

The Contrarian Consultant



ടിനി ഫിലിപ്പ്

ഇന്ത്യയിലും ജി.സി.സി രാഷ്ട്രങ്ങളിലുമായി സ്ഥായിയായ ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിൽ സംരംഭകരുമായി ചേർന്ന് പ്രവർത്തിക്കുന്ന ബിസിനസ് അഡ്വൈസറാണ് ലേഖകൻ. 1992ൽ IIM(L) ൽ നിന്ന് PGDM എടുത്തതിനുശേഷം ബിസിനസ് അഡ്വൈസറായി പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ച അദ്ദേഹം റിസൾട്ട്സ് കൺസൾട്ടിംഗ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് ഓഫീസറാണ്. email: tinyphilip@gmail.com, website: www.we-deliver-results.com

മാർക്കറ്റിംഗ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളിലും ബന്ധങ്ങളിലും ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കാം

ബിസിനസ് വിജയത്തിന് ആവശ്യമായ മാർക്കറ്റിംഗ് രീതി ഏതെന്ന് മനസ്സിലാക്കാം

പല സംരംഭകരും സാധാരണയായി രണ്ടുതരം ബിസിനസുകളുണ്ടെന്ന് വിശ്വസിക്കുന്നു. ഉൽപ്പന്ന അധിഷ്ഠിത ബിസിനസുകളും (product oriented businesses) ബന്ധങ്ങൾ അധിഷ്ഠിതമായ ബിസിനസുകളും (relationship oriented businesses).

എന്താണ് ഈ പ്രയോഗങ്ങൾ കൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്? ഒരു ഉപഭോക്താവിന്റെ കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്നുകൊണ്ട് ഇവയെ വിശദമാക്കാം. അടിസ്ഥാനപരമായി രണ്ടുതരത്തിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളുണ്ടെന്ന് മിക്കവാറും കരുതുന്നു. ഉൽപ്പന്നം വാങ്ങുകയും അതിന്റെ

ഗുണത്തിലും വിലയിലും മാത്രം ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന തരം ഉപഭോക്താവ്.

മറ്റൊരു തരം ഉപഭോക്താവാകട്ടെ, ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾക്കും വിലയ്ക്കും ഉപരി ദീർഘകാല ബന്ധങ്ങളുടെ പേരിൽ ഉൽപ്പന്നം വാങ്ങുന്നവർ.

- ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് മുൻഗണന നൽകുന്ന ഉപഭോക്താക്കൾക്കായി രൂപപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്ന ബിസിനസ് (ഉൽപ്പന്ന അധിഷ്ഠിത ബിസിനസ്). ബന്ധങ്ങൾക്ക് മുൻഗണന നൽകുന്നവോൾ ഉപഭോക്താക്കളെ അകറ്റിനിർ



ബന്ധം അധിഷ്ഠിതമായ ഉപഭോക്താക്കളെ അവഗണിക്കുകയും ഉൽപ്പന്നം അധിഷ്ഠിതമായ ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് പല വൻകിട ബിസിനസുകളും ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് വിപണിയിൽ ഇന്ന് കാണാനാവുക. ചില വൻകിട ബിസിനസുകൾ രണ്ടു വിഭാഗങ്ങളെയും ഉപയോഗപ്പെടുത്താൻ ശ്രമിക്കുന്നുണ്ട്.

ഒരേസമയം രണ്ടു ലക്ഷ്യം

പല ചെറുകിട ബിസിനസുകളും വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ (ഉടമ നേരിട്ട് തന്നെ) നൽകിക്കൊണ്ട് ബന്ധം അധിഷ്ഠിതമായ ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിച്ചിരിക്കുന്നതും കാണാനാകും. ഉൽപ്പന്ന അധിഷ്ഠിതമായ ബിസിനസുകളിൽ നിന്ന് വിഭിന്നമായി അതിന് ചെറിയൊരു പ്രീമിയം ഇവർ ഈടാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. എന്നിരുന്നാലും ചെറുകിട ബിസിനസുകൾ വളരുമ്പോൾ ഈ രണ്ടിനും ഇടയിൽ കൂടുങ്ങിപ്പോകുകയാണ് പതിവ്.

ചെറു സ്ഥാപനമായിരിക്കുമ്പോൾ നൽകിയിരുന്ന വ്യക്തിഗത സേവനങ്ങൾ നൽകാനാവാതെ പോകുകയും ഫീച്ചറുകളും വിലയും നോക്കിയുള്ള വിൽപ്പനയ്ക്ക് ആവശ്യമായ വലിപ്പം ഇല്ലാതെ പോകുകയും ചെയ്യുന്നതു കൊണ്ടാണിത്. മിക്ക ബിസിനസുകൾക്കും ഒരേസമയം തന്നെ ഉൽപ്പന്ന അധിഷ്ഠിത ഉപഭോക്താക്കളെയും ബന്ധ അധിഷ്ഠിത ഉപഭോക്താക്കളെയും ലക്ഷ്യം വെയ്ക്കാനാകുമെന്നാണ് എന്റെ വിശ്വാസം.

ഉൽപ്പന്ന കേന്ദ്രീകൃതമായ മാർക്കറ്റിംഗിനൊപ്പം ബന്ധം കൂടി ചേരുമ്പോൾ അപരാജിതമായ സംരംഭമായി വളരാനാകും

ത്തും. അതുപോലെ ബന്ധങ്ങൾക്ക് മുൻഗണന നൽകുന്ന ഉപഭോക്താക്കളുവേണ്ടി രൂപകൽപ്പന ചെയ്തിരിക്കുന്ന ബിസിനസ് (ബന്ധങ്ങൾ അധിഷ്ഠിതമായത്) ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് മുൻഗണന നൽകുന്ന ഉപഭോക്താക്കളെയും അകറ്റും.

- ഒരു ഉൽപ്പന്ന അധിഷ്ഠിത ബിസിനസ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾക്കും വിലയ്ക്കും പ്രാധാന്യം നൽകുമ്പോൾ ബന്ധങ്ങൾ അധിഷ്ഠിത ബിസിനസ് ടോട്ടൽ സൊല്യൂഷൻ എന്ന നിലയിലാണ് പ്രവർത്തിക്കുക.

- ഒരു ഉൽപ്പന്ന അധിഷ്ഠിത ബിസിനസിൽ ഇടപാടുകളിലെ മുല്യുതെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുമ്പോൾ ബന്ധങ്ങൾ അധിഷ്ഠിത ബിസിനസിൽ ബന്ധങ്ങളിലെ മുല്യുതെ (ആജീവനാന്ത മുല്യു) പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു.

വൻകിട ബിസിനസുകളെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ സവിശേഷതകളുടെയും വിലയുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഉൽപ്പന്ന കേന്ദ്രീകൃത ഉപഭോക്താവിഭാഗത്തിന് മുൻതൂക്കമുണ്ട്. ചെറുകിട ബിസിനസുകളിൽ ഉപഭോക്താക്കളുമായി അടുപ്പം സൂക്ഷിക്കുന്നതിലൂടെയാണ് നേട്ടമുണ്ടാക്കാനാകുക.

സംരംഭകന് വ്യക്തിബന്ധങ്ങൾ സൂക്ഷിക്കാനാകുന്നതിനും അപ്പുറത്തേക്ക് ബിസിനസ് വളരുമ്പോൾ ഉപഭോക്താക്കളുമായുള്ള ബന്ധം കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനായി ഒരു മാർക്കറ്റിംഗ് ടീമിനെ കെട്ടിപ്പടുക്കുന്നതിൽ നിക്ഷേപം നടത്തേണ്ടതുണ്ട്.

നിരന്തര ആശയവിനിമയം

ഉപഭോക്താവിൽ നിന്നുള്ള അന്വേഷണങ്ങൾ അറിഞ്ഞ് അവരുമായി നിരന്തരം ആശയവിനിമയം നടത്തി മാർക്കറ്റിംഗ് ടീം ബന്ധം നിലനിർത്തും. ഉപഭോക്താവിൽ നിന്നുള്ള അന്വേഷണങ്ങൾ പ്രധാനമായും ഡിജിറ്റൽ മാർക്കറ്റിംഗ് വഴിയാണ് ലഭിക്കുക. കാരണം, ഇതിലൂടെ ഉപഭോക്താവിന് സ്ഥാപനവുമായി ബന്ധപ്പെടാൻ എളുപ്പമാണ്. ബിസിനസ് വളരുന്നതിനനുസരിച്ച് ബന്ധങ്ങൾ കാത്തുസൂക്ഷിക്കുന്നതിനൊപ്പം മികച്ച ഫീച്ചറുകളും വിലയും കൂടി നൽകാനാവും. ഉൽപ്പന്ന കേന്ദ്രീകൃതമായ മാർക്കറ്റിംഗിനൊപ്പം ബന്ധം കൂടി ചേരുമ്പോൾ അപരാജിതമായ സംരംഭമായി വളരാനാകും. അതുകൊണ്ട് ഒരേസമയം ഉൽപ്പന്ന-ബന്ധ കേന്ദ്രീകൃതങ്ങളായ മാർക്കറ്റിംഗ് നടത്തുന്ന ബിസിനസിന് ഒരു തരത്തിലുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് മാത്രം നടത്തുന്ന ബിസിനസുകളേക്കാൾ വിജയസാധ്യത കൂടുതലാണ്. ■