

პროდუქტის მარკეტინგი

ლექტორი

სალი დადიანი

კურსის დრო

14 შეხვედრა (28 საათი)

კურსის მიზანი

კურსში შეიტყობ, რომ პროდუქტის მარკეტინგი არის სახელმძღვანელო, რომელიც ეხმარება პროდუქტს იპოვოს სწორი გზა მომხმარებლებისკენ. ეს გულისხმობს მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღებას იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა ვისაუბროთ პროდუქტზე, როგორ გავყიდოთ ეფექტურად და დავწრმუნდეთ, რომ არსებულ და პოტენციურ მომხმარებელს კარგად ესმის მისი ღირებულება.

მარკეტინგის და ბიზნესის გამოცდილება, ანალიტიკური და ტექნიკური უნარები უზრუნველყოფს პროდუქტის მარკეტინგის ჰოლისტიკურ მიდგომას. ეს კი საშუალებას აძლევს პროდუქტის მარკეტერს, კომპლექსურად მართოს ნებისმიერი სირთულის პროექტი, მიიღოს მონაცემებზე დაყრდნობილი გადაწყვეტილებები და აწარმოოს ეფექტური კომუნიკაცია, რაც ხელს შეუწყობს პროდუქტის გაყიდვასა და ცნობადობის გაზრდას არსებულ ბაზარზე.

სახწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: შესავალი

- კურსის მიმოხილვა
- რა არის პროდუქტის მარკეტინგი?

ლექცია 2: ვინ არის პროდუქტის მარკეტერი?

- პროდუქტის მარკეტერის როლი კომპანიაში
- რა მისია აკისრია პროდუქტის მარკეტერს
- საჭირო უნარები და ტექნიკური ასპექტები

ლექცია 3: პროდუქტის მარკეტინგი VS ტრადიციული მარკეტინგი

- ლოკალური და საერთაშორისო ბაზრის მიმოხილვა
- საუკეთესო ქეისების მიმოხილვა
- მეტრიკები

ლექცია 4: სპიკერი სტუმრად

- ინტერაქცია
- ციფრული მარკეტინგი და მისი მნიშვნელობა პროდუქტის მარკეტინგისთვის
- კითხვა-პასუხი

ლექცია 5: მომხმარებლის გამოცდილება (CX) ანუ CUSTOMER EXPERIENCE

- პროდუქტის მარკეტინგის პასუხისმგებლობა მომხმარებლის წინაშე
- მომხმარებლის ჩართულობა
- მომხმარებლის ხმა
- CX-ის როლი თანამედროვე მარკეტინგში

ლექცია 6: როგორ მოვაშალოთ კამპანია - პროცესის განხილვა

- იდეები
- კომუნიკაცია
- დაგეგმვა

ლექცია 7: ციფრული პროდუქტი და მისი პრომოუშენი

- ჰაკათონი (თიბისის მობაილბანკის თამაში) - ქეისის განხილვა
- კითხვა პასუხი
- დავალება შუალედური გამოცდისთვის

ლექცია 8: შუალედური გამოცდა

- პრეზენტაცია
- კითხვა-პასუხი

ლექცია 9: ბიზნესისა და მარკეტინგის სინერგია

- პროდუქტის მარკეტერის გამოცდილება
- ბიზნესთან სწორი თანამშრომლობის სტრატეგია
- ბიზნესის პრინციპები და საჭიროებების მიმოხილვა

ლექცია 10: პროდუქტის შექმნა და მისი განვითარების ეტაპების მიმოხილვა

- პროცესების დანაწილება ეტაპებად
- პროდუქტის ტესტირება, კვლევა, მცირე აუდიტორიაზე გაშვება, MVP პრინციპი, დანერგვა, კომუნიკაციის სტრატეგია, სრულ აუდიტორიაზე გასვლა და კამპანიის ანალიზი

ლექცია 11: პროდუქტის ტესტირება მომხმარებლის ჩართულობით

- პროტოტიპის შექმნა და გატანა Friends and Family-ზე
- უკუკავშირის მიღება (Usability Testing)
- გაანალიზება
- შეჯამება და მზადება ფართო აუდიტორიაზე გასატანად

ლექცია 12: დაინტერესებული მხარეები და წარმატების ინდიკატორები

- დაინტერესებულ მხარეებთან მუშაობის მარტივი პრინციპები
- KPI განხილვა
- პროდუქტის გამოცდილების დაგეგმვა (Products Mapping)

ლექცია 13: მოწვეული სპიკერი - UX WRITING

- სიტყვა, როგორც პიქსელი

ლექცია 14: ფინალური გამოცდა

- ფინალური პრეზენტაციები
- მენტორის უკუკავშირი

სასწავლო კურსის შედეგები

კურსის მსმენელები ისწავლიან:

- ბაზრის მიმოხილვას;
- სტრატეგიული გადაწყვეტილების მიღებას;
- მონაცემთა ანალიზს;
- ეფექტურ კომუნიკაციას;
- ტექნოლოგიებთან ადაპტაციას;
- პრობლემის გადაჭრას;
- ჯვარედინ ფუნქციურ თანამშრომლობას (ბიზნესი + ტექი + მარკეტინგი).

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

- სტუდენტი უნდა ფლობდეს ინგლისურ ენას იმ დონეზე, რომ შეძლოს ინგლისურენოვანი მასალის წაკითხვა და გარჩევა.

ლექტორის შესახებ

- სალი დადიანი არის მარკეტინგისა და ბრენდის გამოცდილების ლიდი Caucasus Auto Import-ში;
- მანამდე იყო თიბისის ციფრული ბანკინგის (მობაილ/ინტერნეტ ბანკი/ციფრული პროდუქტები) მარკეტინგის მიმართულების ლიდი;
- მას აქვს პროდუქტის მარკეტინგში 10+ წელზე მეტი გამოცდილება;
- მისი გამოცდილება, პროდუქტის მარკეტინგის ლიდის პოზიციაზე, მოიცავს ციფრული პროდუქტების ყველა სეგმენტის (მას რითეილი, კონცეპტი, ბიზნეს კლიენტები) ციფრული პროდუქტების ზრდის სტიმულირებასა და 360 გრადუსიანი მასშტაბის მქონე კამპანიების მართვას;
- უმუშავია ციფრული პროდუქტების მიმართულებით სტაჟიორების და პროდუქტის მენეჯერების მენტორის პოზიციაზე;
- სალი არის 40-ზე მეტი დამოუკიდებელი (ფრილანს) პროექტის ხელმძღვანელი - ბრენდინგის, სტრატეგიის და ციფრული მარკეტინგის მიმართულებით;

- არის TBC Game-ის, პირველი ციფრული საბანკო თამაშის შექმნის იდეის ავტორი.
- TOUCH Platform-ის მონვეული სპიკერი;
- საქართველოში პირველი სამაგიდო თამაშების კლუბის “Tsibakha Game Club”-ის თანადამფუძნებელი;
- ექსპერტის მენეჯერის პოზიციაზე უმუშავია საერთაშორისო კრეატიულ სააგენტოში “Saatchi & Saatchi Tbilisi” ისეთ კლიენტებთან, როგორებიცაა Nestle, Bosch, Leibniz, Lowenbrau და სხვა;
- ის არის ბიზნეს ადმინისტრაციის მაგისტრი (MBA).