

ციფრული მარკეტინგის როლი წარმატებულ გაყიდვებში ქართულ
ბაზარზე

მაგისტრი: ქეთევან ხუციბე

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

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო დანელია, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
სრული პროფესორი



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 არ არის ნაშრომში მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად“.

ქეთევანი ხუციძე

23.06.2024

აბსტრაქტი

დღევანდელ ბიზნეს ლანდშაფტში ციფრული მარკეტინგის როლი წარმატებული გაყიდვების წარმართვაში სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება. ეს ნაშრომი მიზნად ისახავს , დაადგინოს, ციფრული მარკეტინგისა და გაყიდვების წარმატებულობას შორის არსებული კავშირი ქართულ ბაზარზე მოღვაწე ბიზნეს სექტორში. რასაც ციფრული მარკეტინგის ძირითადი არხების სიღრმისეული შესწავლის გზით ახდენს., კვლევა ცდილობს გამოავლინოს მექანიზმები, რომლითაც ეს არხები გავლენას ახდენენ გაყიდვების შედეგებზე.

ნაშრომი შეისწავლის თუ როგორ შეუძლია ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიებმა ეფექტურად მოიზიდოს, ჩართოს და გადააქციოს დაინტერესებული პირები ერთგულ მომხმარებლებად. არსებული ლიტერატურის, ემპირიული კვლევებისა და ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევების გამოყენებით, ეს ნაშრომი იძლევა მიგნებებს კონკრეტული ტაქტიკისა და ტექნიკის შესახებ, რომლის გამოყენებასაც შეძლებს ბიზნესი ციფრული მარკეტინგის ძალისხმევის ოპტიმიზაციისა და გაყიდვების წარმატებისთვის.

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, რომელშიც მონაწილეობა მიიღო ციფრულ მარკეტინგსა და გაყიდვებში მოღვაწე 170-მა რესპონდენტმა. ასევე, თვისებრივი კვლევის ნაწილში სიღრმისეული ინტერვიუ დარგის 6 ექსპერტთან და 3 შემთხვევის შესწავლა.

ნაშრომი მიზნად ისახავს, რომ წვლილი შეიტანოს ციფრული მარკეტინგისა და გაყიდვების ურთიერთობის დინამიკის გაგებაში, იმ გზების გარკვევით, რომლითაც ციფრული მარკეტინგი გავლენას ახდენს ქართულ ბაზარზე არსებული ბიზნესის გაყიდვების წარმატებაზე. კვლევა მიზნად ისახავს, აღმოაჩინოს ეფექტური და სტრატეგიული ციფრული მარკეტინგის სტრატეგიები, რომლებიც შეძლებს საქართველოში მოღვაწე ბიზნესების განვითარებას,

Abstract

In today's business landscape, the role of digital marketing in driving successful sales is becoming increasingly important. This paper aims to determine the relationship between digital marketing and sales success in the business sector operating in the Georgian market.

The paper examines how digital marketing strategies can effectively attract, engage and convert interested parties into loyal customers. Using existing literature, empirical research, and quantitative and qualitative research conducted within the framework, this paper provides insights into specific tactics and techniques that businesses can use to optimize their digital marketing efforts and achieve sales success.

As part of the research, a quantitative survey was conducted, in which 170 respondents working in digital marketing and sales participated. Also, in the qualitative research part, in-depth interviews with 6 experts in the field .

The paper aims to contribute to the understanding of the dynamics of the digital marketing and sales relationship by clarifying the ways in which digital marketing affects the sales success of businesses in the Georgian market. The research aims to discover effective and strategic digital marketing strategies that will be able to develop businesses operating in Georgia

მადლობა

მადლობას ვუხდით კვლევაში მონაწილე მხარეებს, რომლებმაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს კვლევის წარმოებაში. ასევე, დიდი მადლობა რეკომენდაციებისა და გაწეული შრომისთვის თემის ხელმძღვანელს, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორს, ნინო დანელიას.