



ORVIX

Organization of Rising
Visionaries, Innovators
& Xperts

გზამკვლევი მომხმარებელთან ურთიერთობა



სამიზნე ჯგუფი

- მენარმეები
- მაღაზიების ან სანარმოს მფლობელები
- მენეჯერები

პროგრამის ძირითადი მიზანი

ინტენსიური მენტორები პროგრამა, რომელიც დაეხმარება მენარმეებს და მაღაზიების მფლობელებს, სწორად კოზიციონირებაში. მომხმარებელთან ქცევის სტრატეგიის შექმნაში, მათთან საკომუნიკაციო არხების შექმნაში. მონაწილეები ისწავლიან თუ რა ნაბიჯები უნდა გადადგან როგორც პირისპირ კომუნიკაციის დროს, ასევე როგორ უნდა ააწყონ E-COMMERCE სისტემა. როგორ უნდა მოიპოვონ ფინანსური და რეპუტაციული სარგებელი

პროგრამის აღწერა

- სრული კურსი მოიცავს 2 მიმართულებას:
 - მომხმარებელთან პირისპირ კომუნიკაცია
 - მომხმარებელთან ონლაინ კომუნიკაცია
- ხანგრძლივობა 15 საათი
- 5 ჯგუფური შეხვედრა
- თითო შეხვედრის ხანგრძლივობა - 3 საათი
- იქნება მხოლოდ პირისპირ შეხვედრები, ვინაიდან ჩვენთვის უმთავრესია ინტერაქცია და თითოეული ორვიქსელის ჩართულობა
- სწავლის მეთოდები:
 - თეორიული ცოდნის გაზიარება
 - პრაქტიკული ქეისების განხილვა
 - მსჯელობა
 - ჯგუფური მუშაობა
 - დამოუკიდებელი სამუშაო
 - კრეატიულობა
- სწავლის წინაპირობა: გასაუბრება





ORVIX

Organization of Rising
Visionaries, Innovators
& Xperts

გზამკვლევი დეტალური სილაბუსი



შეხვედრა #1 (3 საათი)

- 🦉 რატომ არის სერვისი მნიშვნელოვანი
- 🦉 მომხმარებლის პირველი შთაბეჭდილება
- 🦉 მომხმარებლის გამოცდილება
- 🦉 სერვისის დაპირება
- 🦉 გაყიდვების პროცესის ეტაპები
- 🦉 PRE-SALE
- 🦉 მომხმარებლის ტიპები DISC-ის მიხედვით
- 🦉 მომხმარებელზე ორიენტირებული მიდგომა
- 🦉 მოთხოვნების იდენტიფიცირება და დაკმაყოფილება
- 🦉 პრაქტიკულობა VS მოდა
- 🦉 ქეისის განხილვა

შეხვედრა #2 (3 საათი)

- 🦉 სტილით განსხვავებული ტიპის მომხმარებლები
- 🦉 პროდუქტის მახასიათებლებითა და სარგებელებით ჩართულობა (FAB & UPB)
- 🦉 მახასიათებელი და სარგებელი (FAB)
- 🦉 უნიკალური აღქმული სარგებელი (UPB)
- 🦉 გაყიდვის ცერემონია:
 - მოსინჯვის პროცესი
 - ჭვარედინი გაყიდვა
 - დამატებითი გაყიდვა
 - ქტივობა- კერსონალიზაცია

შეხვედრა #3 (3 საათი)

- 🦉 წინააღმდეგობასთან გამკლავება და უარყოფის მართვა
- 🦉 აქტივობა: უარყოფების ეფექტური მართვა
- 🦉 პრობლემური სიტუაციების მართვის სტანდარტი
- 🦉 გაყიდვების პროცესის დასრულება
- 🦉 მაღლიერების გამოხატვა და ხელახლა ვიზიტის სტიმულირება
- 🦉 მომსახურებისთვის საჭირო უნარები
- 🦉 რა უნდა გავითვალისწინოთ მომსახურების დროს
- 🦉 მაღაზიის მენეჯერის როლი მომსახურების დროს
- 🦉 მომხმარებელთა კმაყოფილების მოდელი
- 🦉 მაღალი ხარისხის მომსახურების ფორმულა



შეხვედრა #4 (3 საათი)

ელ-კომერციის საფუძვლები და თანამედროვე ტენდენციები

- ელ-კომერციის განვითარება
- ძირითადი კონცეფციები: B2B, B2C, C2C მოდელები, მონობრენდული და მულტიბრენდული არხები
- ციფრული ინფრასტრუქტურა და ინსტრუმენტები
- ელექტრონული პლატფორმების გამოყენება (SHOPIFY, WOOCOMMERCE)
- გადახდის სისტემები

შეხვედრა #5 (3 საათი)

- ლოჯისტიკისა და ინვენტარის მართვა ელ-კომერციაში
- მარკეტინგული სტრატეგიები და მომხმარებლის ჩართულობა, მნიშვნელოვანი მეტრიკები
- SEO და SEM-ის მნიშვნელობა
- სოციალური მედიის და ელფოსტის მარკეტინგის როლი
- მომხმარებლის მხარდაჭერის არხები
- მომხმარებლის ქცევის ანალიზი და პერსონალიზაცია





ენიერ გვარაძე

ელ. კომერციის დირექტორი- E-COMMERCE LEAD –
CENOMI RETAIL (EX-ALHOKAIR FASHION RETAIL) იანვარი
22 – დღემდე

მარკეტინგის დირექტორი – RETAIL GROUP GEORGIA
2012-2021

მარკეტინგის დირექტორი- TRADELINE LTD. (LEVI'S,
LEE, WRANGLER, DOCKERS, RIFLE, FALKE, BURLINGTON..)
2009 –2012

ელ.კომერციის ექსპერტი



თამარ ბოლოქია

CENOMI RETAIL- რეგიონალური ბრენდ მენეჯერი-
2015-დღემდე

მერჩენდაიზერ რეგიონალური მენეჯერი (CIS
REGION)- 2012-2015

პროექტს და ბრენდ მენეჯერი- ALCOTT, MISAKO,..
2009-2012

**რითილ გაყიდვების და ოპერაციების ექსპერტი
გაყიდვების და მერჩენდაიზის ლიდერუიკ
ტრენერი და ქოური**

