამოყენებისა.

დღეისათვის ბიზნესები, რომლებიც არ იყენებენ ინტერნეტს, როგორც მარკეტინგულ არხს, ადრე თუ გვიან ჩამორჩებიან კონკურენტებს და ეს ყოველივე უარყოფითად იმოქმედებს ბიზნესის მომავალზე.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Online Marketing - New models of advertising?
http://projekter.aau.dk/projekter/files/16056831/081103_Speciale.pdf
2. The Small Business Online Marketing Guide. http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/ka/ads/pdfs/small_business_online_marketing_guide.pdf
3. თურქია ე., ძმანაშვილი ი., ინტერნეტბიზნესი (პირველი ნაწილი). საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2008
4. Wikipedia, Online advertising, http://en.wikipedia.org/wiki/Online_advertising
5. Wikipedia, Web banner, http://en.wikipedia.org/wiki/Web_banner
6. Wikipedia, Mobile advertising, http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_advertising
7. Forbes, Jayson DeMers. The Top 7 Online Marketing Trends That Will Dominate 2014. <http://www.forbes.com/sites/jaysondemers/2013/09/17/the-top-7-online-marketing-trends-that-will-dominate-2014/>
8. GetSmarter, Internet Marketing Textbook, Alex Trengove Jones; Anna Malczyk, Justin Beneke.
<https://vula.uct.ac.za/access/content/group/95dfae58-9991-4317-8a1d-e2d58f80b3a3/Published%20OER%20UCT%20Resources/Internet%20Marketing%20textbook.pdf>
9. თოდუა ნ., მარკეტინგის საფუძვლები.

ONLINE MARKETING PECULIARITIES

MALKHAZ NIKOLASHVILI
Doctoral Candidate of GTU

In line with the development of the Internet and network communication technologies the marketing success methods has evolved and changed in recent years. Especially social media has dramatically changed the way businesses are presented and promoted to the public in the cyberspace. Today's customer are smart and the one way information is not any more enough for them. In the article there are discussion about the outbound and inbound marketing and communication. Specifically the differences of the inbound marketing are discussed. Finally the different methods of online marketing are briefly presented and described.