საქართველოს ეკონომიკის
განვითარების კორპორაცია

ვორქშოპის სილაბუსი

ციფრული გაყიდვები

BDO Academy

BDO

სასწავლო კურსის მიზნები

ვორქშოპის მიზანია მონაწილემ შეძლოს ციფრული არხების სწორად შერჩევა, ონლაინ გაყიდვების მარტივი სისტემის აწყობა და ძირითადი ოპერაციების (გადახდა, მიწოდება, შეკვეთის მართვა) პრაქტიკულად დაგეგმვა თავისი ბიზნესისთვის

ხანგძლივობა

4 საათი და 15 წუთი
(1 შეხვედრა)

სასწავლო კურსის შინაარსი

სესია I - ციფრული ეკოსისტემა, პლატფორმები და პოზიციონირება (10:00-11:30)

- პლატფორმების მატრიცა: როგორ ირჩევს განსხვავებული ბიზნესი თავის არხს (Marketplace-ები, HoReCa აგრეგატორები, B2B პროფესიული პლატფორმები.)
- Value Proposition და პოზიციონირება: როგორ ვაქციოთ ბიზნესის უპირატესობა ციფრულ არგუმენტად.
- საკუთარი ციფრული აქტივები: ვებ-გვერდის ფუნქცია და Google Business Profile, როგორც პირდაპირი, უფასო გაყიდვების არხი და ნდობის ფაქტორი.

შესვენება (11:30-12:00)

სესია II - ოპერაციების გაციფრულება - გადახდები, ლოჯისტიკა და ხელსაწყოები

(12:00-13:00)

ონლაინ გადახდები (Digital Payments)

- როგორ მუშაობს გადახდის მეთოდები (Payment Gateways)
- ლოკალური საბანკო API ინტეგრაციები, საერთაშორისო სისტემები (Stripe, PayPal) და Payment Links (გადახდის ბმულები), რომლებიც იდეალურია B2B-სთვის და ინვოისების სწრაფი დაფარვისთვის.

ლოჯისტიკური პროვაიდერები (Digital Logistics):

- შიდა საკურიერო სერვისების ინტეგრაცია (3PL პროვაიდერები) და ონლაინ პლათფორმებთან მათი სინქრონიზაცია.

- საერთაშორისო შოპინგის (DHL, FedEx) ბაზისი და Fulfilment ცენტრების პრინციპი ბიზნესის დამხმარე ციფრული ხელსაწყოები (Digital Tools):

- მარტივი CRM სისტემები კლიენტების ბაზის სამართავად.

შესვენება (13:00-13:15)

პრაქტიკული ვორქშოპი - „ბიზნესის ციფრული რუკა“ (13:15 -14:15)

მონაწილეებს ეძლევათ სამუშაო ფურცელი, რომელიც სამი ძირითადი ბლოკისგან შედგება, მათ ეს ბლოკები საკუთარი ბიზნესის რეალობიდან გამომდინარე უნდა შეავსონ.

ბლოკი1: ციფრული ვიტრინა

- მონაწილე წერს თავისი ბიზნესის ერთ წინადადებიან Value Proposition-ს Google Profile-სთვის ან ვებსაიტისთვის.
- უთითებს იმ ორ მთავარ პლატფორმას, სადაც მისი კლიენტი იმყოფება.

ბლოკი 2: გადახდა და მიწოდება

- მონაწილემ უნდა განსაზღვროს: როგორ გადამიხდის კლიენტი ყველაზე მარტივად? (მაგ. სასტუმრო ირჩევს ბარათით ავტომატურ ავტორიზაციას, ქარხანა E-mail-ზე გასაგზავნ Payment Link-ს, მაღაზია - საიტზე ინტეგრირებულ გეითვეის)
- უნდა შეარჩიოს ლოჯისტიკური მოდელი: რომელი საკურიერო ან სატრანსპორტო პროვაიდერი პასუხობს მისი მიწოდების სისწრაფეს და გეოგრაფიას.

ბლოკი 3: ხელსაწყოების შერჩევა და Peer Review

- მონაწილეები ნიშნავენ 1 ციფრულ ხელსაწყოს (მაგ. CRM ან Task Manager), რომელიც მათ შიდა ქაოსს მოაწესრიგებს.
- Live შეფასება: ჯგუფებში მონაწილეები ერთმანეთს უზიარებენ თავიანთ „რუკებს“

სასწავლო კურსის შეფასება

კურსის დასრულების შემდეგ გაიცემა სერტიფიკატი:

- კურსის დასრულების სერტიფიკატის მისაღებად სტუდენტი უნდა დაესწროს სამუშაო შეხვედრას.