

იმეილ მარკეტინგის გავლენა ელექტრონული კომერციის გაყიდვებზე
საქართველოში

სოლომონ გომარელი

სამაგისტრო ნაშრომი

ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტი:
ბიზნეს ადმინისტრირება - მენეჯმენტი

ხელმძღვანელი: ალექსანდრე ერგეშიძე,
ასოცირებული პროფესორი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო 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 წესების შესაბამისად.

სოლომონ გომარელი: _____

აბსტრაქტი

კვლევის თემა არის იმეილ მარკეტინგის გავლენა ქართულ ელექტრონულ კომერციაზე. კვლევის მიზანია, დაადგინოს თუ როგორ მოქმედებს იმეილ მარკეტინგი მომხმარებელთა ჩართულობაზე, ნდობაზე და ლოიალობაზე, ასევე მისი ეფექტურობა გაყიდვების ზრდაში. ამ მიზნით, კვლევა მოიცავდა მონაცემების შეგროვებას მომხმარებელთა და ელექტრონული კომერციის კომპანიების წარმომადგენელთა გამოკითხვების მეშვეობით.

გამოკითხვა ჩატარდა ონლაინ პლატფორმის გამოყენებით და მოიცავდა მრავალარჩევან კითხვებს, რომლებიც უზრუნველყოფდნენ მონაცემების ფართო ანალიზის საშუალებას. კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 144-მა მომხმარებელმა და 15-მა კომპანიის წარმომადგენელმა, რაც იძლევა დამაჯერებელ და ფართო სურათს იმეილ მარკეტინგის ეფექტურობის შესახებ.

მონაცემთა ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ იმეილ მარკეტინგი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს გაყიდვების ზრდაში. მომხმარებელთა 77% ხშირად ან ზოგჯერ იყენებს იმეილების შეთავაზებებს შესყიდვებისთვის, ხოლო 50% თვლის, რომ მათი იმეილ კამპანიები ეფექტურია ან ძალიან ეფექტურია გაყიდვების ზრდაში. პერსონალიზაციის და სეგმენტაციის მაღალი დონე (59% და 50% შესაბამისად) მნიშვნელოვნად ზრდის მომხმარებლის ჩართულობას და კმაყოფილებას.

კვლევამ ასევე აჩვენა, რომ რეგულარული და პერსონალიზებული იმეილ კამპანიები უფრო ეფექტურია. კომპანიები, რომლებიც კვირაში რამდენჯერმე ან თვეში რამდენჯერმე აგზავნიან იმეილებს, ხედავენ უფრო მაღალ ჩართულობას და გაყიდვებს. მიუხედავად ამისა, ხშირი იმეილ კამპანიები ყოველთვის არ არის პირდაპირ კორელაციაში გაყიდვების რაოდენობასთან, რაც მიუთითებს შინაარსის და შეთავაზებების რელევანტურობის მნიშვნელობაზე.

რეკომენდაციები მოიცავს იმეილ მარკეტინგის სტრატეგიების გაუმჯობესებას პერსონალიზაციისა და სემენტაციის გამოყენებით, რეგულარული ანალიზისა და გაუმჯობესების პროცესის დანერგვას და მომხმარებელთა პრეფერენციებზე მორგებულ შეთავაზებებს. კვლევა ხაზს უსვამს იმეილ მარკეტინგის მნიშვნელოვან პოტენციალს ქართულ ელექტრონულ კომერციაში და მისი ეფექტურობის გაუმჯობესების შესაძლებლობებს.

საძიებო სიტყვები: იმეილ მარკეტინგი, ელექტრონული კომერცია, გაყიდვების ზრდა

Abstract

The subject of this research is the impact of email marketing on Georgian e-commerce. The aim of the study is to determine how email marketing affects customer engagement, trust, and loyalty, as well as its effectiveness in increasing sales. To achieve this, the research involved collecting data through surveys of customers and representatives of e-commerce companies.

The survey was conducted using an online platform and included multiple-choice questions, allowing for comprehensive data analysis. The study included 144 customers and 15 company representatives, providing a credible and extensive view of the effectiveness of email marketing.

Data analysis revealed that email marketing plays a significant role in increasing sales. 77% of customers frequently or occasionally use email marketing offers for purchases, and 50% believe that their email campaigns are effective or very effective in increasing sales. High levels of personalization and segmentation (59% and 50% respectively) significantly enhance customer engagement and satisfaction.

The study also showed that regular and personalized email campaigns are more effective. Companies that send emails several times a week or month see higher engagement and sales. However, frequent email campaigns do not always directly correlate with the number of sales, indicating the importance of the relevance of content and offers.

Recommendations include improving email marketing strategies by using personalization and segmentation, implementing regular analysis and improvement processes, and tailoring offers to customer preferences. The research highlights the significant potential of email marketing in Georgian e-commerce and the opportunities for improving its effectiveness.

Keywords: email marketing, ecommerce, sales growth