ქ.თბილისი 12 მარტი 2018 წელი

ნავთობკომპანია „ფრეგო“ აცხადებს ტენდერს **ახალი პროდუქტის** მარკეტინგულ კამპანიაზე.

ტენდერი

**ნავთობკომპანია „ფრეგოს“ სატენდერო მოთხოვნა საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიის გეგმა**

ნავთობკომპანია „ფრეგო“ უახლოს მომავალში გეგმავს ახალი პროდუქტის დანერგვას, რომლის შეძენა მომხმარებლებს მხოლოდ „ფრეგოს“ ავტოგასამართ სადგურებზე შეეძლებათ.

პროდუქტი გამორჩეული იქნება სხვა დანარჩენი ნავთობპროდუქტებისაგან, მისი მრავალი სასიკეთო მახასიათებლებით და მნიშვნელოვანი უპირატესობებით.

იმისათვის რომ, სწორად დაიგეგმოს პროდუქტის პირველი და შემდგომი კომუნიკაცია მომხმარებლებთან, ნავთობკომპანია „ფრეგო“ აცხადებს ტენდერს **ახალი პროდუქტის** მარკეტინგულ კამპანიაზე.

ნავთობკომპანია „ფრეგოს“ საზოგადოებასთან ურთიერთობის ეფექტური სტრატეგიის დასაგეგმად საჭიროა ქვემოთ მოცემული საკითხების გათვალისწინება, დეტალურად გაწერა და განხორციელება.

კომპანია „ფრეგოს“ წარმატებული ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია მოხდეს კომპანიის მიერ ქსელში ჩასაშვები პროდუქტის SWOT ანალიზი, რისი მეშვეობითაც ნათლად წარმოჩნდება, როგორც ძლიერი და სუსტი მხარეები, ასევე შესაძლებლობები და საფრთხეები. SWOT ანალიზი, რომელიც ხელს შეუწყობს კომპანიას სამომავლოდ დაგეგმილი კამპანიის ეფექტურად დაგეგმვა-განხორციელების პროცესს.

კომპანია „ფრეგო“-ს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგია უნდა მოიცავდეს შემდეგ საკითხებს:

1. **საკომუნიკაციო პლატფორმა :**
* პროდუქტის/სერვისის იდეა;
* პროდუქტის/სერვისის მისია;
* პროდუქტის/სერვისის მიზნები;
* პროდუქტის/სერვისის ხედვა;
* პროდუქტის/სერვისის განვითარების პერსპექტივა;
* საკომუნიკაციო დანიშნულება;
* ღირებულებები (ემოციური, მორალური, ფუნქციონალური);
* პროდუქტის/სერვისის/ბრენდის დაპირება;
* პროდუქტის/სერვისის არსი;
* პროდუქტის/სერვისის გამაძლიერებლები;
* პროდუქტის/სერვისის სახე;
1. **პოზიციონირება**

მნიშვნელოვანია განისაზღვროს ის დეტალები, რომელთა მიხედვითაც მოხდება „ფრეგოს“ ახალი პროდუქტის პოზიციონირება. ადამიანის ცნობიერებაში კომპანიის ***ახალი პროდუქტი*** აღქმული უნდა იყოს როგორც ერთადერთი, უალტერნატივო.

**3. კომუნიკაციის საიმიჯო მახასიათებლები**

„ფრეგოს“ ***ახალი პროდუქტის*** მომხმარებლებთან ეფექტური კომუნიკაციის განსახორციელებლად საჭიროა განისაზღვროს ის საიმიჯო მახასიათებლები, რომლითაც ხასიათდება კომპანია.

საიმიჯო მახასიათებლების ფართოდ გავრცელებისას საზოგადოებამ უნდა მიიღოს ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ ***ახალ პროდუქტი***  მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში, მრავალი წელია წარმატებით იყიდება. განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს მისი ფუნქციონალური მნიშვნელობა, რაც შესაძლებელია გამყარდეს სხვადასხვა არგუმენტებით.

**4. საკომუნიკაციო პარამეტრები**

კომპანია „ფრეგო” ერთადერთი, ნავთობკომპანიაა, რომლის ავტოგასმართ სადგურებზეც იქნება ახალი პროდუქტი  **შენი**  ავტომობილისთვის.

საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროცესში ძალიან მნიშვნელოვანია მომხმარებელს პროდუქტისადმი ჰქონდეს „ჩემიას“ განცდა.

აღნიშნულ ნაწილში უნდა მოხდეს საკომუნიკაციო მესიჯების განსაზღვრა.

**5. საზოგადოებასთან ურთიერთობის იდენტიფიკაცია**

იმისათვის, რომ „ფრეგოს” ***ახალი პროდუქტის*** მომხმარებელთან კომუნიკაცია წარმატებულად შედგეს, მნიშვნელოვანია კომპანიის პროდუქტს ჰქონდეს საკუთარი კორპორატიული სტილი, რომელიც მომხმარებლებში და საზოგადოების წევრებში შექმნის ბრენდის ერთიანობის იდენტიფიკაციას. ერთიანი კორპორატიული სტილი დაეხმარება „ფრეგოს“ სამიზნე ჯგუფებს ადვილად გამოარჩიონ სერვისის იდენტურობა, რაც თავის მხრივ ხელს შეუწყობს ბრენდის ეფექტურად აღქმას.

უპირველეს ყოვლისა უნდა შეიქმნას „ფრეგოს“ ***ახალი პროდუქტის*** დიზაინი. დიზაინში იგულისხმება ის ვიზუალური მხარე, რომლითაც მოხდება საზოგადოებასთან კომუნიკაცია. „ფრეგოს” ***ახალ პროდუქტს*** აუცილებელია ჰქონდეს ვიზუალური გაიდი, რომელშიც მოცემული იქნება ბრენდის ძირითადი ვიზუალური მახასიათებლები. მნიშვნელოვანია, რომ ვიზუალურ გაიდში მოცემული ყველა მახასიათებელი იყოს ერთგვაროვანი, რაც გააძლიერებს ერთიანობის იდენტიფიკაციას და ბრენდის ვიზუალურ პოზიციონირებას. საკომუნიკაციო პროდუქტების ერთიანი სტილის შესაქმნელად, აუცილებელია შემუშავდეს:

* პროდუქტის ლოგო

რომელიც სხვადასხვა ვიზუალურ ელემენტებს მოერგება და კომუნიკაციის ყველა ეტაპზე ადამიანებისთვის შესამჩნევი იქნება.

* პროდუქტის სლოგანი

რომელიც ამავდროულად ბრენდის დაპირებაც არის. მარტივი დაპირება „ფრეგოს“ ყველა თანამშრომელს, მომხმარებელსა თუ პარტნიორს ერთად უყრის თავს და ერთი მარტივი მიზნის გარშემო აერთიანებს.

„ფრეგოს“ - ს ***ახალი პროდუქტის*** სლოგანმა საუკეთესოდ უნდა წარმოაჩინოს კომპანიის მთავარი მიზანი.

* „სთაილ გაიდი”

”სთაილ გაიდში” მოცემული უნდა იყოს ბრენდის კომუნიკაციისათვის საჭირო ყველა

ატრიბუტიკის აღწერა და დიზაინის ნიმუში. (კალამი, ბლოკნოტი, მაისური, მარაო და ა.შ)

**6. საკომუნიკაციო არხები**

 საზოგადოებასთან ურთიერთობის საკომუნიკაციო არხებიიქნება მრავალფეროვანი.

* **მასმედია**
* ტელევიზიები
* რადიო
* საინფორმაციო სააგენტოები
* ბლოგინგი
* ონლაინ მიმართულება
* ფეისბუქი
* ვებ გვერდი
* ნაბეჭდი მასალები
* ფლაერები
* ბროშურები
* სტიკერები და სხვა.
* გარე რეკლამა
* ბილბორდები
* ბანერები ფრეგოს ავტოგასამართ სადგურებზე
* შიდა რეკლამა
* შიდა რეკლამა ითვალისწინებს პლაკატებისა და ლაითბოქსების განთავსებას წინასწარ განსაზღვრულ ადგილებში

**7. კამპანიის სავარაუდო შედეგები**

მომხმარებელთათვის **ახალი პროდუქტის** გაცნობა;

**ახალი პროდუქტის** ბაზარზე დამკვიდრება;

**ახალი პროდუქტის** გაყიდვების გაზრდა;

**8. კამპანიის დროში გაწერა**

კამპანია უნდა გაიწეროს 3 თვის მანძილზე, შესაბამისად აქტივობები უნდა გადანაწილდეს მოცემულ პერიოდზე (აპრილი, მაისი, ივნისი)

**9. ბიუჯეტირება**

ტენდერში გამარჯვებულმა კომპანიამ (ჯგუფმა) კამპანიის დაგეგმვის პარალელურად უნდა მოახდინოს მისის ბიუჯეტში გაწერა (ბიუჯეტირება).

სატენდერო წინადადების ჩაბარების ბოლო ვადაა  2018 წლის 19 მარტამდე ელ.ფოსტის შემდეგ მისამართებზე:  tamar.kakabadze@frego.ge; t\_kakabadze@yahoo.de

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Tamar Kakabadze**       FREGO LLC |

 |
|

|  |  |
| --- | --- |
| photo | Phone:+995 32 2999910 (103)Mobile: +995 574 900 440Email:  tamar.kakabadze@frego.ge; t\_kakabadze@yahoo.deWebsite:[www.frego.ge](http://www.frego.ge/)Address: 145, A. Beliashvili Str. 0159 Tbilisi, Georgiahttps://s3.amazonaws.com/images.wisestamp.com/icons_32/facebook.png https://s3.amazonaws.com/images.wisestamp.com/icons_32/youtube.png |

 |