



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA FOUNDATION



1 դաս Թվային միջավայրում հաղորդակցության հիմունքները

«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 շուկայավարողների 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 ռազմավարությունները կապի և նկարագրված տեխնոլոգիաների են

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

Մեր դասընթացի նպատակը՝ վերջում

ինչ կարող ենք ստանալ

Ինչպես ընտրել ճիշտ հաղորդակցման ուղիները մեր նախագծի համար, մշակել անհատական բրենդ սխեման ստեղծել դիրքավորում մենք կսովորենք, թե ինչպես լուծել և գրել ձեր սեփական բովանդակության պլանը: Վերջում կներկայացնենք նախագիծը Մենք դա խորհուրդ ենք տալիս հանրությանը

Մենք մասնագիտացած ենք՝

- Zeke ապրանքանիշը
- ապրանքանիշի բովանդակության պլան
- Հաղորդակցման ռազմավարություն, մարքեթինգի և SMM-ի իմացություն
- Հաղորդակցության խոչընդոտների հաղթահարում
- Մեր նախագծի ներկայացում

1 դաս.

Թվային միջավայրում հաղորդակցության հիմունքները

1. Ի՞նչ է հաղորդակցությունը:
2020 թվականին
2. հաղորդակցություն
3. Լսեք ժողովրդին
իմանալու ունակությունը
4. Հիմնական հասկացություններ
5. Լսելու հմտություն
6. Հաղորդակցման ուղիներ

Ի՞նչ է

հաղորդակցությունը:

Մենք դիտարկում ենք կապի սահմանումը, դրա հիմնական տեսակներն ու գործառույթները

Հաղորդակցության հասկացություններ

Ըստ Նիկլաս Լումանի



Հաղորդակցությունը գործողությունների մի շարք է, որն ուղղված է սովորեցնելու այն, ինչ մենք գիտենք նրանց, ովքեր չգիտեն

Կառավարման մեջ հաղորդակցությունը հասկացվում է որպես կազմակերպության նպատակների իրականացման համար միավորված մարդկանց փոխգործակցության գործընթաց և տեղեկատվության փոխանցման գործընթացը ապահովող տեխնիկական գործիքների մի շարք (հեռախոս, ֆաքս, համակարգիչ և այլն):

Հաղորդակցության դիագրամ. տեսակ անորեն

Հաղորդակց

Ստացող

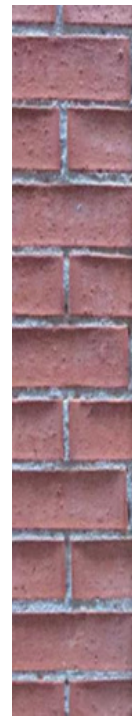


Հաղորդա



Հաղորդակցության դիագրամ. գործնականում

Հաղորդակց



Ստացող

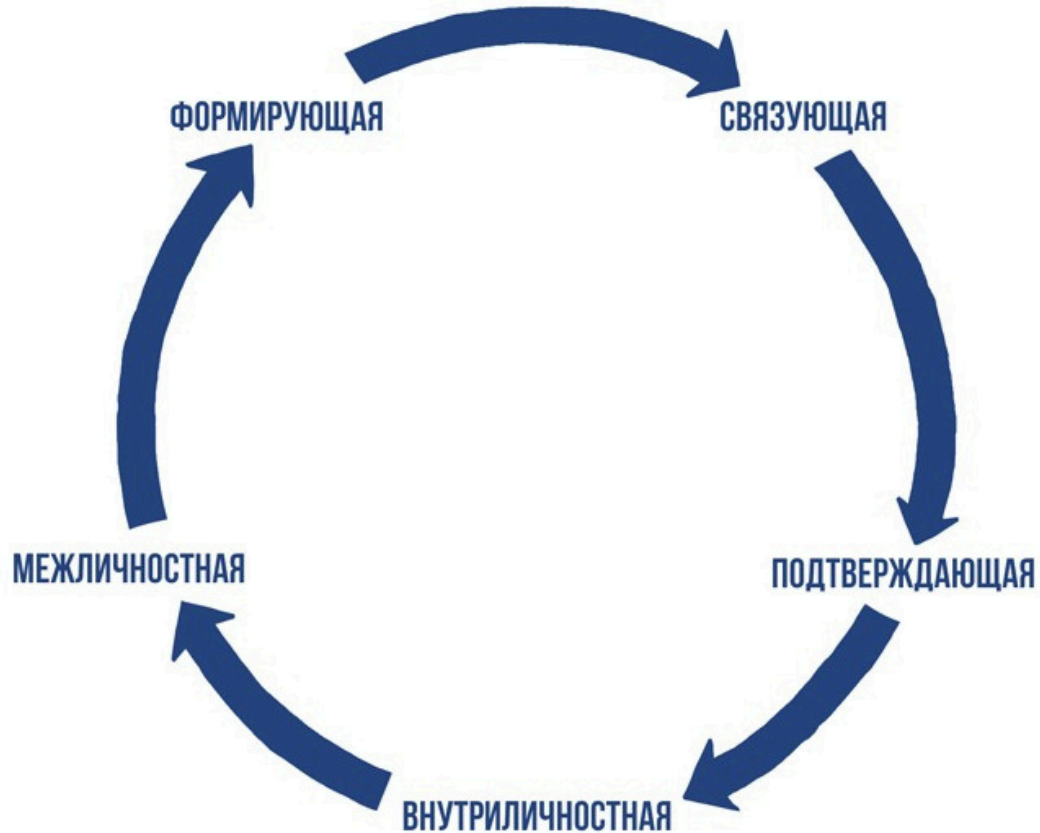


Անջատում

Որակյալ հաղորդակցություն

- 1. Խոսքի հմտություններ.
ճշգրիտ և հստակ խոսելու
կարողություն:**
Ցանկություն՝ զրուցակցին
լսելու ունակությամբ.
- 2. Ոչ բանավոր**
- 3. տեղեկատվությանը**
կենտրոնանալ և
ընդունելություն (զրուցակցի
դեմքի
արտահայտություններ,
շարժումներ, կեցվածք):
4. Դիտարկելը, զրուցակցի վարքագծի
մեջ անհամապատասխանություններ
նկատել կարողանալը.
- 5. Կարեկցանք, զրուցակից**
զգացմունքային վիճակի նկատմամբ
զգայունություն.
Ճկունություն՝ կախված իրավիճակից
- 6. վարքի համարժեք փոփոխություն**
կարողություն.
7. Հաղորդակցման ժամանակի ճիշտ
վայրի ընտրություն:

Հաղորդակցման գործառույթներ



1. Պարտադիր ֆունկցիա. Այն համախմբում է մարդկանց համատեղ գործունեության մեջ:

2. Ձեւավորող ֆունկցիա. Անհատի օգնում է ձևավորել հատկություններ.

3. Հաստատեք գործառույթը: Մարդն ապացուցում է

իր գոյությունը

հնարավորություն կունենա՝ ծանոթանալ, ողջունել, անուններ տալ, կատարել ուշադրության տարբեր նշաններ:

4. Միջանձնային գործառույթ. Միջանձնային օգնում է կազմակերպել և պահպանել հարաբերությունները:

5. Անհատի հետ կապված գործառույթ. Ինքն անձի

հետ

կապ. Անհատի ինքնատիրապետում ձևավորում է ինքնորոշում.

Միջանձնային հաղորդակցության տեսակները

ВЕРБАЛЬНЫЕ

РЕАЛИЗУЮТСЯ С ПОМОЩЬЮ УСТНЫХ ИЛИ ПИСЬМЕННЫХ СООБЩЕНИЙ.

К ВЕРБАЛЬНЫМ ФОРМАМ ОБЩЕНИЯ ОТНОСЯТСЯ:

- ДИАЛОГ
- СОВЕЩАНИЕ
- ПЕРЕГОВОРЫ
- ПРИКАЗЫ
- РАСПОРЯЖЕНИЯ
- ИНСТРУКЦИИ
- ПИСЬМА И ПР.

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ

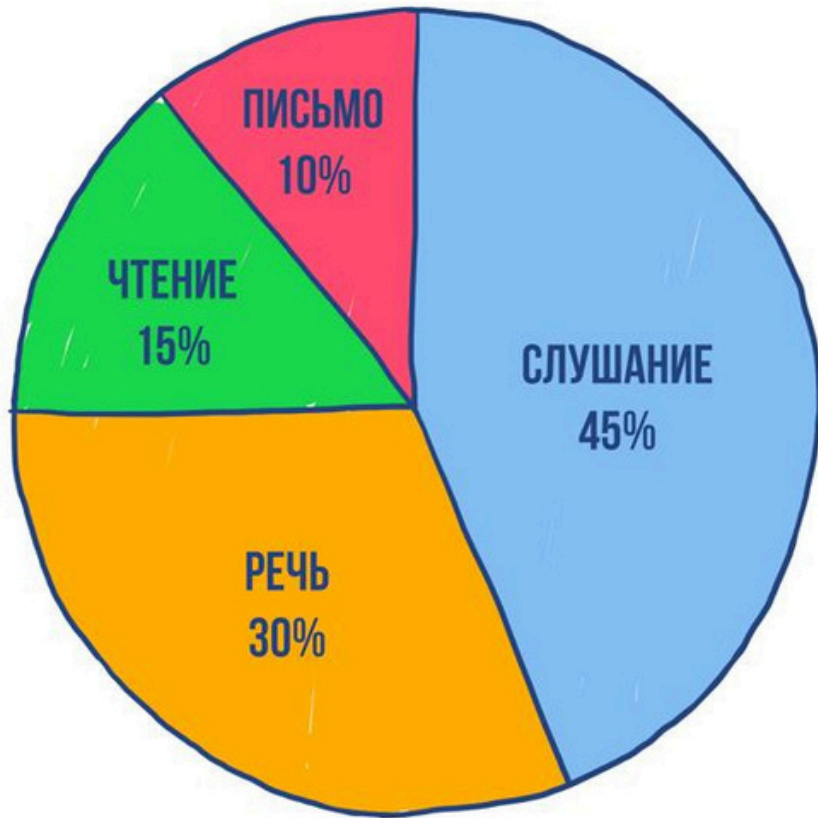
РЕАЛИЗУЮТСЯ ПОСРЕДСТВОМ ЯЗЫКА ТЕЛОДВИЖЕНИЙ И ПАРАМЕТРОВ РЕЧИ.

К НЕВЕРБАЛЬНЫМ ФОРМАМ ОБЩЕНИЯ ОТНОСЯТСЯ:

- ОСАНКА
- ЖЕСТЫ
- ПОЗА
- МИМИКА
- ВЫРАЖЕНИЕ ГЛАЗ
- ИНТОНАЦИЯ
- ТЕМБР И ГРОМКость ГОЛОСА
- ТЕМП И СТИЛЬ РЕЧИ
- ПРОИЗНОШЕНИЕ
- ВОЗМОЖНЫЙ АКЦЕНТ И ПР.

Բանավոր հաղորդակցություն

•



Լսելով բանավոր խոսակցություններ, **խոսել, կարդալ և գրել**.
• Ավելի շատ, լսելով շատ մարդկանց զարգացնել հմտություններ չի փնտրում, սակայն, _____

Այս տեսակի հարաբերությունները

միջանձնային են
Կապի ժամանակի 45%-ը (խոսում է ժամանակի 30%-ում և ուսանողի եկամտի 15%-ը):

Կոնֆլիկտ-4 տեսակ

Ներանձնային կոնֆլիկտ

• Օրինակ՝ լրացուցիչ աշխատանքը դժվարություններ է առաջացնում աշխատունակության բարձր մակարդակ ունեցող մարդկանց համար պահանջում է մշտական մասնակցություն ժամանակին, և դա ընտանիքում է

Միջանձնային հակամարտություն

• Կոնֆլիկտի ամենատարածված տեսակը. Այն հաճախ նկատվում է սահմանափակ ռեսուրսների համար պայքարում կամ ձախակողմյան իրադարձությունների դեմ հայացքների բախման մեջ

Խուլմբ՝ անհատի հետ միջեւ հակամարտություն

• Մարդը խմբին հակառակ դիրք է գրավում: Դա կարող է լինել կոնֆլիկտների և ինքնահակամարտությունների աղբյուր կարող է ցույց տալ տեսքով

Միջխմբային հակամարտություն

• Մարդկությունը բաղկացած է պաշտոնական և ոչ պաշտոնական խմբերից, երբեմն նրանց շահերը հակասում են: Պատճառները նման են միջանձնային կոնֆլիկտներին

SWOT վերլուծություն

	Helpful to achieving the objective	Harmful to achieving the objective
Internal origin (attributes of the organization)	S Strengths	W Weaknesses
External origin (attributes of the environment)	O Opportunities	T Threats



SWOT-վերլուծությունը ներառում է աշխատանք փաստերի հետ,

ուստի այն վարելիս պետք է ձեռնպահ մնաք քննադատական մեկնաբանություններից:

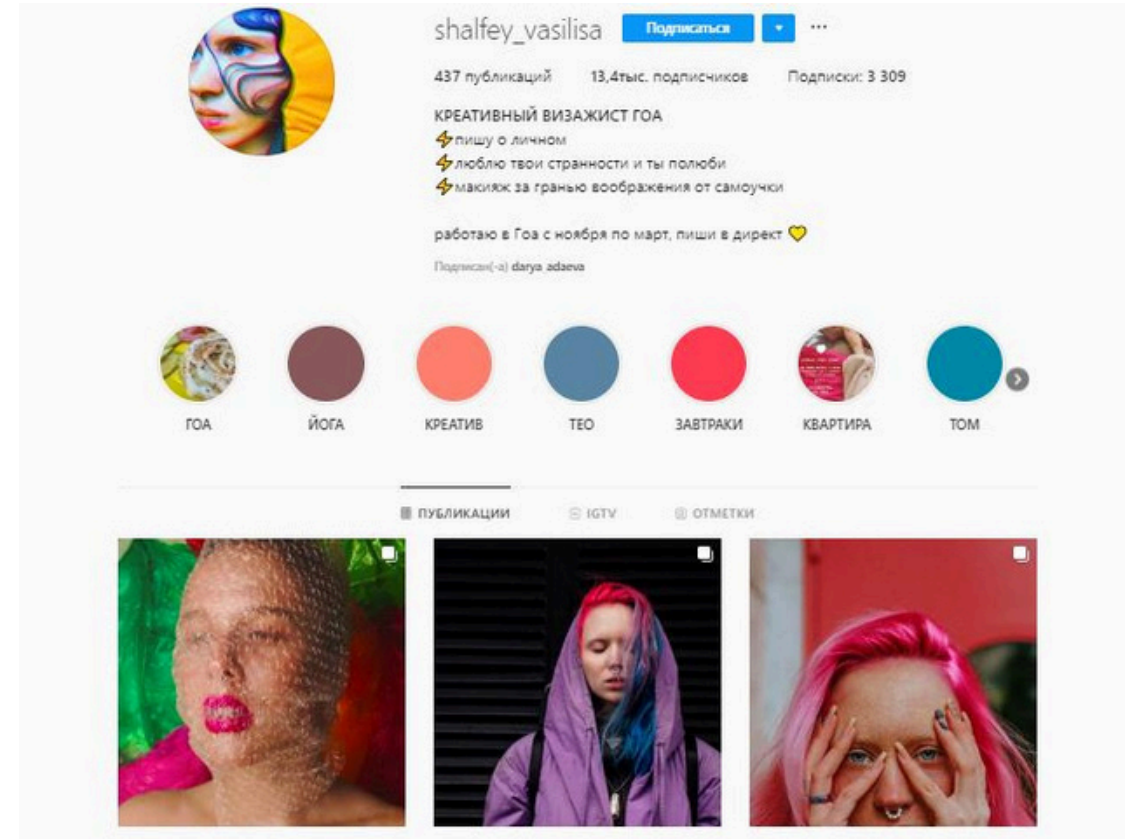
2020 թվականի հաղորդակցություններ

Այս տարին առանձնահատուկ տարի է, երբ կտրուկ փոփոխություններ տեղի ունեցան մարդկանց առօրյա կյանքում, հաղորդակցության աշխարհում: Դիտարկենք մինչև 2020 թվականը արված հիմնական միտումները:

Անձնական ապրանքանիշ

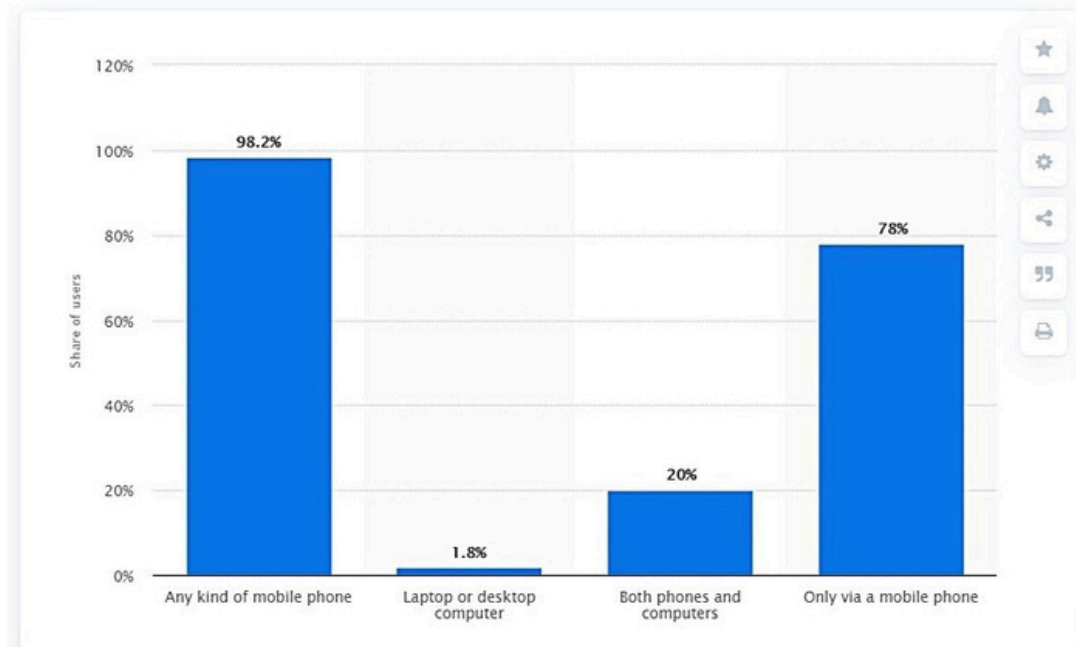
Ինչպե՞ս ես քեզ
ներկայացնում -

Որպես փորձագետի ձեր
բնավորությունը կարևոր է:
Ձեր համագործակցությունը:
Ուշադրություն դարձրեք
երեկոյի նկարների՝ Ձեր
փորձառությունը, հերիաթները,
ձեր ինքնությունը հիմա է
հետաքրքիր է.



Բջջային հեռախոսներ - շարունակեք:

Device usage of Facebook users worldwide as of April 2020



Ֆեյսբուքի մուտքի սարքեր ամբողջ աշխարհում, 2020 թվականի ապրիլ:
Աղբյուր՝ [Statista](#)

- Ուղղահայաց բովանդակություն և տեսողական պատկերներ
- Բջջային կապ թիրախավորելով օգտվողներին
- Ներկայացում բջջային էկրանի համար
- Եւր 1,8% Facebook օգտվողներն այն օգտագործում են միայն համակարգիչներում

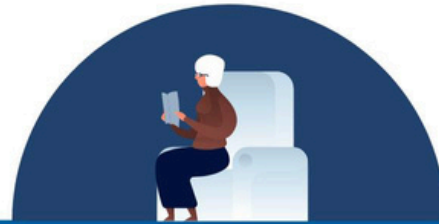
PR գովազդի փոխարեն



Authenticity

Trend: Audiences are comprised of people, not institutions, who increasingly seek news with a human connection.

Tip: Produce believable, conversational and empathetic news content to resonate with your audience.



Accuracy

Trend: A majority of U.S. news audiences believe misinformation obscures the truth in news.

Tip: Support your writing with facts and research. Consulting third-party voices helps validate claims. Proofread everything.



Specificity

Trend: Content overload is overwhelming consumers.

Tip: Get to the point, be succinct and eschew obfuscation.



Discoverability

Trend: The proliferation of news sources has scattered audiences to the media winds with unique and niche interests.

Tip: Strive to meet your audience with news where they already consume content.

- Ծրագրի արժեքները ոչ թե ապրանքի նկարագրությունը ավելի կարևոր
- Հազարամյակներին գրավում են խոստումները, կոչերը և բնութագրերի անվստահություն ունի բնութագրերին
- Ձեր նախագիծը նրանց հիմքում ընկած գաղափարն անհրաժեշտ է
- նիհար սպառումը 2020թ. սոցիալական պատասխանատվության և գրոյական թափոնների նկատմամբ պետք է ուշադրություն դարձնել

Բացություն

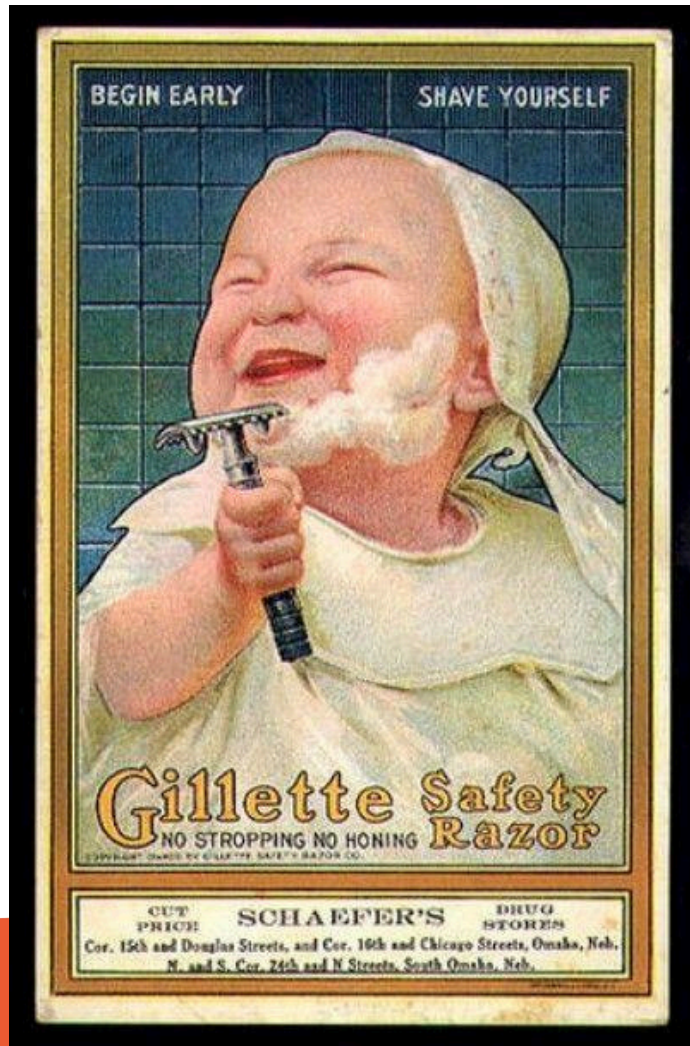


Աղբյուր՝ [Teva](#)

Երկխոսության մարքեթինգ (խոսակցական մարքեթինգ) միտում.

- Խոսեք հրապարակային և վերջ պահիր քո խոսքը, բացասական մշակիր, ընդունիր սխալները, կիսվեք բարի լուրով:
- Պատմեք մարդկանց պատմությունները: Օրինակ՝ *Teva*-ի *Instagram*-ը
- ապրանքանիշի դեսպանների հաշիվը, աշխատակիցների և ճանապարհորդների պատմություններ. Ապրանքանիշը կիսում է իր կարծիքը և իր հանմիտորդների և աշխատակիցների հաջողությունների մասին ասում է.

Տեսողական պատմվածք



- Տեսողական պատմությունների ինտեգրում հաղորդակցության ռազմավարության մեջ:
- YouTube, Tik Tok, SnapChat, Instagram, Pinterest-ը հիմնված է տեսողական բովանդակության վրա:
- 2016 թվականին Facebook-ը դարձավ բջջային հեռախոսից ոլորման արագությունը մեկն է Գրեյու համար պահանջվեց 2 վայրկյան: — սա տեղ չի թողնում բարդ տեքստային նյութերի համար:
- Զգացմունքներ.

Հիմնական հասկացություններ

Դասընթացում օգտագործվող հաղորդակցության, մարքեթինգի և թվային մեդիայի հիմնական հասկացությունների սահմանումները

Մարքեթինգ

Կենտրոնացած է
բիզնես
նպատակներին
հասնելու վրա՝
բավարարելով
հաճախորդների
կարիքները
գործունեությանը



PR և գովազդ

Մարքեթինգային բաղադրիչներ,
տարբեր ձևերով սահմանված
նպատակներ.

Վաճառքի հիմնական խնդիրը
բիզնեսն է

հասնել տնտեսական նպատակներին.

PR-ի գլխավոր խնդիրը մարդիկ են
գործարար շահերի միջև
հարաբերությունների հաստատում.



SMM – Սոցիալական մեդիա մարքեթինգ

Սոցիալական մեդիա մարքեթինգը սոցիալական մեդիա տեխնոլոգիաների հզորության օգտագործման գործընթացն է՝ շուկայավարման նպատակներին հասնելու համար:

SMM-ը կարող է օգտագործվել PR-ի, վաճառքի կամ այլ մարքեթինգային նպատակներով կոնկրետ ապրանքանիշի համար:

ներառյալ հարակից նպատակները



Բովանդակության պլան

Սա որոշակի

ժամանակահատվածի համար

նախապես գրված կամ

պատրաստի հրապարակման

հնարավոր թեմաների ցանկն է:

Բովանդակության պլանը թույլ է

տալիս պլանավորել

գործունեությունը կայքում կամ

սոցիալական ցանցերում, ինչպես

նաև ցույց տալ ծրագրի

առաջընթացը, որի վրա

աշխատում եք: տալիս է.

МЕСЯЦ НАБОРА НА САИТ-ПРОДАВЕЦ									
Группа ВКонтакте									
		5	6	7	8	9	10	11	
123									
124									
125									
126	1 неделя	инф	картинка	мифы о фрилансе	контент-менеджмент	Финансы	Переговоры с клиентами	Гимнастика (физ.)	Настрой на работу
127		развл	картинка			Кто автор	интересная инфографика	Приколы в рекламе	результат розыгрыша
128		рекл	1. конференция 2. розыгрыш	конференция	1. конференция 2. пост на сайт	конференция	конференция	конференция	статья
129			12	13	14	15	16	17	18
130	2 неделя	инф	Конфликтология	подводка к сайту продавцу: цельность	что-то про презентации, ПО	Упражнение, стиль	фриланс и семья	Словарь копирайтера	Личная продуктивность
131		развл	Цитаты	загадка-тест		Музыка, подборки	фриланс юмор	Стихотворения	результат розыгрыша
132		рекл	1. конференция 2. розыгрыш	конференция	1. конференция 2. пост на сайт	конференция	конференция	конференция	статья
133			19	20	21	22	23	24	25
134	3 неделя	инф	Грамотность	Правила написания текстов	Упражнения по копирайтингу	подводка к сайту продавцу	Целевая аудитория	подводка к сайту продавцу	По SEO
135		развл	Добоее vtoo		Приколы в рекламе	Кто автор	Цитаты		результат розыгрыша

Լսելու հմտություններ

Ակտիվ լսողություն և դատողություն:
Լսողի արդյունավետ վարքագիծը.

Ակտիվ լսում



Ակտիվ լսելը ենթադրում է ունկնդրի ակտիվ մասնակցություն հաղորդակցման գործընթացին: Այս տեսակի ունկնդրման

նպատակն է.

- ինչ-որ բան մեկ այլ անձի օգնել փոխել;
- այլ անձից որակյալ

տեղեկատվություն ստանալը:

Ակտիվ լսում

1. Ստիպել բանախոսին ազատ զգալ՝ ստեղծելով հարմարավետ մթնոլորտ **խնդրում ենք օգնել**

2. Դադարեք խոսել այլ մարդկանց և բոլորի հետ

ձեր ուշադրությունը դարձրեք խոսնակին. ճիշտ է ցույց տվեք ձեր հետաքրքրությունը.

3. Մի շեղվեք, երբ ինչ-որ մեկը խոսում է:

4. Փորձեք հասկանալ ոչ միայն խոսողի խոսքի բովանդակությունը, այլև նրա զգացմունքները:

5. Հարցեր տվեք: Սա հանգստացնում է խոսողին և

ցույց է տալիս, որ դուք ուշադիր և հետաքրքրված եք լսում:

Ակտիվ լսում



Ակտիվ լսելու հարցերի օրինակներ.

1. Ե՞րբ է տեղի ունեցել

ձեր ասածը:

2. Դուք նման

**իրավիճակներում
դու միշտ այսպիսի տեսք
ունես?**

3. Ես քեզ ճիշտ եմ

հասկանում ես վեր եմ

Հանրությանը լսելու ունակություն

- Միայն տրամաբանական մտածողությունը բավարար չէ: Նրանք քոնն են նրանք ուշադրություն են դարձնում ոչ միայն այն բանին, թե ինչ եք ասում, այլև այն, թե ինչպես եք դա ասում:
- Ձեր արտաքին տեսքը, ինչպես եք պահում և Կենտրոնացեք նախագծի ինչ բաղադրիչների վրա նկատի ունեցեք, որ ձեր թարգմանածը ուրիշներին է ձեր առաջնահերթությունները.
- Առցանց հաղորդակցության նոր շերտ՝ ձեր ընկերները, քանի՞ բաժանորդ ունեք, ինչպիսի՞ն է ձեր պատկերը

Հաղորդակցման ուղիներ

Մենք կխոսենք օֆլայն և առցանց հաղորդակցությունների մասին

Հաղորդակցության աշխարհը բաղկացած է երկու մասից ճամբար

Անցանց

- Տեղեկատվության փոխանցման համար քիչ խոչընդոտներ կան
 - ժամանակը և կոնտակտային համարները սահմանափակ են
 - Քիչ մուտքի կետեր

Առցանց

- Խոչընդոտները պետք է
- հաղթահարել Բիրկոնտակտը
- անսահմանափակ է ժամանակ, խնդրում ենք կապ հաստատել Ավելի դժվար է կենտրոնանալ

Տեղեկատվությունն իրական կյանքում և թվային առաքել ձևաչափով

Նմանություններ

- Խարիզմա, վստահություն ձեր նախագծի նկատմամբ
- Айқырмақсаттармен պարտականությունները
- Փորձեք կենտրոնանալ ձեր և հանդիսատեսի վրա անհրաժեշտ է

Հատկություններ

- Ավելի դժվար է կենտրոնանալ
- Հետադարձ կապ նախագծի արժեքի վերաբերյալ դրա բացակայության պատճառով ավելի դժվար իմաստը փոխանցելը հրատապ է

Մենք օգտագործում ենք մեր հեղինակությունը:

Անցանց

- Գրավիչ երևալու ոչ
- խոսքային եղանակներ
Օգտագործիր դա
- Մենք շփվում ենք

հանդիսատեսի հետ,

հարմարվում

իրավիճակներին

Առցանց

- Միաձուլվ անհատական
բրենդն ավելին չէ, ամեն ինչ
գաղափար է
աշխատում է
- Ներգրավվել առցանց
միջոցառումներով
Եղեք պատասխանատու
Եղեք տեսանելի

Օգտակար կետեր

Օգտակար նյութեր թեմայի վերաբերյալ

Հաղորդակցության հիմունքներ՝ ուսուցում

- Դասընթաց «Բիզնես հաղորդակցություն» City Business School-ից.
կարող եք անվճար լսել
- Հաղորդակցության հոգեբանություն (Ն.Ի. Կոզլով)
- Հաղորդակցության բանավոր և ոչ բանավոր միջոցներ

2020 թվականի հաղորդակցություններ

- 10 խորհուրդ այն մասին, թե ինչպես կարելի է հաղորդակցվել հաճախորդների հետ
- 2020 (We Project) Տեսողական հաղորդակցության միտումները (RusBase)
- Ռուսական կապի գործակալությունների

հետազոտություն

ԲԱԶՈՒՆ 2020

• Հասարակայնության հետ կապերի 4 միտումներ 2020 թ

• Ի՞նչ է խոսակցական մարքեթինգը և ինչ է դա

առավելություններ

• ԹՈՓ 20 կապի ուղիները. Ինչպես հաշվարկել ROI

Թվային շուկայավարման տերմինաբանություն

Տերմինների բառարան Runet ինտերնետ

մարքեթինգի

առաջատար

մասնագետներից

Ինտերակտիվ գովազդային բյուրո

(անգլերեն)

Ինտերնետ մարքեթինգի բոլոր հիմնական տերմինների
բառարան,

Ինտերնետային շուկայավարման տերմինների
միջազգային ստանդարտներ

SMM-շարժման հիմունքների մասին գրքեր

- Կոշտ SMM. Սոցիալական մեդիայի առավելագույն օգտագործումը
- Պարտիզանական մարքեթինգ սոցիալական ցանցերում.

Հրահանգներ համար

SMM մենեջերի գործունեությունը

- Թիրախային գովազդ. Հենց ցլի աչքին
- Սոցիալական մեդիա մարքեթինգ
- SMM ԶՐՈՅԻՑ. Սոցցանցերում առաջխաղացման

գաղտնիքները

Շնորհակալություն ուշադրության համար:



Գենադի Զախարով
Թվային մարքեթինգի մասին
մամա.

Բաց կրթության
նախագիծ.

<https://opensmm.asia/>

Կապվեք ինձ հետ:

Facebook

[Instagram](#) [Vkontakte](#)

[Telegram](#) [Իմ էլ](#)



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



EURASIA
FOUNDATION

