



# მარკეტინგული კომუნიკაციები საგანგებო მდგომარეობაში



# მარკეტინგული კომუნიკაციები საგანგებო მდგომარეობაში

ავტორი: ეკატერინე კველიშვილი

## რა არის კრიზისი და მისი მართვა?

ყველაზე მარტივი გზა კრიზისის მენეჯმენტის გასაანალიზებლად არის გარკვეული გარემოება, რომელიც ხდება ბრენდის, ბიზნესის ან ორგანიზაციის ირგვლივ და სასწრაფოდ მოითხოვს რეაგირებას.

ორგანიზაციებში, სადაც ხდება კრიზისის აღიარება, ასევე ხდება იმის ანალიზი, თუ რაოდენ მნიშვნელოვანი და საფრთხილოა ამ ეტაპზე გადადგმული ყველა ნაბიჯი. რეპუტაცია და იმიჯი შეიძლება დაზიანდეს ნებისმიერი დაუფიქრებელი ქმედების შედეგად. ასეთ დროს, გარემო მგრძობიარე და ხშირად დაუნდობელია. ნებისმიერი დაუფიქრებელი ნაბიჯი შეიძლება სავალალო აღმოჩნდეს ბრენდისთვის.



ახლა...

სტრატეგია, ხედვა და გეგმა, რომელიც დიდი ხნის წინ, 2020 წლისთვის შემუშავდა, დღეს უკვე არაქმედითია და ცალსახად ახალია საჭირო.

ყველაფერი, 2019 წლის დეკემბერში, ყრუ მითქმა-მოთქმით დაიწყო. იანვარში სერიოზული სახე მიიღო და თებერვალში, უკვე სავსებით ხელშესახები გახდა ნებისმიერი ჩვენგანისთვის.

დღეისათვის, ორგანიზაციების სრულ უმრავლესობას უკვე გაანალიზებული აქვს ახალი სტრატეგიის საჭიროება, თუმცა რთულია მიხვდე ზუსტად რა გჭირდება. მეთოდები, რომლებიც დაგეხმარება #დარჩისახლში-ს პირობებში გაყიდო შენი პროდუქტი, თუ გეგმა, რომელიც დაგეხმარება მოერგო ახალ რეალობას, რომელიც სავარაუდოდ არასდროს იქნება ის, რაც იყო 2020 წლის 12 მარტამდე.

დღეს ზუსტად არავის შეუძლია შეაფასოს ქცევა, რომელიც პანდემიის დასრულების შემდეგ ექნება მომხმარებელს. დაზუსტებით არც ის შეგვიძლია ვთქვათ, თუ რა სურვილები წამოიწვეს პირველ ადგილზე. ერთი, რაც სავარაუდოდ ვიცით, არის ის, რომ ეს პერიოდი დიდ გავლენას მოახდენს მომხმარებელზე, მის საჭიროებებზე, მოთხოვნილებებზე და რაც მთავარია სამომხმარებლო ქცევაზე.

რამდენიც არ უნდა ვიმსჯელოთ მომავალზე, პირველ რიგში მნიშვნელოვანია დღევანდელი დღე არ დაგვავიწყდეს და აღვიქვათ, თუ რაოდენ დამარცხებული და ამავდროულად შესაძლებლობებით სავსეა თითოეული ბიზნესი დღეს.

იმისათვის, რომ ბაზარზე ადეკვატურობა შევინარჩუნოთ, მნიშვნელოვანია რამდენიმე საკითხი გავითვალისწინოთ:

**შეაჩერეთ სოციალურ ქსელში არსებული ყველა მიმდინარე კამპანია** - იმ შემთხვევაში თუ არ გაქვთ საგანგებო სიტუაციისთვის შესაბამისი და აუცილებელი პროდუქტი, ეს ტყუილი ხარჯი იქნება და ამასთან მომხმარებლის გაღიზიანებას გამოიწვევს.

**დაიწყეთ აქტიური კამპანია სოციალურ ქსელებში** - დიახ, სწორედ წაიკითხეთ. ეს მნიშვნელოვანია იმ შემთხვევაში, თუ თქვენ უკვე მოიფიქრეთ ბაზრისთვის რელევანტური შეთავაზება ან მომხმარებლისთვის სასარგებლო ინფორმაციის მიწოდება შეგიძლიათ. ნებისმიერი სასარგებლო ინფორმაცია, რომელსაც მომხმარებელს შეატყობინებთ, თქვენს ბიზნესს მხოლოდ არგებს. თუმცა აუცილებელია, ფაქიზად მოხდეს თქვენს მიერ გაგზავნილი მესიჯის შერჩევა, რათა არ მოხდეს მისი მიმღებლების მიერ არასწორი ინტერპრეტაცია, რამაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს თქვენი კომპანიის იმიჯს.



**გამოხატეთ გულისხმიერება** - კონცენტრაცია პოზიტიურზე მოახდინეთ. მიეცით თქვენს გამომწერს საშუალება მოშორდეს ნეგატიურ რეალობას, მეტი იოცნებოს ან/და მეტი მადლიერების გამოხატვის საშუალება მიეცეს მათ მიმართ ვინც ამას იმსახურებს. ემპათიაც, ხომ ერთ-ერთი ძლიერი ლიდერული თვისებაა, რომლის გამოვლენის საშუალება შეგვიძლია ადამიანებს ასეთ სიტუაციაში მივცეთ.



**ადაპტირდით რეალობასთან** - ვებ-გვერდი და ზოგადად ვირტუალური სივრცე ახლა ყველაზე მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია. რამდენადაც უინტერესოც არ უნდა ყოფილიყო ონლაინ გაყიდვები აქამდე, დღეს ის უალტერნატივო გადარჩენაა. რაც შეიძლება მალე შეუდექით მის ადაპტაციას და არ დაგავიწყდეთ მომავალზე ფიქრი, რადგან ვებ-გვერდი მერეც გამოგადგებათ;


**შეამოწმეთ ანალიტიკური მონაცემები** - მომხმარებელი ყოველთვის თვითონ გვეკარნახობს რა არის მისთვის საინტერესო. რა მიმართულებითაც ინტერესდება ის, იმ მიმართულებით წარმართეთ თქვენი კონტენტი. დააკვირდით რა აინტერესებს ხალხს, როგორ გვერდებს აქვს დიდი ნაკადები, როგორი შინაარსი იმსახურებს პოზიტიურ კომენტარებს, გააანალიზეთ, დაკავშირეთ თქვენს პროდუქტთან და შესაბამისად იმოქმედეთ.

**მარკეტინგის მომავალი** - სულ რაღაც ორი თვის წინ, არავინ ელოდა ამ სიტუაციას. შესაბამისად, არც დღეს ვიცით რა გველის ხვალ. მნიშვნელოვანია ადაპტირებადები გავხდეთ და შევძლოთ მოვერგოთ არსებულ ვითარებას. თანამედროვე ტექნოლოგიები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ჩვენი გადარჩენის საქმეში. იმ შემთხვევაში თუ გადავრჩებით, ხვალ ნამდვილად უფრო ძლიერები ვიქნებით და ჩვენს მომხმარებელსაც უფრო მეტად ვეყვარებით, რადგან ამ სიყვარულის გარეშე ძნელი იქნება გამარჯვება.

საბოლოო ანგარიშით ეს პანდემიაც დასრულდება, კომერციაც აღდგება და ბიზნესები მცირედით თუ სიღრმისეულად შეცვლილნი დაუბრუნდებიან თავის საქმეს. მომხმარებელიც, თავისმხრივ მცირედით თუ სიღრმისეულად ისევ ინტერესით შეიძენს მათ პროდუქტებს და ეს საუკუნოვანი ორმხრივი ურთიერთობა, რასაც კომერციას ვუწოდებთ არასდროს გაჩერდება.

PMO მენეჯმენტის საკონსულტაციო კომპანიაა, რომელიც სხვადასხვა ინდუსტრიაში მოქმედ ორგანიზაციებს მომსახურების ფართო სპექტრს სთავაზობს. ჩვენი მომსახურება მოიცავს: ბაზრის კვლევასა და ანალიზს, კონსულტაციებს

www.pmo-bc.com  
(+995 32) 2 37 73 07  
რაფაელ ერისთავის ქ. 16  
თბილისი, 0179, საქართველო



ორგანიზაციული განვითარების მიმართულებით, ბაზარზე შესვლისა და ბიზნესის გაფართოების მიზანშეწონილობის კვლევას, ადამიანური რესურსების, მარკეტინგისა და პროდუქტის განვითარების მართვაში დახმარებას. ჩვენ ასევე ვუწევთ მომსახურებას კომპანიებს რისკების მართვისა და ფინანსების მიმართულებით.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> მნიშვნელოვანია: მოცემული დოკუმენტი და მასში შეტანილი ყველა იდეა, კონცეფცია, ჩარჩოები და რეკომენდაციები წარმოადგენს PMO Business Consulting-ის ინტელექტუალურ საკუთრებას. ინფორმაციის სრულად ან ნაწილობრივ გადაცემა, გადაწერა, გავრცელება, გადამუშავება ან დოკუმენტის ნებისმიერი სხვა სახით გამოყენება არ არის დაშვებული მთავარი წყაროს გარეშე – [www.pmo-bc.com](http://www.pmo-bc.com)