

ინფლუენსერ მარკეტინგის როლი ბიზნესში და მისი განვითარება
საქართველოში

მაგისტრანტი:

ეთერ ლელაძე

ეთერ აბრამიშვილი

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო დანელია

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი 2024

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესის შესაბამისად“.

მადლობა

მადლობას ვუხდით ჩვენს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, კვლევის განხორციელების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის და ასევე კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს, თავიანთი აზრის დაფიქსირებისთვის.

აბსტრაქტი

ინფლუენსერ მარკეტინგი წარმოიშვა, ციფრულ ეპოქაში, როგორც ბრენდების სტრატეგია მომხმარებელთან დასაკავშირებლად. ნაშრომი მიმოიხილავს ინფლუენსერ მარკეტინგს, მის ევოლუციას, ძირითად პრინციპებს და მისი გავლენის ეფექტურობას მომხმარებელთა ქცევაზე.

ნაშრომი განიხილავს როგორც ინფლუენსერების გავლენას მომხმარებელზე, ასევე მის გავლენას ბრენდის აღქმასა და გაყიდვების ზრდაზე. ნაშრომში განხილულია საუკეთესო პრაქტიკა წარმატებული ინფლუენსერ მარკეტინგული კამპანიების განსახორციელებლად. ასევე ნაშრომი მოიცავს ინფლუენსერ მარკეტინგის კუთხით საქართველოში არსებული მდგომარეობის შესწავლისა და მისი განვითარების გზების ძიებას.

Abstract

Influencer marketing has emerged in the digital age as a strategy for brands to connect with consumers. The paper reviews influencer marketing, discusses its' evolution, basic principles and effectiveness of it's influence on consumer behavior. The paper examines both, influencers' influence on the consumer and it's impact on brand perception and sales growth.

The paper discusses best practices for implementing successful influencer marketing campaigns.

Also, the paper includes the study of current situation in influencer marketing in Georgia and the search for ways of its' development.