



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.



**ԴԱՍԸՆԹԱՑ 2.
ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ
ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ ԵՎ
ՄԵՆԵՋՄԵՆԹ**

**ՄՈԴՈՒԼ 4: ԹՎԱՅԻՆ
ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ**



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

«Թվային մարքեթինգ» դասընթացի նպատակն է մասնակիցներին ներկայացնել իրենց բիզնեսը ֆաբրանքները առցանց շուկայավարելու գաղափարը, ինչպես նախ գիտելիք տալ լավագույն սոցիալական մեդիա ալիքների ֆ թվային ամրագրման կայքերի մասին:

Դասընթացի արդյունքում մասնակիցները կիմանան.

- 1) թե ի՞նչ է թվային մարքեթինգը և սպառողի վարքագիծը
- 2) Թվային մարքեթինգի հիմնական հաղորդակցման ուղիները
- 3) Թվային մարքեթինգի չափումների կարևորությունը
- 4) Թվային մարքեթինգի նշանակությունը զբոսաշրջության համար
- 5) Թվային ամրագրման կայքերը

Կունենան հմտություններ՝

- Ստեղծելու թվային ռազմավարություն
- Ինչպես վաճառել ապրանքները, ճանապարհորդությունները և փորձը առցանց





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

1. Ի՞նչ է թվային մարքեթինգը:

Թվային մարքեթինգը բիզնեսին հնարավորություն է տալիս տեսանելի լինել առցանց, երբ մարդիկ ինտերնետում որոնում են ապրանքներ և ծառայություններ: Բիզնեսները օգտագործում են թվային ալիքներ, ինչպիսիք են որոնման համակարգերը, սոցիալական մեդիան, էլ. փոստը և այլ կայքեր՝ ընթացիկ և ապագա հաճախորդների հետ կապ հաստատելու համար:

Բիզնեսների առցանց ներկայությունը կարող է նաև ձեռնարկատերերին տալ կարևոր տեղեկատվություն հաճախորդների և նրանց վարքագծի մասին: Այն թույլ է տալիս հետևել և հասկանալ սպառողի վարքագիծը. Այսպիսով, բիզնեսի սեփականատերերը կարող են հարմարեցնել իրենց մարքեթինգային ռազմավարությունը և օգտագործել այս հնարավորությունը եկամուտը մեծացնելու համար:





Project funded by
EUROPEAN UNION



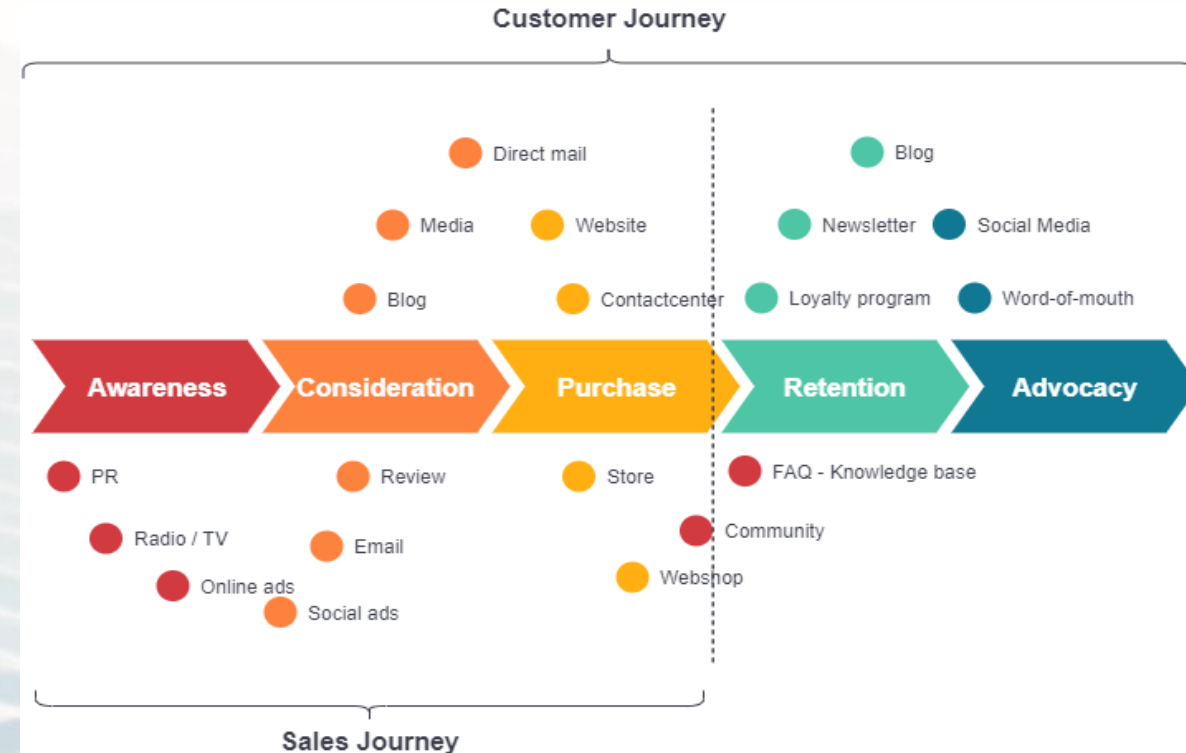
Common borders. Common solutions.

2. Թվային մարքեթինգ և սպառողների վարքագիծ:

Հաճախորդի ճանապարհորդություն

Սպառողների ճանապարհորդության ժամանակ սպառողներն անցնում են մի քանի հիմնական փուլերով՝ սկսած ապրանքանիշի ճանաչումից, մինչև գնում, ամրագրում, պատվիրում, և դառնում ապրանքանիշի հավատարիմ հաճախորդներ:

- *Իրազեկում – սովորել ապրանքանիշի մասին*
- *Նկատի ունենալ – կարդալ ակնարկներ, բլոգային գրառումներ և այլն:*
- *Գնել - ապրանքի գնում*
- *Պահպանում – հավատարմության ծրագրեր և այլն:*
- *Պրոպագանդա – խորհուրդ տալ այլ մարդկանց, գրել ակնարկներ և այլն:*





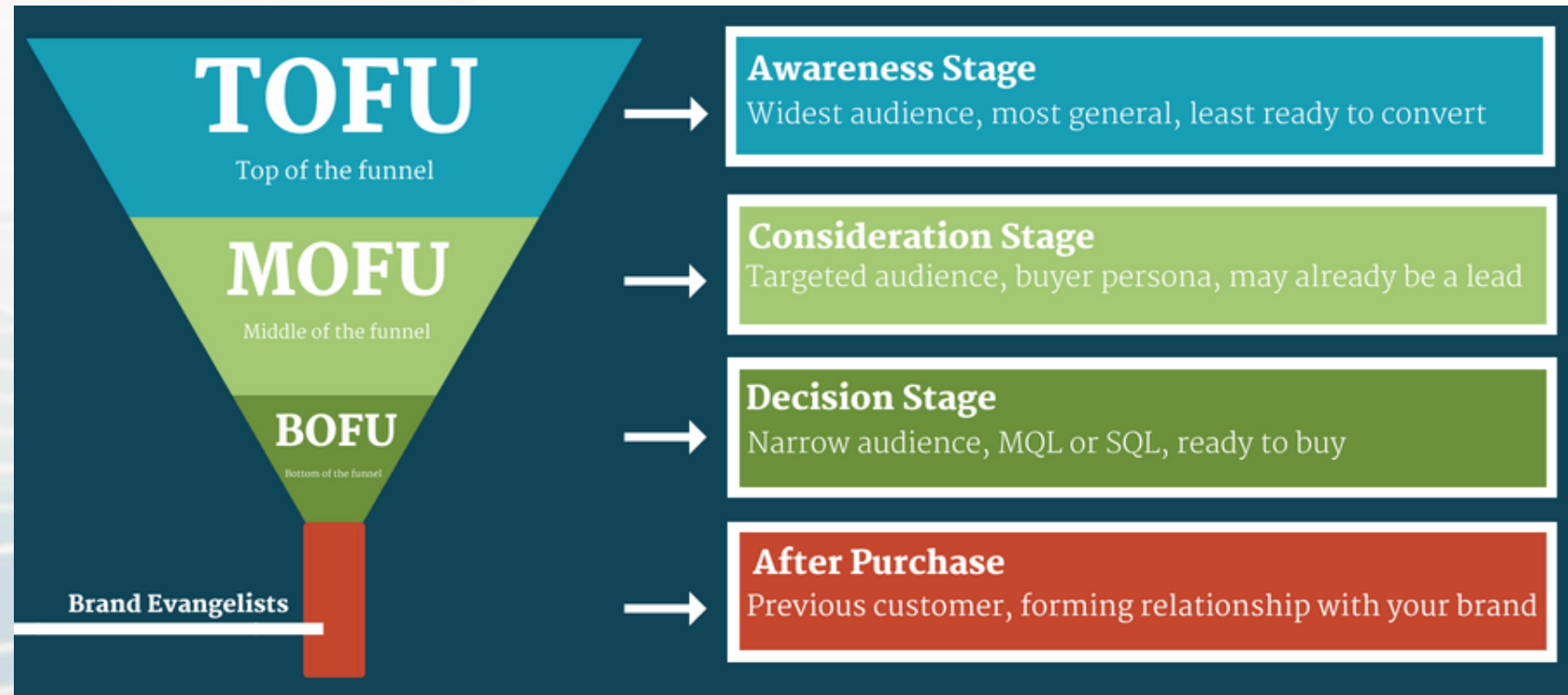
Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

➤ Հաճախորդների ծագար

Այն նաև հայտնի է որպես վաճառքի ծագար և մեծ չափով համընկնում է սպառողական ճանապարհի փուլերի վրա: Տարբերությունն այն է, որ այն շատ ավելի պարզ է ցույց տալիս յուրաքանչյուր փուլի հանդիսատեսի բնավորությունն ու մասշտաբները





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

3. Հիմնական հաղորդակցման ուղիները թվային մարքեթինգում.

Թվային դարաշրջանում մարքեթինգը օգտագործում է մի քանի հիմնական ուղիներ, որոնց միջոցով կարող է հաղորդակցվել հանդիսատեսի հետ:

Բովանդակ
ուրթյան
շուկայավա
րում կամ
կոնտենտ
մարքեթին
գ

Էլեկտրոնա
յին փոստի
մարքեթին
գ

Սոցիալակ
ան մեդիա
մարքեթին
գ

GOOGLE
ADS-գուգլ
գովազդներ

SEO-
Որոնման
համակարգ
ի
օպտիմալա
ցումը



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Բովանդակության շուկայավարում կամ կոնտենտ մարքեթինգ-

Մարքեթինգի այս ձևը կենտրոնացած է առցանց բովանդակության ստեղծման, հրապարակման և տարածման վրա որոշակի լսարանի համար: Այն օգտագործվում է տարբեր բիզնեսների կողմից՝ ապրանքանիշի, ապրանքի կամ ծառայության ժողովրդականությունը բարձրացնելու, սպառողների բազան ավելացնելու, առցանց վաճառքը խթանելու և այլն:

Բովանդակության մարքեթինգը օգտագործում է տարբեր ձևաչափեր՝ սպառողների ճանապարհորդության կամ ձագարի որոշակի փուլում լսարանին հասնելու համար: Այս ձևաչափերը կարող են լինել.

- Տեքստային բովանդակություն.
- Տեսողական բովանդակություն
- Վիզուալ տեքստային բովանդակության համակցություն





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Էլեկտրոնային փոստի մարքեթինգ - Սա կոմերցիոն հաղորդագրությամբ նամակ ուղարկելու գործընթացն է մի խումբ մարդկանց էլեկտրոնային փոստի միջոցով: Էլփոստի մարքեթինգի ամենամեծ առավելությունը անհատ հաճախորդի հետ անմիջականորեն շփվելու ունակությունն է:

Էլփոստի առաքման տոկոսը = $((\text{Ստացած Նամակներ}) / (\text{ուղարկված էլ. նամակներ})) \times 100$

Բացման տոկոսը = $((\text{Բացված Հաղորդագրություններ}) / (\text{ստացված նամակներ})) \times 100$

Սեղմումների տոկոս = $(\text{Սեղմումներ կամ մկնիկի Click -ներ} / (\text{ստացված նամակներ})) \times 100$

Ապաբաժանորդագրման տոկոսը = $(\text{Ապաբաժանորդագրման թիվ} / (\text{ստացված նամակներ})) \times 100$



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Սոցիալական մեդիա մարքեթինգ -

Սոցիալական հարթակներն առաջարկում են բիզնես հաճախորդներին հասանելի մի շարք գործիքներ և ծառայություններ, որոնց միջոցով նրանք կարող են արագ և հեշտությամբ գտնել լսարան իրենց ապրանքանիշի, ապրանքի կամ ծառայության համար, ուսումնասիրել իրենց արշավները և ներդրումների արդյունքները:

Facebook-ը, Twitter-ը, Instagram-ը և LinkedIn-ը սովորաբար օգտագործվում են սոցիալական մեդիա մարքեթինգի համար:





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Սոցիալական մեդիա մարքեթինգի հիմնական սյուներից մի քանիսն են.

1. Ռազմավարություն. այս քայլը ներառում է նպատակների, օգտագործվող սոցիալական մեդիայի ալիքների և բովանդակության տեսակը, որը կօգտագործվի:

- Վերլուծել հաճախորդի պրոֆիլը;
- Որոշեք, թե որ սոցիալական հարթակներում եք վաճառելու;
- Ստեղծեք եզակի և գրավիչ բովանդակություն;
- Կազմակերպեք ձեր հրապարակումների ժամանակացույցը.
- Վերլուծել ազդեցությունը և արդյունքները:

2. Լսել և ներգրավվածություն. հետևել, թե ինչ են ասում օգտատերերը, հաճախորդները և մյուսները գրառումների, ապրանքանիշերի և ցանկացած այլ բիզնես ակտիվների մասին:

3. Վերլուծություն և հաշվետվություն. Սոցիալական մեդիայում լինելու մի մասն այն է, թե որքան հեռու են գնում հրապարակումները: Ամենակարևոր KPI-ներից մի քանիսն են.

- ներգրավվածություն;
- Ջեռուորդների աճ;
- երթևեկության փոխարկումներ;
- Սոցիալական փոխազդեցություններ;
- Սոցիալական տրամադրություններ;
- սոցիալական ցանցում կիսվել նյութով;
- Վեբ այցելուներ ըստ ալիքի աղբյուրի;
- Սոցիալական այցելուների փոխակերպման տոկոսը

4. Գովազդ. սոցցանցերում գովազդն ապրանքանիշի առաջխաղացման և հետագա զարգացման հիանալի միջոց է:



Project funded by
EUROPEAN UNION

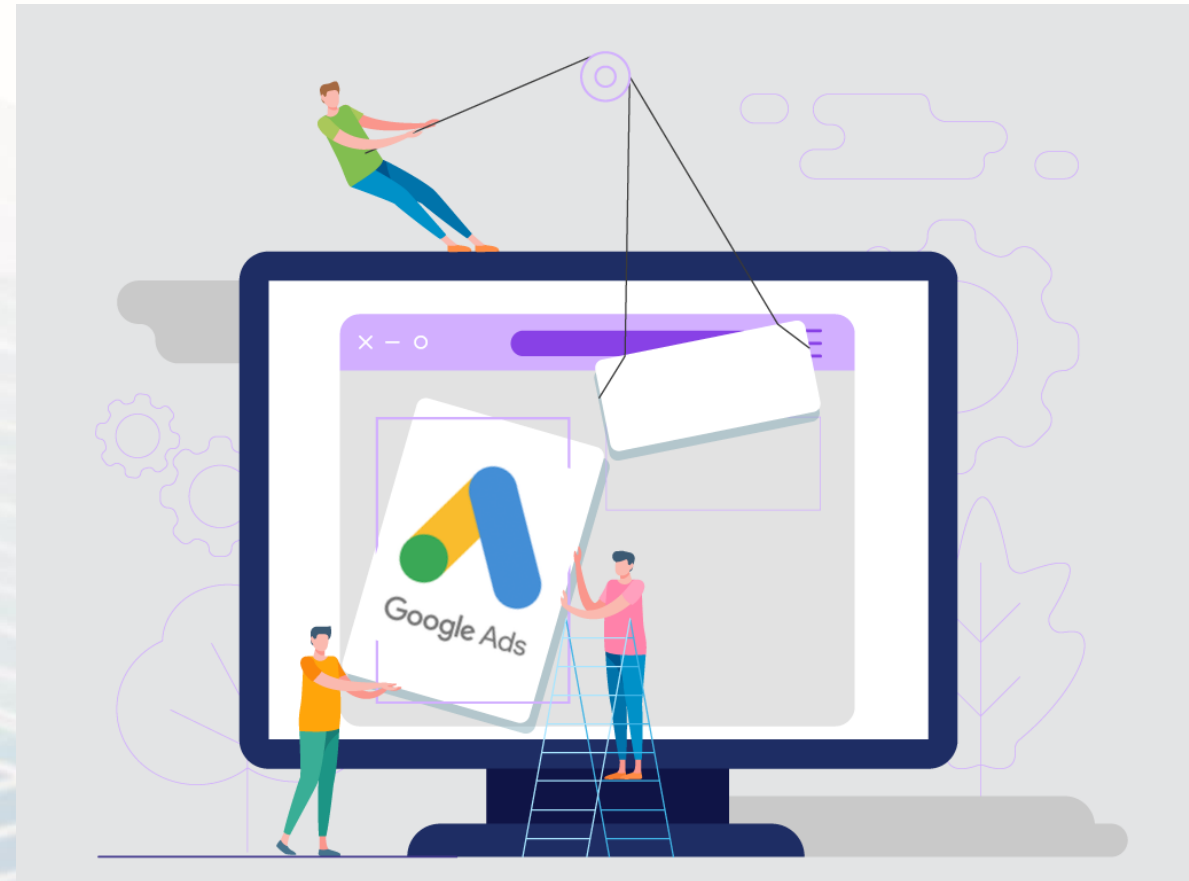


Common borders. Common solutions.

Google Ads - Google-ում ապրանքանիշերի, ապրանքների և ծառայությունների գովազդի տարբեր ձևաչափերը բիզնեսների համար իրենց հաճախորդներին հասնելու ևս մեկ միջոց են: Կախված իրենց գովազդային արշավների նպատակներից՝ նրանք կարող են օգտագործել ցուցադրում, տեսանյութ, որոնում և այլն:

Google-ի գովազդը նույնպես թվային մարքեթինգի ռազմավարության անբաժանելի մասն է: Google Ads-ի առաջարկած տարբերակներից մի քանիսն են.

- Որոնման գովազդ
- Ցուցադրման գովազդ
- Ցուցադրման գովազդ





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Search Engine Optimization (SEO) – Որոնման համակարգի օպտիմալացումը դեպի կայք տրաֆիկի որակի և քանակի բարձրացման գործընթաց է: Նպատակն է բարելավել դրա տեսանելիությունը օգտվողների համար, ովքեր օգտագործում են որոնման համակարգերը տեղեկատվություն ստանալու և հետազոտություններ անելու համար:

- Տեխնիկական օպտիմալացում
- Հիմնաբառերի հետազոտություն և վերլուծություն
- Բովանդակության օպտիմիզացում
- Link building
- SEO-ի մոնիտորինգ





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

4. Թվային մարքեթինգի չափումների նշանակությունը:

- Մենք վերլուծում ենք մեր օգտատերերի վարքագիծը սպառողների ճանփորդության և ծագարի յուրաքանչյուր փուլում և համապատասխանաբար գնահատում գործողությունները.
- Մենք դասեր ենք քաղում անցյալի արշավներից ձեռք բերված փորձից և ավելի լավ պլանավորում ապագան.
- Մենք հաճախորդներին, գործընկերներին և ղեկավարներին ներկայացնում ենք թվային մարքեթինգային գործունեության արդյունավետության հստակ ապացույցներ, որոնք մենք իրականացնում ենք: Մենք խոսում ենք հստակ թվերով և փաստարկներով.
- Մեր մոտիվացիան մեծանում է, երբ տեսնում ենք, որ մեր ջանքերն արդյունք են տալիս:





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Չափումներ

- Էջի դիտումներ
- Տպավորություններ - քանի անգամ է ձեր գովազդը ցուցադրվել ձեր ընտրած գովազդային ցանցում օգտագործողին
- Սեղմումներ կամ քլիքներ
- Սեղմումների տոկոսը կամ Click Trough Rate – չափիչ, որը նկարագրում է, թե որքան հաճախ են ձեր գովազդի տպավորությունները վերածվում սեղմումների:

$$CTR = (\text{Սեղմումներ} / \text{Տպավորություններ}) \times 100$$

- Փոխակերպումներ - Դա կարող է լինել ապրանք/ծառայություն գնելը, տեղեկագրին բաժանորդագրվելը, անվճար փորձաշրջանին գրանցումը կամ այլ բան: Փոխակերպումների չափանիշը նկարագրում է քարոզարշավի նպատակի կատարման ընդհանուր թիվը:
- Փոխակերպման տոկոս - Փոխակերպման տոկոսադրույքը փոխակերպումների ընդհանուր քանակն է, որը բաժանված է էջը դիտած մարդկանց ընդհանուր թվի վրա:

$$\text{Փոխակերպման տոկոսադրույք} = ((\text{փոխակերպումների թիվը}) / (\text{Ընդամենը այցելուների թիվ})) \times 100$$



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

- Մեկ փոխակերպման արժեքը - Թվային գովազդային արշավի համար որոշակի փոխարկումներ ունենալուց հետո կարող եք հաշվարկել մեկ փոխարկման արժեքը:

$$\text{Մեկ փոխարկման արժեքը} = ((\text{գովազդի վրա ընդհանուր ծախսված գումարը}) / (\text{փոխակերպումների թիվը})) \times 100$$

- Եկամուտ - Եկամուտը տվյալ ժամանակահատվածում ձեր թվային գովազդային արշավի միջոցով գոյացած բոլոր եկամուտների գումարն է:
- Գովազդային ծախսերի վերադարձ - Երբ գովազդային արշավը եկամուտ է ստեղծում, դուք կարող եք հաշվարկել ձեր գովազդային ծախսերի վերադարձը (Return on Ad Spend, ROAS): ROAS-ը ընդհանուր եկամուտն է՝ բաժանված տվյալ ժամանակահատվածում գովազդի ընդհանուր ծախսերի վրա:

$$\text{ROAS} = (\text{Եկամուտ} / (\text{Գովազդի վրա ծախսված գումար})) \times 100$$

- Վերադարձի տոկոսադրույքը – Վերադարձի տոկոսադրույքը չափիչ է, որը չափում է, թե որքան հաճախ է օգտատերը հայտնվում ձեր էջում և հեռանում՝ առանց ներգրավվելու կամ փոխազդելու:

$$\text{Վերադարձի տոկոսադրույք} = ((\text{Վեբէջի այցելուների ընդհանուր քանակը, ովքեր հեռացել են առանց որևէ փոխազդեցության}) / (\text{Վեբէջ այցելուների ընդհանուր թիվը})) \times 100$$



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

- Միջին սեսիայի տևողությունը – Միջին սեսիայի տևողությունը հետևում է, թե միջին այցելուն որքան ժամանակ է մնում ձեր կայքում, նախքան էջից դուրս գալը:
- Ժամանակը էջում – Թեև նախորդը վերաբերում է ամբողջ կայքին, էջի չափման ժամանակը չափում է, թե որքան ժամանակ են օգտվողները ծախսում որոշակի էջի վրա՝ նախքան նավարկվելը:
- Էջեր/Սեսիաներ – Այս չափանիշը հետևում է էջերի միջին թվին, որոնք դիտվել են վեբ կայքի բոլոր օգտատերերի կողմից:
- Ելքի տոկոսը – Ելքի դրույքաչափը չափում է, թե որքան հաճախ են օգտվողները լքում կայքը՝ որոշակի էջում հայտնվելուց հետո: Սա հատկապես օգտակար է, եթե կայքը պարունակում է բազմաէջանոց վաճառքի ձագար, և դուք պետք է որոշեք, թե որ էջը կամ էջերն են ստիպում հեռանկարայիններին հրաժարվել գնումների գործընթացից:

Ելքի դրույքաչափ = ((Ընդհանուր ելքեր էջից) / (Էջ այցելությունների ընդհանուր թիվը)) × 100
- Ոլորման խորություն կամ Scroll Depth – Ոլորման խորությունը Google Analytics հավելվածն է, որը չափում է օգտատերերի ներգրավվածությունը՝ նայելով, թե որքանով են օգտվողները ոլորում ներքև կայքի տվյալ էջը:
- Փոխակերպման տոկոսադրույք - էջի կամ ձեր վեբ կայքի փոխարկման տոկոսադրույքը կարող է հաշվարկվել որպես փոխակերպումների ընդհանուր թիվը՝ բաժանված եզակի այցելուների ընդհանուր քանակի վրա:



Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Թվային մարքեթինգի նշանակությունը զբոսաշրջության ոլորտում

Թվայնացումը հեշտացնում է զբոսաշրջային ձեռնարկություններին կապ հաստատել ապագա հաճախորդների հետ: Զբոսաշրջային ձեռնարկություններն այժմ կարող են իրականացնել թվային մարքեթինգի տարբեր ուղղվածություններ՝ բարձրացնելու իրենց ապրանքների կամ ծառայությունների մասին իրազեկվածությունը, հասնելու շատ ավելի մեծ լսարանի և առաջարկելու բացառիկ գործարքներ, որոնք կոգեշնչեն և կգայթակղեն ճանապարհորդներին:





Project funded by
EUROPEAN UNION

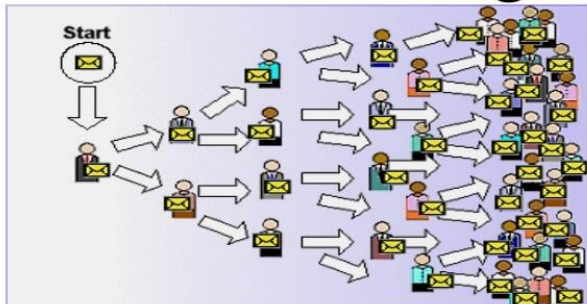


Common borders. Common solutions.



INFLUENCER

Viral Marketing



Unique Selling Proposition

✓ - Winning Zone

Clear point of difference that meets the needs. make it even bigger.

✗ - Losing Zone

Your copetitor meets the consumer needs better then you do. you'll be crushed.

? - Risky

Competitive battle ground. use emotion, innovative, superior execution.

Who Cares

Many times, competitors battle in areas the consumer just doesn't care about. Have fun wasting your time.

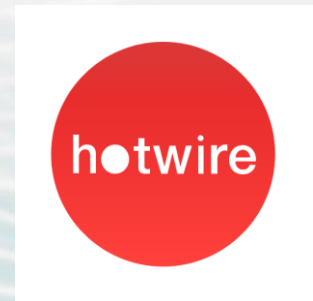
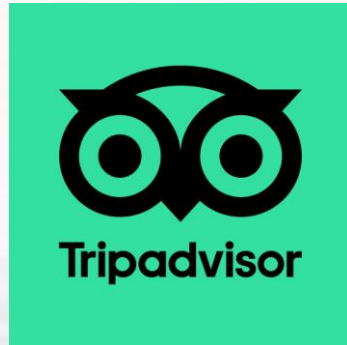


Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Թվային անրագրման կայքեր





Project funded by
EUROPEAN UNION



Common borders. Common solutions.

Շնորհակալություն

Հարցեր

