



ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

СТАРТАП

Тақырып №9

Коммуникациялар және PR

Автор: Арын Ә.А.
Магистр, аға оқытушы
«Қаржы, есеп және аудит» кафедрасы



Жоспар:

1. Стартаптың маркетингтік коммуникацияларын құру
2. PR: стартапқа не үшін қажет?





1. Стартаптың маркетингтік коммуникацияларын құру



Сіздің өндіретін өніміңіз адамның (сіздің клиентіңіздің) нақты проблемасын шешуі қажет. Бұл сіздің өніміңіздің стратегиясының ең алғашқы қадамы.

Бірақ, бұл уақытта өндірген өніміңізді клиенттеріңізге қалай жеткізетініңізді ойластырыңыз. Өнім стратегиясы мен маркетингтік стратегия бір бірімен байланысты болуы қажет.

Нарықта ешкім танымайтын өте сапалы тауарлар бар. Сондай-ақ халықтың бәрі жақсы білетін, бірақ сапасы төмен де тауарлар бар.

САПАЛЫ ТАУАР – ӨЗІН-ЗІ ЖАРНАМАЛАЙДЫ ДЕГЕН – ҚАТЕ ПІКІР.



**Маркетинг өнімнің ақауларын
табуға мүмкіндік береді**



Бұл өнімді нарыққа шығарудың ең алғашқы кезеңде әсіресе өзекті

**Базалық маркетингтік
каналдарды таңдау қажет**

Бұл жердегі ең маңыздысы – кіріс көлемінің емес, қолданушылар санының артуы. Алғашқыда 5-6 каналды таңдап оларды тестілеуден өткізу қажет



Команда арасындағы коммуникация



Коммуникациялар тек кәсіпорын мен клиенттер арасында ғана емес, команданың ішінде де болуы қажет.

Кәсіпкер – әлеуметтік тұлға

Өнімді нарыққа жылжытып отырған адам максималды түрде ашық, көпшіл (публичный) болуы тиіс



**Туыстарыңызды,
достарыңызды,
таныстарыңызды
жұмылдырыңыз**



Сіздің өніміңіздің ең алғашқы тұтынушысы сіздің туыстарыңыз, достарыңыз, таныстарыңыз болуы қажет. Сондай-ақ олармен тек тауарыңызды сату керек болғанда ғана емес, үнемі қарым-қатынаста болу қажет. Жақсы амал – әлеуметтік желілер

**Рефералды бағдарламаларды
енгізіңіз**

Бұл маркетингке қосымша ақша қаражаттарын, және ең бастысы көп күш жұмсамай клиенттерді тартудың жолы



РЕФЕРАЛДЫ БАҒДАРЛАМА



Қандай да бір тауарды немесе қызметті сату мақсатында жасалатын сатушы мен сатып алушы арасындағы келісім. Ол сатушыға тұтынушыларды тартуға жұмсайтын шығындарын төмендетуге, ал серіктеске белгілі бір жеңілдіктер алуға мүмкіндік береді.

Реферал – человек, который привлекает новых участников и получает от этого доход.

Реферер – это участник партнерской программы, приглашенный другим участником партнерской программы.



Сарапшы болыңыз



Егер сіз өзіңіздің өндірген өніміңіздің немесе қызметіңіздің сарапшысы болсаңыз, өз сайтыңызда, әлеуметтік желіде блог жүргізіңіз. Блогта тұтынушыларға пайдалы кеңестер, қызықты ақпарат, сілтемелер беруге болады

Краудфандингтік жобаны бастаңыз

Бұл тек ақша жинау үшін ғана емес, өзіңіздің өніміңізді халыққа жария ету үшін де қолданылуы мүмкін



Әлеуметтік желілерді пайдаланыңыз!

Креативті болыңыз!

Қызметкерді жұмысқа алу туралы жарнама, адамдар күнделікті өмірінде қолданылуы мүмкін жарнама құралдары (сызғыш және т.б), қызықты қорап



PR – БЕДЕЛДІ БАСҚАРУ.



PR (public relations, паблик рилейшнз, қоғаммен байланыс, пиар) — бұл компания мен қоғам арасындағы ақпарат ағымдарын басқару.

PR мақсаты — әлеуетті тұтынушы санасында компания жайлы жағымды образ қалыптастыру.



PR сізге қажет пе?



Өмірде өзін өзі жылжыта алатын идеялар өте аз. Жобалардың 80% астамы жылжытуды, соның ішінде PR-ды талап етеді.

**Егер сіз өзіңізге PR керек деп
шешсеңіз:**

1. Сіздің аудиторияңыз кім? (клиент, мемлекет, инвестор, серіктес)



2. Не айту қажет екенін анықтап алыңыз. Қарапайым өмірде сияқты:

- ✓ **Анаңызға – «Менде бәрі жақсы, күніне 3 уақыт жақсы тамақтанып жүрмін...»**
- ✓ **Бастығыңызға – «Күні бойы жұмыстан қол үзбеймін, тіпті тамақ ішетін уақытым жоқ....».**

Дәл осылай PR-да да:

- ✓ **Инвесторға – «біздің бизнесіміз ай сайын 10%-ға өсіп отыр...»**
- ✓ **Клиенттерге – «біздің сервис сіздердің барлық проблемаларыңызды шешеді..»**
- ✓ **Қызметкерлеріңізге – «болашақта бәріміз миллионер боламыз...»**



3. Кімге не айтатынымызды анықтап алған соң **қандай құралдарды** пайдалану қажеттігін анықтаңыз (БАҚ, әлеуметтік желілер, таныстар)

4. Кутуге тура келеді. PR – дың нәтижесі бірден көрінбейді

5. **Сарапшы болыңыз!** Мектеп оқушылары үшін жоба дайындап жатсаңыз – білім саласының сарапшысына айналыңыз. Журналистерге әр уақытта сарапшылар керек. Сұхбат бергенде сол саланың маманы екенін дәлелдеуіңіз керек.



Назарларыңызға рахмет!