



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA FOUNDATION



# 2 դաս Անձնական ապրանքանիշ

«Օգտակար  
հաղորդակցություններ»  
դասընթաց Գենադի Զախարով  
CAYLA 2020 թ

**EFFECTIVE  
COMMUNICATION COURSE  
(OCTOBER - NOVEMBER 2020)**



## Գենարի Զախարով

Թվային մարքեթինգ,  
կորպորատիվ ուսուցում,

սոցիալական մեդիա,  
ռազմավարություն,  
ապրանքանիշի  
կառավարում

Ես ինտերնետ մարքեթինգի մասնագետ եմ՝ 5 տարվա փորձով: Ես ստեղծել, վերապատրաստել և ղեկավարել եմ ինտերնետ շուկայավարների թիմեր՝ 4-ից 30 հոգուց:

Նա է Վերնի Կապիտալ, ՍԱՐՍԱՓԵԼԻ, Շոկոլոնտանիք,

Ես աշխատել եմ Wikimedia-ի նման ընկերությունների հետ: Աշխատել

համալսարանում  
և անհատական

խորհրդատվություններ

Ես թվային մարքեթինգ եմ սովորեցրել

ավելի քան 200 հոգու առցանց

դասընթացներում:

# Դասընթաց թեմա

Դասընթացը կենտրոնանում է գլոբալ հետկորոնավիրուսային տնտեսության թվային և օֆլայն տարածության վրա

առաջնորդների կողմից դրված նպատակներին հասնելու համար

ռազմավար

ուսուցիչները

նկարագրվ

ած են

կապի և

տեխնոլոգիաների

- Դաս 1. Թվային միջավայրում հաղորդակցության հիմունքները
- Դաս 2. Անձնական ապրանքանիշ
- Դաս 3. Ռազմավարական մտածողությունը հաղորդակցության մեջ
- Դաս 4. Խոչընդոտների հաղթահարում
- Դաս 5. Լույսի շեղում

1 դաս.

# Անձնական ապրանքանիշ

1. ԴՈՒ բրենդ ես:
2. Թիրախային լսարան
3. ՍՄԱՐԹ առաջադրանքներ
4. Պատմություն և  
բովանդակություն
5. 6 քալ





# Դուք բրենդ եք:

Դուք ունեք ապրանքանիշի հատուկ բնութագրեր, և կարող եք և պետք է այն առաջ տանեք որպես լիարժեք բրենդ

# Ինչու՞ է ձեզ անհրաժեշտ մասնավոր ապրանքանիշ:

Անձնական բրենդը մրցակցային առավելություն է, որը թույլ է տալիս առանձնանալ նույն ուղղության ներկայացուցիչների շրջանում, բարձրացնել իրազեկությունը և ձեռք բերել հավատարիմ լսարան:  
Ձեր դիրքի գագաթնակետին հասնելու համար դուք պետք է ստեղծեք անձնական բրենդ:  
Ակնառու օրինակներ՝ Սըր Ռիչարդ Բրենսոն (Virgin Group), Սթիվ Ջոբս, Բիլ Գեյթս, Դոնալդ Թրամփ, Իլոն Մասկ (Tesla), Մարկ Ցուկերբերգ և այլք:



# Ինչու՞ է ձեզ անհրաժեշտ մասնավոր ապրանքանիշ:

Անձնական բրենդինգը թույլ է տալիս բարելավել ձեր հաղորդակցությունը և ավելի լավ գործարքներ ստանալ, քան ձեր մրցակիցները:

Անձնական

բրենդինգը ձերն է Սոցիալական մեդիան կարող է օգնել ձեզ լուծել ձեր լսարանի հետ կապված խնդիրները:





# Թիրախային լսարան

Թիրախային լսարանը (TA) մարդկանց խումբ է, ովքեր կարող են բավարարել իրենց կարիքները ձեր նախագծի, արտադրանքի կամ ծառայության օգնությամբ:

# Թիրախային լսարան - ինչու:



- Նրան է զարգացնել ուժեղ անհատական ապրանքանիշ
- Առանց պոտենցիալ լսարանի խորը ըմբռնման, դժվար է ջանքերը կենտրոնացնել ճիշտ մարդկանց վրա
- Белгилі бірадамдар ғана зараудармай, դուք շատ ժամանակ եք կորցնում: Դա անհրաժեշտ է չներկայացումներ, ավելորդ շփումներ, առանց հավանումների ու մեկնաբանությունների գրառումներ պետք է իմանալ, թե ում համար ուժեղ կլինի

# Թիրախային լսարանի վերլուծություն

Թիրախային լսարանը սովորաբար բաժանվում է առաջնային և անուղղակի:

- Հիմնական՝ հավանումներ,

մեկնաբանություններ

տվողներ, որոշումներ

նրանք, ովքեր ընդունում են, նրանք,

ովքեր գործում են,

խանութներ.

- Անուղղակիորեն՝ նրանք, ովքեր

ազդում են որոշումների կայացման

վրա ընտրության միջոցով,

գումար է հատկացնում, բայց

ակտիվ են

չի գործում.

## Ուսումնասիրեք մրցակիցների

### էջերը

Գործնականում CusDev-ը հաճախ ներգրավված է հաճախորդի, գործընկերոջ և արտադրանքի ենթադրությունների ստուգման գործընթացում:

Այնուամենայնիվ, դուք կարող եք

մի փոքր ուսումնասիրություն

կատարել ձեր բլոգի համար:

Փորձեք պրոֆիլավորված

համայնքները:

Թիրախային լսարանի անդամները կարող են ներառել ֆորումներ, բլոգի մեկնաբանություններ, կարծիքի արևաշորդների պրոֆիլներ և այլն

կարդալ հարթակները.



# Թիրախային ֆոնային տեղեկատվություն

## հանդիսատեսի մասին



Մատչելիություն. կարո՞ղ են նրանք թույլ տալ ձեր ծառայությունները: Եթե դու

- Հիմնական բնութագրերը՝ սեռ, տարիք, աշխարհագրություն (կանայք, 25-45 տարեկան, Ալմաթի).

- Հետաքրքրություններ. լայն թեմաներ, համայնքներ, լրատվամիջոցներ, որոնք կարդում է թիրախային լսարանը գործիքներ (նորաձևության, ոճի համար հետաքրքիր, մշակութային միջոցառումներ, քաղաքային փառատոներ մասնակցում է Harper's Bazaar-ին և Cosmo-ին կարդում է):

- Եթե դուք դեռ դեմ չեք, ապա դուք **դուք վաճառում եք (միջին և միջինից բարձր եկամուտ; ձեռնարկատերեր, թոփ մենեջերներ, աշխատուժ)**.

- Խնդիրներ. դրանց լուծումները գալիս է նրանց պարտականությունը, կարիքը, դա ձեզ և ձեր անձնական ապրանքանիշին է հնչ կապ ունի.





# MA սեգմենտավորման մեթոդ

Մարկ Շերինգթոնի 5W մեթոդաբանությունը հաճախ օգտագործվում է MA հատվածավորման համար.

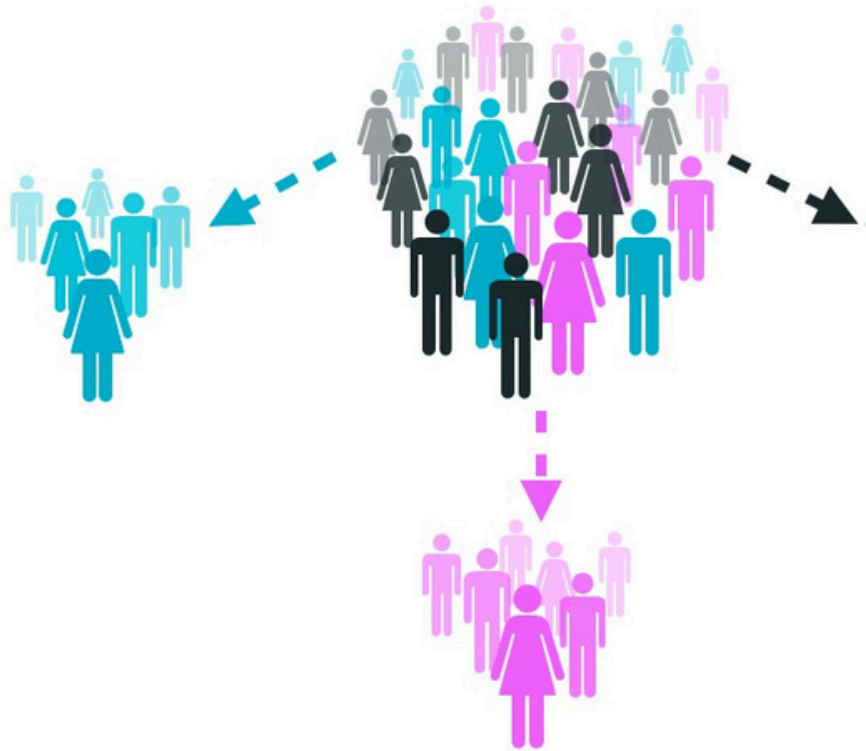
1. Ի՞նչ: (Ի՞նչ?) - Ձեր ապրանքը, ծառայությունը ինչ է
2. Ո՞վ: (Ո՞վ) - գնում է ապրանքը, ծառայությունը

(տարիքը, սեռը և այլն)

3. Ինչու՞: (Ինչու՞) - միանալ նրանց Ո՞րն է մոտիվացիան:

4. Ե՞րբ: (Ե՞րբ) - երբ մարդիկ ապրանքի կամ ծառայության կարիք ունեն:

5. Որտեղ? (Որտե՞ղ) - շփվել նրանց հետշփվել, որոշումներ կայացնել, Որտեղ գնել.



# Սեզմենտավորման օրինակ. Ճամփորդության մասին

## բլոգ



Հատված թիվ 1՝ 25-40 տարեկաններ մարդիկ, միայնակ մարդիկ, բաց սիրում է օդում հանգստանալ, զբաղվում է սպորտով, հետաքրքրված է զբոսաշրջությամբ, ունի միջին և ավելի բարձր եկամուտ:

- Թիվ 2 հատված՝ 25-45 տարեկան աղջիկներ,

Ալմաթի,

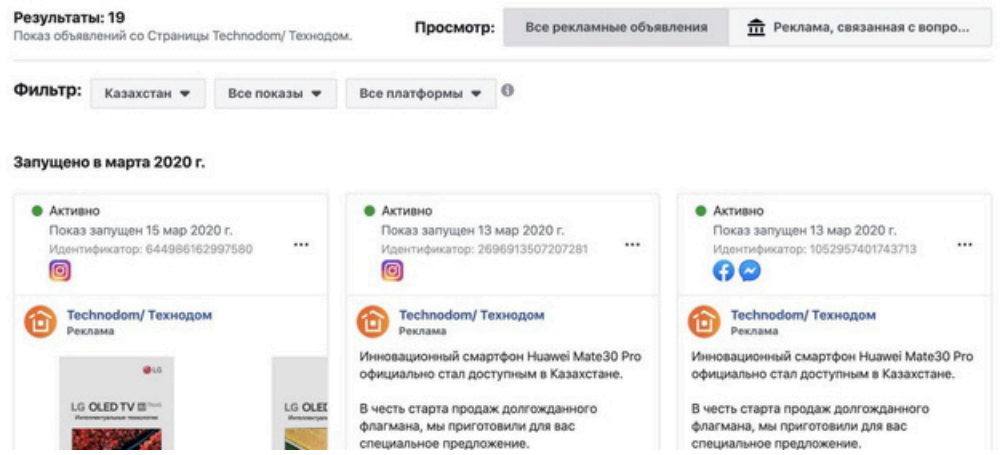
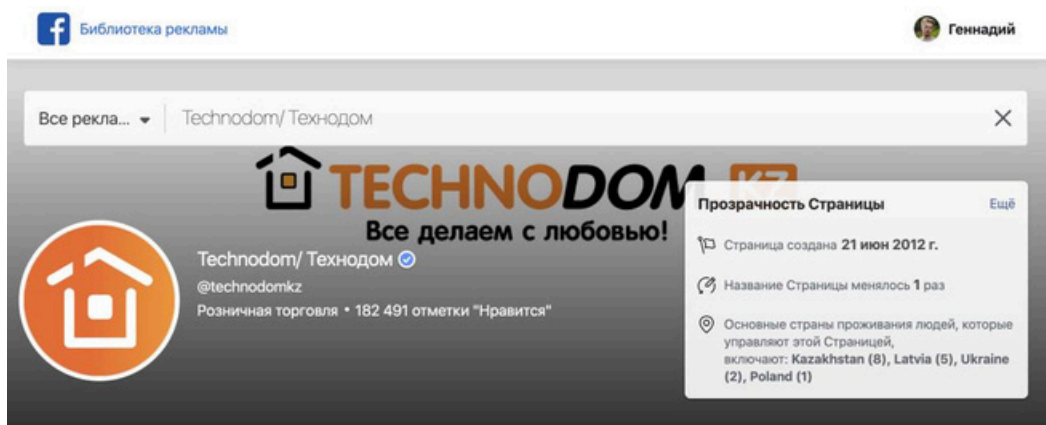
ունեն ընկեր կամ ամուսին, նրանք գեղեցիկ են նրանք սիրում են նորաձևություն, ցանկանում են հանգստանալ, փնտրում են հայտնի հանգստավայրեր, սովորաբար մարդիկ վճարում են ուղեվարձը, բայց իրենք են ընտրում:

- Թիվ 3 հատված. 25-45 տարեկանների հետ

կանայք, Ալմաթի, տարեկան 2-3 տեսակցությունների համար գնում, միասին հյուրախաղեր է ընտրում, հանգիստ և հարմար բան են փնտրում, նրանք երեխաների հետ են կարող եք միասին արձակուրդ գնալ:



# Նախատեսված է թիրախային լսարանի համար լրացուցիչ գործիքներ



Facebook-ի գովազդ գրադարանային ծառայություններն արի:

- Մրցակցի էջ

Մուտքագրեք ձեր անունը, խնդրում ենք եթե ներկայումս ակտիվ է, Դուք կտեսնեք նրանց բոլոր գովազդները

Facebook-ում և Instagram-ում:



# ՍՄԱՐԹ առաջադրանքներ

Հատուկ, Չափելի, Ձեռքբերելի,  
Համապատասխան, Ժամկետային  
սահմանափակում: Դրեք SMART  
առաջադրանքները Self-Branding-ից առաջ

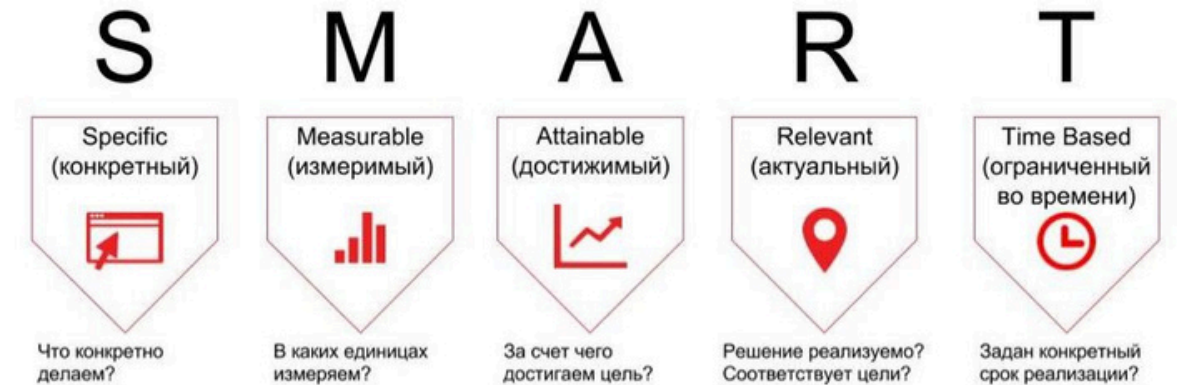
# Սահմանեք SMART առաջադրանքները նախքան Self-Branding-ը

## Օրինակներ.

- Պատվիրեք սոցիալական ցանցերից
- ամսական 1-ով
- Բովանդակության ծառայությունների վաճառք
- Սոցցանցերի միջոցով կարող եք հասնել ցանկալի ընկերություններին կամ մարդկանց

## ՍՄԱՐԹ

- նպատակը նկարագրելու մեթոդ, որն իր մեջ ներառում է՝ կոնկրետություն, չափելիություն, հասանելիություն, հուսալիություն ժամանակի համապատասխանության առումով:

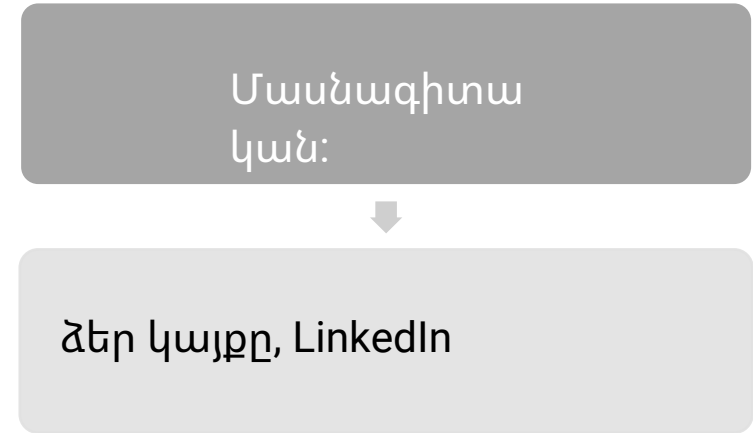
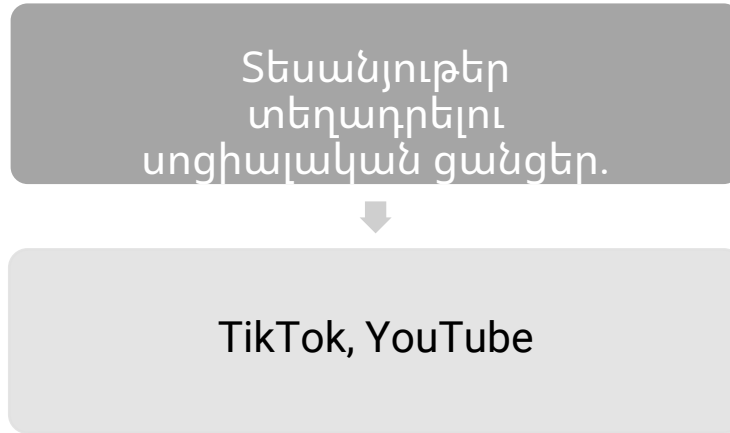


# Գնահատեք ձեր ներկա իրավիճակը

- Զրոյից մի սկսեք, ամեն ինչ ուժեղ է գնահատեք ձեր կողմերը
  - Զեր բլոգը, պրոֆիլը կամ կայքը ձեր կայքը ուրիշի հեռախոսից կամ փորձեք գտնել այն ձեր համակարգչում
- որքան հեշտ է քեզ գտնելը
- Դիտավորյալ փնտրեք մասնագետ ձեր ոլորտում
- փորձիր, ով կլինի առաջինը Ինչո՞ւ:



# Ընտրեք ճիշտ հարթակներ



Բայց մի օգտագործեք բոլոր հասանելի սոցիալական ցանցերը միանգամից:  
Սփռեք ձեր ուշադրությունը տասնյակ տարբեր կայքերի վրա, և դուք կկորցնեք  
որակը կամ պարզապես կխափանեք:

**Ձեր մագիստրոսի համար բավական է 2-3 սոցիալական ցանց:**



# Պատմություն և բովանդակություն

Ձեր անձնական բրենդը գովազդելով՝ դուք կպատմեք առաջնորդի պատմությունը: Ձեր պատմություններն արտացոլվում են ձեր սոցիալական մեդիայում, շնորհանդեսներում, հրապարակային ելույթներում և հաղորդակցություններում:

# Ինչպե՞ս պատմել հետաքրքիր պատմություն:



Մտածեք, թե ինչ կստանա արժեքավոր  
և նոր մարդը ձեր նյութը կարդալուց:

Թեմայի խորը ըմբռնումը լավ

պատմություն է այն առանձնացնում է  
մակերեսային խոսակցությունից.

Միշտ օգտակար է ունենալ բազմաթիվ

հեռանկարներ և տարբեր

համատեքստեր:

Լավ բովանդակություն, ուղղակի  
փորձագետից խոսքն ու որակյալ  
վիզուալ ձևավորումը լրացնում են  
հետաքրքիր և ընդգրկուն նյութերը:

# Պատմությունն ինքնին գրավիչ է աշխարհ

Վիզուալները օգնում են փոխանցել մթնոլորտը, բացահայտել թեման և ընկղմել օգտվողին համատեքստում:

Մտածեք, թե ինչպես ձեր անձնական ապրանքանիշը կարող է օգնել ձեզ հարաբերություններ կառուցել:

Սա ֆոտոսեսիա է, տեսահոլովակ

միջավայրում, նկարագարդում կամ

միգուցե ինֆոգրաֆիկա: Կառուցեք ձեր սեփական ապրանքանիշը, Երբ սկսեք,

մտածեք անմիջապես տեսողական բովանդակություն ստեղծելու մասին:

Գոնե որակյալ ավատարի մասին:



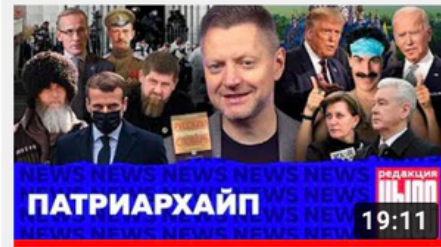
# Գոռացող առարկա



ИСТОРИИ

**«Это не я слишком высовываюсь. Это вы слишком не высовывались»**  
Интервью Карена Шаиняна, который запустил на ютьюбе самый яркий ЛГБТ-проект 2020 года

3 часа назад



Редакция. News: теракты во Франции, вторая волна...

1,2 млн просмотров •  
4 недели назад



Путин: немецкий вермахт или наши ветераны?

2,6 млн просмотров •  
5 месяцев назад

Субтитры

Ձեր ամբողջ բովանդակությունը պարզ դարձրեք վերնագրից: Լավ հետաքրքրության թեմա ստեղծում և ցուցադրում է հոդվածի թեման առանց դրա թեման հրահրելու կամ խեղաթյուրելու. Թվային թեմաներ, հարցեր վերնագրեր և հայտարարություններ լավ է աշխատում: Վերնագրում տրված կծու մեջբերումը լավ է համապատասխանում հարցազրույցի ժանրին: Ուշադրություն դարձրեք Youtube-ի միտումներին թարգմանել.

# Ի՞նչ բովանդակություն պետք է ստեղծվի:

## 1. Օգտակար կամ հետաքրքիր (միշտ):

- Եթե չեք կարողանում ինչ-որ հետաքրքիր ու հետաքրքիր բան անել, ապա ավելի լավ է ոչինչ չստեղծել:

## 2. Բնօրինակ (միշտ):

- Մի կրկնօրինակեք մրցակիցների բովանդակությունը:

## 3. Տեսողական (միշտ):

- Հաղորդագրություն առանց լուսանկարի (որքան պրոֆեսիոնալ, այնքան լավ):

## 4. Ինտերակտիվ (հաճախ)

- Հատկապես, երբ խոսքը վերաբերում է Instagram-ին:

## 5. Ընթացիկ (երբեմն):

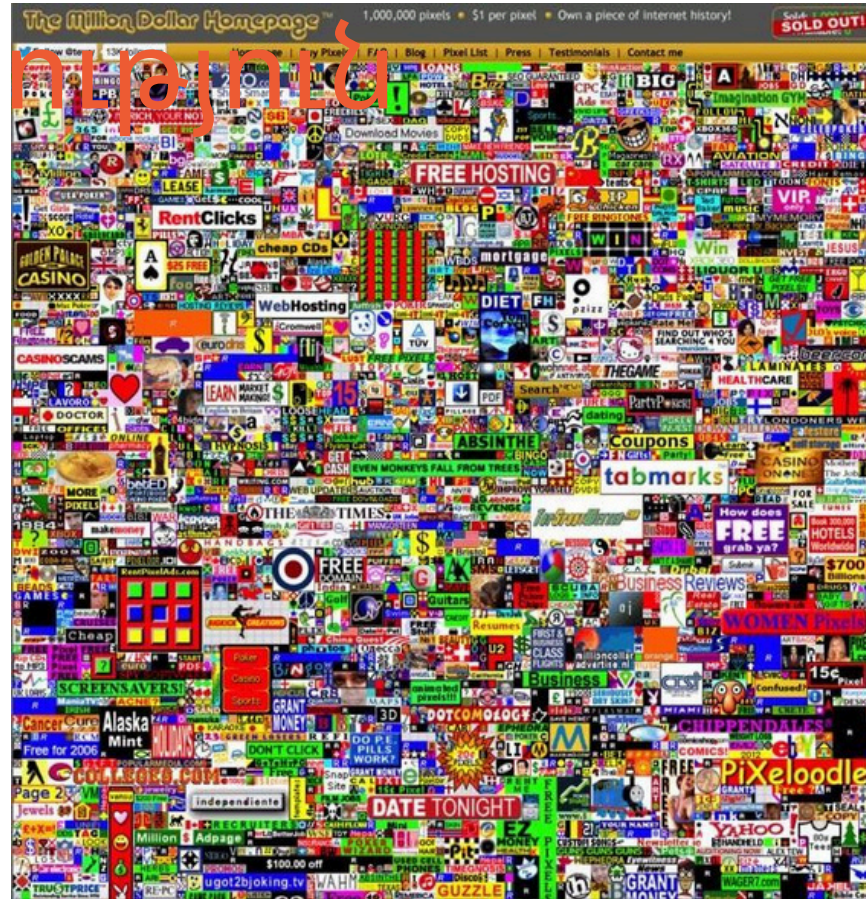
- Տոներ, որոշ միջոցառումներ.

## 6. Զվարճանք (հազվադեպ):

- Շատ մի տարվեք, քանի որ ոչ բոլորին կհասկանան ձեր կատակը:

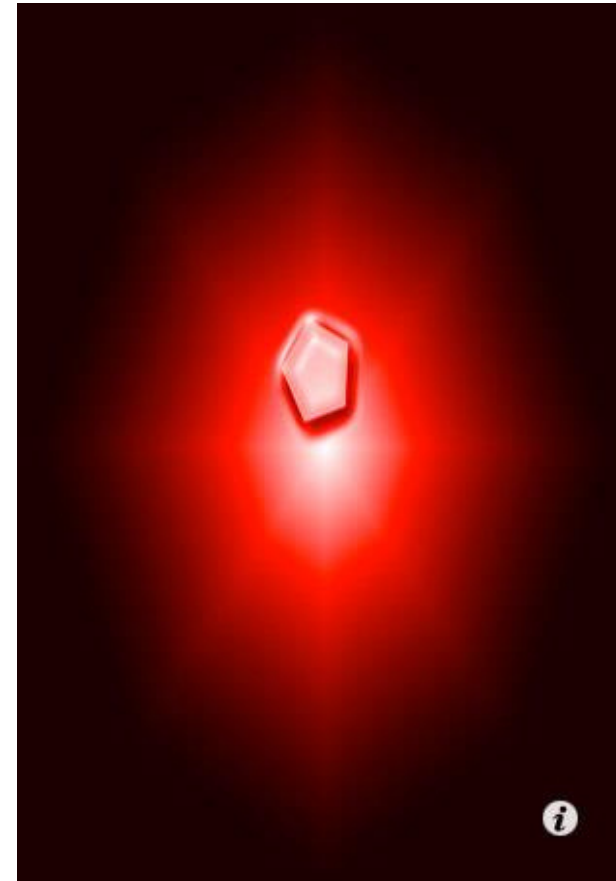


# Ստեղծագործական բովանդակություն

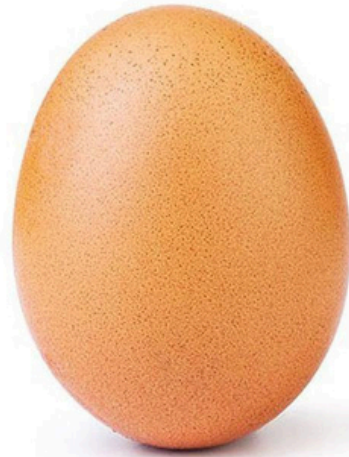


2005 թ

# Ստեղծագործական բովանդակություն



# Ստեղծագործական բովանդակություն





# 6 քալ

Մենք աստիճանաբար զարգացնում ենք մեր սեփական  
ապրանքանիշը լրատվամիջոցներում

# ԿԱՐԵՎՈՐ. Պատշաճ հոգ տանել ձեր մասին

## Կարիք չկա!

Գրեք և խոսեք վերացական, ոչ անձնական բրենդինգի թեմաներով:

Ուշադրության համար վերցրեք ուրիշի

նյութը:

Ամբոխի մեջ ագրեսիվ եղեք:

Սպասեք հնարավորությունների, որոնք

կհայտնվեն ձեր ճանապարհին:

Հիպ այլ ընկերությունների, մասնագետների կամ ապրանքանիշերի խնդիրների մասին:

## Անհրաժեշտ է

Գտեք ինքներդ ձեզ և ցույց տվեք ձեր փորձը

Ստեղծեք ձեր սեփական

բովանդակությունը Հարգեք ձեր ոլորտի այլ

մասնագետներին, գերադասելիորեն

ընկերացեք նրանց հետ Եղեք բաց

հաղորդակցության համար, արձագանքեք

հաղորդագրություններին և օգնության

խնդրանքներին Արտահայտեք ձեր

կշռադատված կարծիքը, հաշվի առեք

բազմաթիվ կողմեր

# Սոցիալական ցանցի հաշիվ թարմացրեք ձեր բոլոր գրառումները:

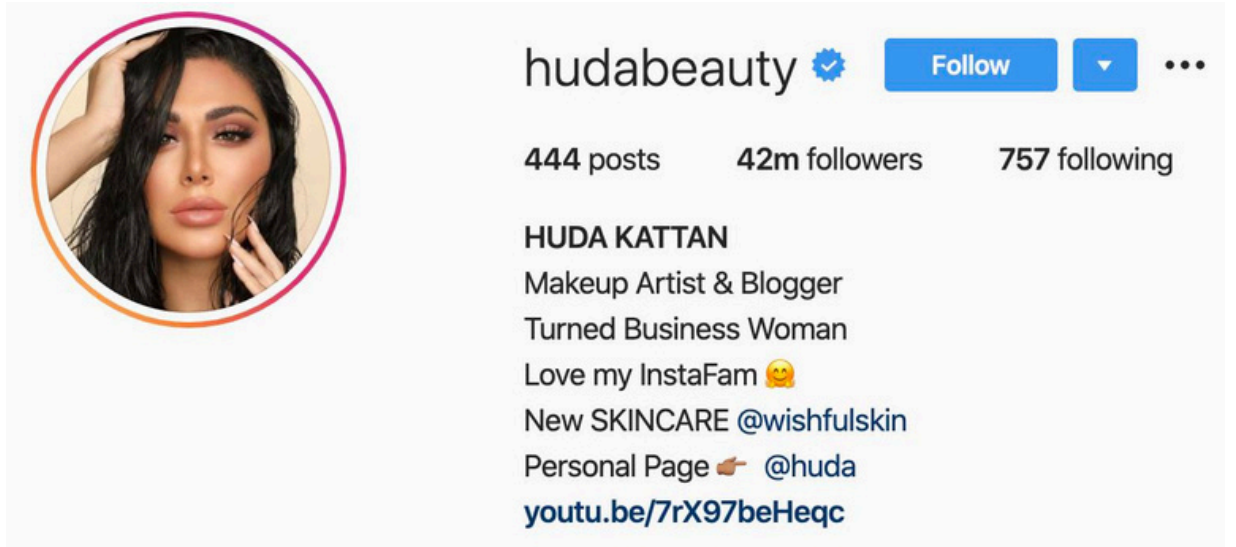
Սկսեք ամենապարզ աշխարհից:  
Համոզվեք, որ հետևյալ  
տեղեկատվությունը արդիական է:  
Եթե դուք չեք օգտագործում հարթակ  
կամ հազվադեպ եք օգտագործում այն,  
մի մոլորեցրեք մարդկանց հնացած  
տեղեկություններով:  
և բոլոր այն հարթակներում, որոնցում դուք  
գրանցված եք  
պարզապես ջնջեք ձեր հաշիվը:

**Ջնջել Թուրքիայում  
արված հին  
լուսանկարները.**

- Պրոֆիլի լուսանկար
- Անուն • Ձեր հակիրճ  
նկարագրությունը,  
**ձեր մասնագիտական փորձը**
- Ավելորդ կամ հնացած  
**տեղեկատվության պակասը**
- Հնացած, անկապ կամ  
**լրատվամիջոցների ոչ  
պատշաճ նյութերի  
բացակայություն**

# Խմբագրել էջի բնութագրերը

- Հասկանալու համար, թե ով ես դու օգնություն - գեղեցիկ նկարագրություն գրիր այն
- Խոսեք ձեր հետաքրքրությունների և հմտությունների մասին, դրանք ձերն են որպես ապրանքանիշի հիմնաքառեր աշխատանքները
- Ապրանքանիշի անձնական ուղերձի տարածում բոլոր անձնական ցանցերում
- Տեղադրեք հղումներ դեպի BIO Տեղափոխեք երթևեկությունը նկարագրություններից մինչև կարևոր նախագծեր



# Պլանավորեք ձեր բովանդակությունը:

Բովանդակությունը սոցիալական ցանցերում անձնական բրենդի ստեղծելու հիմնական գործիքն է: Գրառումներ, լուսանկարներ, տեսանյութեր, գրառումներ՝ այս ամենը պետք է լինի համակարգված և լավ մտածված:

Բովանդակությունը բաժանեք 4

կատեգորիայի.

1. Վաճառք
2. Տեղեկատվական
3. Զվարճացիր
4. Ինտերակտիվ

	Время	Стиль поста	Описание поста
Понедельник	8:00	развлекающий	Картинки/видео о путешествиях
	17:30	познавательный	Прямой эфир со стройки
	20:30	рекламный	Цены на номер
Вторник	8:00	развлекающий	Смешная картинка
	17:30	конкурс	Розыгрыш карты постоянного гостя
	20:30	познавательный	Интервью у строителя
Среда	8:00	развлекающий	Мемы
	17:30	рекламный	Описание турбазы в целом
	20:30	развлекающий	Картинки/видео о путешествиях
Четверг	8:00	познавательный	Фото команды
	17:30	конкурс	Скидка на номер
	20:30	развлекающий	Смешные случаи со стройки
Пятница	8:00	познавательный	Прямой эфир со стройки
	17:30	конкурс	Опрос что хотят выиграть
	20:30	развлекающий	Картинки/видео о путешествиях
Суббота	8:00	рекламный	Акция
	17:30	познавательный	Рассказ о турбазе (название/место)
	20:30	развлекающий	Смешная картинка
Воскресенье	8:00	развлекающий	Мемы
	17:30	познавательный	Тизер что будет на турбазе
	20:30	развлекающий	Картинки/видео о путешествиях
Рекламный	3 в неделю		
Познавательный	6 в неделю		
Развлекающий	9 в неделю		
Конкурс/опрос	3 в неделю		

Բովանդակության պլանի մասին ավելին՝ դասընթացի հաջորդ դասում

Buffer <https://buffer.com/>;

Hootsuite <https://hootsuite.com>

SMMPlanner <https://smmplanner.com/>.

## Բովանդակության տեսակը ընտրել

Բովանդակությունը պետք է պարբերաբար թարմացվի: Երբեմն դա դժվար է կամ նույնիսկ անհնար է մեծ ծանրաբեռնվածության, տարբեր ֆորսմաժորային պայմանների կամ պարզ ծուլության պատճառով

### Օգտագործեք բովանդակության

#### պլանավորողների մեջ.

Բուֆեր <https://buffer.com/>;

Hootsuite <https://hootsuite.com/>;

SMMPlanner

<https://smmplanner.com/>:

փորձագիտական կարծիք, մասնագիտական

• խորհուրդ, օգտակար

խորհուրդներ, ակնարկներ, նորություններ;

• պատյաններ հաճախորդների համար՝ հետաքրքիր նշումներով, ակնարկներով;

• վիդեո ձեռնարկներ ձեր թիրախային լսարանի համար հաղորդագրություններ տարբեր հետաքրքիր

իրադարձություններից;

• ուղեղի զնգոցներ, հանելուկներ, թեստեր;

• արտահայտել կարծիք և դիրքորոշում կարևոր իրադարձությունների վերաբերյալ.

• պատմություններ. Անցյալ կամ ներկա

իրադարձություններ, հետաքրքիր փաստեր;

• լուսանկարներ ընտանիքի և ընկերների հետ ոչ աշխատանքային միջավայրում;

• բաներ, որոնք ոգեշնչում և դրդում են ձեզ

պատմություններ (սիրված ֆիլմեր, գրքեր);

• կուլիսային աշխատանքային գործընթացներ, այն ամենը, ինչ սովորաբար մնում է կուլիսներում, բայց կարող է հետաքրքրել բաժանորդներին:

# Վաճառք այն!

- Ցանկացած բովանդակություն ձերն է որպես փորձագետ պետք է վաճառել
- Բովանդակության վաճառք՝ ուղղակի, տեղեկատվական և ժամանցային՝ անուղղակի
- ՍՄԱՐԹ՝ անհատական բրենդ ստեղծելու

## համար

Մի մոռացե՛ք ձեր նպատակները կամ ծրարությունները՝ մատուցե՛ք այն, ինչ առաքել էք և ավելին ստույգե՛ք, եթե կարող եք կունենա՛լ

- Դուք ժամանակակից շուկայում ուժեղ և հազվագյուտություն

թույլ կողմեր ունեք

շարժվել կողմերի հիման վրա




# Օգտակար կետեր

Օգտակար նյութեր թեմայի վերաբերյալ



# Жеке бренд: мақалалар

- [Личный бренд: что это такое и с чем его едят?](#)
  - [10 Golden Rules Of Personal Branding](#)
  - [What Is Personal Branding? \(Digital Marketing\)](#)
  - [Личный бренд: что это такое и с чем его едят?](#)
  - [10 Golden Rules Of Personal Branding](#)
  - [What Is Personal Branding? \(Digital Marketing\)](#)
- 

# Անձնական ապրանքանիշ: Հոդվածներ


- Անձնական բրենդ. ի՞նչ է այն և ինչի՞ հետ է այն օգտագործվում:
- Անձնական բրենդինգի 10 ոսկե կանոն
- Ի՞նչ է անհատական բրենդինգը: (Թվային մարքեթինգ)

# Žeke ապրանքանիշ՝ ուղեցույց

## ապրանքանիշը

- [Полный гид по созданию личного бренда](#)
- [10-steps-to-building-your-personal-brand-on-social-media](#)
- [Создание личного бренда от Kirulanov.com](#)
- [How to build your influence on social media your personal](#)
- [Անձնական բրենդ ստեղծելու ամբողջական ուղեցույց](#)
- Սոցիալական լրատվամիջոցների վրա ձեր անձնական ապրանքանիշը կառուցելու 10 քայլ
  - Kirulanov.com-ից անձնական ապրանքանիշի ստեղծում
  - Ինչպես զարգացնել ձեր ազդեցությունը

# Мақсатты аудитория

- [Как сегментировать целевую аудиторию: методики и примеры](#)
  - [Как определить целевую аудиторию. Часть 1: анализ, сегменты, виды](#)
  - [How to Find and Target Your Social Media Audience](#)
  - [Что такое касдев?\(Видео\)](#)
- 

# Թիրախային լսարան

- Ինչպես բաժանել թիրախային լսարանը. տեխնիկա և օրինակներ

- Ինչպես որոշել թիրախային լսարանը: Մաս 1.


վերլուծություն, հատվածներ, տեսակներ

- Ինչպես գտնել և թիրախավորել ձեր սոցիալական

մեդիայի լսարանը

- Ի՞նչ է Կասդերը (տեսանյութ)

# Сторителлинг

- Визуальный сторителлинг: как завоевать любовь клиентов с помощью наглядных историй
  - 10 приемов создания эффектных цепляющих заголовков
  - 100 легендарных заголовков, которые принесли своим создателям миллионы
  - 10 правил сторителлинга
- 

# Պատմություն

- Տեսողական պատմություններ. Ինչպես գրավել հաճախորդներին տեսողական պատմություններով
- Արդյունավետ, գրավիչ վերնագրեր ստեղծելու 10
- տեխնիկա
- 100 լեգենդար տիտղոս, որոնք իրենց ստեղծողներին միլիոններ են բերել
- Պատմելու 10 կանոն



# Тегін фотобанктер

<http://www.rgbstock.com/about>

<http://www.bigfoto.com>

<http://www.freemediagoo.com>

<http://foter.com>

<http://www.everystockphoto.com>

<http://stockphotos.io>

<http://www.wylio.com>

<https://canweimage.com/about>

<http://littlevisuals.co/>

<http://unsplash.com/>

<http://pixabay.com>



# Անվճար ֆոտոբանկեր

<http://www.rgbstock.com/about>

<http://www.bigfoto.com>

<http://www.freemediagoo.com>

<http://foter.com>

<http://www.everystockphoto.com>

<http://stockphotos.io>

<http://www.wylio.com>

<https://canweimage.com/about>

<http://littlevisuals.co/>

<http://unsplash.com/>

<http://pixabay.com>





# Фото редакторлар

- <https://www.canva.com>
- <http://www.befunky.co>
- <http://timelineslicer.com>
- <http://quozio.com>
- <http://creatly.com>
- <http://infogr.am>
- <http://charts.hohli.com>
- <http://visual.ly>
- <http://inkscape.org>
- <https://cacoo.com>



# Լուսանկարների խմբագիրներ

- <https://www.canva.com>
- <http://www.befunky.co>
- <http://timelineslicer.co>
- <http://quozio.com>
- <http://creatly.com>
- <http://infogr.am>
- <http://charts.hohli.co>
- <http://visual.ly>
- <http://inkscape.or>
- [g  
https://cacoo.com](https://cacoo.com)



# Көрнекіліктермен жұмыс істеуге көмектесетін сайттар

## [DESIGNSPIRATION](#)

сіз 5 түстерді таңдай аласыз және сайт осы ауқымдағы суреттерді таңдайды.

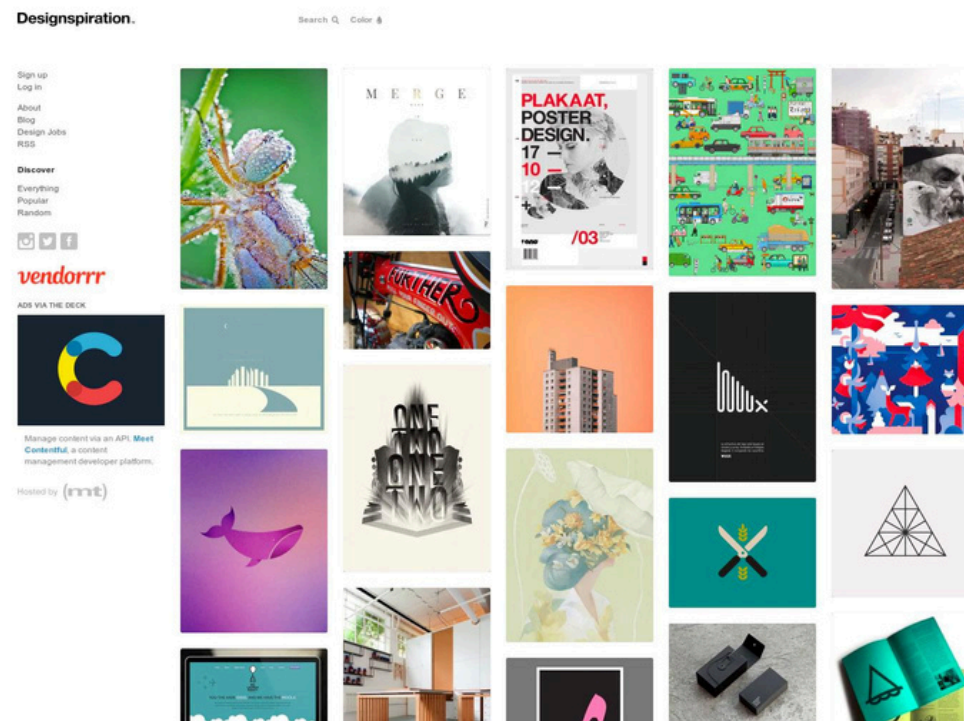
## [BOOK COVER ARCHIVE](#)

шабыт алу үшін мыңдаған кітап мұқабаларын қамтиды.

сондай-ақ шабыт алатын тағы сайт ұсынамын [1x.com](#)

## [KULER](#)

түстерді таңдау. Нүктелерді түстер дөңгелегі бойымен жылжыту арқылы сіз қажетті түстерді таңдай аласыз және сайт сізге RGB таңдалған түстердің кодтарын береді.





# Կայքեր, որոնք օգնում են ձեզ աշխատել վիզուալների հետ

## ԴԻԶԱՅՆԱՑՈՒՄ

Դուք կարող եք ընտրել 5 գույն, և կայքը գտնվում է այս տիրույթում ընտրում է նկարներ.

## ԳՐՔԻ ՇԱՊԿԻ ԱՐԽԻՎ

Ներառում է հազարավոր գրքերի շապիկներ՝ ոգեշնչման համար:

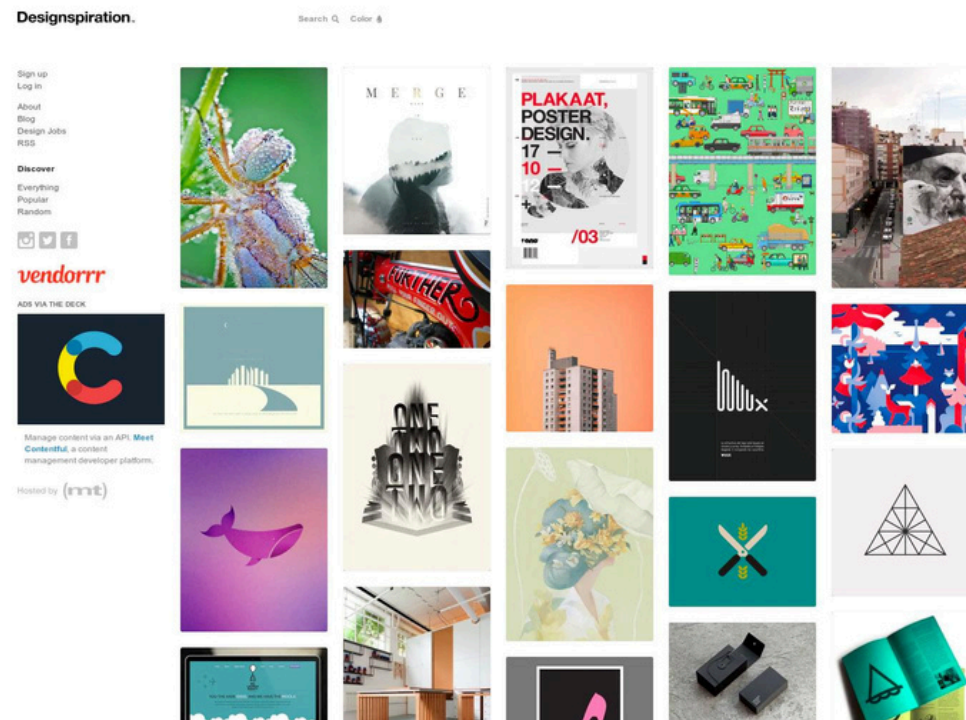
Ես նաև խորհուրդ եմ տալիս 1x.com կայքին ընտրել

KULER գույները: Տեղափոխելով կետերը գունալի

անիվի երկայնքով՝ կարող եք ընտրել ցանկալի

գույները, և կայքը ձեզ կտրամադրի ընտրված

գույների RGB կոդերը:



# Көрнекіліктермен жұмыс істеуге көмектесетін сайттар

## [FONTSHOP](#)

WhatTheFont-қауқсас, бірақ бұл жерде жұмыстың қалай көрінетінін көруге болады, ал қаріп мәзірінде жұмыс істей алатын басқа қаріптерді табуға болады.

## [FONTS IN USE](#)

қаріптің әр түрлі медиада қалай көрінетінін көруге болады.

## [THE NOUN PROJECT](#)

Белгішелер жасаңыз және басқалардың не істегенін көріңіз.



**The Noun Project**  
Free Icon and Symbols





# Կայքեր, որոնք օգնում են ձեզ աշխատել վիզուալների հետ

## FONTSHOP

WhatTheFont-ը նման է, բայց այստեղ դուք կարող եք տեսնել, թե ինչպես է այն աշխատում, իսկ տառատեսակների ցանկում կարող եք գտնել այլ տառատեսակներ, որոնք կարող են աշխատել:

## ՕԳՏԱԳՈՐԾՎՈՒՄ ԵՆ ՏԱՐԱԾՔՆԵՐ

դուք կարող եք տեսնել, թե ինչպես է տառատեսակը նայում տարբեր լրատվամիջոցներում:

## ԳԱՅԱԿԱՆԱԿԱՆ ՆԱԽԱԳԻԾ

Ստեղծեք պատկերակներ և տեսեք, թե ինչ են արել մյուսները:



## The Noun Project

Free Icon and Symbols





# Назарларыңызға рахмет!

**Геннадий Захаров**

Цифрлық маркетинг жөніндегі  
маман.

Ашық білім беру жобасы:

<https://opensmm.asia/>

Маған хабарласыңыз:

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[Vkontakte](#)

[Telegram](#)

[Мой Email](#)



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA  
FOUNDATION

**OPEN SMM**  
project

# Շնորհակալություն ուշադրության համար:



**Գեներալի Զախարով**  
Թվային մարքեթինգի մասին  
**մամա.**  
Բաց կրթության  
նախագիծ.

<https://opensmm.asia/>

Կապվեք ինձ հետ:  
[Facebook](#)  
[Instagram](#) [Vkontakte](#)

[Telegram](#) Իմ էլ

