

THE CONTRARIAN CONSULTANT



ടിനി ഫിലിപ്പ്

ബിസിനസ് മെച്ചപ്പെടുത്താൻ മാർക്കറ്റ് സെഗ്മെന്റേഷൻ

ബിസിനസ്സിൽ വിൽപ്പനയും ലാഭവും ഉയർത്താൻ പഠിക്കുകയാണിത് ഈ ടൂൾ

മിക്ക സംരംഭകരും അവരുടെ ഉൽപ്പന്നം അല്ലെങ്കിൽ സേവനം ശരിയായി മാർക്കറ്റ് ചെയ്യുന്നില്ല എന്നാണ് എനിക്ക് മനസ്സിലാക്കാതായിട്ടുള്ളത്.

മാർക്കറ്റിംഗിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ടൂളാണ് മാർക്കറ്റ് സെഗ്മെന്റേഷൻ എന്ന് മിക്ക സംരംഭകരും തിരിച്ചറിയുന്നില്ല എന്നതാണ് ഇതിനു കാരണം. അതുകൊണ്ട് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന പല സംരംഭകരും ബിസിനസ്സിൽ മാർക്കറ്റ് സെഗ്മെന്റേഷൻ എന്തെന്ന് എന്തെന്ന് ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല.

പൊതുവെ കുറിച്ചു അളക്കപ്പെടുന്നവരാണ് മിക്ക സംരംഭകരും. എന്നാൽ വിപണനിയെ മെച്ചപ്പെടുത്തി പ്രവർത്തിക്കുന്നില്ല എന്നതാണ് ഇതിന്റെ ഒരു കാരണം.

ഒരു പുതിയ ഉൽപ്പന്നം അല്ലെങ്കിൽ സേവനം രൂപപ്പെടുത്തുമ്പോൾ മിക്കവാറും സംരംഭകർ വിപരീതമായ സെഗ്മെന്റേഷൻ ആണ് തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. അതായത് പാർട്ടി മനസ്സിൽ കാണുന്നതുപോലെ വിപരീത അധിഷ്ഠിതമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്നു. മാസ്, മോഡേൺ സെഗ്മെന്റേഷൻ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ അല്ലെങ്കിൽ സേവനങ്ങൾ രൂപപ്പെടുത്തുന്നത്.

പിന്നെ ഈ വിവരങ്ങൾ സെഗ്മെന്റുകളിൽ ഏതെങ്കിലും ഒന്നിനെ കേന്ദ്രീകരിക്കാനുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വിപണനിയ്ക്ക് അവതരിപ്പിക്കും.

അതിനുശേഷം സംരംഭകൻ ഈ വിവരങ്ങൾ സെഗ്മെന്റുകളിലേക്ക് എത്തിച്ചേരുന്നതുവരെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ കുറിച്ചും അതിന്റെ വിവരങ്ങൾ കുറിച്ചും.

പുതിയതും സമാനമായ ഉൽപ്പന്നങ്ങളോ സേവനങ്ങളോ വികസിക്കുകയോ ചെയ്യും.

ആദ്യ ആർക്ക് പല ഉൽപ്പന്നം എത്തിച്ചേരുന്നില്ലെങ്കിൽ പലവകുപ്പുകളിലേക്ക് നേരിട്ടുള്ള എല്ലാ ചെലവുകളും കുടി കണക്കാക്കിയ ശേഷം സംരംഭകർ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നം അല്ലെങ്കിൽ സേവനം വിപണനിയ്ക്കുമെന്ന്. അതിനുശേഷം അവർ അവർ സെഗ്മെന്റുകളിലേക്ക് നേരിട്ടുള്ള ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ അല്ലെങ്കിൽ സേവനത്തിന്റെ ന്യായ വില (Fair cost) കണക്കാക്കുന്നു.

അതിനുശേഷം സംരംഭകൻ ന്യായ വിലയ്ക്ക് കരാറും മാന്യമായൊരു ലാഭവും കുടി പേർക്ക് ഒരു നിരക്ക് കണക്കാക്കുന്നു.

ബയർ ഓറിയന്റഡ് Vs സപ്ലയർ ഓറിയന്റഡ് മാർക്കറ്റിംഗ്

വിപരീതമായൊരു വിപണനിയായി നിലവിൽ വിലയിലുള്ള വെറും സാധാരണമായ ഒരു ഉൽപ്പന്നമാണോ സേവനമാണോ ചെയ്യുന്നതിലേക്ക് ഇത് സംരംഭകനെ നയിക്കുന്നു. ഇത്തരം മാർക്കറ്റിംഗിനെ

Chart 2 Market Segmentation of In-Dining Market of a Restaurant

