

THE CONTRARIAN CONSULTANT



ടിനി ഫിലിപ്പ്

വിപണി വിഭജനത്തിലൂടെ ഫലപ്രദമായ വിപണനം!

ശരിയായ വിപണി വിഭജനം എങ്ങനെയാണ് ഒരു സാങ്കേതിക ഫലപ്രദമായി വിപണനം നടത്താൻ സഹായിക്കുന്നതെന്ന് നോക്കാം

മുൻ ക്രമത്തിൽ എങ്ങനെ ഒരു സാങ്കേതിക ശരിയായ വിപണിയിൽ വിപണി വിഭജനം നടത്താമെന്ന് ഒരു റെസ്റ്റോറന്റിന്റെ ഉദാഹരണത്തിലൂടെ വിശദീകരിക്കുന്നു. ഈ ക്രമത്തിൽ, ശരിയായ വിപണി വിഭജനം എങ്ങനെയാണ് ഒരു സാങ്കേതിക ഫലപ്രദമായി വിപണനം നടത്താൻ സഹായിക്കുന്നതെന്ന് വിശദീകരിക്കുന്നു.

ഫലപ്രദമായ വിപണനം എന്തുകൊണ്ട് അർത്ഥമാകുന്നത് എന്നാണ്?

മുഖ്യമായി പറഞ്ഞാൽ അത് സാധ്യതയുള്ള ധാരാളം പേരിലേക്ക് വിൽക്കുന്ന നമ്മുടെ അപരം എല്ലാപ്പേരിൽ കമ്പ്യൂട്ടർസാധി മാറ്റിയെടുക്കുന്നതാണ്.

ഫലപ്രദമായ വിപണനത്തിൽ താഴെ പറയുന്നില്ലാത്ത അടിസ്ഥാന കാര്യങ്ങൾ ഉൾപ്പെടുന്നു.

- വ്യത്യസ്തങ്ങളായ ആവശ്യങ്ങളും പ്രവർത്തനങ്ങളും വിവിധ വിപണി മേഖലകളായി വിപണിയിലെ ശരിയായ വിപണിയിൽ വിഭജിക്കുന്നു.
- ബിസിനസിന് അനുകൂലമായ കമ്പോള സാഹചര്യങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കുക, വലുപ്പം കൊണ്ടോ ലാഭകരമായതോ ആകാൻ കഴിയുന്ന വിധത്തിൽ എന്താണ് അത് സാധ്യമാക്കുക മാർക്കറ്റ് സെൽക്കറ്റ് എന്നുകൊണ്ട് അർത്ഥമാകുന്നത്.
- ഉചിതമായ വിപണി മേഖല തിരഞ്ഞെടുക്കുകയും അത് നേരിടുന്ന പ്രവർത്തന വിശദമായി തിരിച്ചറിയുകയും ചെയ്യുക.
- ഈ വിപണി മേഖല നേരിടുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനായി ഒരു മാർക്കറ്റ് വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുക.
- ഈ മാർക്കറ്റ് ഉചിതമായ വിപണി മേഖലയിൽ നല്ല വിലയിൽ മാർക്കറ്റ് ചെയ്യുകയും അതിലൂടെ കൂടുതൽ ഉപഭോക്താക്കളെ കണ്ടെത്തുന്നതിനായുള്ള സാധ്യതകൾ ഉണ്ടാക്കുകയും വേണം.
- മുന്നോട്ടെ കാര്യം ആവർത്തിക്കുകയും അടുത്ത ഉചിതമായ വിപണി മേഖല കണ്ടെത്തുകയും ഈ പ്രക്രിയ തുടരുകയും ചെയ്യുക.

ഈ കാര്യം കൂടുതൽ വിശദമായി മനസ്സിലാക്കുന്നതിനായി, റെസ്റ്റോറന്റ് തുടങ്ങിയ ഒരു സാങ്കേതിക ഉദാഹരണമായി എടുക്കാം. ഈ റെസ്റ്റോറന്റ് തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളിൽ മേഖലയിൽ നിന്നുമാറ്റി പേരും കൂടുതൽ നൽകുന്നതിലാണ് ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്.

റെസ്റ്റോറന്റിൽ ഇരുന്നൂ കഴിക്കാനുള്ള സൗകര്യവും മറ്റും എമ്പ, മേറ്റിംഗ്, ഹോം ഡെലിവറി സൗകര്യങ്ങളും ഉണ്ടായിരുന്നു.

ഇരുന്നൂ കഴിക്കാനായി ഒരു എയർ കണ്ടിഷൻ സൗകര്യം റെസ്റ്റോറന്റിൽ ഉണ്ടായിരുന്നു. ഹോം ഡെലിവറി സൗകര്യമായി മൂന്ന് ഡെലിവറി ടെന്റുകൾ ഉണ്ടായിരുന്നു.

റോമിലെ ഏഴിനും 11നും ഇടയിൽ റെസ്റ്റോറന്റ് 11നും നമ്മുടെ ഇടയിൽ ഉച്ചഭക്ഷണവും നമ്മുടെ മൂന്ന് മണി വരെ ലഘുഭക്ഷണവും ഏഴി മണി മുതൽ പതിനൊന്നി വരെ ഡിന്നറും ഉണ്ടായിരുന്നു.

ഉചിതമായ ഭക്ഷണവും മികച്ച സേവനവും ന്യായമായ വിലയും കൊണ്ട് ഉപഭോക്താക്കളുടെ നല്ല



Chart - 2



Chart - 3

അതായത് മേഖലകളിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് ഫോർ ബുക്കിലെ ലൊക്കേഷൻ ടാർഗ്റ്റിംഗ് ഫീച്ചർ ഉപയോഗപ്പെടുത്തി മാർക്കറ്റ് ചെയ്യുകയും ഇതിലൂടെ എൻ ലിസ്റ്റുകൾ ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

അടിസ്ഥാന നേരിടലുകൾ റെസ്റ്റോറന്റിന് കഴിഞ്ഞു. റെസ്റ്റോറന്റിലെ വിൽക്കുന്ന മേഖല മാറലും വർദ്ധിക്കുകയും എടുക്കും ആദ്യസാങ്കേതികപ്രദങ്ങളും അത് മനസ്സിലാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

ഈ സമയത്ത് വ്യവസായകളിലെ മാറ്റിനകളിലും വെള്ളിമാർഷ്ക ഏറ്റവും സമയങ്ങളിലും റെസ്റ്റോറന്റ് ആളുകളെ കൊണ്ട് നിറഞ്ഞിരുന്നു. മറ്റു വിവരങ്ങളിൽ മാറ്റിനകളിലും തിരഞ്ഞെടുത്ത തിരക്ക് ഉണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ പ്രവൃത്തി വിവരങ്ങളിൽ ഉച്ചഭക്ഷണ സമയത്തും മറ്റും മേമ്പാട് സമയം തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നു. പാർട്ടി മണിയിൽ കാനിപ്പിൾക്കുന്നതും മധ്യമേഖല (Market Segmentation of In-Dining Weekday Lunch Service) സാങ്കേതിക പ്രവൃത്തി വിവരങ്ങളിലെ ഉച്ചഭക്ഷണ സേവനത്തിൽ ശ്രദ്ധയൂന്നിക്കൊണ്ട് ശരിയായ തിരഞ്ഞെടുക്കൽ വിപണി വിഭജനം നടത്തുന്നു.

പ്രവൃത്തി വിവരങ്ങളിലെ ഉച്ചഭക്ഷണ സമയത്ത് എങ്ങനെ ബിസിനസ് വികസിപ്പിക്കാനെന്നും സംബന്ധി