



Common borders. Common solutions.



Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020 finances projects that aim to improve the welfare of the people in the Black Sea Basin. For further information, please visit www.blacksea-cbc.net

Promoting Tea as the Engine of Growth
for the Black Sea Basin Area



Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020 is co-financed by the European Union through the European Neighbourhood Instrument and by the participating countries: Armenia, Bulgaria, Georgia, Greece, Republic of Moldova, Romania, Turkey and Ukraine

ՄԱՐՔԵԹԻՆԳ Ժամանակի մարտահրավեր



Հրաշալի բաներ կսկսեն տեղի ունենալ, երբ
դու լսես քո սպառողին:

Ջոնաթան Միդենհոլ, Էյրֆիլնբի Մարքեթինգի ղեկավար

ՄՏԱԳՐՈՅ



Ի՞ՆՉ Է ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԸ

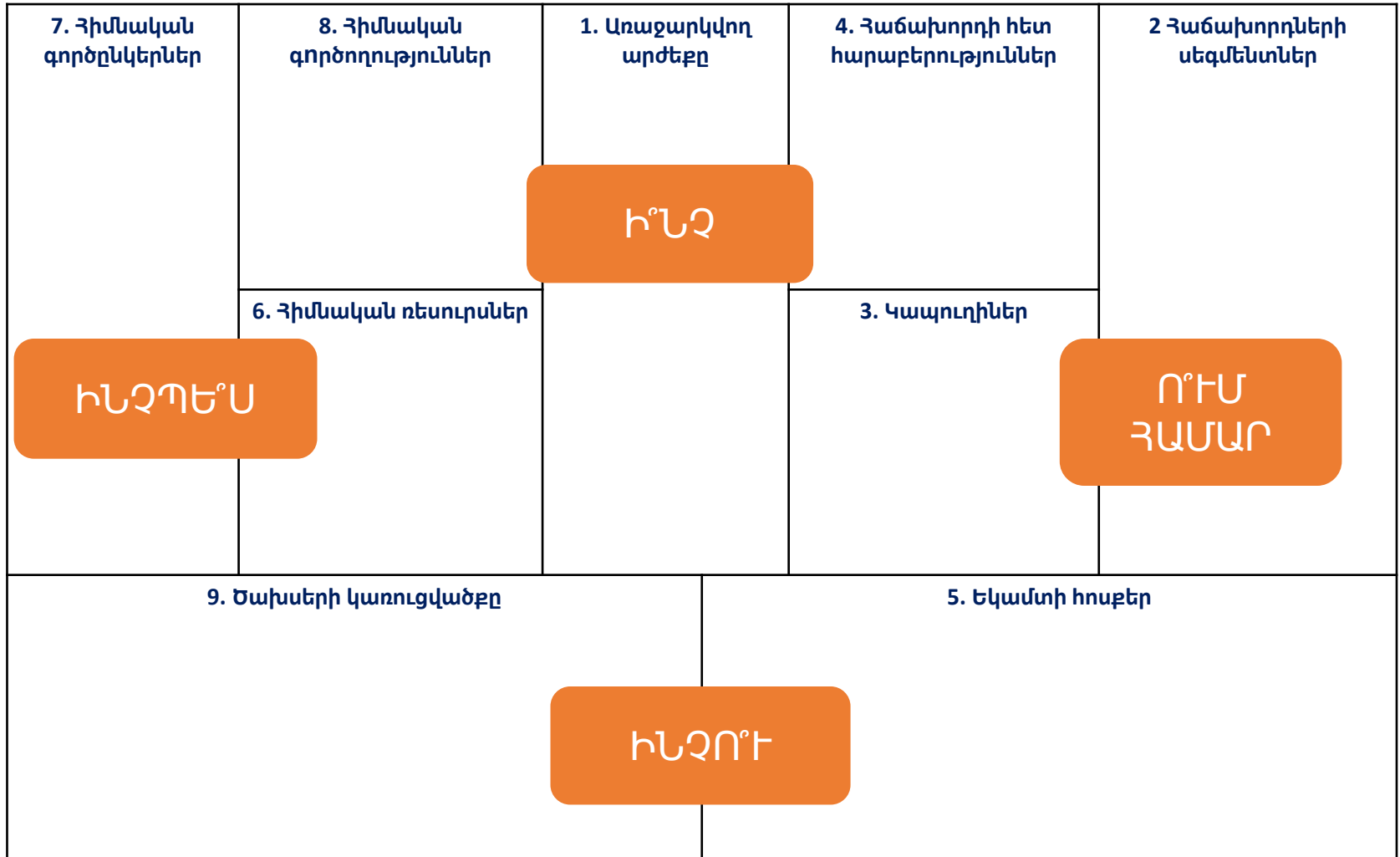


ՄՏԱԳՐՈՅ



Ի՞նչ է ՇՈՒԿԱՆ

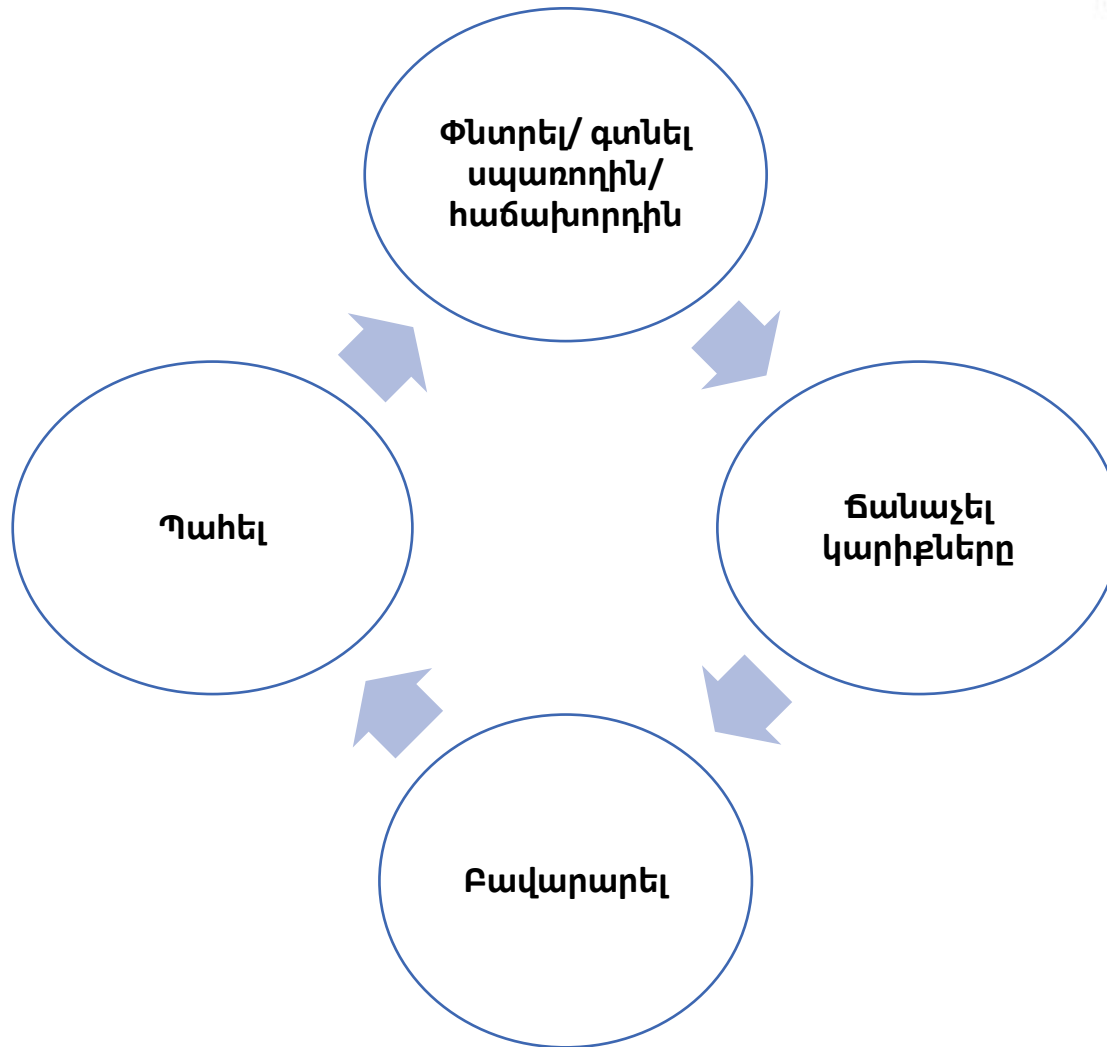
ԲԻԶՆԵՍ ՄՈԴԵԼԻ ԿՏԱԿ/ԿԱՆԿԱՍ



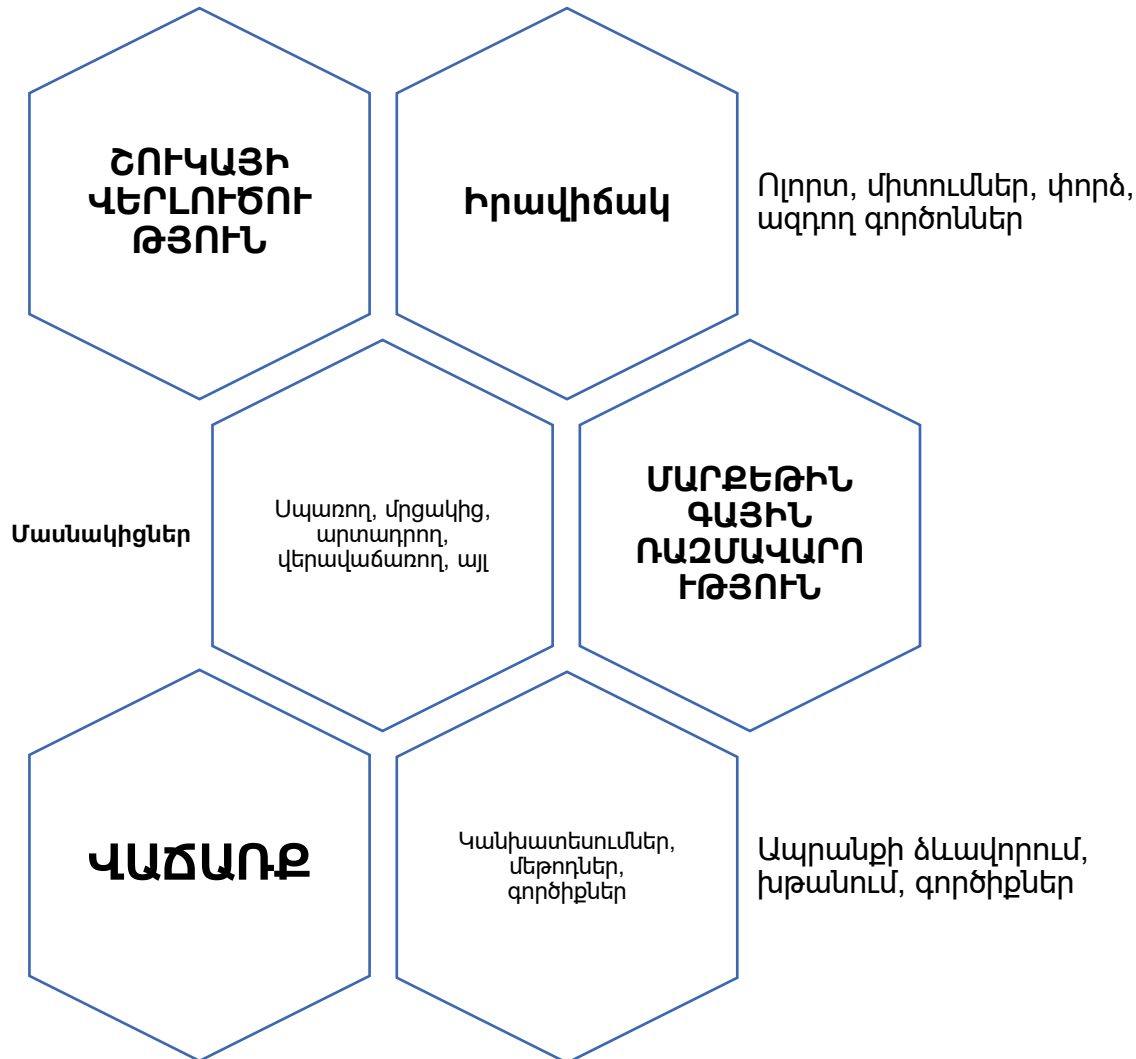


Ինչքա՞ն արտադրել

ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ



ՄԱՐԵԹԻՆԳԻ ԲԱՂԱԴՐԻՉՆԵՐԸ



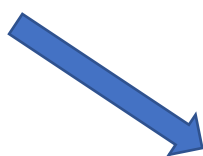
ՇՈՒԿԱՅԻ ՄԱՍՆԱԿԻՑՆԵՐ



Արտադրող	Վաճառող	Սպառող	Մրցակից
Ապրանքային տեսք	Գնորդների/սպառողների բացահայտում	Անհրաժեշտություն	Համեմատություն
Որակ	Պահանջարկի գնահատում	Հետաքրքրություն	Ստեղծարարություն
Հեղինակային ապրանք	Ուղիղ կապ սպառողի հետ	Սովորույթներ	Շուկայի բաժանում
	Խթանում	Հաճախականություն	Սահմանափակում
	Իրացում	Գնում	Մոտիվացիա
			Ստեղծարարություն
			Գնի կարգավորում

ՄՐՑԱԿԻՑ համեմատական վերլուծություն

Չափորոշիչներ



Չափորոշիչ	1	2	3	4	5
Ճանաչելիություն					
Տեսականի					
Որակ					
Գին					
Գովազդային գործիքներ					

Մեր ընկերությունը – 

Մրցակից 1 - 

Մրցակից 2 - 

Մրցակից 3 - 

Մրցակից 4 - 

ՈՒԺԵՂ և ԹՈՒՅԼ ԿՈՂՄԵՐԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ



S

W

O

T

S – **Strenghts** – Ուժեղ
կողմեր

W – **Weaknesses** – Թույլ
կողմեր

O – **Opportunities** -
Հնարավորություններ

T – **Threats** - Վտանգներ

Վերլուծական գործիք



S – Situation – Իրավիճակ

C – Core Competences – Գլխավոր կարողություններ

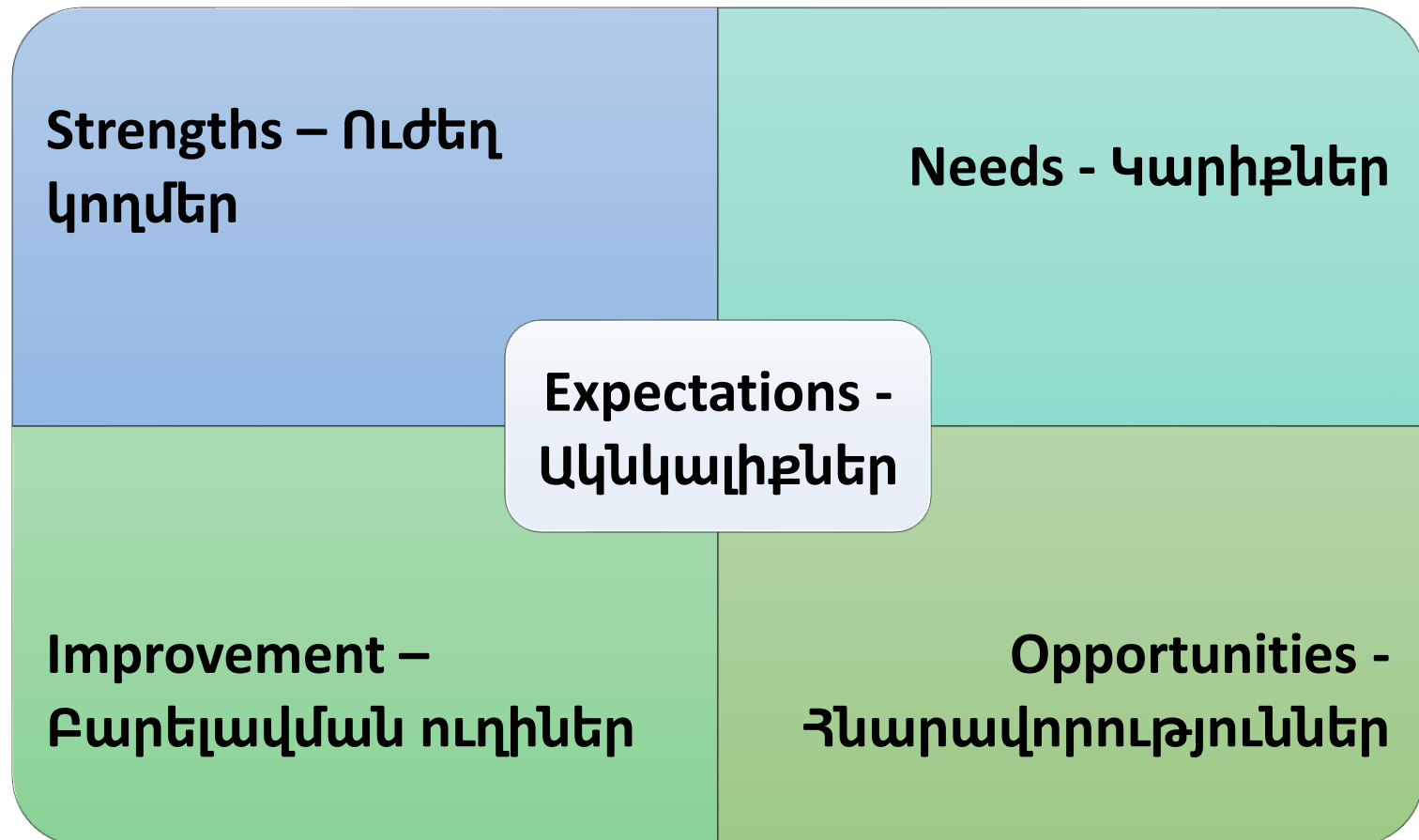
O – Obstacles - Խոչընդոտներ

P – Prospects – Հեռանկարներ

E – Expectations - Ակնկալիքներ

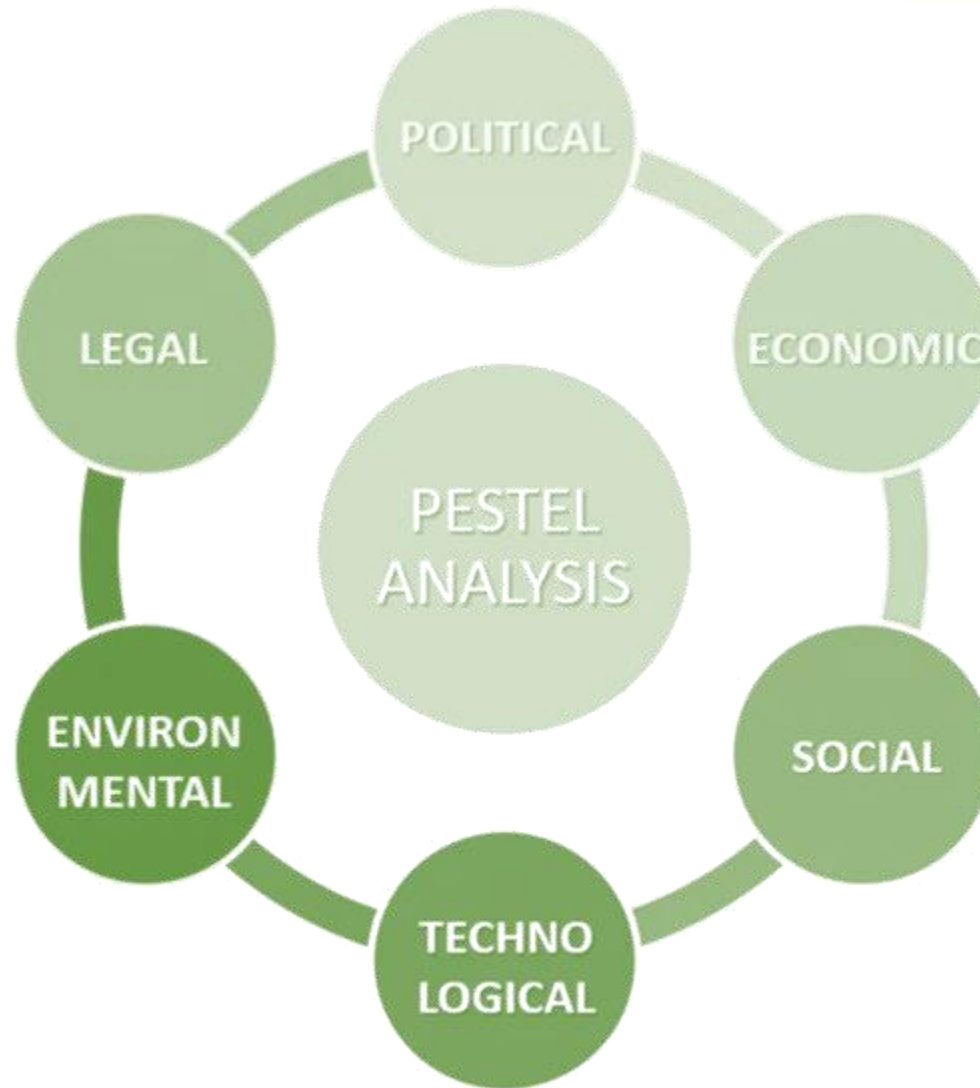
Վերլուծական գործիք

NOISE վերլուծություն



Վերլուծական գործիք

PESTEL վերլուծություն



Մատակարարի ընտրություն



Որակի ստանդարտներ



Բարի համբավ



Հումքի գին և որակ



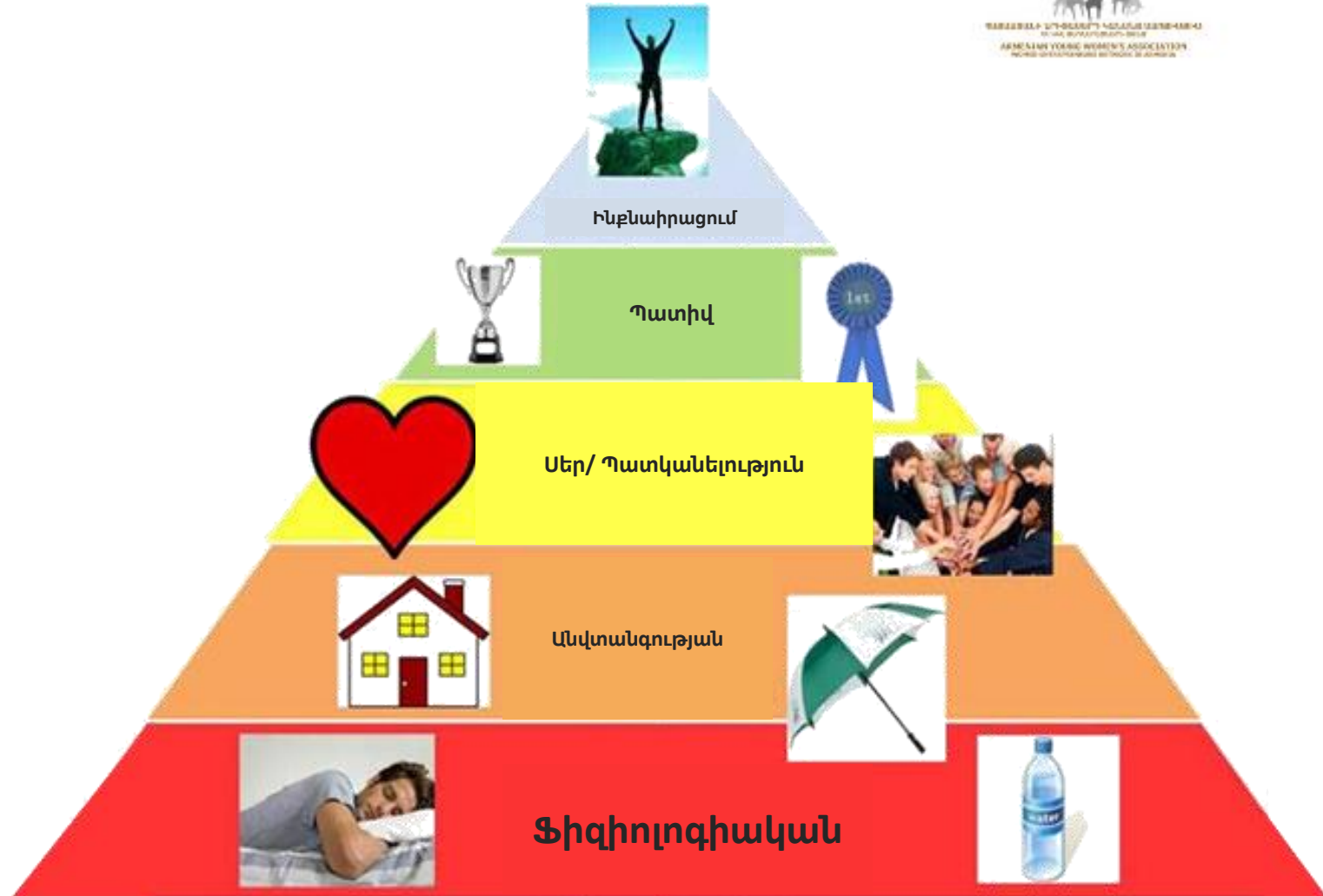
Առաքման ժամկետներ



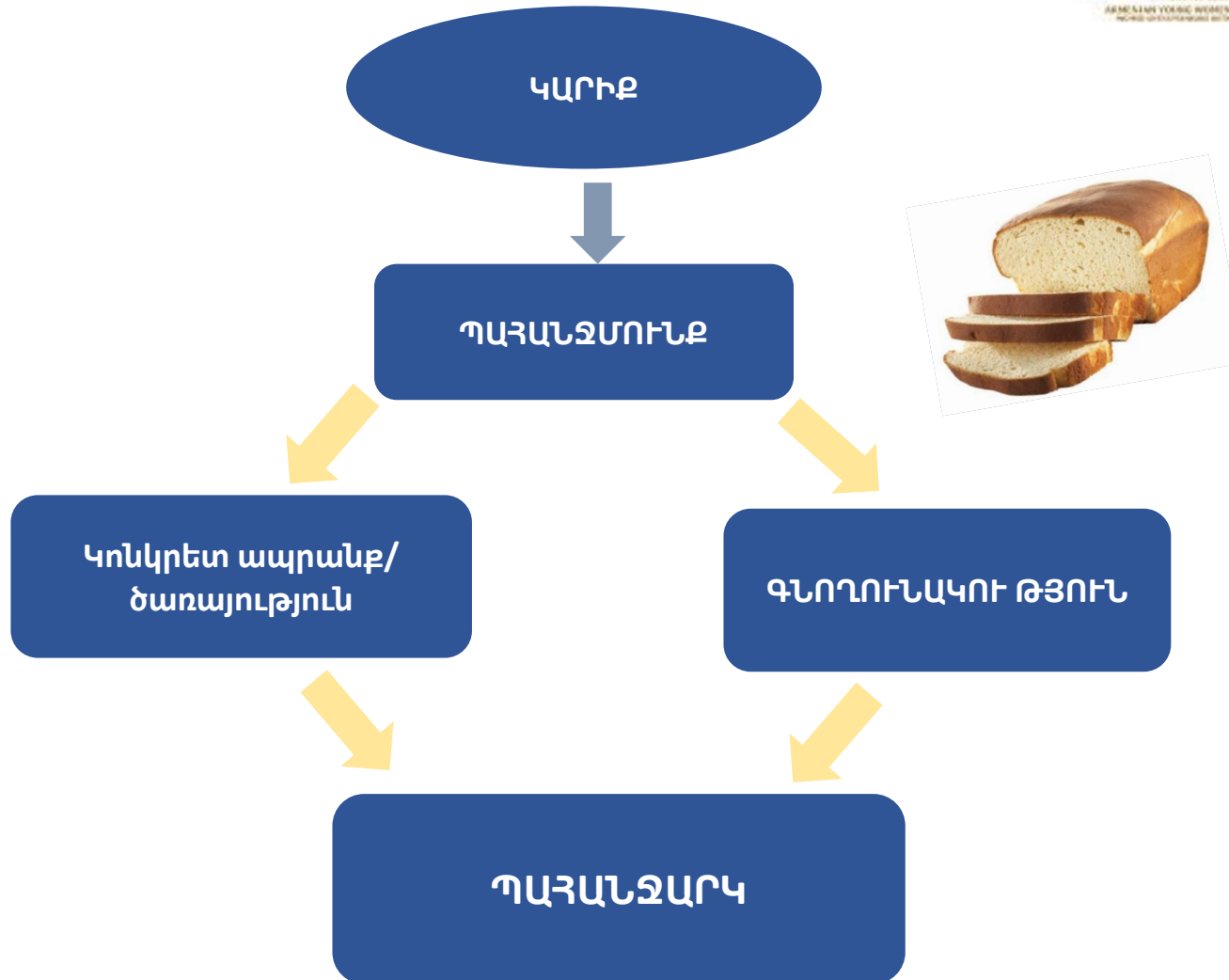
Առաքման կարողություն



Ֆինանսական հարաբերությունները



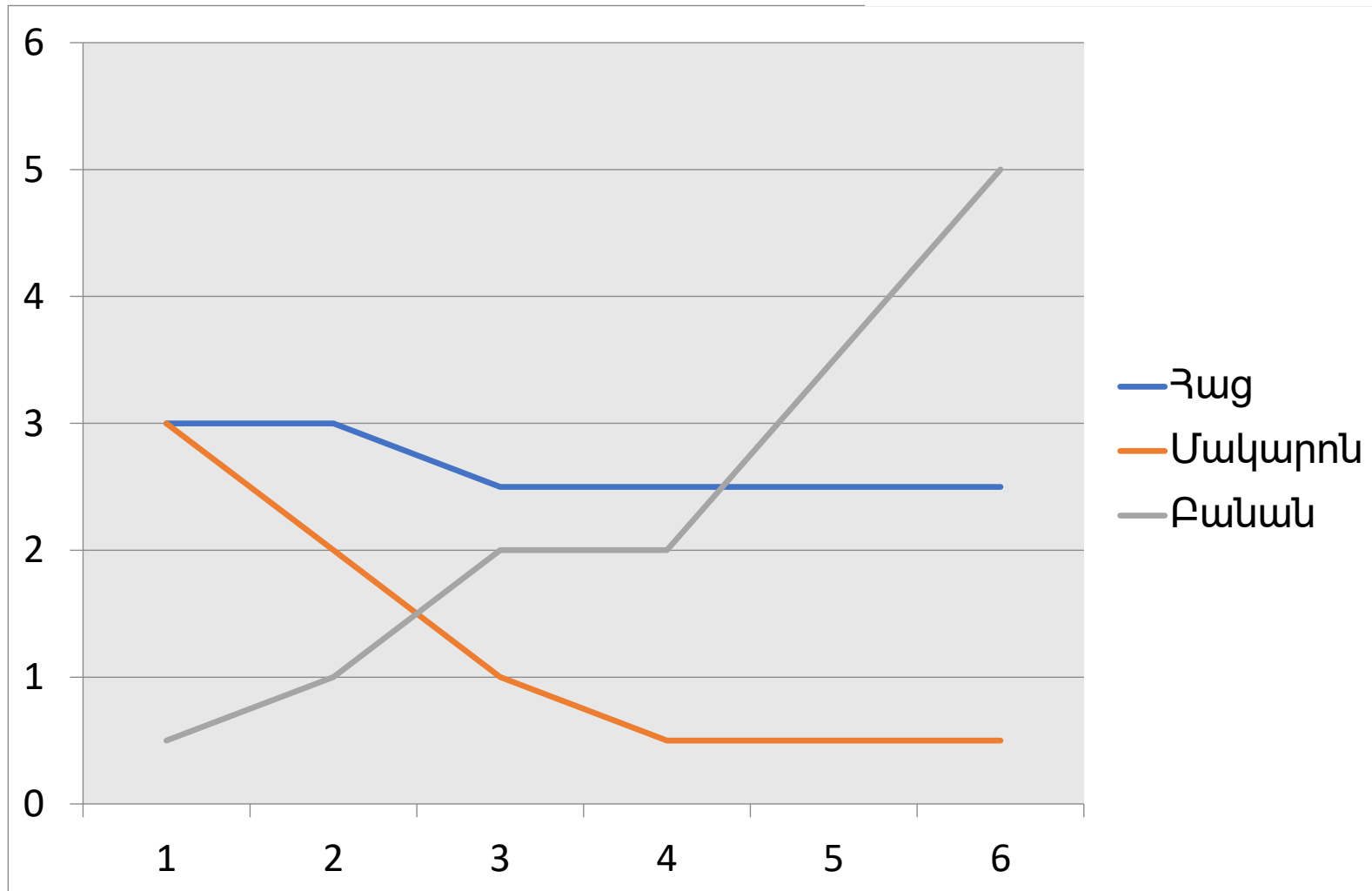
ԿԱՐԻՔ VS ՊԱՅԱՆՋԱՐԿ



ԽՆԴԻՐ



Ընտանիքի միջին եկամուտը, ՊՄ	ՀԱՑ, հատ	ՄԱԿԱՐՈՆ, կգ	ԲԱՆԱՆ կգ
1000	3	3	0.5
2000	3	2	1
3000	2.5	1	2
4000	2.5	0.5	2
5000	2.5	0.5	3.5
6000	2.5	0.5	5



ՍԵԳՄԵՆՏԱՑԻԱ



Շուկայի
սեգմենտացիա

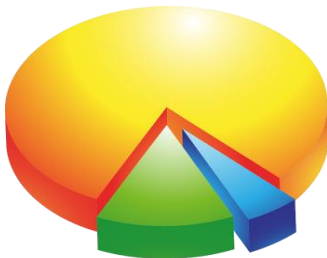
- Աշխարհագրական
- Ժողովրդագրություն
- Հոգեբանական
- Վարվելակերպ
- Նախասիրություն
- Այլ

Կենտրոնացված մարքեթինգ

Տարբերակված մարքեթինգ

Չտարբերակված մարքեթինգ

ՇՈՒԿԱՅԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ



ՇՈՒԿԱ

- Շուկայի մոտավոր չափը
- Շուկայի միտումները
- Ձեր բիզնեսի հնարավորությունները այդ շուկայում
- Ձեր ընկերության ակնկալվող մասնաբաժինը շուկայում



ԳՆՈՐԴՆԵՐ

- Պոտենցիալ գնորդները
- Ըստ որոշակի չափանիշների սպառողական խմբերը
- Որտե՞ղ են գտնվում
- Վճարունակության մակարդակը
- Տվյալ ապրանքի ընտրության վրա ազդող գործոնները



ՄՐՑԱԿԻՑՆԵՐ

- Ովքե՞ր են մրցակիցները
- Նրանց տեսականին և գները
- Վաճառքի մեթոդները
- Տվյալ ապրանքի ընտրության վրա ազդող գործոնները
- Նրանց ուժեղ և թույլ կողմերը
- Ապագա պլանները
- Շուկա մատակարարվող այլընտրանքային ապրանքները

ՇՈՒԿԱՅԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ



- Ի՞նչ տեղեկություններ են Ձեզ անհրաժեշտ

Նախնական աշխատանքներ – 30 %

- Որտեղի՞ց և ի՞նչ եղանակներով կարող եք դրանք հայթայթել

Տեղեկատվության հավաքագրում – 30 %

- Ինչքա՞ն կարժենա այդ հետազոտությունը

Վերլուծություն և հաշվետվության

կազմում – 30 %

Ստուգում – 10 %

ՇՈՒԿԱՅԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ Տեղեկատվության աղբյուրները



Առաջնային

- Պոտենցիալ սպառողներ
- Մրցակիցներ
- Վաճառքի մեթոդները
- Իրացման ուղիների մասնակիցներ (մանրածախ կետեր, մեծածախ կետեր և այլն)
- Փորձագետներ և այլն

Երկրորդային

- Վիճակագրական տվյալներ (www.armstat.am)
- Գործարար տեղեկատուներ (www.spyur.am)
- Պետական մարմիններ (www.gov.am)
- Մասնագիտական միություններ
- Առևտրաարդյունաբերական պալատներ
- Համացանց
- ՉԼՄ-ներ
- Ֆինանսական հաշվետվություններ
- Հաճախորդների մասին տեղեկություն

ՇՈՒԿԱՅԻ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ Գործիքներ



Առաջնային հետազոտություն

Հարցումներ

- Անհատական հարցազրույցներ
- Փոստային հարցազրույցներ
- Հեռախոսային հարցազրույցներ

Ֆոկուս խմբեր

Խմբային
քննարկումներ

Դիտարկում

Հետազոտության
սուբյեկտներն
անտեղյակ են, որ
իրենց հետևում են,
ուստի իրենց
բնական են պահում

Հարցերի տիպերը հարցաթերթիկ կազմելիս

- Բաց հարցեր
- Փակ հարցեր
- Երկընտրանքային/ ալտերնատիվ հարցեր

ՄԱՐԲԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ



Գործնական աշխատանք

- Խումբ 1 – Պահաձույացված բանջարեղեն
- Խումբ 2 – Հյուրանոցային ծառայություն
- Խումբ 3 - Պանիր, կաթնամթերք
- Խումբ 4 – Էքստրեմալ արշավներ
- Խումբ 5 – Միրգ, հատապտուղ

**3 թույլ + 2 թույլ
գրառում**

ՄԱՐԲԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ



4 P+

P – Product – Ապրանքային քաղաքականություն

P- Price – Գնային քաղաքականություն

P – Place – Տեղաբաշխման քաղաքականություն

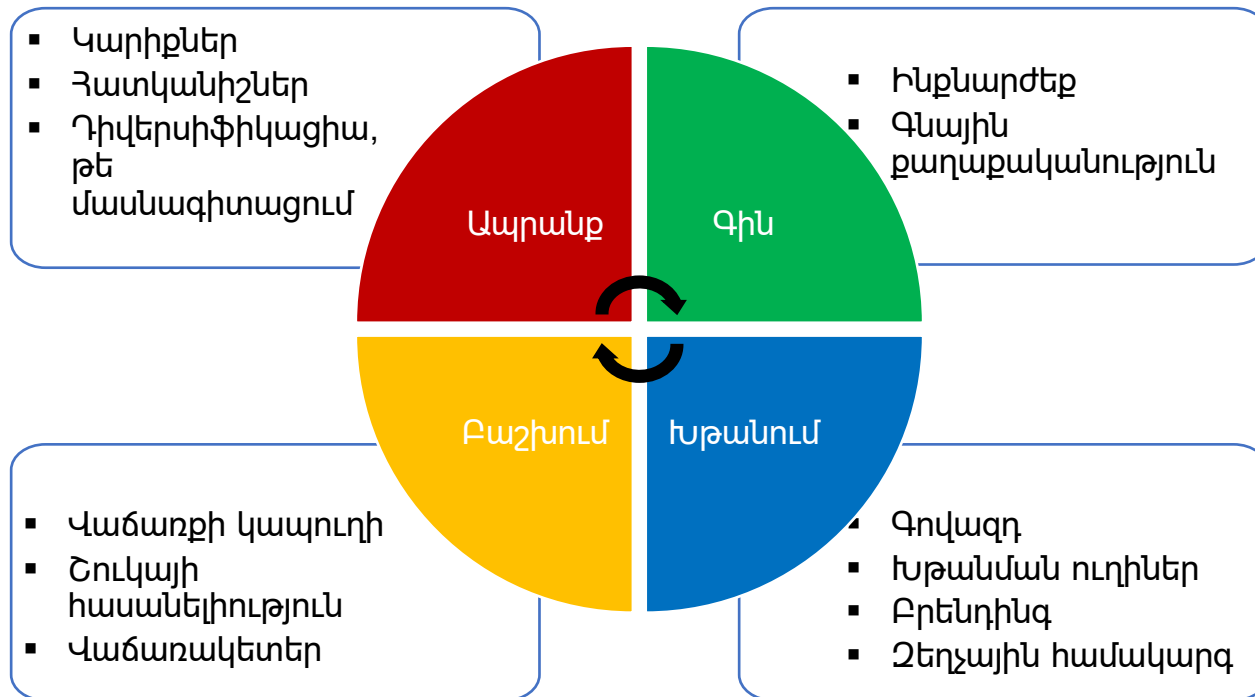
P- Promotion – Խթանման քաղաքականություն

+ P – People – Հասարակություն

+ P – Process – Գործընթաց

+ P – Physical Evidence - Տեսանելիություն

ՄԱՐԶԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ Մարքեթինգ Միքս/ 4P



ՄԱՐԶԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ Մարքեթինգ Միքս/ 7P



ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐ



Ռազմավարություն 1. Ըստ շուկայահանման չափանիշների.

	Նոր ապրանք	Հին ապրանք
Նոր շուկա	Դիրքավորում	Ընդլայնում
Հին շուկա	Խորացում	Քանակական աճ

Ռազմավարություն 2. Ըստ գին-որակ հարաբերակցության.

ԳԻՆ ՈՐԱԿ	Բարձր	Միջին	Ցածր
Բարձր	Կիրառվող հավելվածարի n.	Շուկա խորը թափանցման n.	Բարձր արժեքային կախվածության n.
Միջին	Բարձրացված գնային n.	Միջին մակարդակի n.	Բարելավված որակի n.
Ցածր	Կողոպուտի n.	Թվացյալ փայլի n.	Ցածր արժեքային նշանակության n.

ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՏԵՍԱԿՆԵՐ



Ռազմավարություն 3. Ըստ մրցակիցների, խնդիրների, խոչընդոտների նկատմամբ մարտավարության.

- **Ադապտացում** – երբ շրջանցում է խոչընդոտները դեպի նպատակ տանող ճանապարհին
- **Լրացում** – երբ խոչընդոտները վերածում է միջոցների և գործիքների
- **Վերաձևավորում** – երբ վերացվում են բոլոր խոչընդոտները

Գնագոյացման ժամանակ անհրաժեշտ է հաշվի առնել հետևյալ գործոնները.

- Ծախսերը/ինքնարժեքը,
- Որքան են հաճախորդները պատրաստ վճարել,
- Մրցակիցների գնային քաղաքականությունը (այցելություններ, հեռախոսազանգեր),
- Գտնվելու վայրը/ապրանքի տեղաբաշխվածությունը,
- Արտադրանքի/ծառայության որակը,
- Սեզոնային գործոնը:



Գործնական աշխատանք



ՄՇԱԿԵՔ ՀԱՐՑԱԹԵՐԹ ՁԵՐ ՇՈՒԿԱՅԻ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ՀԱՄԱՐ

Փորձարկում
10 րոպե

3 կարևորագույն հարցերով



ՀԱՆՐԱՅԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ