

# მყიდველთა ნაკადის გაზრდის 14 დღიანი გეგმა

2020 წლის TOP ინსტრუმენტების  
გამოყენებით



გიორგი კორძაბია



Authorized  
Partner



crm.ge

# წინასიტყვაობა

პირველ რიგში მადლობა დაინტერესებულთათვის!

დოკუმენტი მოიცავს 14 დღიან გეგმას. თითოეული დღე შედგება ძირითადი და დამხმარე ინფორმაციისგან (თანდართული ბმულებით), რომელსაც მოყვება შესასრულებელი დავალებები.

დღეები 3 დიდ თავად იყოფა: **მზადება**, **დანერგვა**, **განვითარება**

კითხვისას შეგხვდება ბმულები, რომელიც „ციფრული გარდაქმნის“ კურსზე გადაგამისამართებს. ეს კურსი უფასოა და ამ მომენტისთვის ის უკვე 2,000-მდე ადამიანმა გაიარა.

მასზე დარეგისტრირება დღესვე, [ამ ბმულზე](#) შეგიძლია.

გარდა ამ დოკუმენტისა გვაქვს ბევრი საინტერესო ინფორმაცია რომელიც ონლაინ არის ხელმისაწვდომი. ბმულები ქვემოთ იქნება მოცემული.

ჩვენ ვცდილობთ შევქმნათ მეტი ღირებული, შენთვის, ქვეყნისთვის და დაგეხმაროთ ჩვენთან ერთად როგორც ფინანსურ, ასევე პიროვნულ განვითარებაში.

ვეცადე მაქსიალურად ლაკონურად და საინტერესოდ გადმომეცა ძირითადი ინფორმაცია, რადგან ბიზნესზე და მარკეტინგზე საუბარი ძალიან დიდხანს და უამრავ თემაზე შეიძლება.

**მაშ ასე, მოკალათდი და დავიწყოთ!**

# შესავალი

ბიზნესში და ცხოვრებაში ახალი სიმაღლეების დასაპყრობად მუდამ მოქმედების და ძიების პროცესში ყოფნაა საჭირო. მეც შენსავით ვეძებ, ვსწავლობ და ვიყენებ გამოცდილებას საკუთარი და დამკვეთთა იდეების რეალიზებისთვის 📌

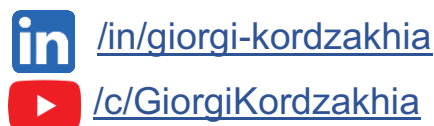
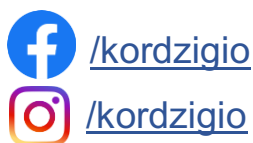
ვსწავლობ საკუთარ შეცდომებზე, და მათგან, ვისაც უკვე გამოუვიდა. მჯერა რომ შენც გამოგივა! მარტივი არაფერია, მთავარია იყო ორიენტირებული შედეგზე და დატკბე პროცესით.


მოდით პირდაპირ საქმეზე გადავიდეთ! აქ გაგიზიარებ პრაქტიკულ გამოცდილებას, რომელმაც შედეგიანად იმუშავა ჩემი და ბევრი ჩემი დამკვეთის შემთხვევაში ✅

სანამ სხვები წუნუნებენ და უმოქმედოდ განსჯიან, შენ გეძლევა დოკუმენტი, რომელიც დაგეხმარება დღეიდანვე დაიწყო ისეთი მეთოდების და ინსტრუმენტების გამოყენება ბიზნესში, რომელთა შესახებ ბევრს არც კი სმენია, მაგრამ ადრე თუ გვიან აუცილებლად გაიგებენ 📄

-----

იმისათვის, რომ ჩვენი ურთიერთობა მხოლოდ ამ დოკუმენტით არ შემოიფარგლოს, აუცილებლად დამამატე სოციალურ სივრცეში, სადაც თითქმის ყოველ დღე ახალ და საინტერესო კონტენტს გიზიარებ, შენი ბიზნეს და პიროვნული განვითარებისთვის:



ყველაფერი გააზრებით უნდა იწყებოდეს. ამიტომ მინდა ზუსტად ხვდებოდეთ რას და რატომ ვაკეთებთ. მიზეზი ქმნის მოტივაციას, ხოლო მოტივაცია გვაძლევს საკმარის ენერგიას მოქმედებისთვის - რასაც ადრე თუ გვიან შედეგამდე მივყავართ  ამიტომ პირველი დღის დავალება იქნება დაწერო რატომ და რისი მიღება გინდა, უახლოეს 3, 6 ან 12 თვეში.

გამოვყოთ ორი ძირითადი ფაქტორი: ფინანსური და არამატერიალური. ორივეს შემთხვევაში მოგცემ მინიშნებებს მარტივად ფორმულირებისთვის.

## ფინანსური [P×Q]

მაგალითად: მინდა ჩემი ყოველთვიური მოგება იყოს 10,000ლ, რისთვისაც უნდა ვყიდდე თვეში 25,000ლ პროდუქციას.

შემოსავალი შედგება ფასისგან და რაოდენობისგან. ამიტომ ჩემი პროდუქციის საშუალო ან ცალცალკე ღირებულება უნდა გავამრავლო შესაბამის რაოდენობაზე, ამ თანხის მისაღებად:

$$25,000 = 100 [Q] \times 250 [P]$$

ესეიგი, მე უნდა გავყიდო საშუალოდ 250 ლარის პროდუქცია 100-ჯერ რომ მივიღო შემოსავალი 25,000 ლარი, საიდანაც ხარჯების და გადასახადების გათვალისწინებით დამრჩება 10,000 ლარი.

## არამატერიალური

მე მჯერა, რომ ჩემი პროდუქტის გაყიდვით ადამიანებს ვაძლევ შესაძლებლობას გაიმარტივონ მათი ცხოვრება, უფრო

ხალისიანები გახდნენ და შესაბამისად უზიარებდნენ ამ პოზიტივს სხვა ადამიანებსაც, რაც ქმნის ჩემს პროდუქტს ღირებულს და მაძლევს არგაჩერების მოტივაციას, სხვებზე ზრუნვით ალებულ პასუხისმგებლობასთან ერთად.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

**[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓**


**ჩამოწერე შენი ფინანსური და არამატერიალური მიზნები**



## დღე 2 ლიდების მარცხი

## მზადება

როდესაც ვიცით რა მიზნისკენ მივდივართ, საჭიროა ჩამოვწერთ რა არის ამისთვის საჭირო. მოდი პოტენციურ მყიდველთა (იგივე ლიდების) ნაკადის ზრდით დავიწყოთ. ამისთვის აუცილებელია პირველი შეთავაზება, ანუ პირველი შეხების წერტილი მაქსიმალურად გასაგები გავხადოთ.

გასაგებში არ ვგულისმობ როდესაც გვეუბნებიან „გასაგებია რას ყიდი“, არამედ „ვხვდები რა პრობლემის მოგვარებაში დამეხმარები“ 


შეიძლება შენი ბიზნესი ბევრი პროდუქტისგან შედგება, მაგრამ ალბათ მათ შორის იქნება ისეთი, რომელიც საბაზისო მოთხოვნებს უკმაყოფილებს. მისი გამოყენება მარტივია და შედეგიც მალევე იგრძნობა ⚡ გაქვს ასეთი პროდუქტი? თუ არა, მაშინ აჭობებს შექმნა და მისი ღირებულება მაქსიმალურად დაბალი, ან უმჯობესია უფასო იყოს - ადამიანთა მაგნიტივით მოსაზიდად 😊

მაგალითად შეგიძლია ეს დოკუმენტიც აიღო. გაიხსენე როგორ გაიგე მის შესახებ და რამდენად კომფორტული იყო მისი მიღება. გარდა ამ სიმარტივისა, ეს იმდენ ღირებულს მოგცემს, (დასრულებისას მიხვდები) რომ ამაში ალბათ ფულსაც კი გადაიხდიდი.

მოიფიქრე რაიმე უფასო, ოღონდ ისეთი უფასო, ყოველ ჯერზე შენი ჩართულობა რომ არ ჭირდება. ეს გაძლევს საშუალებას ბევრ ადამიანთან გქონდეს ღირებულ კონტენტზე დაფუძნებული, დასამახსოვრებელი კომუნიკაცია. დიდი ალბათობით ეს

ადამიანი უფრო გახდება შენი მომხმარებელი ან/და რეკომენდატორი, ვიდრე სხვა 

რა თქმა უნდა ბიზნესის საქმიანობას გააჩნია. მაგალითად თუ მაღაზია გაქვს, არ არის აუცილებელი ჩუქნიდე იმას, რაც თავად გაქვს შეძენილი... რადგან შენ მას უსასრულოდ ბევრს უნდა გასცემდე და ეს პროცესი მაქსიმალურად კომფორტული და დაბალბიუჯეტიანი უნდა იყოს.

ვფიქრობ ყველაზე კომფორტულია ინფორმაციის გაცემა, რომელიც ახსნის რატომ უნდა შეიძინონ შენგან და რატომ კონკრეტულად ეს პროდუქცია. გაეცი და მოგეცემა 

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) 



**ჩამოწერე რისი გაცემა შეგიძლია უფასოდ, ან მინიმალურ ფასად**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

## დღე 3 UP&CROSS-SELLING

მზადება


მარკეტინგის ახალ ერაში აზრებთან და სტრატეგიებთან მუშაობა უნდა შეგვეძლოს. უნდა ვფუთავდეთ და ვქმნიდეთ სისტემებს, ვაკვირდებოდეთ და ვაუმჯობესებდეთ

როდესაც კომფორტულად მისაღები პროდუქტი (ლიდების მაგნიტი) გამორჩეულია, მას უნდა მივაბათ სხვა პროდუქტები, რომელსაც ბიუჯეტის, მოთხოვნის ან/და სხვა კრიტერიუმის მიხედვით დავაჯგუფებთ.

ყოველი ადამიანი, რომელსაც უარით ვისტუმრებთ, რადგან მისი მოთხოვნის ან ბიუჯეტის შესაბამისი პროდუქტი არ გვექონდა, დაკარგულია  ამიტომ უნდა ეცადო ყველასთვის რაღაც გამონახო, რომ მოზიდული ტრაფიკიდან მაქსიმუმის მიღება შეძლო.

მაგალითად მე დიდი ხნის განმავლობაში დავზღვევდი მხოლოდ მსხვილ შეკვეთებს, რადგან დაბალბიუჯეტეებზე მუშაობა ძალიან არაკომფორტულია. ამიტომ მომივიდა აზრად შექმნილიყო ცალკე მიმართულება, რომელიც ჩემი მინიმალური ჩართულობით წვრილმან შეკვეთებზეც იმუშავებდა

ამით მინდა ხვდებოდეთ, რომ ლიდების მაგნიტს და პირველ შენაძენს მათი შემავსებელი, ან დამხმარე პროდუქტები უნდა მოყვებოდეს.

ასევე უნდა გვახსოვდეს, რომ ჩვენ ყიდვის გადაწყვეტილებას ვღებულობთ სასწორის პრონციპით  ერთ მხარეს დგას ფასი, ხოლო მეორე მხარეს მიზნები. როდესაც შენი კომპანიის



მიმართ ნდობა და გამოცდილება ნაკლებია, მიზნებს ძალა ეკარგება.

გახსოვდეს, რომ გასაგები მიზნები საკმაოდ მნიშვნელოვანია, რაზეც უფრო დეტალურად შემდეგ თავში ვისაუბრებთ. მანამდე მოდი შეეცადე შენი თავი პოტენციური მყიდველის ადგილას დააყენო და დაალაგო შენი პროდუქტები იმგვარად, როგორც უცხო ადამიანისთვის მაქსიმალურად კომფორტული იქნებოდა, მათი ახლავე (და სამომავლოდ ხშირად) შესაძენად 🛒

რა თქმა უნდა ეგრევე დიდი თანხის გადახდას, ყველას გვირჩევნია თანდათან გამოვცადოთ კომპანია და პროდუქტი, რის საშუალებასაც ასევე სასურველია რომ იძლეოდე.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓

**ჩამოწერე პროდუქტები იმ ჯგუფებად, ან თანმიმდევრობით, როგორც მაქსიმალურად კომფორტული იქნებოდა შესაძენად**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## დღე 4 შეფუთვა

## მზადება

როგორ ფიქრობ, 100 ადამიანს რომ მოუყვე შენი პროდუქტის შესახებ, ისე რომ თითოეულს 30 წამი ესაუბრო, რამდენი დაინტერესდება? ☹️

ერთერთი ყველაზე გავრცელებული შეცდომა, სარეკლამო შეთავაზების შექმნისას, არის ის, რომ სხვებიც ჩვენსავით გარკვეული გვგონია. არადა უმრავლესობა იმიტომ არ გვაქცევს ყურადღებას, რომ მოკლე დროში მიზეზების ეფექტიანად ჩამოყალიბება არ შეგვიძლია.

დამკვეთებთან მუშაობისას ხშირად გვაქვს შემთხვევა, როდესაც ერთად მივდივართ დასკვნამდე - „აი თურმე როტომ უნდა შეიძინონ!“. თითქოს რა მარტივი უნდა იყოს, როდესაც კარგად იცი შენი პროდუქტი, მაგრამ როგორღაც ისე ღრმად და შორს მიდიხარ, რომ ძალიან აშკარა მიზეზებიც გავიწყდება, ან სულაც ვერ ამჩნევ მათ 😊

შეფუთვაზე საუბრისას უნდა გვახსოვდეს, რომ ყველაზე მნიშვნელოვანი შეკითხვაა „რა პრობლემის მოგვარება შეუძლია მას?“. სიტყვა პრობლებამ არ დაგაბნოს, მასში მოთხოვნის დაკმაყოფილება იგულისხმება, რომელიც საბოლოო ჯამში პრობლემას ემსახურება.

მაგალითად, ტანსაცმელს მართლა იმიტომ კი არ ვყიდულობთ რომ გათბობის ან უბრალოდ ჩაცმის მოთხოვნა გვაქვს, არამედ სოციალური სტატუსის წარმოჩენის მცდელობა - რასაც პირობითად პრობლემა შეგვიძლია ვუწოდოთ.

ჯერ თავად უნდა დაინახო მიზეზები, ხოლო შემდგომ სხვებსაც გააგებინო, ვიზუალური, ტექსტური და სხვა მეთოდებით.

შეფუთვა არა მარტო მიზნების პოვნას, არამედ მათი შესაბამისი ვიზუალის და სიტყვების მოძიებას/შექმნას გულისხმობს 🤖

გრძელი სიტყვა მოკლედ უნდა ითქვას, რადგან რაც დრო გადის იმდენად მატულობს რეკლამების რაოდენობა რომ ადამიანის ყურადღება გაუხეშებულია და სულ რაღაც რამოდენიმე წამი გაქვს მის მოსაპოვებლად.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**


**[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓**

**ჩამონერა პროდუქტები მიზნებით, რათომ უნდა მინდოდეს მისი შექმნა. მოიძიე ან შექმენი შესაბამისი ვიზუალური მასალა**




## დღე 5 გამართვა

## მზადება

მართო შეფუთვა რას იზამს, თუ გამართვამ არ უშველა. გამართვაში ვგულისხმობთ პროცესების დეტალურად გაწერას და დალაგებას დაინტერესების მომენტიდან, შექმნის და შემდგომი მომსახურების ჩათვლით. აქ უნდა გავითვალისწინოთ ფინანსური, იურიდიული, ადამიანური და მოკლედ ყველა საკითხი, რომელიც ბიზნესს უკავშირდება 

ბიზნეს პროცესის ვიზუალიზაცია დაგეხმარება პირველ რიგში თავად აღიქვა სრული ციკლი და გასაგები გახადო როგორც არსებული, ასევე ახალი თანამშრომლებისთვის. გარდა ამისა, როდესაც რამე შესაცვლელი იქნება, ამავე სტრუქტურაში შეიტან ცვლილებას.

სამწუხაროდ ჩვენთან ბევრი რამ ზეპირად კეთდება, რაც ბიზნესს ანელებს და ახალი თანამშრომლის აყვანას თავის ტკივილად აქცევს 


ბიზნეს პროცესები ძალიან ინდივიდუალური საკითხია, რომელიც მუდამ უკუკავშირის მიღების და გაუმჯობესების პროცესში უნდა იმყოფებოდეს, რისთვისაც შესაბამისი დამხმარე ინსტრუმენტები დაგჭირდება.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) 


**შექმენი დოკუმენტი, სადაც დეტალურად გაქნება ყველა ეტაპი  
განვირილი და შეგეძლება სხვებისთვისაც გაგიარება**

როდესაც პროდუქტის მხარე მოგვარებული გვაქვს და ბიზნესი მზად არის შეკვეთების მისაღებად, დროა გაყიდვებზე გადავიდეთ!

ლიდების მაგნიტის ეტაპზე ჩვენ უკვე შევარჩიეთ ერთი პროდუქტი/კონტენტი, რომელიც ყველაზე მარტივად გაიყიდებოდა, ან სულაც უფასოდ მივცემდით. მას მაგნიტი ვუწოდეთ, რადგან მისით ადვილი უნდა იყოს დაინტერესებულ ადამიანთა ტრაფიკის უზრუნველყოფა 

ასევე ვისაუბრეთ იმაზე, რომ შეფუთვა დაგვეხმარება მაქსიმალურად გასაგებად წარმოვარინოთ ჩვენი პროდუქტი. ახლა კი კონკრეტიკაზე გადავიდეთ...

საუკეთესო შეთავაზების შედგენაში ძალიან დაგვეხმარება 4U ტექნიკა, რომლის შესახებაც ჩემი შექმნილი ციფრული გარდაქმნის კურსის *(რომელიც ამ მომენტისთვის 1912-მა ადამიანმა გაიარა)* ერთერთ გაკვეთილში ვსაუბრობ. მისი ნახვა [ამ ბმულზე](#) შეგიძლია.

ბმულზე მოცემული ინსტრუქციის წაკითხვის შემდგომ შენს ხელთ იქნება „მაგნიტი“, რომელმაც შესაძლოა ქუჩაში გაჩერებული უცხო ადამიანიც კი აქციოს შენს მყიდველად. მაგრამ გარეთ სიარულს, აჭობებს სახლში, ონლაინ პლატფორმებზე რეკლამის განთავსებით დავიწყოთ 

რა პლატფორმაზეც არ უნდა ანთავსებდე, გირჩევ ყოველთვის სხვადასხვა სახის რეკლამა სინჯო, რადგან „რომელი ჯობია“ ვარაუდს ყოველთვის გატესტვა და შედეგების შედარება არჩიე.

მაგალითად Facebook პლატფორმა გაძლევს საშუალებას შექმნა ძალიან საინტერესო ტიპის რეკლამები, რომელიც ზრდის საუკეთესოების პოვნის სიჩქარეს და ალბათობას.

რა თქმა უნდა რეკლამის შექმნა ყველას შეუძლია, მაგრამ კარგი რეკლამის შექმნას გამოცდილება ჭირდება. ამიტომ დაფიქრდი, ხომ არ ატობებს ეს საქმე პროფესიონალებს მიანდო.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓

**ჩამოწერე პროდუქტები მიზაზებით, რათომ უნდა მინდოდეს მისი  
შეძენა. მოიძიე ან შექმენი შესაბამისი ვიზუალური მასალა**



## დღე 7 მოთხოვნის ფორმა

## დანერგვა

შეთავაზების შედეგად მიღებული დაინტერესება კარგია, მაგრამ წინდახედულები უნდა ვიყოთ. არ დაგავიწყდეს, რომ თითოეულ დაინტერესებულ ადამიანში რეკლამის სახით ფული გაქვს გადახდილი, ანუ თავს მისი დაკარგვის უფლება არ უნდა მისცე ☹️ რა თქმა უნდა ყველა მყიდველი ვერ გახდება, მაგრამ მოდი სხვაგვარად მივუდგეთ ამ პროცესს და ვიყოთ უფრო წინდახედულები - შევქმნათ მონაცემთა ბაზა, რომელშიც თითოეული შემოსული მოთხოვნა აღირიცხება 🔍

მოთხოვნებს რა თქმა უნდა ჩვენი ლიდების მაგნიტიდან (შეთავაზებიდან) მივიღებთ და გამოვა ასეთი პროცესი:

*გამოუჩნდა რეკლამა შეთავაზებით > დააკლიკა > უპასუხა რამოდენიმე კითხვას (დაპირებულის მისაღებად) > მონაცემები გაიგზავნა ბაზაში > მიუვიდა შეტყობინება ოპერატორს > გაყიდვის პროცესი გადავიდა აქტიურ ფაზაში.*

მოთხოვნის ფორმები ტექნიკური თვალსაზრისით შეიძლება განსხვავდებოდეს პლატფორმების მიხედვით. მაგალითად ეს შეიძლება იყოს: Facebook Lead Generation Ad, Messenger Chatbot, Website Form, Google Form და ა.შ.

მიუხედავად ამ განსხვავებისა. მნიშვნელოვანია ყველაფერი ერთ ძირითად მონაცემთა ბაზისკენ მიედინებოდეს, რომელიც საწყის ეტაპზე შეიძლება Google Sheets სახითაც გქონდეს, ხოლო შემდეგ, რაც შეიძლება დროულად CRM სისტემაზე გადახვალ 😊

გაითვალისწინე, რომ ველების, იგივე შეკითხვების რაოდენობა მნიშვნელოვანია. რაც უფრო მეტია მათი რაოდენობა, მით უფრო

ნაკლებია ალბათობა სრულად შევსებისა. ამიტომ მოითხოვე მხოლოდ მნიშვნელოვანი მონაცემები, რადგან დანარჩენს მერეც გაარკვევ.

თითოეული შემოსული მოთხოვნა საჭიროა სტატუსებად კონტროლირდებოდეს. ძალიან ხშირია შემთხვევა როდესაც მოთხოვნის მიღება არ უჭირთ, სამაგიეროდ ზედმეტად ბევრს კარგავენ დამუშავების ეტაპზე, ცუდი მენეჯმენტის ან შესაბამისი ინსტრუმენტების არქონის გამო.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

**[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓**

**ჩამოწერე ვლადიმერები, რომლებიდანაც აპირებ მოთხოვნების მიღებას. დაფიქრდი როგორი ტიპის უნდა იყოს მოთხოვნის ფორმა, ბაზა და როგორ შეძლებ მათ ერთმანეთთან დაკავშირებას**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## დღე 8 კვალიფიცირება

## დანერგვა

მოთხოვნა შეიძლება ბევრი შემოვიდეს, მაგრამ ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ყველა გაყიდვის აქტიურ ფაზაში გადაინაცვლებს. ბევრი შეუსაბამო და ზოგჯერ უცნაური მოთხოვნაც შემოვა, რომელთა გაფილტვრის პროცესს კვალიფიცირებას ვუწოდებთ



კვალიფიციური ლიდის (პოტენციური მყიდველის) გამოსავლენად საჭიროა რამოდენიმე წინასწარ გაწერილი შეკითხვის დასმა, რომლებიც მოგვანვდიან საკმარისს ინფორმაციას ყიდვისადმი მზადყოფნის განსასაზღვრად.

ის თუ პროცენტულად რა წილი იქნება შემოსული მოთხოვნებიდან კვალიფიციური, დიდად დამოკიდებულია შეთავაზების, რეკლამის, შერჩეული აუდიტორიის და ა.შ. ფაქტორებზე. ამიტომ აქ გამოცდილება მნიშველოვან როლს თამაშობს.

ეცადე გამოიყენო სკრიპტები. ეს არის წინასწარ მომზადებული, გასაყიდი ტექსტები, რომელზეც უკვე ნაფიქრი და პრაქტიკაში გამოცდილია. ანუ ეს არის საუკეთესო ტექსტების ნაკრები, რომელთა თქმაც კონკრეტული შემთხვევის დადგომისას შეგიძლია.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓

ჩამოწერეთ საკვალიფიკაციო კითხვები და მოამზადე პროცესი:  
რეკლამა > მოთხოვნის ფორმა > კვალიფიცირება




## დღე 9 გაყიდვების მართვა


## დანერგვა

კვალიფიცირების შემდეგ გაყიდვის პროცესი უფრო აქტიურ ფაზაში გადადის. რაც უფრო მეტ ინფორმაციას ფლობს ბიზნესი ამ პროცესის თითოეული დეტალის შესახებ, მით უფრო ადეკვატურად აღიქვამს რეალობას - რითაც მატულობს სწორი გადაწყვეტილებების მიღების ალბათობა.

ყოველი გაყიდვის პროცესი რაღაც ეტაპებისგან შედგება, მაგალითად: *ბარი, შეხვედრა, ანალიზი, შეთავაზება, შეძენა*. თითოეულ ეტაპზე უნდა ვითვლიდეთ რამდენი ადამიანი მუშავდება. უნდა გვანტერესებდეს რომელი ეტაპია კომპანიის, ან კონკრეტული გაყიდვების მენეჯერის სუსტი და ძლიერი მხარე.

გარდა ამისა, დაგვჭირდება ავტომატიზებული მექანიზმები, რომელიც გაყიდვების წარმომადგენლებს და თავად ხელმძღვანელობას დაეხმარება გაზარდონ პროდუქტულობა, შეხსენებების, გაციფრულების, პროცესების გამარტივების ხარჯზე 

ელექტრონული ბაზის და გაყიდვების + მომხმარებლებთან ურთიერთობისთვის საჭირო სისტემის შესაქმნელად არსებობს CRM.

მისი შექმნა ნოლიდან, თავად შეგიძლია, რაც დიდი თავის ტკივილია  გირჩევ გამოიყენო მზა გადაწყვეტილებები, რომლებიც პირიქით, შენ გასწავლიან რა და როგორ ჯობია, საუკეთესო ინსტრუმენტების გაზიარებით.

**აუსილავლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓


რა ეტაპებისგან შედგება შენი გაყიდვების პროცესი?

დაწერე ყველა ის ძირითადი მაჩვენებელი, რომელთა კონტროლი დაგეხმარება გაყიდვების და ბიზნესის შედეგების გაუმჯობესებაში



ნებისმიერი ბიზნესი მრავალი ბიზნეს პროცესისგან შედგება. თითოეული მათგანი ექვემდებარება გაუმჯობესებას, რაც პირდაპირ ან ირიბად საერთო შედეგებზე ისახება

წარმოიდგინე დღე, როდესაც საკმარისია ჩაიხედო მობილურში, სადაც დაინახავ შენი ბიზნესის და თანამშრომლების პროდუქტიულობის ყველა ძირითად მაჩვენებელს. შენ აღარ დაგჭირდება ათ ადამიანთან დარეკვა, იმისათვის რომ გაიგო რა ხდება, და ისიც ზედაპირულად...

რატომ არ უნდა მუშაობდე ისე, როგორც ტოპ კომპანიები მუშაობენ? დღეს ამის რეალურ შესაძლებლობას იძლევიან აბსოლუტურად ყველასთვის ხელმისაწვდომი პროგრამული უზრუნველყოფები 

პრობლემა ჩვენშია, რადგან ბოლომდე ვერ ვიაზრებთ მათ მნიშვნელობას. ჩვენ ხომ რეალურად ამის გამოცდილება არ გვქონია.

ჩემი დამკვეთები ორ დიდ ნაწილად იყოფა: ერთმა არ იცის რატომ ჭირდება, რაზეც მეხარჯება საკმაოდ ბევრი ენერჯია, ცალკე დასამტკიცებლად და ცალკე დასანერგად, ხოლო მეორე ნაწილმა არა უბრალოდ იცის რომ ჭირდება, არამედ იცის კონკრეტულად რისი გაკეთება უნდა.

რა თქმა უნდა მეორე ნაწილთან მუშაობისას პროექტები ბევრად სწრაფად და კომფორტულად მიმდინარეობს.

შენი გადასაწყვეტია, იქნები ლოდინის რეჟიმში და დაელოდები სანამ სხვა გზა არ გექნება, თუ დაასწრებ კონკურენტებს და მოიპოვებ უპირატესობას.

მარტივი არაფერია, მთავარია დაიწყო და მიხვდები, რომ პროცესშივე იმდენ საინტერესოს და ახალს იგებ შენივე ბიზნესის შესახებ, ეს რომ აქამდე გცოდნოდა ბევრად წინ იქნებოდი.


**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

**[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓**

**ჩამონერა ყველა ის მაჩვენებელი რომელსაც ყოველდღიურად უნდა  
აკონტროლებდე. მაჩვენებლები რომელიც დაგეხმარება  
ობიექტურად გაანალიზო მოვლენები მათზე ჩამოქმდეებისთვის**




ყოველ ბიზნესში არის ხშირად განმეორებადი ქმედებები. როდესაც მაშტაბირებას გადაწყვეტ, ის რა თქმა უნდა ნაკადის ზრდის, ან პროცესების გაუმჯობესების ხარჯზე მოხდება.

როდესაც ნაკადი იზრდება სამუშაოც მატულობს - რასთან გამკლავების ორი ძირითადი გზა არსებობს: ადამიანური და სისტემური 

მაგალითად, როდესაც დღეში 20 მოთხოვნა შემოგდის და ამისთვის ერთი ადამიანიც საკმარისია, როდესაც გაზრდი სარეკლამო ბიუჯეტს და 100 შემოგივა, 4 ადამიანი უნდა დაიმართ?

რატომაც არა, შეგიძლია ადამიანური რესურსის დამატება, მაგრამ ეს მეტ ფინანსურ რესურსს მოითხოვს, რაც ამცირებს მაშტაბირების შედეგად მიღებულ მოგებას.

ხომ არ ატობებს უკვე არსებული ადამიანური რესურსის გამოყენებით, პროცესების ავტომატიზების ხარჯზე, შევძლოთ ნაკადის ზრდასთან გამკლავება? ამას ხომ ბევრი წარმატებული კომპანია იყენებს და ამისთვის ხომ უკვე არსებობს უამრავი პროგრამული გადაწყვეტილება 

პირველ რიგში გჭირდება ხედვა, რას და რატომ აკეთებ, ხოლო შემდეგ ადამიანი, რომელიც შესაბამისი პროგრამული უზრუნველყოფის პოვნაში და დანერგვაში დაგეხმარება.

გამოცდილების გარეშე ეს პროცესი დროში გაიწელება და ფინანსურადაც იმაზე ბევრად ხარჯიანი აღმოჩნდება, ვიდრე პროფესიონალის მომსახურებით სარგებლობა იქნებოდა.

შენი გადასაწყვეტია, ბიზნესის ზრდა მხოლოდ ადამიანური რესურსის ზრდაში გესახება, თუ თანამედროვე გადაწყვეტილებების გამოყენებაში, თუ ორივეში ერთად))

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

**[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓**

**ჩამოწერე შენი ბიზნესის ხშირად განმეორებადი პროცესები.**

**დაფიქრდი მათგან რომელი პროცესების ავტომატიზაცია +  
გაციფრულება დაგეხმარებოდა მაშთაბირებაში**







როდესაც გვაქვს ბაზა, რომელიც ყოველდღიურად ივსება ახალი მონაცემებით. როდესაც გვყავს თანამშრომლები, რომლებიც აღრიცხავენ თავიანთ აქტივობას სისტემაში. როდესაც გვაქვს ფუნქციები, რომლებიც ავტომატიზებაში გვებმარება - ისლა დაგვრჩენია შევქმნათ ანგარიშები, რომლებიც ამ ყველაფრის გაანალიზებაში და მათ საფუძველზე სწორი დასკვნების გამოტანაში დაგვებმარება.

**აუსილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**

**[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#) ✓**

**ჩამოწერე TOP 10 ანგარიში (KPI), რომელიც გინდა რომ ისახებოდეს  
მობილურ აკლიკაციის ნებისმიერ დროს საკონტროლებლად**

მინდა განსაკუთრებული ყურადღება დაუთმო რეკლამას, რადგან დანარჩენი სისტემური თვალსაზრისით შეიძლება ნაკლები სიხშირით საჭიროებდეს განახლებას, მაშინ, როდესაც რეკლამები ძალიან სწრაფად „იცვითება“ 

რაც დრო გადის, მით უფრო რთულდება სათქმელის მომხმარებლის ცნობიერამდე მიტანა. ყურადღება გაუხეშებულია ხშირია შემთხვევა, როდესაც მცირე კომპანიებში თავად დამფუძნებლები ითავსებენ ამ შემოქმედებით ფუნქციას. რა თქმა უნდა ეს თუ დამფუძნებლის კომპეტენციაა, შეიძლება მარტივად უმკლავდებოდეს, მაგრამ გრძელვადიან პერსპექტივაში უმჭობესია ამ საკითხზე პროფესიონალები ამუშაო, რადგან რეკლამა დიდწილად განაპირობებს გაყიდვების რაოდენობას და სიხშირეს შენს ბიზნესში 

აუცილებელია მუდამ ტესტირების პროცესში იყო. ყოველთვის ცდიდე ახალ იდეებს, ახალ ინსტრუმენტებს და ცდილობდე სანამ არსებული რეკლამა „გაცვეთილა“ უკვე გქონდეს მისი შემცვლელი მომზადებული.


ამგვარი მზადყოფნა დაგეხმარება შენი გაყიდვების ტემპის შენარჩუნებაში და მუდამ საჭირო ნაკადის გენერირებაში.

ვფიქრობ კარგი რეკლამის ხიბლი მის ღირებულებაშია. რაც უფრო ეფექტიანია რეკლამა, მით უფრო ნაკლები გვიჯდება გაყიდვა. ამიტომ ერთი ლიდის და გაყიდვის ღირებულების კონტროლი მარკეტინგის განუყოფელ ნაწილად უნდა იქცეს.

**აუცულებელად გასაცნობი ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ** 

## დღე 14 მაშტაბირება

## განვითარება

მაშტაბირების მნიშვნელობა ბევრგან ავლნიშნეთ, მაგრამ აქ კიდევ ერთხელ მინდა მას ხაზი გავუსვა და ოდნავ სხვა კუთხით დავინახოთ მისი შესაძლებლობები 

როდესაც გაქვს სისტემა, რომელიც იცი რომ გამართულად მუშაობს და მისი თამამად მეტი დატვირთვით ამუშავებაც შეგიძლია, ეს გმატებს მოქმედებისთვის საჭირო მოტივაციას და თავდაჯერებას.

ყველას უნდა ზრდა, მაგრამ ამას ყველა ვერ ახერხებს. დაბრკოლება ბევრი სახის შეიძლება იყოს. ვფიქრობ ყველაზე პოპულარულია შესაბამისი რესურსების ან/და სისტემის არქონა.

როდესაც სისტემური მხარე მოგვარებული გაქვს, დანარჩენი საკითხების გადაჭრაც ადრე თუ გვიან შეიძლება

რატომ ვფიქრობ რომ სისტემური მხარე ასეთი მნიშვნელოვანია? რადგან ამას დრო, მონაცემები, ანალიზი, გამოცდილება, ბევრი ფიქრი და ტესტირება ჭირდება. ეს არის პროცესი, რომელიც უსასრულოდ მიმდინარეობს და ბოლო არ უჩანს.


საჭიროა ნებისყოფა და შესაბამისი ძალისხმევა, რომ ამ მიმართულებას საკმარისი ყურადღება დავუთმოთ. თუ პირველივე ჭერზე საუკეთესოდ არ გამოგივიდა, არაუშავს, კიდევ სცადე. ბევრი თავიდანვე იცრუებს გულს, არადა გვაგინყდება რომ ეს ბიზნესია, აქ პირველივე ჭერზე იშვიათად გამოდის რამე.

**აუცილებლად გაეცანი დამხმარე ინფორმაციას:**


[ბმულების სანახავად დააკლიკე აქ](#)

## შეჯამება


ჩვენ ვიმყოფებით მარკეტინგის ახალ ერაში, სადაც დროულობის, სისწრაფის და სიახლეების ათვისების მნიშვნელობა მატულობს.

ამ დოკუმენტის მიზანი იყო მომეწოდებინა სათანადო ინფორმაცია თანდართული ბმულებით და დავაღწიებოთ, რომლებიც დაგეხმარებოდა გაგეგო მეტი ახალი მიდგომების, ინსტრუმენტების და მეთოდების შესახებ 

ყველაფერზე ვერ ვისაუბრებდით, მაგრამ ვფიქრობ რომ მოგეცა საკმარისი მინიშნება, მნიშვნელოვან საკითხებში ჩასაღრმავებლად.

ყველაფერი ინდივიდუალურია და შედეგის მიღებას ცოდნასთან ერთად პრაქტიკული ძალისხმევაცჭირდება, რისთვისაც ჩვენი სერვისებითაც შეგიძლია ისარგებლო [\[FUNNEL.GE\]](https://FUNNEL.GE) 

გამომყევი სოციალურ ქსელებში, იკითხე სიახლეები და არ დააგდო ტემპი. ყველას გვჭირდება ადამიანი, რომელიც საკუთარი კვლევის შედეგებს და გამოცდილებების გაგვიზიარებს.

მინდოდა შენი მიზნისკენ მიმავალი გზა როგორმე მაინც შემემოკლებინა. ყველასჭირდება ასეთი ადამიანი და მიხარია თუ როგორმე შევძელი შენი დახმარება 

**წინ კიდევ ბევრი საინტერესო და ღირებული კონტენტი გელოდება...**

**მადლობა! გისურვებ წარმატებებს!**