

ხელშეკრულება სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ №216

ელექტრონული ტენდერი აუქციონის გარეშე - NAT210024722

დაფინანსების წყარო 2022 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტი

ქ. თბილისი

08 თებერვალი 2022 წელი

სსიპ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (მისამართი: ქ. თბილისი, სანაპიროს ქ. №4, საიდენტიფიკაციო კოდი - 204578206, საბანკო რეკვიზიტები: ა.ა. GE24NB0330100200165022 სახელმწიფო ხაზინა, კოდი TRESGE22, ტელეფონი: 2436999), შემდგომში წოდებული „შემსყიდველად“, წარმოდგენილი მისი ხელმძღვანელის მოვალეობის შემსრულებლის მედია ჯანიაშვილის სახით და შპს კლიპ-არტი შემდგომში წოდებული „მიმწოდებლად“, (მის: ქ.თბილისი, მერაბ ალექსიძის N6; ს.კ -402006468; მომსახურე ბანკი-თიბისი ბანკი, მომსახურე ბანკის კოდი-TBCBGE22, ანგარიშის ნომერი - GE51TB7017736020100008) წარმოდგენილი მისი დირექტორის ანა ჭუჭულაშვილის სახით, ორივე ერთად წოდებული როგორც „მხარეები“, ვმოქმედებთ, რა საქართველოს კანონმდებლობის, მათ შორის „სახელმწიფო შესყიდვების შესახებ“ საქართველოს კანონის შესაბამისად, ვდებთ წინამდებარე ხელშეკრულებას.

გამოყენებული ტერმინების განმარტებები

ხელშეკრულებაში გამოყენებულ ტერმინებს აქვთ შემდეგი მნიშვნელობა:

- 1.1 „ხელშეკრულება სახელმწიფო შესყიდვის შესახებ“ (შემდგომში - „ხელშეკრულება“) - შემსყიდველსა და მიმწოდებელს შორის დადებული ხელშეკრულება, რომელიც ხელმოწერილია მხარეთა მიერ, მასზე თანდართული ყველა დოკუმენტით და ასევე მთელი დოკუმენტაციით, რომლებზეც ხელშეკრულებაში არის მინიშნებები.
- 1.2 „ხელშეკრულების ღირებულება“ - საერთო თანხა, რომელიც უნდა გადაიხადოს შემსყიდველმა მიმწოდებლის მიერ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების სრული და ზედმიწევნით შესრულებისათვის.
- 1.3 „დღე“, „კვირა“, „თვე“ - კალენდარული დღე, კვირა, თვე.
- 1.4 „შემსყიდველი“ - ორგანიზაცია, რომელიც ახორციელებს შესყიდვას.
- 1.5 „მიმწოდებელი“ - პირი, რომელიც ახორციელებს მომსახურებას ამ ხელშეკრულების ფარგლებში.
- 1.6 „მომსახურება“ - ხელშეკრულების მე-2 მუხლით გათვალისწინებული ხელშეკრულების საგანი.

2. ხელშეკრულების საგანი

მულტიფუნქციური ციფრული სააგენტოს მომსახურების შესყიდვა

(CPV - 72400000)

3. ხელშეკრულების ღირებულება

- 3.1 ხელშეკრულების ღირებულება შეადგენს 1 291 163.94 (ერთი მილიონ ორას ოთხმოცდათერთმეტი ათას ას სამოცდასამი ლარი და 94 თეთრი) ლარს.
- 3.2 ხელშეკრულების ღირებულება მოიცავს როგორც გასაწევი მომსახურების ღირებულებას, ასევე წინამდებარე ხელშეკრულების შესრულებასთან დაკავშირებით მიმწოდებლის მიერ გაწეულ ყველა ხარჯსა და საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ გადასახადებს.
- 3.3 წინამდებარე ხელშეკრულების პირობების, მათ შორის ფასის შეცვლა დაუშვებელია, თუ ამ ცვლილებების შედეგად იზრდება ხელშეკრულების ღირებულება ან უარესდება ხელშეკრულების პირობები შემსყიდველისათვის, გარდა, საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 398-ე მუხლით გათვალისწინებული პირობების დადგომის შემთხვევაში, დაუშვებელია ხელშეკრულების ჯამური ღირებულების 10%-ზე მეტი ოდენობით გაზრდა.
- 3.4 მომსახურების გაწევის ვადა: ხელშეკრულების გაფორმებიდან (არაუგვიანეს 5 სამუშაო დღეში) 2022 წლის ბოლომდე.
- 3.5 მომსახურების გაწევის ადგილი: ქ. თბილისი, სანაპიროს ქ. N4

4. მხარეთა ვალდებულებები

4.1. მიმწოდებელი ვალდებულია:

- ა) განახორციელოს ხელშეკრულების მე-2 მუხლით განსაზღვრული მომსახურების გაწევა დანართი N1-ის შესაბამისად.
- ბ) განიხილოს შემსყიდველის პრეტენზიები და მიაწოდოს მოტივირებული პასუხი ყველა საკითხზე, აგრეთვე დაუყოვნებლივ უზრუნველყოს აღმოჩენილი ხარვეზის გამოსწორება;
- გ) განახორციელოს შემსყიდველის ინფორმაციული უზრუნველყოფა გაწეული მომსახურების შესახებ;
- დ) განახორციელოს ამ ხელშეკრულებით მასზე დაკისრებული სხვა ვალდებულებები.

4.2 შემსყიდველი ვალდებულია:

- ა) უზრუნველყოს ხელშეკრულების შესრულების კონტროლი;
- ბ) განახორციელოს ამ ხელშეკრულებით მასზე დაკისრებული სხვა ვალდებულებები.

5. მომსახურების ხარისხი

5.1 ხელშეკრულებით გათვალისწინებული მომსახურება უნდა შეესაბამებოდეს დადგენილ სტანდარტებს.

6. ხელშეკრულების შესრულების კონტროლი

6.1 შემსყიდველის მიერ ხელშეკრულების შესრულების კონტროლი განხორციელდება ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდში შემსყიდველის მოთხოვნის შესაბამისად.

6.2 ინსპექტირებას განახორციელებს სსიპ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბრენდის განვითარების სამმართველოს უფროსი ანა კეკელია ან მისი მოვალეობის შემსრულებელი.

6.3 შემსყიდველის შესაბამისი წარმომადგენელი (წარმომადგენლები, მოწვეული ექსპერტი) უფლებამოსილია ჩაატაროს ხარისხის კონტროლი და თუ აღმოჩნდება წუნით გაწეული მომსახურება, მიმწოდებელი ვალდებულია გონივრულ ვადაში გამოასწოროს.

6.4 თუ ამ მუხლის 6.3 პუნქტით გათვალისწინებული წუნის გამოსწორების ვადა სცილდება ამ ხელშეკრულების მოქმედების ვადას, მიმწოდებლის მიერ წუნის გამოსწორება, ხოლო წუნის გამოსწორების შეუძლებლობის შემთხვევაში თანხის დაბრუნება უნდა განხორციელდეს ამ ხელშეკრულების მოქმედების ვადის გასვლამდე.

6.5 მიმწოდებელმა ხელი უნდა შეუწყოს შემსყიდველს ინსპექტირების განხორციელებისას.

7. მომსახურების მიღება-ჩაბარების წესი

7.1 მომსახურების მიღება წარმოებს მიღება-ჩაბარების აქტის სახით. მიღება-ჩაბარების აქტი ფორმდება წერილობითი ფორმით, მხარეთა უფლებამოსილი წარმომადგენლების ხელის მოწერით, ინსპექტირების განმახორციელებელი პირის/პირების დადებითი დასკვნის საფუძველზე.

7.2 მომსახურების მიღებას აწარმოებს სსიპ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბრენდის განვითარების სამმართველოს უფროსი ანა კეკელია ან მისი მოვალეობის შემსრულებელი.

8. ანგარიშსწორება

8.1 ანგარიშსწორების ვალუტა - ლარი.

8.2 ანგარიშსწორების ფორმა - უნაღდო, წინამდებარე ხელშეკრულებაში მითითებული მიმწოდებლის საბანკო რეკვიზიტების შესაბამისად.

8.3 ანგარიშსწორება მოხდება ეტაპობრივად, თვეში ერთხელ, მიღება-ჩაბარების აქტის გაფორმებისა და შესაბამისი საგადასახადო დოკუმენტების წარმოდგენის შემდეგ.

8.4 შემსყიდველი იღებს ვალდებულებას გადაუხადოს მიმწოდებელს მიღებული მომსახურების ღირებულება მიღება-ჩაბარების აქტის გაფორმებიდან 10 (ათი) დღის განმავლობაში. თუკი ანგარიშსწორების განხორციელების ვადის ბოლო დღე ემთხვევა არასამუშაო დღეს, ანგარიშსწორება განხორციელდება მომდევნო სამუშაო დღეს.

9. ხელშეკრულების შესრულების შეფერხება

9.1 თუ ხელშეკრულების შესრულების პროცესში მხარეები წააწყდებიან რაიმე ხელშემშლელ გარემოებებს, რომელთა გამო ფერხდება ხელშეკრულების პირობების შესრულება, ამ მხარემ დაუყოვნებლივ უნდა გაუგზავნოს მეორე მხარეს წერილობითი შეტყობინება შეფერხების ფაქტის, მისი შესაძლო ხანგრძლივობის და გამოწვევი მიზეზების შესახებ. შეტყობინების მიმღებმა მხარემ შესაძლო უმოკლეს ვადაში უნდა აცნობოს მეორე მხარეს თავისი გადაწყვეტილება, მიღებული აღნიშნულ გარემოებებთან დაკავშირებით.

9.2 იმ შემთხვევაში, თუ ხელშეკრულების პირობების შესრულების შეფერხების გამო მხარეები შეთანხმდებიან ხელშეკრულების პირობების შესრულების ვადის გაგრძელების თაობაზე, ეს გადაწყვეტილება უნდა გაფორმდეს ხელშეკრულებაში ცვლილების შეტანის გზით, ხელშეკრულების მე-11 მუხლის შესაბამისად.

10. ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობა

10.1 წინამდებარე ხელშეკრულების 3.4 და 4.1 პუნქტების „ა“ ქვეპუნქტით განსაზღვრული ვალდებულების შეუსრულებლობის შემთხვევაში (თითოეული შემთხვევისთვის) მიმწოდებელს ეკისრება პირგასამტეხლო სახელშეკრულებო ღირებულებების 5%-ის ოდენობით;

10.2 წინამდებარე ხელშეკრულების 6.3 პუნქტით გათვალისწინებული წუნის აღმოფხვრისათვის შეტყობინებით დადგენილი ვადის გადაცილების შემთხვევაში ყოველ ვადა გადაცილებულ დღეზე მიმწოდებელს ეკისრება პირგასამტეხლო ხელშეკრულების ღირებულების 0.07%-ის ოდენობით.

10.3 იმ შემთხვევაში, თუ მიმწოდებელზე დაკისრებული პირგასამტეხლოს ჯამური თანხა გადააჭარბებს ხელშეკრულების ღირებულების 5 (ხუთი) პროცენტს, შემსყიდველი იტოვებს უფლებას შეწყვიტოს ხელშეკრულება და მოსთხოვოს მიმწოდებელს ხელშეკრულების შეწყვეტის მომენტისთვის გადასახდელი პირგასამტეხლოს ანაზღაურება

10.4 პირგასამტეხლოს გადახდა არათავისუფლებს მიმწოდებელს ძირითადი ვალდებულებების შესრულებისაგან.

11. ხელშეკრულებაში ცვლილებების შეტანა

11.1 ნებისმიერი ცვლილება წინამდებარე ხელშეკრულებაში განხორციელდება წერილობით, ორივე მხარის უფლებამოსილი წარმომადგენლების ხელმოწერით.

11.2 თუ რაიმე წინასწარ გაუთვალისწინებელი მიზეზების გამო წარმოიშობა ხელშეკრულების პირობების შეცვლის აუცილებლობა, ცვლილებების შეტანის ინიციატორი ვალდებულია წერილობით შეატყობინოს მეორე მხარეს შესაბამისი ინფორმაცია.

12. დავების გადაწყვეტა

12.1 ხელშეკრულების შესრულების პროცესში მხარეთა შორის წარმოქმნილი უთანხმოება წყდება მოლაპარაკებების გზით.

12.2 თუ ასეთი მოლაპარაკების დაწყებიდან 5 (ხუთი) დღის განმავლობაში შემსყიდველი და მიმწოდებელი ვერ შეძლებენ სადაო საკითხის შეთანხმებით მოგვარებას, ნებისმიერ მხარეს დავის გადაწყვეტის მიზნით შეუძლია, მიმართოს საქართველოს სასამართლოს კანონით დადგენილი წესით.

13. ხელშეკრულების შეწყვეტა

13.1 შემსყიდველი უფლებამოსილია შეწყვიტოს წინამდებარე ხელშეკრულების მოქმედება, თუ მეორე მხარე ვერ უზრუნველყოფს თავისი ვალდებულებების ჯეროვან შესრულებას, ან მოქმედი კანონმდებლობით დადგენილ სხვა შემთხვევებში.

13.2 ხელშეკრულების ცალკეული პირობების მოქმედების შეწყვეტა არ ათავისუფლებს მიმწოდებელს ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვალდებულებების შესრულებისაგან.

13.3 ხელშეკრულება აგრეთვე შეიძლება შეწყდეს მხარეთა წერილობითი შეთანხმების საფუძველზე.

14. ხელშეკრულების მოქმედების ვადა

წინამდებარე ხელშეკრულება ძალაში შედს ამ დოკუმენტის თავში მითითებული თარიღიდან და მოქმედებს **2023 წლის 31 იანვრის ჩათვლით**.

15. ფორს-მაჟორი

15.1 წინამდებარე ხელშეკრულების დამდები რომელიმე მხარის მიერ ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობა არ გამოიწვევს საჯარიმო სანქციების გამოყენებას, თუ ხელშეკრულების შესრულების შეფერხება ან მისი ვალდებულებების შეუსრულებლობა გამოწვეულია ფორს-მაჟორული მდგომარეობით.

15.2 ამ მუხლის მიზნებისათვის “ფორს-მაჟორი” ნიშნავს მხარეებისათვის გადაულახავ და მათი კონტროლისაგან დამოუკიდებელ გარემოებებს, რომლებიც არ არიან დაკავშირებულნი შემსყიდველის ან/და მიმწოდებლის შეცდომებსა და დაუდევრობასთან, და რომლებსაც გააჩნიათ წინასწარ გაუთვალისწინებელი ხასიათი. ასეთი გარემოება შეიძლება გამოწვეული იქნეს ომით ან სტიქიური მოვლენებით, ეპიდემიით, კარანტინით, საბიუჯეტო ასიგნებების მკვეთრი შემცირებით.

15.3 მხარემ, რომელსაც შეექმნა ფორს-მაჟორული გარემოება, დაუყოვნებლივ წერილობით უნდა აცნობოს მეორე მხარეს შექმნილი გარემოების და მისი სავარაუდო აღმოფხვრის ვადის შესახებ, წინააღმდეგ შემთხვევაში იგი არ თავისუფლდება ხელშეკრულების პირობების სრული ან ნაწილობრივი შეუსრულებლობით გამოწვეული პასუხისმგებლობისგან.

16. სხვა პირობები

ხელშეკრულება შედგენილია ელექტრონული ფორმით, ქართულ ენაზე როგორც შემსყიდველისთვის, ასევე მიმწოდებლისთვის.

17. მხარეთა რეკვიზიტები:

შემსყიდველი

სსიპ-საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
მისამართი: ქ. თბილისი, სანაპიროს ქ #4

ტელეფონი: 2 436999

საბანკო რეკვიზიტები: სახელმწიფო ხაზინა,
ა/ნGE24NB0330100200165022

კოდი TRESGE22.

ს/კ - 204578206

ხელმძღვანელის მოვალეობის შემსრულებელი
მედეა ჯანიაშვილი

მიმწოდებელი

შპს კლიპ-არტი

მისამართი: თბილისი, მერაბ ალექსიძის 6

ტელეფონი +995595061111

მომსახურე ბანკი: სს თიბისი ბანკი,

ბანკის კოდი TBCBGE22,

ანგარიშის ნომერი GE51TB7017736020100008

ს/კ - 402006468

დირექტორი

ანა ჭუჭულაშვილი

1. ფასების ცხრილი

N	დასახელება	ერთი თვის მომსახურების ღირებულება	საერთო ღირებულება (ლარი)
1	ციფრული სააგენტოს მომსახურება	117 378.54 ლარი	1 291 163.94 ლარი
სულ ჯამი:			1 291 163.94 ლარი

2. ტექნიკური დავალება:

საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაციის, ონლაინ სტრატეგიის ყველაზე მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს ახალი ვებ-პორტალის georgia.travel შემუშავება. აღნიშნული პორტალი საშუალებას მისცემს საქართველოში დაინტერესებულ ყველა პირს - უცხოელებსა თუ ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეს, მიიღოს ამომწურავი ინფორმაცია საქართველოს ტურისტული ადგილმდებარეობების, სანახაობების და აქტივობების შესახებ და სწორად დაგეგმონ საქართველოში ვიზიტი.

გვემის განსახორციელებლად საჭიროა მოხდეს მულტიფუნქციური ციფრული სააგენტოს დაკონტრაქტება, რომელიც გაუძღვება ამ პროექტის მნიშვნელოვან კომპონენტებს.

პროექტი შედგება ოთხი მთავარი კომპონენტისგან, რომლის დეტალურ განხილვას იხილავთ თანდართულ ფაილში:

- ახალი ვებ პლატფორმისთვის ტექსტების შექმნა სამ ენაზე;
- ახალ ვებ-გვერდზე ინფორმაციის ატვირთვა და მართვა;
- სოციალური ქსელების მართვა და ქონტენტის შექმნა;
- სამიუბო სისტემების ოპტიმიზირება (SEO).

2.1 ახალი ვებ გვერდის ტექსტების შექმნა

იმისათვის, რომ ტურიზმის ადმინისტრაციამ მიაღწიოს ამჟამინდელ და მომავალ მიზნებს, ციფრულმა სააგენტომ უნდა შექმნას საშუალოდ 4800მდე სტატია და ვებ გვერდის ტექსტები სამ ენაზე (ინგლისური, ქართული, რუსული). სტატიები უნდა იყოს შედგენილი დაკონტრაქტებული ტურიზმის კონსულტანტების და ქონტენტის გუნდის მიერ, რასაც ტენდერში გამარჯვებული სააგენტო უზრუნველყოფს. სააგენტოს ასევე დაევალება, სისტემატიურად მართოს ვებ-გვერდის ბლოგი და პერიოდულად განაახლოს ინფორმაცია.

2.2 ქონტენტის თემები და რაოდენობა:

ვებ-გვერდის მიზანია, ხელი შეუწყოს ტურიზმის განვითარებას საქართველოში და გახდეს

მთავარი ეროვნული ონლაინ ინფორმაციის პორტალი მოგზაურობის დასაგეგმად. საფუძვლიანი გამოკვლევის შედეგად შექმნილია დოკუმენტი, რომელშიც აღირიცხა ყველაზე მნიშვნელოვანი სანახაობა, აქტივობა, სერვისი და ადგილი, რომელსაც საქართველო ტურისტებს სთავაზობს. ამის შედეგად შედგენილია თემების ცხრილი და სტრუქტურა, რომლის საფუძველზეც უნდა დაიწეროს დიდი რაოდენობით ტექსტები. ქვევით მითითებულია ამ სიის ზოგადი მთავარი თემები.

„Georgia.Travel - ქონტენტის ცხრილი”

სექცია	დახასიათება	სტატიების რაოდენობა
რატომ საქართველო	ინფორმაცია საქართველოს ისტორიის, გეოგრაფიის და ტურისტისთვის საინტერესო სხვა თემების შესახებ.	19
ადგილმდებარეობები	გვერდები რეგიონების, ქალაქების, სოფლების თუ კურორტების შესახებ.	142
სანახაობები	ინფორმაცია კულტურულ ძეგლებზე, მუზეუმებზე, ღვინის მარნებზე და ტურისტისთვის საინტერესო სხვა ლოკაციებზე.	755
ბუნება და თავგადასავლები	გვერდები საქართველოს ბუნებაზე: მთებზე, ტბებზე, გამოქვაბულებზე და ა.შ. ასევე ინფორმაცია სხვადასხვა ტიპის აქტივობების განხორციელების შესაძლებლობებზე: ლაშქრობა, თხილამურით სრიალი და ა.შ.	552
სასარგებლო ინფორმაცია	ინფორმაცია საქართველოში მოგზაურობაზე, ვიზებზე, რეგიონებს შორის სატრანსპორტო მიმოსვლაზე და ა.შ.	41
ბლოგი	საშუალოდ 400-600 სიტყვიანი გვერდები საქართველოს ტოპ სანახაობებზე, აქტივობებზე და სერვისებზე.	50
პოპულარული გეგმები	სექცია ტურისტებისთვის შექმნილი საინტერესო ტურებით.	36
დამატებითი გვერდები	პრესა და მედია, კონფიდენციალურობის პოლიტიკა და სხვ.	3

ჯამში 1598 სტატიას (ყოველ ენაზე) ემატება ვებ-გვერდისთვის შესაქმნელი ზოგადი ტექსტები (copies) 17,000-19,000 სიტყვის ფარგლებში (ყოველ ენაზე). ესენია: გვერდის მენიუს დასახელებები, სექციის სათაურები, ზოგადი სექციის აღწერები და ყველა სხვა კომპონენტის ქონთენტი, რაც შეიძლება დასჭირდეს პლატფორმას.

2.3 ვებ გვერდის ენები

ტექსტები უნდა იყოს შექმნილი და რედაქტირებული ქართულ, ინგლისურ და რუსულ ენებზე.

2.4 გუნდის დახასიათება

შემსყიდველი უზრუნველყოფს ქონთენტის ყველა იმ კონკრეტულ საკითხს, რომელზეც უნდა დაიწეროს მოცემული ტექსტები. მიმწოდებელს ევალება, ზემოხსენებულ თემებში დააკონტრაქტოს კონსულტანტები, რომლებიც შინარსის სწორად დაწერაში დაეხმარებიან. აუცილებელია, რომ ინგლისური და რუსული ტექსტები შეიქმნას მშობლიურ ენაზე მოსაუბრე ქონთენტის გუნდის მიერ (native speakers). სასურველია, მათ ჰქონდეთ ტურიზმის სფეროსთვის ტექსტების შემქმნის გამოცდილება. დაკონტრაქტება უნდა მოხდეს შემსყიდველთან შეთანხმებით.

იმ შემთხვევაში, თუ სააგენტოს დასჭირდა კადრების მოძიება, შემსყიდველს შეუძლია რეკომენდაცია გაუწიოს ინგლისურენოვან ტექსტების ავტორებს.

2.5 სიტყვების რაოდენობა

თანდართულ ფაილში მითითებულია სიტყვების რაოდენობა, რომელიც თითოეულმა სტატიამ უნდა დააკმაყოფილოს. ზოგიერთი სტატიის ზომა არის სავარაუდო, ვინაიდან შესაძლებელია, კონკრეტულ თემაზე მეტი ან ნაკლები ინფორმაცია იყოს შესადგენი.

იმ შემთხვევაში, თუ სტატიების სიტყვების მაქსიმალური რაოდენობის რედაქტირება არ იქნება საჭირო, დარჩენილი სიტყვების რაოდენობა დაგროვდება კრედიტის სახით, იმისთვის რომ ვებგვერდის სხვა სტატიებში იყოს გამოყენებული.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვან საკითხებზე შექმნილ სტატიებში (მაგალითად: ზოგიერთი მთავარი ქალაქი, სანახაობები ან აქტივობები, რომელზეც ინფორმაცია საძიებო სისტემებში დიდი რაოდენობით იძებნება), შესაძლებელია, სიტყვების რაოდენობამ მითითებულ ლიმიტს

გადააჭარბოს. ამ შემთხვევაში, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, გამოყენებული იქნება დარჩენილი სიტყვების მარაგი, რომელიც სხვა სტატიებიდან იქნება გადმოტანილი.

2.6 რეკომენდაციები

პირველ ეტაპზე ტურიზმის ადმინისტრაციამ კონსულტანტებთან ერთად აღრიცხა და კატეგორიებად დაალაგა ვებ გვერდზე გამოსაქვეყნებელი ტექსტები. ამის მიუხედავად, გამარჯვებული სააგენტოსგან და მათი კონსულტანტებისგან მისასალმებელი იქნება ნებისმიერი რეკომენდაცია, რომელიც ვებ-გვერდს ინფორმაციულ არქიტექტურას, ხარისხს და საინტერესო ქონთენტს შესძენს. ამ შემთხვევაში, ყველა ცვლილება წინასწარ უნდა იყოს შეთანხმებული ტურიზმის ადმინისტრაციის გუნდთან.

2.7 ინფორმაციის განახლება

Georgia.Travel-ის ახალი ვებ პორტალი, რომელზეც განთავსებული იქნება ინფორმაცია, უნდა განახლდეს სისტემატიურად. მაგალითად: „კოვიდ 19“, „ვიზები“ და სხვა ზოგადი ინფორმაციული გვერდები, რომლებიც ცვალებად ფაქტორებზეა დამოკიდებული.

2.8 სტატიების ჩაბარების ვადა და ფაზები

ქვევით მოცემული ცხრილი აღწერს შესაქმნელი სტატიების და დაკავშირებული სიტყვების რაოდენობის ჩაბარების ფაზის დეტალებს.

	ფაზა 1 (3 თვე) (Ge+ En + Ru)	ფაზა 2 (4 თვე) (Ge + En + Ru)	ფაზა 3 (5 თვე) (Ge + En + Ru)
სტატიების რაოდენობა	1314	1335	2145

არსებულ დოკუმენტში გაწერილი ფაზები შესაძლებელია, შეიცვალოს ორივე მხარის თანხმობის შემთხვევაში. მნიშვნელოვანია, სტატიები ჩაბარდეს იმ მოცემულ ფაზებში, რომელიც მითითებულია დანართში „Georgia.Travel - ქონთენტის ცხრილი“.

2.9 SEO რეკომენდაციებით ტექსტების შედგენა

ვებ გვერდზე განსათავსებელი ტექსტები უნდა დაიწეროს SEO-ს რეკომენდაციების გათვალისწინებით.

2.10 ხარისხი

- ყოველი დაწერილი ტექსტი უნდა იყოს დაკონტრაქტებული კომპანიის ორიგინალი ნამუშევარი;
- დაუშვებელია ციტირების გარეშე ქონთენტის ატვირთვა. პლაგიატის დაფიქსირების შემთხვევაში, ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ მიღებული იქნება შესაბამისი ზომები;
- ასევე ადმინისტრაცია იტოვებს უფლებას, თავად შეაფასოს მოწოდებული სტატიების ხარისხი, რომელიც სისტემატურად უნდა იგზავნებოდეს დასამტკიცებლად.

2.11 არსებული სტატიების არქივი

ტურიზმის ადმინისტრაციას აქვს სტატიების არქივი, რომლიდანაც, კონკრეტულ შემთხვევებში, შეიძლება არსებული ტექსტების გამოყენება. ამ შემთხვევაში გაწერილი სიტყვების რაოდენობა სრული დავალების ჯამს არ მოაკლდება და გადანაწილდება სხვა ტექსტების შესაქმნელად.

2.12 ბლოგის სტატიები

სააგენტოს მოთხოვნა, სისტემატიურად შექმნას ბლოგის სტატიები SEO რეკომენდაციებისა და ტრენდების მიხედვით. ამ სტატიების რაოდენობა და ჩაბარების ვადები მითითებულია დანართში “Georgia.Travel - ქონთენტის ცხრილი”.

3. ვებ-გვერდის მართვა

3.1 ტექსტების ატვირთვა

დაკონტრაქტებულ კომპანიას ევალება მშენებარე ვებ-გვერდზე ტექსტების განთავსება.

ამისათვის საჭიროა სამართავი პანელის შესწავლა და გამართულად გამოყენების ექსპერტიზა, იმისათვის, რომ უზრუნველყოს მოცემული ქონთენტის და ფოტოების სწორედ განთავსება.

დაკონტრაქტებულმა კომპანიამ საჭიროების შემთხვევაში, ასევე, უნდა უზრუნველყოს ზოგადი/გარე ქონთენტის ატვირთვა ტურიზმის ადმინისტრაციის მოთხოვნების შესაბამისად. ვებ-გვერდზე ინფორმაცია უნდა განახლდეს სისტემატიურად.

3.2 ვებ-გვერდის დეველოპმენტის მართვა

ვინაიდან ციფრულ სააგენტოს მჭიდროდ მოუწევს ვებ გვერდთან მუშაობა, მისმა გუნდმა, ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ერთად, უნდა მიიღოს მონაწილეობა ვებ გვერდის შექმნის პროექტში. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, ყურადღება მიექცეს და სააგენტოს მხრიდან მივიღოთ რეკომენდაციები ბექ ენდის გამართულობაზე, ადმინისტრატორის პანელის ოპტიმიზირებაზე და ხარვეზების პოვნის შემთხვევაში, გამოსასწორებლად წერილობით აცნობოს დეველოპერების ჯგუფს და ადმინისტრაციას.

3.3 გვერდების კონფიგურაცია

- პლატფორმის კომპლექსურობიდან გამომდინარე, აუცილებელია, ყველა გვერდს გაეწეროს სწორი პარამეტრები. მაგალითად, სანახაობის ატვირთვისას მნიშვნელოვანია, იყოს მითითებული რეგიონი, კატეგორია, ქვეკატეგორია, თეგები, პრიორიტეტულობა და ასევე პინი, იმისათვის, რომ სწორედ გამოჩნდეს რუკაზე.

- გვერდებზე მოთავსებულია ისეთი API კონექტორები, როგორებიცაა: Trip Advisor, Google Maps, Wikiloc-ის რუკები და სხვები. მნიშვნელოვანია, თითოეულ პლატფორმას გაუკეთდეს სწორი ფილტრებისა და ლინკების კონფიგურაცია, რათა ვებ-გვერდი გამართულად იმართებოდეს.

- იმ შემთხვევაში თუ Google Maps-ში სანახაობის პროფილზე საკონტაქტო ინფორმაცია და განრიგი არ იქნა შეყვანილი, საჭირო იქნება კონკრეტული ინფორმაციის მოძიება და ხელით შეყვანა. ტურიზმის ადმინისტრაციაც მაქსიმალურად ჩართული იქნება ასეთი ხარვეზების აღმოფხვრაში.

3.4 ფოტოების დამუშავება

ფოტოები უნდა შეირჩეს ადმინისტრაციის ფოტო არქივიდან, პარტნიორების ფაილებიდან ან ისეთი ფოტოებანიდან, როგორიც არის, მაგალითად, Shutterstock. ფოტო-ვიდეო მასალების ხარჯებს გაწევს ადმინისტრაცია;

ფოტოები უნდა იყოს შერჩეული ვებ-გვერდის სტილისტიკის მიხედვით და ტურიზმის ადმინისტრაციასთან შეთანხმებით; ფოტოები გრაფიკული დიზაინერის მიერ უნდა იყოს დამუშავებული იმისათვის, რომ სტილისტურად სხვა, არსებულ ფოტოებსაც მოერგოს;

ფოტოები ატვირთული უნდა იყოს რაც შეიძლება მცირე ზომაში. თუმცა, მნიშვნელოვანია ხარისხისა და ზომის იდეალური თანაფარდობა ისე, რომ არ იკავებდეს დიდ მოცულობას.

აღნიშნულს განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა გამომდინარე იქიდან, რომ მომხმარებელზე, ვებ-გვერდის ჩატვირთვის სიჩქარეზე მეტად მოახდენს ეფექტს. ხშირ შემთხვევაში საჭირო იქნება, ფოტოები დამუშავდეს და აიტვირთოს ცალკე მობაილზე და დესქტოფზე;

ფოტოებს ატვირთვამდე ასევე უნდა გაეწეროს Alt თეგები და დაცული იყოს ნებისმიერი სხვა პარამეტრები, რომელსაც SEO-ს გუნდი მოითხოვს;

3.5 სამართავი პანელი

- კომპანია დაკონტრაქტებული უნდა იყოს კადრებით, რომლებსაც ანალოგიური ტიპის პროექტების მართვის გამოცდილება ექნებათ და შეძლებენ მალე დაეუფლონ ახალ სამართავ პანელს;

- სამართავი პანელის გამოყენებისას შემჩნეული, მისი გაუმჯობესების ნებისმიერი შესაძლებლობის შესახებ უნდა ეცნობოს დეველოპერებს და ადმინისტრაციას.

4. სოციალური მედიის მენეჯმენტი

საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას ესაჭიროება გამოცდილი გუნდი, რომელიც სოციალურ ქსელებს მართავს ახალი ციფრული სტრატეგიის თანახმად. სააგენტოს დაევალება, არსებული, ტურისტების მიერ გენერირებული და

საკუთარი ფოტო-ვიდეო მასალის გამოყენებით, შექმნას პოსტები და აქტიური კომუნიკაცია მოახდინოს გვერდების გამომწერებთან.

ტურიზმის ადმინისტრაციის სოციალური ქსელების სიას შეადგენენ შემდეგი გვერდები:

- Facebook – GeorgiaandTravel
- Instagram - @Georgia.Travel
- Twitter - @Georgiaandtrave
- LinkedIn – Georgian National Tourism Administration
- Youtube - GeorgiaandTravel
- TikTok – Georgia.Travel (გვერდი გასააქტიურებელია)

4.1 სოც მედია გვერდების მიზნებია

- შთააგონოს სოც მედია მომხმარებლები, რომ იმოგზაურონ საქართველოში;
- შეიქმნას ლოიალური გამომწერების კომუნა;
- გაიზარდოს ცნობადობა საქართველოს მდიდარ ტურისტულ სანახაობებზე თუ აქტივობებზე;
- გადაამისამართოს ტრეფიკი ახალი ვებ გვერდისკენ.

4.2 სოც მედია გუნდის მიზანია

- ქსელის გაფართოების მიზნით, გაზარდოს გვერდების და პოსტების წვდომა, რათა არხებმა შეიძინოს დამატებითი აუდიენცია;
- გააუმჯობესოს ინტერაქციის სიხშირე (engagement rate) (მოწონებები, კომენტარები, გაზიარებები), არხების ლოიალური მომხმარებლების გასაზრდელად;
- განავითაროს სხვა სოც მედია გვერდებიდან არსებული გამოხმაურებების სიხშირე;
- მოახდინოს სტრატეგიის ადაპტირება ბრენდზე პოზიტიური ონლაინ მსჯელობის გასაძლიერებლად.
- გაზარდოს მომხმარებლების ბრენდთან კომუნიკაციის სიხშირე და კითხვა-პასუხის ეფექტურობა.
- მონიტორინგი გაუწიოს აუდიენციის ქცევას სოციალურ ქსელებში კომუნის განვითარების მიზნით.

4.3 პოსტების რედაქტირება

ვინაიდან მოცემული სოც მედია არხები მიმართულია უმეტეს წილად საერთაშორისო აუდიენციაზე, ტექსტები უნდა იყოს დაწერილი ინგლისურად, გრამატიკის, სტილის და ტონის დაცვის სიზუსტით. ქონტენტში უნდა აისახებოდეს სტრატეგიული მესიჯი და ამავდროულად ინარჩუნებდეს შემდეგ ტონს:

- პერსონა: შთამაგონებელი და მხიარული;
- ტონი: მეგობრული და ინფორმატიული;
- ენა: არაფორმალური, მაგრამ მცოდნე;
- მიზანი: დაინტერესება და ჩართულობა;

4.4 საკუთარი ვიდეო მასალა

გამარჯვებულმა გუნდმა უნდა შექმნას თვეში 4 მოკლე ვიდეო, რომლის საბოლოო ფორმატი ადაპტირებული იქნება როგორც ჰორიზონტალურ, ასევე ოთხკუთხედ და ვერტიკალურ (სთორი) ეკრანის ზომებზე. ვიდეოები უნდა იყოს საშუალოდ 2 წუთის ხანგრძლივობის და მოიცავდეს იმ თემებს, რომელიც მოცემულია დანართში „Georgia.Travel ქონტენტის ცხრილი“. ფორმატი მომხმარებელს უნდა აწვდიდეს ინფორმაციას საქართველოს სანახაობებზე და აქტივობებზე, რათა გამოიწვიოს მეტი ინტერესი და აღძრას მათი ცნობისმოყვარეობა.

- პოსტების შესაქმნელად, ასევე, შესაძლებელია გარე წყაროებიდან, ტურიზმის ადმინისტრაციის არქივიდან და ფოტობანკებიდან მოწოდებული ფოტო-ვიდეო მასალის გამოყენებაც;
- საჭიროების შემთხვევაში, მოცემული ქონტენტი გრაფიკული დიზაინერის მიერ უნდა იყოს დამუშავებული იმისათვის, რომ სტილისტურად გვერდის სხვა არსებულ ფოტოებს მოერგოს.

4.5 პოსტების გამოქვეყნება

პოსტების პუბლიკაციისთვის უნდა იყოს გამოყენებული ისეთი სპეციალიზირებული პლათფორმები, როგორიცაა Later, Hootsuite, Sprinklr ან სხვა. მოცემული ხელსაწყოების ხარჯებს დაფარავს მომწოდებელი, რომელსაც ასევე დაევალება, რომ ადმინისტრაციას გამოუყოს წვდომა;

- ყოველი თვის დასასრულს, მომავალი პერიოდის პოსტების მინიმუმ 50% წინასწარ უნდა იყოს ატვირთული მოცემულ პლათფორმაზე, სადაც გამოქვეყნებამდე ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ იქნება დამტკიცებული;
- ციფრული სააგენტო მზად უნდა იყოს, რომ მოცემულ პოსტებზე შეცვალოს ვიზუალი, ტექსტი ან სხვა კომპონენტები, ტურიზმის ადმინისტრაციის მითითებების თანახმად;

- სააგენტო მზად უნდა იყოს, სწრაფად მოახდინოს რეაგირება და სარედაქციო კალენდარში შეიტანოს ცვლილებები თუ ტურიზმის ადმინისტრაციასთვის პრიორიტეტული აღმოჩნდება სხვა მასალა.

4.6 პუბლიკაციების თემები და სიხშირე

ქონთენთი უნდა იყოს დაფუძნებული სამიზნე აუდიტორიასა და საკვანძო ტურისტულ პროდუქტებზე, რომელსაც ტენდერის გამარჯვებული, ტურიზმის ადმინისტრაციის ჩართულობით, განსაზღვრავს მოცემული პერიოდის თუ სეზონის მიხედვით. Georgia.Travel-ის გვერდებისთვის პოსტები უნდა იყოს შექმნილი შემდეგი სიხშირით და თემატიკის მიხედვით.

თემა	სახეობა	Facebook	Instagram	Twitter	Linkedin	Tiktok	Youtube
საქართველო - ისტორია და კულტურა	სისტემატიური	2x /m	2x /m	2x /m	2x /m	1x /m	0-1x /m
ხელოვნება	სისტემატიური	1x /m	1x /m	1x /m	1x /m	0x /m	0x /m
კულტურული ძეგლები	სისტემატიური	1x /m	1x /m	1x /m	1x /m	1x /m	0-1x /m
ბუნება	სისტემატიური	2x /m	2x /m	2x /m	0 /m	1x /m	0-1x /m
კვება და მელვინეობა	სისტემატიური	2x /m	2x /m	2x /m	0 /m	1x /m	0-1x /m
თავგადასავლები	სეზონური	2x /m	2x /m	2x /m	0 /m	2x /m	0-1x /m
ლამის ცხოვრება	სისტემატიური	4x /m	4x /m	4x /m	2x /m	3x /m	0-1x /m
გამაჯანსაღებელი პროცედურები	სეზონური	1x /m	1x/m	1x /m	1x /m	0-2 /m	0-2 /m
სიახლეები საქართველოდან	სისტემატიური	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m
ლონისძიებები	სისტემატიური	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m
ლაივ სთრიმი	სეზონური	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0 /m	0-2 /m	0-2 /m
მომხმარებლის მიერ შექმნილი ქონთენთი	სისტემატიური	2-4 /m	4-4 /m	2-4 /m	0 /m	0 /m	0 /m
ბლოგერებთან კოლაბორაცია	პერიოდული	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m
არტისტებთან კოლაბორაცია	პერიოდული	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m	0-2 /m
ადგილობრივი კამპანიები	პერიოდული	0-4x /m	0-4 /m	0-4 /m	0-2 /m	0-4x /m	0-4x /m
შეთავაზებები	პერიოდული	0-4x /m	0-4x /m	0-4x /m	0-2 /m	0 - 4x /m	0-4x /m
ჯამში:	-	17-30 /m	19-30 /m	17-30 /m	7-15 /m	11-20 /m	4x /m

ტურიზმის ადმინისტრაციის სოციალური ქსელების ეკოსისტემაში, ამასთანავე, შედის Facebook ჯგუფი Georgia.Travel, რომელიც მიმართულია ქართულ აუდიტორიაზე შიდა ტურიზმის პოპულარიზაციისათვის. დაკონტრაქტებულ სააგენტოს, ასევე, დაევალება ამ ჯგუფის კომუნის გაზრდა და მენეჯმენტი.

დაკონტრაქტებულ კომპანიას არ დაევალება ედების გაშვება თუ მენეჯმენტი.

4.7 მომხმარებლებთან ინტერაქცია

ტურიზმის ადმინისტრაციის სოციალური მედიის გვერდებს უკავშირდება მომხმარებლების დიდი რაოდენობა, როგორც პირდაპირი მესიჯებით, ასევე გამოქვეყნებულ პოსტებზე.

მნიშვნელოვანია, რომ ამ მესიჯებზე მოხდეს დაუყოვნებლივი პასუხი იმ გაიდლაინის მიხედვით, რასაც ტურიზმის ადმინისტრაცია უზრუნველყოფს. იმ შემთხვევებში, თუ გაიდლაინში შესაბამისი პროტოკოლი არ იქნება ასახული, სააგენტომ უნდა განაახლოს არსებული დოკუმენტი ტურიზმის ადმინისტრაციასთან კონსულტაციის შედეგად.

4.8 საქართველოს ტურიზმთან დაკავშირებული ონლაინ გამომხმარებლების მონიტორინგი

გამოყენებული უნდა იყოს ხელსაწყოები, რომლებიც შესაძლებლობას მისცემს, გახსნილი სოციალური მედიის პლათფორმებზე, მონიტორინგი გაუკეთოს ყველა მნიშვნელოვან ჰეშთეგს და პროფილს, რომელიც ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ან საქართველოში მოგზაურობასთან არის დაკავშირებული. საჭიროების შემთხვევებში, უნდა მოხდეს ამ პოსტებთან პროაქტიული ინტერაქცია ან გადახიარება.

4.9 ყოველთვიური სოციალური მედია ანგარიში

ანგარიშმა უნდა მოიცვას რეკომენდაციები და ყველა აქტიურ პლათფორმაზე ვიზუალურად წარადგინოს შემდეგი მაჩვენებლები:

გვერდის დონეზე

- გვერდის გამომწერების რაოდენობა და ჯამური ზრდა
- ჯამური ორგანული გავრცელება (reach)

- ჯამური ჩართულობა (engagement)
 - პოსტის დონეზე
 - ჯამური მოწონებების (like) რაოდენობა
 - კომენტარები
 - გაზიარებები
 - პოზიტიური და ნეგატიური რეაქციები
- შემაჯამებელი
- დასკვნები
 - რეკომენდაციები

5. SEO ოპტიმიზირება

SEO ოპტიმიზაცია პროექტის მნიშვნელოვანი კომპონენტია, ვინაიდან ახალი ვებ გვერდს, +4800 გვერდით და უკვე არსებული +100,000 ბეკლინკით, დიდი პოტენციალი აქვს, რომ საძიებო სისტემებში ტოპ პოზიციები დაიკავოს. SEO დავალების მთავარი პუნქტებია:

- საიტის მიგრაცია - ძირითადი მოთხოვნები საიტის მიგრაციის დაწყებამდე და შემდეგ;
- ტექნიკური სეო - ტექნიკური SEO მოთხოვნების განმარტება;
- SEO On Page - სტრატეგიის განმარტება და განხორციელების მოთხოვნები;
- SEO Off - სტრატეგიის განმარტება და განხორციელების მოთხოვნები;
- საერთაშორისო SEO - სტრატეგიის განმარტება და განხორციელების მოთხოვნები.

5.1 მიწოდების პირობები და ვადები

○ მიმწოდებელი ვალდებულია, ხელშეკრულების გაფორმებიდან ერთი კვირის ვადაში, შემსყიდველთან შეთანხმებით წარმოდგინოს პროექტის შესრულების დეტალური გეგმაგრაფიკი შესაბამისი რესურსების მითითებით. აღნიშნული დოკუმენტი დაეფუძნება სატენდერო დავალებას და საჭიროების ან მიზანშეწონილობის შემთხვევაში, შეიძლება დაკორექტირდეს თითოეული მხარის მიერ;

○ მომსახურების გაწევის ვადაა ხელშეკრულების გაფორმებიდან არაუგვიანეს 5 სამუშაო დღის კალენდარული დღე;

○ მიმწოდებელი ვალდებულია, გაასწოროს ტექსტების, ფოტო-ვიდეო მასალის, ვებ გვერდზე ატვირთული ქონთენტის ან სხვა გამოვლენილი ხარვეზები, ქონთენტის ატვირთვიდან 6 თვის განმავლობაში.

5.2 მოთხოვნა სერვისის მიწოდების/მომსახურების გაწევის/სამუშაოს შესრულების ვადებთან დაკავშირებით (გეგმა-გრაფიკი)

გამარჯვებულ პრეტენდენტს შეუძლია შემოგვთავაზოს ალტერნატიული სამუშაოების დეტალური გეგმა-გრაფიკი. დამკვეთი უფლებას იტოვებს, არ გაითვალისწინოს შემსრულებლის მიერ წარმოდგენილი ცხრილი და სატენდერო დოკუმენტაციაში გაწერილი ფაზებით მოითხოვოს პროექტის შესრულება.

5.3 ტექსტების შექმნის და ვებ გვერდის მართვის პირობები

- შემსყიდველი უფლებამოსილია, მუშაობის პროცესში მოითხოვოს შემუშავებულ გეგმაში ცვლილების შეტანა;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, ტექსტების ვებ-საიტზე ატვირთვამდე ტურიზმის ადმინისტრაციისგან მიიღოს დასტური;
- მიმწოდებელმა უნდა უზრუნველყოს დაწერილი ტექსტებში მოცული ინფორმაციის აუთენტურობა. აღმოჩენილი ნებისმიერი სახის ხარვეზი დროულ უნდა აღმოფხვრას და გარკვეულ საკითხებში სატელეფონო ან ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით გაუწიოს კონსულტაცია;

• საჭიროების შემთხვევაში, მიმწოდებელმა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის შესაბამის თანამშრომლებს და პროექტთან ასოცირებულ პირებს უნდა ჩაუტაროს ტრენინგი ვებ-პორტალის სამართავ პანელთან დაკავშირებით.

5.4 სოც მედია მართვის სერვისის პირობები

- შემსყიდველი უფლებამოსილია, მუშაობის პროცესში მოითხოვოს ცვლილების შეტანა შემუშავებულ გეგმაში;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, სოც მედია პოსტების გამოქვეყნებამდე ტურიზმის ადმინისტრაციისგან მიიღოს დასტური;
- მიმწოდებელმა უნდა უზრუნველყოს დაწერილი პოსტებში მოცული ინფორმაციის აუთენტურობა. გამოყენებულ ფოტო-ვიდეო მასალაზე დაცული უნდა იყოს საავტორო უფლებები. ნებისმიერი სახის ხარვეზი დროულად უნდა აღმოფხვრას და გარკვეულ საკითხებში სატელეფონო ან ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით გასწიოს კონსულტაცია;
- ონლაინ გამოხმაურებების მონიტორინგისას დაფიქსირებული ნებისმიერი პოტენციური რეპუტაციის კრიზისის შემთხვევაში, მიმწოდებელი დაუყოვნებლივ უნდა დაეკონტაქტოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის გუნდს და რეაგირება მოახდინოს მითითებების მიხედვით.

5.5 საძიებო სისტემების ოპტიმიზირების (SEO) შესრულის პირობები

- შემსყიდველი უფლებამოსილია, მუშაობის პროცესში მოითხოვოს შემუშავებულ გეგმაში ცვლილების შეტანა;
- მიმწოდებელი ვალდებულია, შეასრულოს ყველა ის პუნქტი, რომელიც მოცემულია ფაილში Georgia.Travel – SEO მოთხოვნები;

- SEO სააგენტო, ასევე ვალდებულია, უზრუნველყოს ყოველთვიურად შესრულებული დავალებების შეჯამება ისევე, როგორც მასთან ერთად შესრულებული სამუშაოს მტკიცებულებები;
- ასევე, SEO სააგენტო პასუხისმგებელი იქნება, მოამზადოს ყოველთვიური ანგარიში განსაზღვრული საზომებით და KPI-ებით მოიცავდეს შემდეგ მაჩვენებლებს:
o ორგანული ტრეფიკის მონაცემები (თვიდან თვემდე); o ორგანული ტრეფიკის მონაცემები წლიური); o გვერდის ორგანული Bounce Rate; o გვერდზე გატარებული დრო (Time on Site); o ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა (Avg. Session Duration); o ორგანული ტრეფიკი ქვეყნების მიხედვით; o ორგანული საკვანძო სიტყვების მონაცემები (თვიდან თვემდე);¹¹ o დომენის ავტორიტეტი.

5.6 პროექტის მოთხოვნები მართვის მიმართ

მიმწოდებელმა უნდა მართოს პროექტი და კოორდინაცია გაუწიოს ყოველ პროცესს, რათა უზრუნველყოს პროექტის თითოეული ეტაპის წარმატებულად განხორციელება წინასწარ განსაზღვრული ვადების შესაბამისად;

- მიმწოდებელმა პროექტის განხორციელების პერიოდში უნდა უზრუნველყოს მუდმივი კომუნიკაცია შემსყიდველის მხრიდან განსაზღვრულ პროექტის მენეჯერთან და აწარმოოს პროექტის სტატუსისა და შესრულებული სამუშაოების შესახებ პერიოდული ანგარიშგება. ანგარიშგება უნდა შეიცავდეს საკმარის დეტალურ ინფორმაციას, რომლის საფუძველზეც შემსყიდველს შესაძლებლობა ექნება, განსაზღვროს პროექტის მიმდინარე სტატუსი, გაწეული სამუშაოების პროგრესი და შეძლოს რისკების იდენტიფიცირება;
- მიმწოდებელმა ხელშეკრულების გაფორმებიდან პირველი ორი თვის განმავლობაში, ყოველ 2 კვირაში ერთხელ უნდა წარმოადგინოს შესრულებული სამუშაოს შესახებ დეტალური ანგარიში (პროგრესის ანგარიში). შემდგომ პერიოდში პროგრესის ანგარიშის წარმოდგენის პერიოდულობა შეთანხმდება მხარეებს შორის;
- მიმწოდებელი პასუხისმგებელია, გააანალიზოს და შეისწავლოს შემსყიდველის მოთხოვნები, მოახდინოს დავალებების იდენტიფიცირება და გამოყოს საჭირო რესურსი მის შესასრულებლად.

5.7 ანგარიშსწორების პირობები

ეტაპობრივი ან/და საბოლოო ანგარიშსწორების განხორციელების პირობები:

- ანგარიშსწორება მოხდება უნაღდო ანგარიშსწორებით ლარში;
- ანგარიშსწორება მიმწოდებელთან მოხდება ეტაპობრივად ან ფაქტიურად გაწეული მომსახურების შესაბამისად, მიღება-ჩაბარების აქტის და საანგარიშსწორებო დოკუმენტაციის წარმოდგენის შემდგომ;
- ქვემოთ მოყვანილია ეტაპობრივი განხორციელების ვადები (ფაზების მიხედვით);
- ანგარიშსწორება განხორციელდება გაწეული მომსახურების შესაბამისად დოკუმენტების წარმოდგენიდან არაუგვიანეს 10 (ათი) სამუშაო დღის განმავლობაში.

6. Georgia.Travel ვებ პორტალის SEO-ს ტექნიკური დავალება

მიზნები:

- გაიზარდოს ორგანული ტრეფიკი ვებ-საიტზე, ქონთენტის ოპტიმიზების მეშვეობით.
- დავწინაურდეთ საძიებო სისტემებში მოწინავე პოზიციებზე, სტრატეგიულად რელევანტურ საკვანძო სიტყვებზე.
- მოხდეს მომხმარებლის ვებ გვერდთან ინტერაქციის ოპტიმიზება ტექნიკური გამართულობის ხარჯზე.
- გაუმჯობესდეს ვებ გვერდთან მომხმარებლის ინტერაქციის სიხშირე, საინტერესო ქონთენტის და ოპტიმიზებული CTA (Call to Action) გამოყენებით.

6.1 საიტის მიგრაცია

ძირითადი მოთხოვნები ვებ - საიტის მიგრაციამდე

Taxonomy შემოწმდეს ახალი URL-ების სტრუქტურა და გაკეთდეს რეკომენდაციები Google-ის რეკომენდაციების მიხედვით. მნიშვნელოვანია, არ შეინიშნებოდეს დინამიური ან პარამეტრული URL-ები.

გადამისამართების ასახვა (Redirect Mapping)

- მომზადდეს 1-2-1 გადამისამართება (redirect mapping) ყოფილი საიტის URL-ებზე (სამ ენაზე).
- ლაივ რეჟიმში გაშვებამდე გადამისამართების იმპლემენტირება შემოწმდეს სატესტო გარემოში (staging environment).

შიდა ბმულები (Internal Linking)

არსებული შიდა (body) ბმულები გადავიდეს ახალ პლატფორმაზე. ყველა კონტექსტური ბმული (contextual links) უნდა იყოს განახლებული და შემოწმებული, რათა სწორად გადამისამართდეს ახალი საიტის URL-ებზე.

მეტადატა (Metadata) არსებული მეტადატა (Title Tag, Meta Description, H1 tag) უნდა იყოს გადატანილი ახალ პლატფორმაზე.

- მეტადატა საჭიროების მიხედვით (სიმბოლოების გადაჭარბებული რაოდენობა, მათი გამოტოვება ან დუბლირება) განახლდეს სამივე ენაზე;

- მეტადატა ახალი ქონტენტისთვის მომზადდეს სამივე ენაზე.

Robots.txt

- Robots.txt ფაილის მითითებები უნდა შეიქმნას ისე, რომ ვებ გვერდზე ცოცხის-ის ეფექტურად შესასრულებლად Google-ს ჰქონდეს ყველა მოთხოვნილი ინფორმაცია;

- ნებისმიერი Robots.txt მითითება უნდა იყოს გადატანილი ახალ ვებ-გვერდზე.^[15]

Canonicals ყველა გვერდი უზრუნველყოფილი უნდა იყოს canonical tag-ებით.

XML sitemap

- საიტის ახალ პლატფორმაზე გადასვლისთანავე XML საიტმეპები უნდა დაგენერირდეს სამივე ენაზე;
- განსხვავებული საიტმეპები უნდა შეიქმნას სხვადასხვა ტიპის რესურსებისათვის.

მაგალითად, როგორებიცაა:

o Images XML Sitemaps

o Videos XML Sitemaps

- XML საიტმეპები თავსებადი უნდა იყოს www.sitemaps.org პროტოკოლთან.

ძირითადი მოთხოვნები ვებ - საიტის მიგრაციის შემდეგ

გვერდზე არსებული (On Page) ელემენტები (მიგრაციიდან 1 კვირის შემდეგ)

- შემოწმდეს მეტადატა, alt tag-ები, ფოტო და სხვა ძირითადი ვიზუალური ელემენტები. მათ შორის, ქონტენტის სტრუქტურა და ფორმატი იმისათვის, რომ ყველა ფონტ ენდის

ელემენტი სწორად რენდერირდებოდეს მომხმარებლისთვის ისევე, როგორც სამიუბო სისტემისთვის;

- უზრუნველყოს, რომ h1s, h2s, h3s და h4s ვებ გვერდზე სწორად იყოს გამოყენებული. შემოწმდეს გადამისამართების განხორციელება და შიდა ბმულები მიგრაციის შემდეგ (მიგრაციიდან 2 დღეში)

- ყველა ძველი ვებ-საიტის გვერდი უნდა მისამართდებოდეს ახალი ვებ გვერდის ექვივალენტ URL-ებზე. შემოწმდეს, რომ გადამისამართების ასახვა პრემიგრაციის რეკომენდაციების მიხედვითაა შესრულებული და არ არსებობს გაწყვეტილი ბმულები;

- ყველა შიდა ბმული უნდა მიუთითებდეს ახალ გვერდზე და არ არსებობდეს გაწყვეტილი ბმულები;

- ვებ გვერდზე ყველა გვერდს breadcrumb შექმნილი უნდა ჰქონდეს Google-ის მითითებების მიხედვით, რათა მომხმარებელს გაუადვილდეს ვებ საიტზე ნავიგაცია და Google-ს დამატებითი ინფორმაცია მიაწოდოს.

Crawl and Indexations (მიგრაციიდან 2 დღის ფარგლებში)

- ახალი XML sitemap სამივე ენისათვის გენერირებული უნდა იყოს Google Search Console-იდან.

o შემოწმდეს და დადასტურდეს, რომ არ არსებობს 404 ან 301 სტატუსით URL-ები XML Sitemap-ში.

- შემოწმდეს, რომ ყველა დირექტივი (directives) Robots.txt შესრულებულია ისე, როგორც პრემიგრაციისთვისაა რეკომენდებული.

o Robot.txt უნდა შეიცავდეს ვალიდურ XML sitemap-ებს სამივე ენისათვის.

- შემოწმდეს, რომ ვებ გვერდზე ყველა უნიკალურ URL-ს აქვს ვალიდური კანონიკური (canonical) ატრიბუტი.

Schema Markup (structure data) ვებ გვერდზე ყველა ძირითადი ლენდინგ გვერდისათვის განხორციელდეს schema markup-ები. მნიშვნელოვანია, სტრუქტურირებულ მონაცემებს მხარი დაუჭიროს ახალმა პლატფორმამ. ქვემოთ იხილეთ მოცემული სტრუქტურირებული მონაცემების სია:

- Organization Schema – საწყისი და კონტაქტის გვერდი;
- Site Navigation Schema– ყველა გვერდისათვის, საწყისი გვერდის გარდა;
- Article Schema - ყველა სტატიის გვერდისათვის;
- Website Schema – საწყისი გვერდი;
- How To - სტატიების გვერდებისთვის
- FAQ Schema – კითხვა-პასუხის გვერდი;
- Speakable markup;
- Breadcrumb schema markup.

მიგრაციის შემდეგ შესრულების (Performance) მიმოხილვა ^[16] შესრულებული სამუშაოების ანგარიში მიგრაციამდე

და მიგრაციის შემდეგ (ორგანული

კლიკები, ორგანული რენკინგი, Bounce Rate, ვებ ტრეფიკის დანაკარგის ანალიზი თითოეულ URL-ზე.)

6.2 ტექნიკური SEO

SEO სააგენტომ უნდა უზრუნველყოს ქვემოთ მოყვანილ მოთხოვნების ყოველთვიური მონიტორინგი. ასევე, თვეში ერთხელ უნდა ჩატარდეს ტექნიკური აუდიტი, რათა შემოწმდეს, რომ ორგანული ტრაფიკის დამაბრკოლებელი ფაქტორები აღმოფხვრილია.

Crawlability & Indexation

- ვებ-გვერდის ყველა გვერდი უნდა იყოს ინდექსირებული Google-ში;

- Robot.txt უნდა უთითებდეს XML sitemap-ს;
- გაწყვეტილი ბმულები და გვერდები (error pages) უნდა განახლდეს და გადამისამართდეს;
- ვებ-გვერდზე ყველა შიდა ბმული უნდა იყოს სტატიკური.

გადამისამართება

- ყველა გაწყვეტილი ან წაშლილი გვერდი უნდა გადამისამართდეს რელევანტურ ალტერნატივაზე ან უახლოეს სუბკატეგორიის გვერდზე;
- გვერდი არ უნდა წაიშალოს ვებ საიტზე გადამისამართების გარეშე;
- ვებ გვერდზე უნდა წაიშალოს ჯაჭვური გადამისამართება (chain redirect).
- ყოველი URL ჯაჭვიდან უნდა გადამისამართდეს საბოლოო დანიშნულების URL-ზე.

XML sitemap შეიქმნას XML sitemap-ები ვებ-გვერდის ყოველი ენა (en-us, ka-ge, ru-ru) და გადამოწმდეს Google Search Console-ში. სააგენტო პასუხისმგებელი იქნება XML Sitemap-ების ყოველთვიურ მხარდაჭერა/მომსახურებაზე.

კერძოდ:

- შემოწმდეს, რომ XML Sitemap-ში არ არის 404 ან 301 გვერდები;
- ჩამოცილდეს დაბლოკილი URL-ები;
- შემოწმდეს, რომ ყველა ახალი გვერდი ასახულია;

Taxonomy and URLs

- SEO სააგენტომ უნდა უზრუნველყოს საიტზე მხოლოდ აბსოლუტური URL-ს გამოიყენება;
- URL- ის საუკეთესო პრაქტიკები: SEO სააგენტომ, Google-ის რეკომენდირებული პრაქტიკების შესაბამისად, უნდა უზრუნველყოს URL- ების შექმნა. URL- ის არასწორი ვერსია ყოველთვის უნდა გადამისამართდეს სწორ ვერსიაზე;
- ყველა სლემით დასრულებული URL (/) 301-ის გამოყენებით გადამისამართდეს იგივე URL-ის სლემ-გარეშე ვერსიაზე;
- მნიშვნელოვანია იმის უზრუნველყოფა, რომ არ არსებობდეს დუბლირებული კონტენტი;
- ყველა http URL ყოველთვის უნდა გადამისამართდეს იმავე URL- ის https ვერსიასთან.

შიდა დალინკვა

- ვებ გვერდზე შიდა ბმულები უნდა იყოს ოპტიმიზირებული. მნიშვნელოვანია, თითოეულ გვერდს ჰქონდეს ორი გამავალი ბმული ვებ-საიტის სხვა სექციებისკენ;
- კონტექსტური ბმულები (contextual links) ყოველთვის უნდა მიუთითებდეს შესაბამის თემებზე;
- სტატიების გვერდებზე განლაგებული უნდა იყოს აზრობრივად ან შინაარსობრივად დაკავშირებული სხვა სტატიების ბმულები.

სტრუქტურირებული მონაცემები

სტრუქტურირებული მონაცემები უნდა სისტემატიურად შემოწმდეს და ოპტიმიზირდეს.^[1]_{SEP}

გვერდის სისწრაფე

- SEO სააგენტომ უნდა უზრუნველყოს, რომ გვერდის ჩატვირთვის დრო, განსაკუთრებით მობილურზე, არ ახდენდეს უარყოფით გავლენას ორგანულ ეფექტურობაზე. ფოტო-მასალა უნდა იყოს ოპტიმიზირებული;
- SEO სააგენტო ვალდებულია, წელიწადში ორჯერ ჩაატაროს გვერდის სიჩქარის აუდიტი, დააფიქსიროს და აღმოფხვრას ის საკითხები, რომლებიც გვერდის ჩატვირთვის დროს აფერხებს.

6.3. SEO On Page

საკვანძო სიტყვების ოპტიმიზაცია

SEO სააგენტო პასუხისმგებელია ვებ გვერდზე მოცემულ შემდეგ ელემენტებზე:

საკვანძო სიტყვების ოპტიმიზირება

- თითოეული გვერდი უნდა მოიცავდეს საკვანძო სიტყვების დაჯგუფებას და არა ერთ კონკრეტულ საკვანძო სიტყვას;
- გვერდზე არსებული ყველა SEO ელემენტი უნდა შეიცავდეს სამიზნე საკვანძო სიტყვებს;
- პირველი თვის განმავლობაში, SEO სააგენტო პასუხისმგებელი იქნება, განსაზღვროს 1000 საკვანძო სიტყვა მათი მნიშვნელობის მიხედვით. განსაზღვრული და შერჩეული საკვანძო სიტყვები უნდა იყოს მოკვლეული (tracked) ყოველთვიურად, საკვანძო სიტყვების მოკვლევის SEO ინსტრუმენტის გამოყენებით (keyword tracking SEO tool);
- მიზანია შერჩეული საკვანძო სიტყვებით Google-ის ძიების შედეგებში პირველ გვერდზე ადგილის დაკავება. აღნიშნული სიტყვები მოწოდებული იქნება საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაციის გუნდის მიერ.

URL

- მხოლოდ URL- ის დანახვით მომხმარებელს (და საძიებო სისტემას!) უნდა ჰქონდეს სწორი წარმოდგენა იმის შესახებ, თუ რას უნდა ელოდეს გვერდზე. საიტზე ყველა URL უნდა იყოს სტატიკური. იდეალურ შემთხვევაში, იმავე კატეგორიის URL-ს უნდა ჰქონდეს თანმიმდევრული ტაქსონომია იმავე კატეგორიის სხვა URL-ებთან. URL-ები არ უნდა შეიცავდეს საიდენტიფიკაციო ნომრებს ან კოდებს;
- URL-ში გამოყენებული უნდა იყოს მხოლოდ პატარა ასოები (ქვეყნის ენის კოდების ჩათვლით). URL არ უნდა შეიცავდეს სპეციალურ სიმბოლოებს. URL- ის ყველა სიტყვა უნდა იყოს დაკავშირებული დეფისით „-“;

- თითოეული URL-ის ბოლო ფოლდერი (end folder) უნდა ჰგავდეს H1-ს. მეტამონაცემები/METADATA ვებ-საიტის ყოველ 200 სტატუსის გვერდს (200 status page) უნდა ჰქონდეს ოპტიმიზირებული მეტამონაცემები (metadata), რომელიც იქნება უნიკალური.

როდესაც საიტზე შეიქმნება ახალი გვერდი, მეტა-მონაცემების ოპტიმიზაცია უნდა მოხდეს სატესტო გარემოში გვერდის გაშვებამდე.

მეტა-მონაცემები შედგება title tag-ის და მეტა აღწერილობისგან/meta description.

- Title tag - უმჯობესია იყოს 60 სიმბოლოზე ნაკლები (შედის სივრცეები). Title tag ოპტიმიზირებული უნდა იყოს გვერდის საკვანძო სიტყვების მიხედვით. თითოეული სათაურის ნიშანი უნდა დასრულდეს Georgia Travel-ით. მეტა-მონაცემებში თითოეული სიტყვა უნდა იწყებოდეს მთავრული ასოთი. Title tag უნდა იყოს დაწერილი ადგილად აღსაქმელ ენაზე;

- Meta Description- მეტა აღწერა, სივრცის ჩათვლით, არ უნდა აღემატებოდეს 160 სიმბოლოს. თითოეულ მეტა-მონაცემში აღწერილი უნდა იყოს, თუ რას შეეხება გვერდი და უნდა შეიცავდეს მინიმუმ 1 საკვანძო სიტყვას, რომელიც გამოიყენება იმავე გვერდის სათაურში. მეტა აღწერა უნდა მოიცავდეს მოწოდებას მოქმედებისკენ და ფოკუსირებული იყოს 2-3 სამიზნე საკვანძო სიტყვაზე.

Header Tags (H1 & other H Tags)

- H1 თეგის საკვანძო სიტყვების მიხედვით უნდა მოხდეს ოპტიმიზება. H1 თეგი უნდა იყოს სათაურის თეგის მსგავსი, ფოკუსირებული იმავე საკვანძო სიტყვების ნაკრებზე;

- სამიზნე საკვანძო სიტყვები შეყვანილი უნდა იყოს ყველა სხვა ქვესათაურში (subheadings). ეს უზრუნველყოფს გვერდის შესაბამისობას სამიზნე საკვანძო სიტყვებთან;

- თითოეულ გვერდს უნდა ჰქონდეს მინიმუმ H2 და H3 თეგები.

Image alt tags

-

ვებ-საიტის თითოეულ ფოტო-მასალას უნდა ჰქონდეს Alt ტექსტი, რომელიც აღწერს მოცემულ ფაილს;

- საკვანძო სიტყვების გადამეტებული გამოყენება არ არის რეკომენდირებული;

- საიტზე არსებულ ფოტო-მასალებს თითოეულ ენაზე ცალ-ცალკე უნდა გაეწეროს alt ტექსტები.

Video optimisation:

- საიტზე განთავსებულ ყველა ვიდეოს უნდა ჰქონდეს ტრანსკრიპცია, ოპტიმიზირებული სათაური და აღწერა;

- ყველა ვიდეო, ასევე, უნდა შეიცავდეს thumbnail-ს, რათა ძიების დროს უფრო მეტი ხილვადობა უზრუნველყოს.

Content Strategy & Briefing

SEO გუნდის პასუხისმგებელი იქნება ქონტენტის გუნდის მხარდაჭერაზე და ყოველთვიურად 4-6 თემით უზრუნველყოფაზე, რომლის მიხედვითაც უნდა შეიქმნას სტატიები. ეს მოიცავს დეტალურ შინაარსობრივ ბრიფს, SEO რეკომენდაციების სიას და გვერდზე არსებულ (on page) ელემენტებს (alt tags, metadata, internal linking, schema mark up, etc).

6.4. OFF PAGE

- SEO სააგენტო პასუხისმგებელია off-page SEO სტრატეგიის მართვაზე, ვებ-საიტის დომენის ავტორიტეტის შენარჩუნებასა და ორგანული რენკინგის გაუმჯობესებაზე;

- Off-page SEO- ს მიზანია backlink-ების მიღება როგორც ადგილობრივი, ასევე გლობალური საიტებიდან. სხვა ფაქტორებთან ერთად, Google ვებ გვერდის ავტორიტეტს, გარე backlinkების საფუძველზე აფასებს. ყველა ბმული არ არის ეფექტური, განსაკუთრებით თუ დაბალი რეიტინგის ვებ გვერდებიდან მოდის, რის გამოც მნიშვნელოვანია, გაიზარდოს ჯანსაღი backlink-ის რაოდენობა;

- ამჟამად დომენის ავტორიტეტის ქულა არის 50 (SemRush-ის მონაცემების მიხედვით). ჩვენი მიზანია ერთი წლის განმავლობაში ავტორიტეტის ქულის 60-მდე გაზრდა;

- ვებ-საიტისთვის მნიშვნელოვანია, გაიზარდოს მითითებული დომენების კატეგორიების წილი სამოგზაურო საიტებიდან, სასტუმროებიდან და სხვა ქართული თუ საზღვარგარეთ არსებული, ტურისტულ სექტორთან დაკავშირებული ვებ გვერდებიდან;

- თავდაპირველი პრიორიტეტია მივიღოთ backlink-ები იმ დომენებიდან, რომლებიც ამჟამად უკავშირდებიან georgia.travel-ის ადგილობრივ კონკურენტებს;

- SEO გუნდისგან ველით თვეში 5 საერთაშორისო და 5 ადგილობრივი backlink-ის მიღებას 30-ზე მაღალი დომენის ავტორიტეტით (SemRush-ის მონაცემების მიხედვით).

დამატებითი SEO ტაქტიკები:

- ტურიზმის ადმინისტრაციის კომუნიკაციის დეპარტამენტთან მუშაობა: ისეთი რეკომენდაციების მიწოდება, როგორიცაა: საიტების ორგანული რენკინგი, საკვანძო სიტყვების გამოყოფა და სხვა SEO მითითებები;

- პრესრელიზის ოპტიმიზაცია: შემოწმდეს, რომ პრესრელიზში მოცემული ბმულები შეიცავს "follow tag"-ს, არ არის გადამისამართებები და წამყვანი (anchor) ტექსტი აღწერს მთავარ სამიზნე სიტყვას და არა catchphrase-ს;

- გაწყვეტილი backlink-ები: ჩატარდეს ყველა გაწყვეტილი ბმულის ანალიზი და შემოწმდეს, რომ თუ გვერდი გაუქმდა ან გადამისამართდა, ვებ-საიტი მაინც ინარჩუნებს backlink-ს;

- Post link reclamation: მოხდეს georgia.travel-ის ონლაინ ხსენებების იდენტიფიცირება და გაკეთდეს ვებ-საიტის ბმულებზე მოთხოვნის გაგზავნა.

6.5. საერთაშორისო SEO - INTERNATIONAL SEO

საერთაშორისო SEO ეხმარება საძიებო სისტემებს, ადვილად განსაზღვრონ რომელია

სამიზნე ქვეყნები და რა ენებია გამოყენებული. ვინაიდან georgia.travel ვებ-საიტი სამენოვანია, მნიშვნელოვანია საერთაშორისო SEO სტრატეგიის შემუშავება.

- ვებ-საიტი უნდა იყენებდეს ქვედირექტორიის სტრუქტურას. იხილეთ ქვემოთ მოცემული მაგალითი:

o <https://georgia.travel/en-us> o <https://georgia.travel/ka-ge>

o <https://georgia.travel/ru-ru>

- თითოეული ენის URL უნდა იყოს ოპტიმიზირებული ბაზრის სპეციფიკური საკვანძო სიტყვებისთვის;
- Hreflang სტრატეგიის არსებობას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს საერთაშორისო SEO სტრატეგიისთვის. მოცემული ტაქტიკა გვხმარება, ამოვხსნათ ბაზრებს შორის კანიბალიზაცია (cross market cannibalization) და ასევე აცნობებს Google-ს რომელ ქვეყნებს მიეკუთვნება კონკრეტული გვერდები;
- Hreflang სტრატეგია უნდა განთავსდეს მთელ ვებ გვერდზე, რისთვისაც საჭიროა მისი შემუშავება და მუდმივი ტექნიკური მხარდაჭერა;
- Hreflang-ისთვის რეკომენდებულია HTML ტეგირების ტაქტიკა. აღნიშნული ტეგები გამოიყენება ცალკეულ გვერდებზე, რათა Google-ს შეატყობინოს ერთი გვერდის დაკავშირება სხვა ენაზე არსებულ იდენტურ გვერდთან.

Hreflang- ის იმპლემენტირების მითითებები:

- საიტზე თითოეულ გვერდს უნდა ჰქონდეს hreflang tag, რომელიც მასზე მიუთითებს;
- ყველა არსებული URL http/https პროტოკოლში უნდა იყოს გამოყენებული;
- თუ ორი გვერდი არ მიუთითებს ერთმანეთზე, ტეგები იგნორირებული იქნება;
- იმ ენებისთვის, სადაც არ არსებობს რელევანტური გვერდი, უნდა გამოიყენოთ ვებ-საიტის ინგლისური ვერსია, რომელიც იქნება default.

მაგალითი, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს HREFlang ტეგები ვებ გვერდზე:

<link rel="alternate" href="https://https://georgia.travel/en-us" hreflang="en-us"/>

<link rel="alternate" href="https://georgia.travel/ru-ru" hreflang="ru-ru"/>

<link rel="alternate" href="https://https://georgia.travel/ka-ge" hreflang="ka-ge"/>

<link rel="alternate" href="https://https://georgia.travel/en-us" hreflang="x-default"/>

- პროექტი უნდა დაიწყოს უშუალოდ ვებ-საიტის მიგრაციის შემდეგ;
- ვებ-საიტის ყოველი ახალი გვერდის გაშვების შემდეგ, Hreflang-ის ტეგირება დაუყოვნებლივ უნდა განხორციელდეს ზემოთ აღწერილი მითითებების შესაბამისად;
- Hreflang-ის ასახვის მონიტორინგი მკაცრად უნდა განხორციელდეს და ნებისმიერი პრობლემის წარმოქმნის შემთხვევაში უნდა გადაწყდეს დაუყოვნებლივ.

6.6. SEO მოხსენებები

SEO სააგენტო პასუხისმგებელი იქნება განსაზღვრული საზომებით მოამზადოს ყოველთვიურ ანგარიში და KPI-ებით მოიცავდეს შემდეგ მაჩვენებლებს:

- Organic traffic performance MoM (Month on Month)
- Organic traffic performance YoY (Year on Year)
- Organic Bounce rate on-site
- Time on site
- Site conversions (conversion metric will be defined in advance)
- Avg. Session duration
- Organic Traffic by countries
- Organic keyword performance on a monthly basis.
- Domain authority

SEO სააგენტო, ასევე, ვალდებულია უზრუნველყოს ყოველთვიურად შესრულებული დავალებების შეჯამება ისევე, როგორც მასთან ერთად შესრულებული სამუშაოს მტკიცებულებები.

7. კონტენტის ცხრილი

აღწერა	თემატიკა (EN)	თემატიკა (GE)	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)	ფაზა 1 (3 თვე)	ფაზა 2 (4 თვე)	ფაზა 3 (5 თვე)
	Why Georgia	რატომ საქართველო				სტატიების რაოდენობა		
აღნიშნული გვერდი შეიცავს ტურისტისთვის შესაბამისი თემატიკის მნიშვნელოვან და მარშრუტულ ინფორმაციას საქართველოს შესახებ.	Why Georgia - Geography of Georgia	რატომ საქართველო - საქართველოს გეოგრაფია	1	300	500	1		
	Why Georgia - Reasons to Travel to Georgia	რატომ საქართველო - საქართველოში მოგზაურობის მიზეზები	1	200	300	1		
	Why Georgia - Seasonality	რატომ საქართველო - სეზონურობა	1	200	300	1		
	Why Georgia - Stats	რატომ საქართველო - სტატისტიკა	1	300	400	1		
	Why Georgia - Main Cities	რატომ საქართველო - მთავარი ქალაქები	1	300	500	1		
	Why Georgia - Georgian Culture	რატომ საქართველო - ქართული კულტურა	1	300	500	1		
	Why Georgia - History	რატომ საქართველო - ისტორია	1	300	500	1		
	Why Georgia - Nature	რატომ საქართველო - ბუნება	1	300	500	1		
	Why Georgia - Cradle of Wine	რატომ საქართველო - ღვინის აკვანი	1	300	500	1		
	Why Georgia - Delicious Food	რატომ საქართველო - უგემურიღების სამზარეულო	1	300	500	1		
	Why Georgia - Adventures	რატომ საქართველო - თავგადასავლები	1	300	500	1		
	Why Georgia - World Heritage	რატომ საქართველო - მსოფლიო მემკვიდრეობა	1	300	500		1	
	Why Georgia - Unique Alphabet	რატომ საქართველო - უნიკალური ანბანი	1	300	500		1	
	Why Georgia - Unique Folklore	რატომ საქართველო - უნიკალური ფოლკლორი	1	300	500		1	
	Why Georgia - Literature	რატომ საქართველო - ლიტერატურა	1	300	500		1	
	Why Georgia - Dance	რატომ საქართველო - დეცა	1	300	500		1	
	Why Georgia - Highest Settlement in Europe	რატომ საქართველო - ევროპის ყველაზე მაღალი დასახლებული პუნქტი	1	300	500		1	
	Why Georgia - First European civilization	რატომ საქართველო - პირველი ევროპული ცივილიზაცია	1	300	500		1	
	Why Georgia - Beaches	რატომ საქართველო - პლაჟები	1	300	500		1	
	Copies and descriptions	ტექსტური ჩანაწერები და აღწერები	-	1000	1200	*		
	TOTAL		19	6500	10200			
	Destinatons	ადგილმდებარეობები						
აღწერა	Regions	თემატიკა (GE)	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
თითოეული რეგიონის გვერდი სასურველია შეიცავდეს შემდეგი ტიპის ინფორმაციას: - ზოგადი ინფორმაცია რეგიონის შესახებ - პოპულარული ქალაქების/ადგილების/მდებარეობების ბოლოც ადწერა - რეგიონის ისტორიულ-კულტურული მნიშვნელობა ქვეყნისთვის, ამირკაცების რეგიონისა და ევროპისთვის - გამოჩენილი კულტურული მემკვიდრეობა, არქიტექტურა, ღრესანამშაობები - რეგიონისთვის დამახასიათებელი სულების და კლიშტის აღწერა - რეგიონის კულომარბის გამოჩენილი თვისებების და კერბების აღწერა - პოპულარული აქტივობების ბოლოც აღწერა	Abkhazia	აფხაზეთი	1	200	400	1		
	Adjara	აჭარა	1	200	400	1		
	Guria	გურია	1	200	400	1		
	Imereti	იმერეთი	1	200	400	1		
	Kakheti	კახეთი	1	200	400	1		
	Kvemo Kartli	ქვემო ქართლი	1	200	400	1		
	Mtskheta-Mtianeti	მცხეთა-მთიანეთი	1	200	400	1		
	Racha-Lechkhumi	რაჭა-ლეჩხუმი	1	200	400	1		
	Samegrelo	სამეგრელო	1	200	400	1		
	Samtskhe-Javakheti	სამცხე-ჯავახეთი	1	200	400	1		
	Shida Kartli	შიდა ქართლი	1	200	400	1		
	Svaneti	სვანეთი	1	200	400	1		
	Tbilisi	თბილისი	1	200	400	1		
	Copies and descriptions	ტექსტური ჩანაწერები და აღწერები	-	3000	3500	*		
	TOTAL		13	5600	8700			
	Destinatons	ადგილმდებარეობები						
აღწერა	Cities/Towns/Villages/Resorts	ქალაქები/სოფლები/კურორტები	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
თითოეული ადგილმდებარეობის ობიექტის გვერდი სასურველია შეიცავდეს შემდეგი ტიპის ინფორმაციას: - ზოგადი ინფორმაცია ადგილმდებარეობის შესახებ - ადგილმდებარეობის გამოჩენილი ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობა, არქიტექტურა, ღრესანამშაობები - ადგილმდებარეობის კურობის/სულების ბოლოც აღწერა/მნიშვნელობა - პოპულარული აქტივობების ბოლოც აღწერა	Cities, Towns, Villages & Resorts in Adjara	აჭარის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	19	150	250	4	7	8
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Guria	გურიის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	10	150	250	4	3	3
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Imereti	იმერეთის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	17	150	250	5	5	7
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Kakheti	კახეთის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	7	150	250	5		2
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Kvemo Kartli	ქვემო ქალაქები, სოფლები & კურორტები	10	150	250	5	3	2
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Mtskheta-Mtianeti	მცხეთა-მთიანეთის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	11	150	250	4	4	3
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Racha-Lechkhumi	რაჭა-ლეჩხუმის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	13	150	250	5	4	4
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Samegrelo	სამეგრელოს ქალაქები, სოფლები & კურორტები	13	150	250	5	4	4
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Samtskhe-Javakheti	სამცხე-ჯავახეთის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	10	150	250	4	3	3
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Shida Kartli	შიდა ქართლის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	9	150	250	4	3	2
	Cities, Towns, Villages & Resorts in Svaneti	სვანეთის ქალაქები, სოფლები & კურორტები	8	150	250	4	2	2
	Tbilisi and surroundings	თბილისი და შემოგარენი	2	150	250	2		
	Copies and descriptions for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	1000	1200	*		
	TOTAL		129	20350	33450			
	Attractions	სანახაობები						
აღწერა	Arts and Culture	ხელოვნება და კულტურა	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
აღნიშნული გვერდი შეიცავს ხელოვნებისა და კულტურის ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის ბოლოც აღწერას.								
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ბირთვად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორც არის ზოგადი აღწერა, მნიშვნელობის ისტორია, უნიკალურობა, საინტერესო ფაქტები და ა.შ.	Architecture	არქიტექტურა	36	80	150	10	10	16
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ბირთვად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორც არის ზოგადი აღწერა, გალერეის შემთხვევები - მუდმივი და შესაბამისი, წარწერაში ჩატარებული გამააკუორებული მნიშვნელობის დროებითი გამოფენები, ცხოველი და მხოლოდ მნიშვნელობა ხელოვნების დარგში, ცნობილი ხელოვნების ნამუშევრები და ა.შ.	Art	ხელოვნება	15	80	150	5	5	5

აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, შექმნის ისტორია, წინა წლებში ჩატარებული ფესტივალის საინტერესო ფაქტები და მიზნები, პიპულარული მონაცემები და ა.შ.	Festivals	ფესტივალები	61	80	150	15	20	26
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორია, მუზეუმების ჩამონათვალი, არტეფაქტების რაოდენობა, გამოჩენილი არტეფაქტები და ა.შ.	Museums	მუზეუმები	115	80	150	30	30	55
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორია, გამოჩენილი სპექტაკლები, რეჟისორები, მსახიობები, გრძელვადიანი მნიშვნელობა და ა.შ.	Theatre & Shows	თეატრები და შოუები	28	80	150	12	8	8
	Copies and descriptions for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	1000	1200	*		
	TOTAL		255	21400	39450			
Attractions			სანახაობები					
აღწერა	Cultural Monuments	კულტურული ძეგლები	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
აღნიშნული გვერდი შეიცავს კულტურული ძეგლების ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.								
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორია, არქეოლოგიური გათხრების შედეგები და ა.შ.	Archeological Sites	არქეოლოგიური ძეგლები	48	80	150	12	15	21
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორია, გამოჩენილი არქიტექტურის თვალსაზრისით და ა.შ.	Fortresses	ციხე-სიმაგრეები	61	80	150	20	15	26
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორიული, არქიტექტურული, კულტურული და სხვა რელიგიური მნიშვნელობა და ა.შ.	Historic Sites	ისტორიული ძეგლები	13	80	150	13		
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, მშენებლობის ისტორია და წლები, არქიტექტურული, კულტურული და სხვა რელიგიური მნიშვნელობა და ა.შ.	Holy Sites	წმინდა ადგილები	163	80	150	30	50	83
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	1000	1200	*		
	TOTAL		285	23800	43950			
Attractions			სანახაობები					
აღწერა	Food and Wine	სამზარეულო და ღვინო	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
აღნიშნული გვერდი შეიცავს ქართული სამზარეულოს და ღვინის კულტურის ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.								
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის კერძის მთავარი ინგრედიენტები, შესაძლია, კუთხე, თუ რომელსაც მიეკუთვნება, დამზადების პროცესის საფეხები და სხვა უნიკალურობა და ა.შ.	Georgian Cuisine	ქართული სამზარეულო	30	400	600	12	8	10
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის პროდუქტის დამზადების პროცესის საფეხები და სხვა უნიკალურობა; შესაძლია, კუთხე, თუ რომელსაც მიეკუთვნება და ა.შ.	Georgian Products	ქართული პროდუქტები	15	100	150			15
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორია, სხვა ქვეყნების მშვენიერი ტრადიციებისგან განსხვავება, უნიკალურობა და ა.შ.	Georgian Traditions	ქართული ტრადიციები	4	250	350	4		

აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ჭურჭლის ჯეშის ან ღვინის სახეობის უნიკალურობა, მზარე, სხვა ქვეკატეგორიის მსგავსი გეოგრაფიკული/კულტურული განსხვავება და ა.შ.	Wine / Grape Variety	ღვინო / ვენახის სახეობა	6	400	600	6		
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი წარმოადგენს საქართველოს რეგიონში განთავსებულ მარნებს, მათ ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, ჭურჭლის ჯეშის, ღვინის წარმოების ფილოსოფიას და ა.შ.	Wine Tasting	მარნები	14	400	600		7	7
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	1500	2000	*		
	TOTAL		69	24000	35650			
	Attractions	სანახაობები						
აღწერა	Health and Wellness	გამაჯანსაღებელი პროცედურები	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს გამაჯანსაღებელი დაწესებულებების / კურორტების ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.							
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის, აბანოები, სპები და ა.შ.	Spas & Baths	სპა & აბანოები	8	80	150			8
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი ცენტრები და ა.შ.	Wellness Resorts	გამაჯანსაღებელი კურორტები	14	80	150			14
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	400	600	*		
	TOTAL		22	2160	3900			
აღწერა	Family Attractions	საოჯახო სანახაობები	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს საოჯახო სანახაობების ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში.							
აღნიშნული კატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, სეზონისთვის გასართობების ჩამონათვალი დასამ მიმთხილეთ და ა.შ.	Family Attractions	საოჯახო სანახაობები	37	80	150	6	6	25
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	300	500	*		
	TOTAL		37	3260	6050			
	Attractions	სანახაობები						
აღწერა	City Breaks	ქალაქური ცხოვრება	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ქალაქის სანახაობების ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.							
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, უბნის გამოჩენილი კულტურის, არქიტექტურის, ბუნებისა დასამ აქტივობების თვალსაზრისით და ა.შ.	Neighbourhoods	უბნები	12	300	500			12
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, მნიშვნელობა ქრთული და მდილი მასშტაბით, რეგულაციები პოპულარული მდილი საშუალებების სტატუსზე საქართველოს დასის გართობასთან დაკავშირებით და ა.შ.	Fine Dining, Drinking & Nightlife	ღამის ცხოვრება	20	300	500			20
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, ისტორია, გამოჩენილი კულტურის, არქიტექტურის, ბუნებისა დასამ აქტივობების თვალსაზრისით და ა.შ.	Parks & Gardens	პარკები & ბაღები	9	100	200			9
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	800	1000	*		
	TOTAL		41	11300	18800			
	Attractions	სანახაობები						
აღწერა	Shopping	შოპინგი	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს შოპინგის ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ძირითად და გამოჩენულ დამახასიათებლებს, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.							
	Flea Markets	ძველანაირების ბაზრობა	6	100	200			6

აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს.	Malls	სავაჭრო ცენტრები	14	100	200			14	
	Markets	ბაზრობები	8	100	200			8	
	Shopping Districts	საშოპინგო უბნები	5	100	200			5	
	Souvenir Shops	სასუვენურო მაღაზიები	13	100	200			13	
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	800	1000	*			
	TOTAL		46	5400	10200				
	Nature & Adventures	ბუნება და თავგადასავლები							
აღწერა	Nature	ბუნება	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)				
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ბუნების ზოგად აღწერას და მნიშვნელობას საქართველოში, ძირითად და გამოჩრეულ დამახასიათებლებს, მრავალფეროვნებასა და უნიკალურობას, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.								
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, უნიკალურობა, ექსკურსიების შესაძლებლობა, აქტივობები და ა.შ.	Caves	გამოქვაბულები	21	80	150	7	7	7	
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, უნიკალურობა, აქტივობები და ა.შ.	Lakes	ტბები	61	80	150	20	20	21	
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, უნიკალურობა, სეზონურობა, აქტივობები და ა.შ.	Mountains	მთები	32	80	150	10	11	11	
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, უნიკალურობა, ადგილობრივი ფლორა და ფაუნა, აქტივობები და ა.შ.	National Parks	ეროვნული პარკები	36	80	150	12	12	12	
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, როგორიც არის ზოგადი აღწერა, უნიკალურობა, აქტივობები და ა.შ.	Waterfalls	ჩანჩქერები	39	80	150	13	13	13	
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	1200	1500	*			
	TOTAL		189	16320	29850				
	Nature & Adventures	ბუნება და თავგადასავალი							
აღწერა	Summer Adventures	საზაფხულო თავგადასავლები	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)				
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს საზაფხულო გამოცდილებების/აქტივობების ზოგად აღწერას, ძირითად და გამოჩრეულ დამახასიათებლებს, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.								
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, სხვადასხვა აქტივობის სახეობები საქართველოში და ა.შ.	Birdwatching	ფრინველებზე დაკვირვება	11	100	200			11	
	Camping	კემპინგი	51	100	200	17	17	17	
	Canyoning	კანიონინგი	9	100	200			9	
	Caving	ქეივინგი	14	100	200			14	
	Climbing	მთამსვლელობა	33	100	200	11	11	11	
	Cycling	ველოსპორტი	37	100	200	10	13	14	
	Fishing	თევზაობა	17	100	200			17	
	Hiking	პაიკინგი	75	100	200	25	25	25	
	Horse Riding	ჯოშადობა	26	100	200			26	
	Off-Road Driving	ოფროუდი	12	100	200			12	
	Paragliding	პარაგლაიდინგი	7	100	200			7	
	Swimming	ცურვა	10	100	200			10	
	Water Sports	წყლის სპორტი	23	100	200			12	11
	Zip Lining	ზიპ ლაინი	10	100	200			10	
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	2800	3400	*			
	TOTAL		335	36300	70400				
	Nature & Adventures	ბუნება და თავგადასავლები							

აღწერა	Winter Adventures	საზამთრო თავგადასავლები	სტატიების რაოდენობა	სიტყვები (ჩინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს საზამთრო გამოცდილებების/აქტივობების ზოგად აღწერას, ძირითად და გამორჩეულ დამახასიათებლებს, ასევე ამავე კატეგორიის თითოეული ქვეკატეგორიის მოკლე აღწერას.							
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, აქტივობის სახეობის განმარტებები, თვისებები საქართველოში და, შესაძლოა, უნიკალურობა და ა.შ.	Ski and Snowboard	თხილამურები და სნოუბორდი	22	150	250			22
აღნიშნული ქვეკატეგორიის თითოეული ობიექტის გვერდი შეიცავს მის ძირითად და მნიშვნელოვან დამახასიათებლებს, აქტივობის სახეობის განმარტებები, თვისებები საქართველოში და, შესაძლოა, უნიკალურობა და ა.შ.	Winter Activities	ზამთრის აქტივობები	6	150	250			6
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	600	800	*		
	TOTAL		28	4800	7800			
Useful Info		სასარგებლო ინფორმაცია						
აღწერა	Coming to Georgia	საქართველოში ვიზიტი		სიტყვები (ჩინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ტურისტებისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას საქართველოში ჩამოსვლისათვის.							
საქართველოში შემოსვლის პირობები ქვეყნების მიხედვით.	Visas	ვიზები	1	300	400	1		
ზოგადი ინფორმაცია ქართულ ვალუტაზე და გადასურდადების პერსონაზე.	Currency	ვალუტა	1	50	80	1		
საქართველოში სასტუმროების დონის მრავალფეროვნებასა და უსაფრთხოების შესახებ.	Accomodation	გამაჯობა	1	100	200	1		
საქართველოში ჩამოსვლის ოპტიმალური გზები მხოლოდ სხვადასხვა კუთხიდან.	Travel Times and Distance	მგზავრობის დრო და მანძილი	1	400	600	1		
სასწრაფო სამედიცინო დახმარების საკონტაქტო ინფორმაცია: დეტალები სამედიცინო დაზღვევაზე ტურისტებისთვის.	Medical Information	სამედიცინო ინფორმაცია	1	150	250	1		
განახლებული ინფორმაცია საქართველოში კოვიდ-სიტუაციის შესახებ.	COVID-19	COVID-19	1	400	600	1		
სატელეფონო ოპერატორების და ინტერნეტ პროვაიდერების სია და მათი საიტის მზღვლები, ასევე საქართველოს ფოსტის გვერდის მზღვლი, უფასო Wi-Fi-ს წერტილები.	Phone, Post & Internet	ტელეფონი, ფოსტა & ინტერნეტი	1	150	250	1		

სხვადასხვა სტრუქტურების ზოგადი გრაფიკი.	Opening Hours	სამუშაო საათები	1	50	80	1		
ეროვნული დღესასწაულების სია.	Holidays & Off Days	დღესასწაულები და უქმე დღეები	1	200	300	1		
ინფორმაცია საქართველოში უსაფრთხოებაზე და კრიმინალის მარცხვლევზე.	Safety	უსაფრთხოება	1	150	250	1		
საელჩოების სია და საკონტაქტო ინფორმაცია.	Embassies	საელჩოები	1	400	600	1		
ტურისტული საინფორმაციო ცენტრების სია, მისამართები და საკონტაქტო ინფორმაცია.	Tourism Information Centres	ტურისტული საინფორმაციო ცენტრები	1	400	600	1		
საქართველოს მოსახლეობასთან საკონტაქტო რჩევები.	Language	ენა	1	100	200	1		
ზურდის დატოვების კულტურა საქართველოში	Tipping	Tipping	1	100	150	1		
ვოლტაჟი და დენში შესაერთებელი კაბელების ნაირსახეობები/დადატოვრები	Electricity	ელექტროობა	1	50	80	1		
გამოსადეგი ფრაზების სია.	Useful Vocabulary	გამოსადეგი ფრაზები	1	250	350	1		

აეროპორტების სია და საკონტაქტო ინფორმაცია ქალაქების მიხედვით.	Airports	აეროპორტები	1	150	250	1		
გამოსადგი ინფორმაცია შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის.	For Special Needs	შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის	1	150	250	1		
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	1100	1400	*		
	TOTAL		18	4650	6990			
	Useful Info	სასარგებლო ინფორმაცია						
აღწერა	Getting Around	საქართველოში გადაადგილება		ხიტევები (მიწ)	ხიტევები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ტურისტებისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას საქართველოში გადაადგილებისათვის.							
	Regional Transport							
ატელური ზოგადი ინფორმაცია რკინიგზის გადანაწილზე საქართველოში და გადამსასარიება ტრანსპორტის გვერდზე.	Trains	მატარებლები	1	150	300			1
ატელური ზოგადი ინფორმაცია ავტობუსებსა და სამარშრუტო ტაქსებზე საქართველოში და გადამსასარიება ტრანსპორტის გვერდზე.	Bus & Minivans	ავტობუსი და მიკროავტობუსები	1	150	300			1
ატელური ზოგადი ინფორმაცია შიდა ფრენებზე საქართველოში და გადამსასარიება ტრანსპორტის გვერდზე.	Domestic Flights	შიდა ფრენები	1	150	300			1
ატელური ზოგადი ინფორმაცია ტაქსის სერვისზე საქართველოში.	Taxis	ტაქსი	1	300	400			1
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	400	600	*		
	TOTAL		4	1150	1900			
	Local Transport	ლოკალური ტრანსპორტი						
	Metro	მეტრო	1	100	200	1		
ატელური ზოგადი ინფორმაცია და თბლისის მეტროს რევა-ქალქის შიდა ავტობუსებისა და სამარშრუტო ტაქსების ატელური სია და მომართულვა (ქალაქების მიხედვით). ატელური ზოგადი ინფორმაცია ტაქსის სერვისზე საქართველოში რეგიონების მიხედვით, ილთან გამოახების საშუალება. ატელური ინფორმაცია ელექტრო სკუტერების გაქირავების სერვისზე ქალაქების მიხედვით. ატელური ინფორმაცია ველოსიპედების ქირაობასთან დაკავშირებით ქალაქების მიხედვით.	Bus	ავტობუსი	3	150	250	3		
	Taxi	ტაქსი	3	150	250	3		
	Scroll (Electric Scooter)	Scroll (ელექტრო სკუტერები)	3	150	250	3		
	Public Bicycles	ველოსიპედის ქირაობა	3	150	250	3		
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	150	700	*		
	TOTAL		13	2100	3950			
აღწერა	Weather & Climate	ამინდი და კლიმატი		ხიტევები (მიწ)	ხიტევები (მაქს)			
აღნიშნული გვერდი შეიცავს ტურისტებისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას საქართველოს კლიმატისა და ამინდის სპეციფიკაზე.								

ამინდისა და ტემპერატურის სხვაობა და ატმოსფეროს რამდენიმე მაგალითი/რჩევა სეზონის და შესაძლოა, რეგიონების მიხედვით.	Weather and Seasonality	ამინდი და სეზონურობა	1	150	250	1		
აღწერა	Rental & Custom Transport	ტრანსპორტის ქირაობა		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ტურისტებისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას საქართველოში ტრანსპორტის ქირაობის შესახებ.							
ატმოსფერული ინფორმაცია მანქანის ქირაობასთან დაკავშირებით ქალაქების მიხედვით.	Rental Cars	მანქანების ქირაობა	1	150	250			1
ატმოსფერული ინფორმაცია მტკიცე სატვირთოების ქირაობასთან დაკავშირებით ქალაქების მიხედვით.	Motorcycle Rental	მტკიცე სატვირთოების ქირაობა	1	150	250			1
	Cycling	ველოსპორტი	1	150	250			1
	Custom Transport	კერძო ტრანსპორტი	1	150	20			1
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	300	500	*		
	TOTAL		4	900	1500			
აღწერა	Press and Media	პრესა და მედია		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	Press and Media	პრესა და მედია	1	400	500	1		
აღწერა	Get Inspired (Blog)	ბლოგი		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ბლოგ სტატიებს, მაგ. "ტოპ 5 სანახაობა თბილისში", "საუკეთესო მარნები კახეთში", "ვევლაზე პოპულარული ქართული კერძები" და ა.შ.							
	Blogs	ბლოგები	50	400	600	15	15	20
	TOTAL		50	20000	30000			
აღწერა	Popular Plans	პოპულარული ტურები		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	აღნიშნული გვერდი შეიცავს ბლოგ სტატიებს, მაგ. "ტოპ 5 სანახაობა თბილისში", "საუკეთესო მარნები კახეთში", "ვევლაზე პოპულარული ქართული კერძები" და ა.შ.							
	Ittineraries	მარშრუტები	36	300	400	15	10	11
	Copies for the main and subpages	ტექსტური ჩანაწერები მთავარი და შიდა გვერდებისთვის	-	300	500	*		
	TOTAL		36	11100	14900			
აღწერა	Privacy Policy	კონფიდენციალურობის პოლიტიკა		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	Privacy Policy	კონფიდენციალურობის პოლიტიკა	1	800	1200			1
აღწერა	Cookie Policy	ჭკნა ჩანაწერების პოლიტიკა		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	Cookie Policy		1	800	1200			1
აღწერა	Terms of Use	გამოყენების პირობები		სიტყვები (მინ)	სიტყვები (მაქს)			
	Terms of Use		1	500	1000			1
	TOTAL		1598	223740	381690	438	445	715