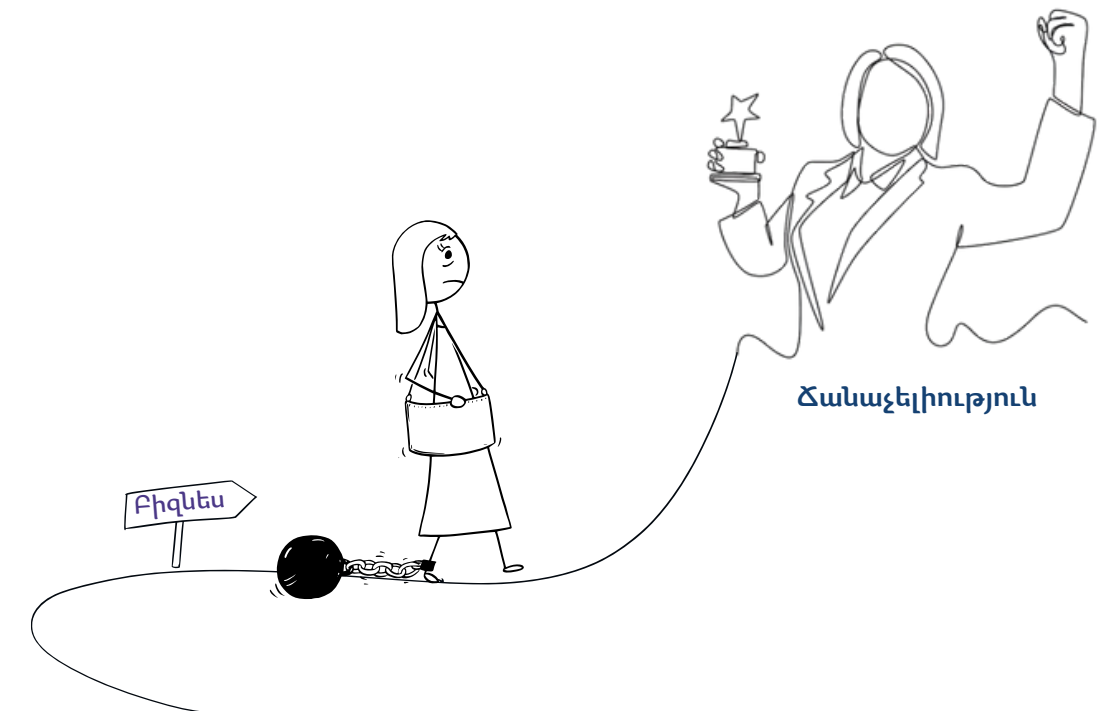


ՃԱՆԱԶԵԼԻՈՒԹՅԱՆ ՊԱՅՔԱՐ.

Արցախցի կին ձեռներեցները շուկայում ճանաչելի դառնալու
մարտահրավերների առաջ. որոնք են լուծումները



Kingdom of the Netherlands





Արցախյան թթուներով լիքը մեծ ու
փոքր բանկաները (անոթները)
հավասարաչափ շարված են
վարձով տան մուր նկուղում.
Վիկտորիայի թթուներն են,
սպասում են հաջորդ
պատվիատուին:

«Տեղահանումից մի քանի ամիս անց՝
«Թարմ թթվի տեսականի»-ն արդեն
վաճառքում էր: Մեկ ամիս հետո
սոցիալական հարթակներում էջ
ունեցանք, որը մեզ ճանաչելություն
բերեց, հաճախորդները կամաց-կամաց
շատացան: Հիմա հավատարիմ
հաճախորդներ ունենք, անգամ մի
ռեստորան կա, որ մշտապես մեզանից է
գնում թթուն»:

Վիկտորյա Պետրոսյան
«Թարմ թթվի տեսականի»-ի հիմնադիր



2 հոգով են աշխատում՝
ինքն ու ամուսինը,
կողքից ո՛չ օգնող ունեն,
ո՛չ ֆինանսավորող
ունեն, հույսները դրել
են միայն իրենց վրա:

Առաջ գնալու և
ծավալները
մեծացնելու հարցում
նրանց քաջալերում և
մոտիվացնում են նաև
հաճախորդները:



Սովորել մարկետինգ կամ դիմել մարկետոլոգի



Արցախցի կանանց բիզնեսները
չեն ճանաչում, հաճախ
առաջանում են
դժվարություններ՝ կապեր
ստեղծելու, վստահություն
ձևավորելու և վաճառք
իրականացնելու հարցում.

«Եթե Արցախում շուկան փոքր էր,
այստեղ շուկան բավականին մեծ է,
մրցակցությունը բավականին ուժեղ է:
Անհրաժեշտ է առաջնահերթություն
տալ մարքեթինգային ծախսերին: Եթե
ամեն դեպքում չեն կարողանում
հատակցել, գոնե կարիք կա սովորել
մարքեթինգ և անձամբ զբաղվել
առաջխաղացմամբ»:

Դավիթ Գաբրիելյան

BIB Marketing Agency ընկերության
հիմնադիր Դավիթ Գաբրիելյան



«Սկզբնական շրջանում պետք է ճանաչելի դառնալ, հետո շարժել մարդկանց հետաքրքրությունը, որպեսզի նրանք ցանկություն ունենան գնելու քո ապրանքը: Այս փուլերը պետք է հաղթահարի յուրաքանչյուր բիզնես՝ անկախ նրանից, թե որտեղից են դրա հիմնադիրները»:

Դավիթ Գաբրիելյան

BIB Marketing Agency ընկերության
հիմնադիր Դավիթ Գաբրիելյան





Էլիսան և ամուսինը
բռնի տեղահանումից
հետո մեծ ընտանիքը
պահելու համար
Արարատի Միջյան
գյուղում
եվրապատուհանների
փոքր արտադրամաս են
հիմնել. 6 անգափահաս
երեխա ունեն:

«Լավ գործ է, եթե հաճախորդներ լինեն: Տան և աշխատանքի վայրի վարձավճար ենք տալիս, ապառիկ ենք փակում, մեծ ընտանիք եմ պահում: Իմ ծախսերը շատ-շատ են, իսկ այս պահի դրությամբ գործը լրիվ կանգնած է»:

Էլինա Համբարձումյան
Եվրապատուհանների բիզնեսի
հիմնադիր



«Բիզնեսում ամենակարևորը
հույզերն են, որովհետև քանի դեռ
մարդը որևէ էմոցիա չի զգում՝
կապված այդ բիզնեսի ներկայացրած
բովանդակության կամ
հաղորդակցության հետ, նա չի
հիշելու բրենդը և չի անցնելու
հաջորդ քայլին՝ գնում կատարելուն»:

Շողիկ Վարդանյան
մարկետինգի մասնագետ

Այսօրվա մեծ մրցակցության և, միևնույն ժամանակ, համացանցի տված մեծ հավասարության պայմաններում բիզնեսի համար կարևոր է գտնել իր այն յուրահատկությունը, որով տարբերվում է մյուսներից. գովազդի կամ առաջխաղացման գործիքներից օգտվելը բավարար չէ, եթե չկա կրեատիվ ու տարբերվող բովանդակություն. «Հավատացած եղեք, երբ հենց դա գտնեք, բրենդը կարող է սկսել տարածվել ու աճել ձևագևի էֆեկտով, նույնիսկ՝ անկառավարելիորեն»

Շողիկ Վարդանյան
մարկետինգի մասնագետ

