

# MARKETING

ლექცია VIII

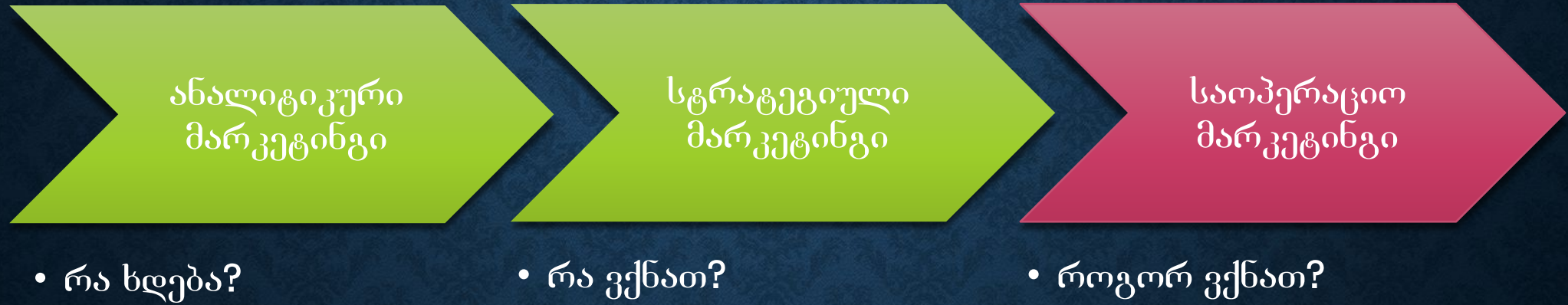
[www.btu.edu.ge](http://www.btu.edu.ge)

სიბაშვილი

2017



# გეგმა





**BLADE** *Rob Papen*

PRESET: 001 SYN: BLADE 2012    EDIT    ECB  
 BANK: 00 INTRODUCTION    ORIG    HELP

MANAGER    EASY    HARM ENV > FILTER FREQ : ON

MODE: POLY    PORT: OFF

OFF UP    CHORD OFF  
 OFF DW    STRUM OFF

PORT    STRUM SYNC  
 C3 DEMO

XY PAD

BASE RANGE SYM TIMBRE E/O RIPPLE



WIDTH HARM HVOL FILTER Q VOL

OFF/LIVE  
 REC  
 PLAY

LOOP  
 POLY MODE  
 4/1 SYNC TO

SMOOTH  
 SPEED  
 SPEED CTRL

NONE  
 SPD MOD SRC

AMP

VOL VEL-VOL

ATK DEC SUST FADE REL

HARMOLATOR FREE SHIFT

BASE RANGE SYM TIMBRE

EVEN/ODD RIPPLE WIDTH HARM

HARM VOL OCTAVE SPREAD SUB

TIMBRE TYPE: TIMBRE 1

RIPPLE TYPE: BASE: CONST

RIPPLE WAVE: SINE

SUB SHIFT: -1 OCT    SPREAD TYPE: 3 HARM

ARP    PITCH    MOD    ADV    FX    SPEC

STEP	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TIE																
TUNE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VEL	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127
FREE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

UP: 16    MODE: 1X  
 1 OCT    SPEED: 1X  
 OCT: 1 OCT    LOCK: ON

VEL/KEY SWING  
 KEY LATCH

VELOCITY

BASE RANGE SYM TIMBRE E/O

RIPPLE WIDTH HARM HVOL FILTER

DISTORT: NONE    FILTER: 12 LP    SMOOTH

NONE    FREQ    Q

NONE    SEP    KEY TRACK

LFO

WAVE: SINE    SYNC

SPEED    MODE: POLY    SPEED CTRL

NONE    MOD SRC

BASE RANGE SYM TIMBRE E/O

RIPPLE WIDTH HARM HVOL FILTER

ENVELOPE SYNC

PRE    DEC    FADE    REL

ATK    SUST

BASE RANGE SYM TIMBRE E/O

RIPPLE WIDTH HARM HVOL FILTER



პროლექტი



ფასი



ადგილი



პრომოუცი



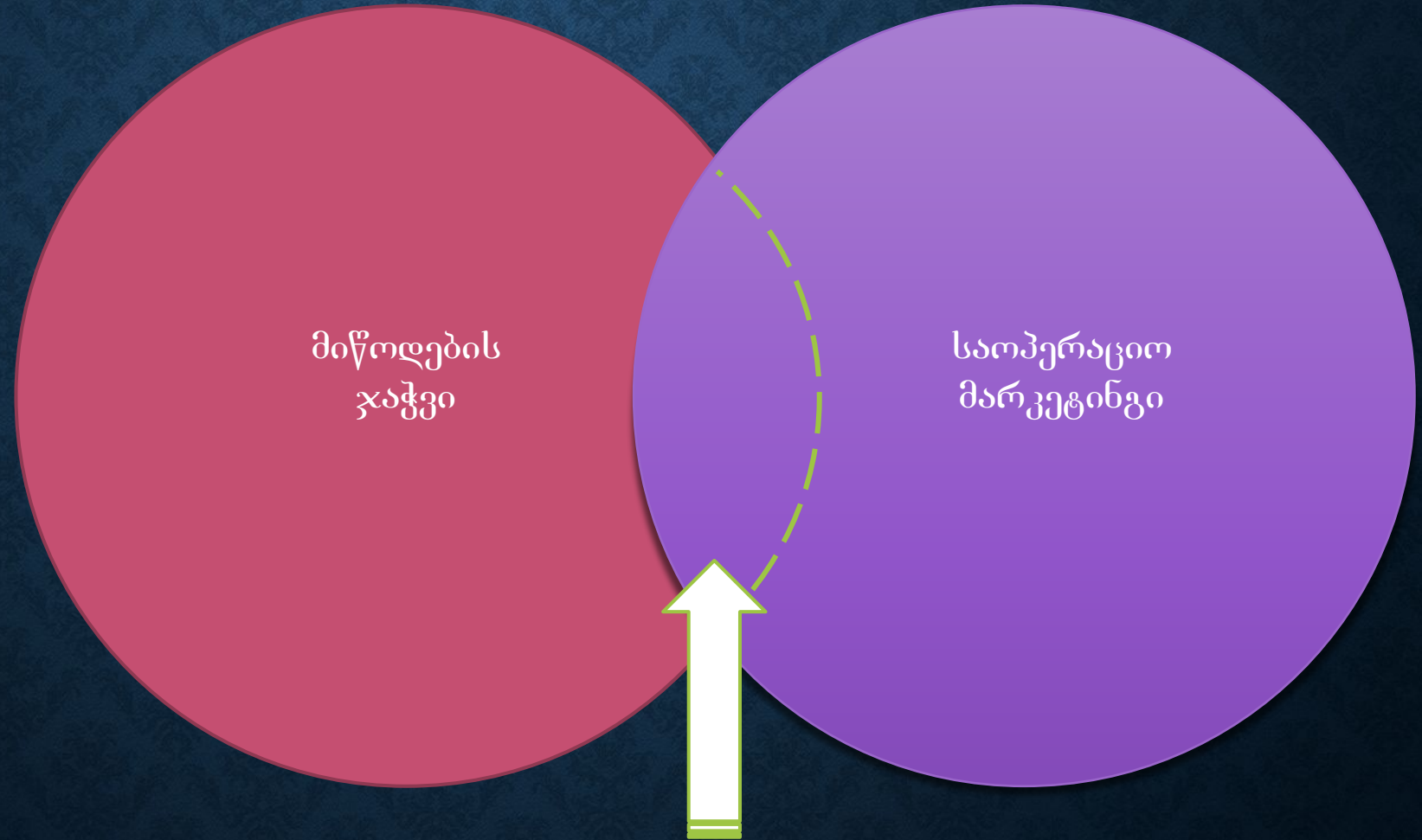
# რა არის მიწოდების ჯაჭვი?



ორგანიზებული სისტემა, რომელიც ემსახურება მწარმოებლისთვის საჭირო კომპონენტების მოწოდებასა და საბოლოო პროდუქტის მომხმარებელამდე მიგანას.



# მიწოდების ჯაჭვი და მარკეტინგი



დისტრიბუციის სისტემა (საბითუმო მოვაჭრე, საცალო მოვაჭრე, აგენტი)



# დისტრიბუციის სისტემის რგოლები

## საბითუმო მოვაჭრე (Wholesaler)

ფირმა, რომელიც მწარმოებლებისგან ყიდულობს დიდი ოდენობით პროდუქციას, ახდენს პროდუქციის სორტირებას, დასაწყობებას და გადაყიდვას მომდევნო რგოლებისთვის.

## საცალო მოვაჭრე (Retailer)

ფირმა, რომლისგანაც პროდუქციას საბოლოო მომხმარებელი შეიძენს

## აგენტი, ბროკერი, შუამავალი, და ა.შ.

ხელს უწყობს ჯაჭვის რგოლებს შორის კავშირს, მოლაპარაკებებს, მაგრამ არცერთ მომენტში არ ფლობს უფლებას პროდუქტზე.



# ადგილი (გავრცელება, დისკრიბუცია)

## გაყიდვის არხი

ორგანიზაციათა ჯაჭვი, რომელთა საერთო როლია პროდუქტისა თუ სერვისის მწარმოებლიდან  
საბოლოო მომხმარებლამდე მიტანა



# ადგილი (გავრცელება, დისტრიბუცია)

## გაყიდვის არხები

### პირდაპირი არხი

მწარმოებელი თვითონ წარმოადგენს ჯაჭვის ყველა (ან ერთადერთ) რგოლს.



### არაპირდაპირი არხი

საბოლოო მომხმარებელამდე არაერთი ორგანიზაციაა.





# ადგილი (გავრცელება, დისკრიბუცია)

## პირდაპირი არხი



ემსახურება კონკრეტულ პროდუქციას

პირდაპირ შეხება კლიენტთან

სწრაფი უკუკავშირი



შეზღუდული არეალი

მაღალი ფიქსირებული ხარჯები

სხვა პროდუქტები, რომელიც კლიენტს სურს?



# ადგილი (გავრცელება, დისტრიბუცია)

## არაპირდაპირი არხი



ფართო არეალი

დაბალი ფიქსირებული ხარჯები

სხვა პროდუქციაც, რაც კლიენტს სურს



ემსახურება მრავალ სხვა პროდუქტსაც

მიაქვს მოგების წილი

არ არსებობს კავშირი კლიენტთან



ადგილი (გავრცელება, დისკრიბუცია)

## Online მაღაზია



?

?

?



დავალება



?

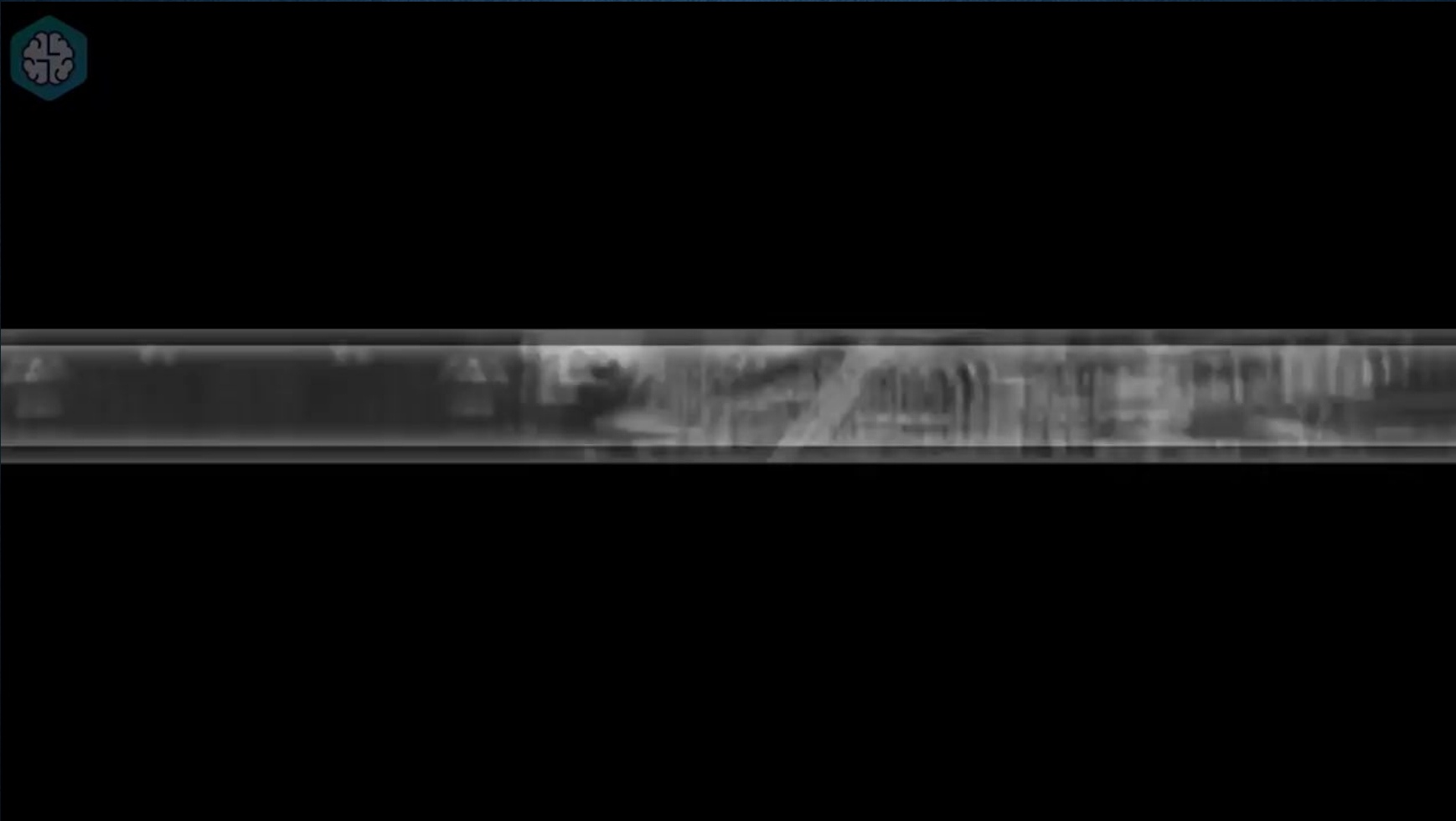
?

?

<https://www.youtube.com/watch?v=hvjkKlqrmIg>



# ადგილი - თანამედროვე ტენდენციები





ადგილი (გავრცელება, დისკრიბუცია)

რა ფუყოთ ჩვენს მურაბას?





# ადგილი (გავრცელება, დისტრიბუცია)

## რა ფუყოთ ჩვენს მურაბას?

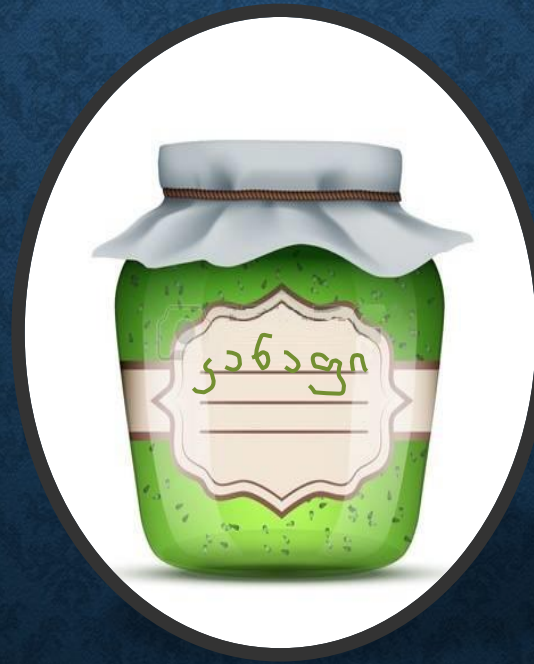
რომელიც არის:

განსხვავებული

ბუტიკური ხარისხის (hand-crafted)

კარგად ბრენდირებული

არც ისე იაფი.



წარმოვადგინოთ ღონისძიებებზე





## ადგილი (გავრცელება, დისკრიბუცია)

### ოთხი შეკითხვა გაყიდვის არხების ანალიზისთვის

1. უკავშირდება თუ არა არხი მთავარ მიზნობრივ სეგმენტს?
2. ერგება თუ არა არხი პოზიციონირების სტრატეგიას?
3. შესაბამისობაშია თუ არა არხი ჩვენს ორგანიზაციასთან?
4. შედეგიანი იქნება თუ არა არხი ფინანსური თვალსაზრისით?



# ადგილი (გავრცელება, დისტრიბუცია)

## გაყიდვის არხების ანალიზი

არხი / ?	მოგვაგნებენ?	გვიხლება?	გვერგება?	გაგვამდიდრებს?
წარმომადგენლობითი	კი	კი	კი	კი
საფირმო მაღაზია	კი	კი	არა	არა
სპეციფიური ადგილები	კი	კი	კი	კი
საყოველთაო ქსელი	კი	არა	არა	ან კი, ან არა



ადგილი (გავრცელება, დისკრიბუცია)

## როგორ დაეარწმუნოთ ჯაჭვის რგოლები?

ფულის შოვნის ვარიანტი

კარგი გადახდის პირობები

მხარდაჭერა, გრეინინგები, საჩუქრები

გამრდილი პროდუქციის ხაზი

ფასეული ბრენდი

ერთობლივი მარკეტინგი



# ადგილი (გავრცელება, დისტრიბუცია)

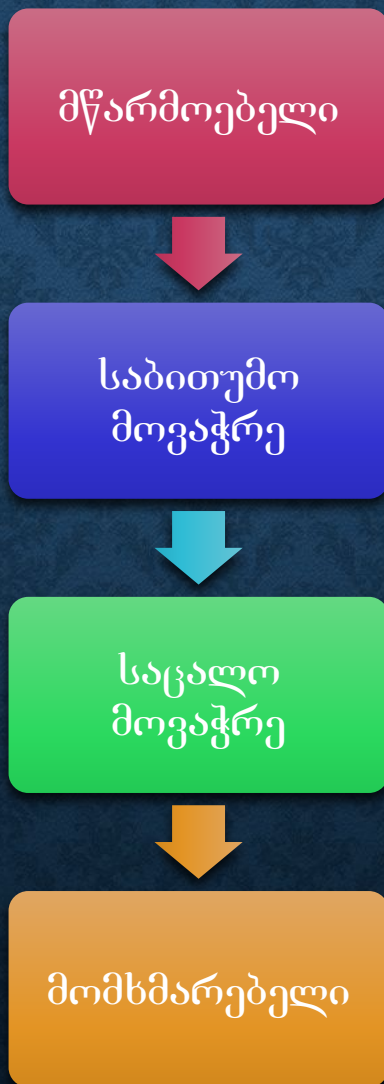
## მიწოლა (Push Strategy)

ვიმუშაოთ რგოლებზე  
შევარჩიოთ კონკრეტული ობიექტები  
დავაგრეინინგოთ კონსულტანტები  
დავაწესოთ პრემიები  
გამოვეყნოთ სარეკლამო ბიუჯეტი



## გაქაზვა (Pull Strategy)

ვიმუშაოთ მომხმარებელზე  
გავხადოთ ხელმისაწვდომი  
მომხმარებელზე გათვლილი აქციები  
გავცეთ ფასდათმობა რგოლებისთვის  
ვაწარმოოთ სარეკლამო კამპანია





# გავრცელების სისტემა (ობიექტების შერჩევა)

## ინგენსიური

სპონგანური, სწრაფი შენაძენი

მცირე მარჯა, დიდი მოცულობა

მცირე ზომის პროდუქცია

აღვილად მოხმარებადი

„ჩვენ ყველგან დაგხვდებით“

## სელექტიური

ნაფიქრი შენაძენი

მობრდილი მარჯა, შეზღუდული ოდენობა

დიდი ზომის და მოცულობის პროდუქცია

საჭიროებს გარკვეულ ინსტრუქციებს

„ჩვენ განსაკუთრებულები ვართ“

ფასი

რაოდენობა

ზომა

სიმარტივე



# გავრცელების სისტემა (ობიექტების შერჩევა)

## ინგენსიური

სპონგანური, სწრაფი შენაბენი

მცირე მარჯა, დიდი მოცულობა

მცირე ზომის პროდუქცია

ადვილად მოხმარებადი

„ჩვენ ყველგან დაგხვდებით“

ფასი



რაოდენობა



ზომა



სიმარტივე

ექსკლუზიური

„ მხოლოდ ერთგან! „



# გავრცელების სისტემა (ინტეგრაცია)

## Forward Integration



## Backward Integration



მწარმოებელი

დისტრიბუცია

მალაზია





# პრობლემები

(ძალთა გადანაწილება)

„ჩვენთან თუ არ დადებ თაროებზე, ხალხს დააფიწყლები, მაგრამ ფულს ჯერ ვერ გადაგიხდით...“

„ჩვენ ავიღებთ შენს პროექციას, თუ წინასწარ გადაგიხდი და 40%-ს დაგვიტოვებ...“

„ჩვენ არ მოგაწვდით მონაცემთა ბაზებს თუ მეგ რეკლამას არ განათავსებ ჩვენს საიგზე...“

„თუ კონკურენტის პროექციას გაყიდი, ჩვენ შენთან აღარ ვიქნებით...“

„ჩვენ ერთობლივად ვგეგმავთ, თუ როგორ გაყვილოთ უფრო მეტი...“





# საფარჯიშო

## პროდუქტი:

პირველი ქართული ვისკი

მაგარი პროგრამა ონლაინ-  
სესხების საწარმოებლად

წყაროს წყალი „ონკანი“

განსაზღვრეთ მიზნობრივი სეგმენტი

განსაზღვრეთ რამდენი რგოლია საჭირო

რა ფუნქცია ეკისრებათ რგოლებს?

ინგენსიური, სელექციური თუ ექსკლუზიური?

როგორ შეიძლება ძალები გადანაწილდეს?

როგორი ინტეგრაციაა შესაძლებელი?



# ფრენჩაიზინგი (FRANCHISING)

ფრენჩაიზის გამცემსა და მიმღებს შორის ურთიერთობის ფორმა, სადაც გამცემი იძლევა სავაჭრო ნიშნის, ბრენდისა და სახელი გამოყენების უფლებას.

რას იღებს ფრენჩაიზის მფლობელი ერთჯერადი გადასახადისა ან/და რეგულარული წილის სანაცვლოდ:



ბიზნეს-პროცესების კოპირება  
პროდუქციის წარმოება და გაყიდვა  
თანამშრომლების ტრენინგი  
ორიგინალი შემადგენელი პროდუქცია  
საკომუნიკაციო მასალები





# დავალება

Marketing: Defined, Explained, applied

თავი 13

უყურეთ ვიდეოს, სადაც **Shopify**-ს წარმომადგენელი გვესაუბრება **E-commerce**ზე:

<https://www.youtube.com/watch?v=hvjkKlqrmIq>

საჭიროების შემთხვევაში, გადახედეთ ინტერნეტში მოპოვებად სხვა მასალებს.

მაქს. 1 გვერდიანი ტექსტით მიმოიხილეთ ელექტრონული გაყიდვის არხების რაობა, პლიუსები და მინუსები, შეადარეთ ტრადიციულ არხებს და გამოიგანეთ დასკვნები.