

ონლაინ მარკეტინგი - სტარტაპის განვითარების მთავარი ინსტრუმენტი

ნინო ჩხვიმიანი

თეონა ცინცაძე

ივანე რუხაძე

ჯგუფი #1

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში*

პროექტის ხელმძღვანელი: თამარ მაღალაშვილი, ასოცირებული პროფესორი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2018

განაცხადი

როგორც წარმოდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.

ნინო ჩხვიმიანი

თეონა ცინცაძე

ივანე რუხაძე

18. 06. 2018

აბსტრაქტი

ონლაინ მარკეტინგის როლი თანამედროვე მსოფლიოში დღითიდღე იზრდება. ბიზნესი მომხმარებელთან კომუნიკაციას ყოველდღიურ სახეს აძლევს და ამ პროცესში საჭიროებს იმ ონლაინ მარკეტინგული სტრატეგიების ცოდნას, რომლებიც დაეხმარება პროდუქტისა და მომსახურების მომხმარებელთან მიწოდებაში. წინამდებარე ნაშრომში განხილულია მსოფლიო და ადგილობრივ დონეზე ონლაინ მარკეტინგული კამპანიების მაგალითები, სხვადასხვა სტარტაპების მფლობელების ონლაინ მარკეტინგული სტრატეგიები და ამ სტრატეგიების როლი სტარტაპების გაყიდვებისა და ცნობადობის ზრდაში. მონაცემები მოპოვებულია სტარტაპებთან ნახევრად სტრუქტურული ინტერვიუებისა და ონლაინ მარკეტინგულ აქტივობებზე პირდაპირი დაკვირვების გზით. ნაშრომი შეისწავლის იმ მეთოდებსა და ინსტრუმენტებს, რომელთა წყალობითაც სტარტაპები იღებენ ცოდნასა და გამოცდილებას, თუ როგორ უნდა გამოიყენონ ინტერნეტ მარკეტინგი სწორად და როგორ შეადგინონ მოქმედების სტრატეგიული გეგმები წარმატების მისაღწევად. ლიტერატურის შესწავლისა და ქეისებზე დაკვირვების შედეგად შევიმუშავეთ კონკრეტული რეკომენდაციები, თუ რატომ უნდა მიმართოს ყურადღება და ძალისხმევა წარმატებაზე ორიენტირებულმა სტარტაპმა ონლაინ მარკეტინგისკენ, რაზე უნდა იყოს კონცენტრირებული, რა დეტალებზე გაამახვილოს ყურადღება და რატომ უნდა აირჩიოს მომხმარებელთან ურთიერთობის მიზნით ონლაინ მარკეტინგი. კვლევის ფარგლებში შემუშავდა ონლაინ მარკეტინგის გამოყენების ეფექტური მოდელები საქართველოში არსებული სტარტაპ კომპანიებისთვის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: მარკეტინგი, ონლაინ მარკეტინგი, ინტერნეტი, სტარტაპი, ონლაინი, მცირე ბიზნესი.

Abstract

The role of online marketing in the modern world is rising day by day. Business communicates with its consumer on daily basis and needs the knowledge of those strategies which will help in supplying products and service for consumers. In this paper there are discussed the examples of worldwide and local online marketing campaigns, online marketing strategies of tenants of different startups and the role of these strategies in selling startups and raising awareness. Data is obtained from semi-structured interview and through direct observation on online marketing activities. The paper studies the methods and instruments thanks to which startups get knowledge and experience of the ways of using internet marketing correctly and making strategical action plans. By analyzing literature and observing the cases there's a set of recommendations created explaining why should a success-oriented startup pay attention to online marketing, what should it be concentrated on, what details should be taken in account and why should it choose online marketing with a purpose of communication with consumers. Within the research's boundaries there are formulated effective models of using online marketing for startup companies existing in Georgia.

Key words: Marketing, online marketing, internet, startup, online, small business.