



ടിനി ഫിലിപ്പ്

'ബ്രാന്ഡ്', 'ബ്രാന്ഡിംഗ്', 'ബ്രാന്ഡ് വാല്യൂ' എന്താണ് വ്യത്യാസം?

ഇന്നത്തെ ബിസിനസ് ലോകത്ത് 'ബ്രാന്ഡ്', 'ബ്രാന്ഡിംഗ്', 'ബ്രാന്ഡ് വാല്യൂ' എന്നിവയൊക്കെ അപകടകരമാകും വിധം തെറ്റിദ്ധരിക്കുന്ന ആശയങ്ങളായത് എന്തുകൊണ്ടാണ്?

'ബ്രാന്ഡ്' എന്ന വാക്കും അതിൽ നിന്നും ഉത്ഭവിച്ച 'ബ്രാന്ഡിംഗ്', 'ബ്രാന്ഡ് വാല്യൂ' എന്നിവയുമൊക്കെ ഇന്ന് വളരെയേറെ പ്രചാരം നേടിയിട്ടുള്ളതിനാൽ ഇത്തരം വാക്കുകളെല്ലാം ഉപയോഗിക്കാതെ ബിസിനസിനെക്കുറിച്ച് ആശയവിനിമയം സംസാരിക്കുകയെന്നത് തികച്ചും അസാധ്യമായിരിക്കുകയാണ്.

സംരംഭകരും ഉപാധിഷ്ഠിതരും മാതൃകാപാഠ്യം 'ബ്രാന്ഡ്' എന്ന വാക്കും അതിൽ നിന്നുത്ഭവിച്ച പദങ്ങളും വളരെ ചെറുപ്പം തന്നെ ഉപയോഗിക്കുന്നതാണ് ഇതിനൊരു പ്രധാന കാരണം. അക്കാ

രണത്താൽ തന്നെ അവ യഥാർത്ഥത്തിൽ അർത്ഥമാക്കുന്നതിൽ നിന്നും തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ മറ്റു ചർച്ചകൾക്കു കീഴിലായി മാറുന്നുണ്ട്.

അനേകം ബിസിനസ്സുകളുടെ വളരെയേറെ പണം ഇതിലൂടെ ചെലവഴിക്കപ്പെടുന്നുണ്ടെന്ന വാസ്തവം ഒഴിവാക്കിയാൽ സാധാരണ ഗതിയിൽ ഇത്തരവ് ഗൗരവമേറിയ പ്രശ്നമാണ്.

അതിനാൽ 'ബ്രാന്ഡ്' എന്നതിനോട് എന്താണ് യഥാർത്ഥത്തിൽ അർത്ഥമാക്കുന്നത്?

ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെക്കുറിച്ചു നിലവിലുള്ള വ്യത്യസ്തമായ വാല്യൂ പ്രവർത്തനത്തിൽ വെറും മാർക്കിട്ട് എന്നതാണ് 'ബ്രാന്ഡ്' എന്ന പദം കൊണ്ട് യഥാർത്ഥത്തിൽ അർത്ഥമാക്കുന്നത്.

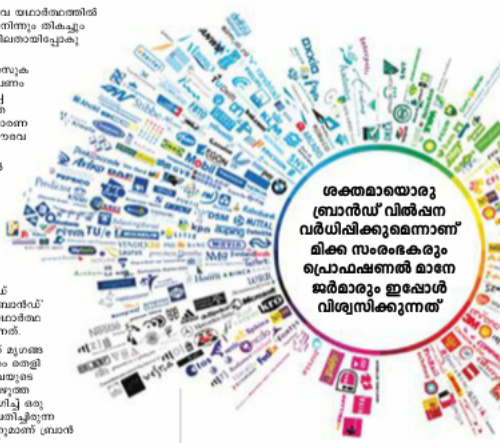
പുരാതന കാലത്ത് മൃഗങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശം തെളിയിക്കുന്നതിനായി അവയുടെ തൊലിയെടുത്ത് പച്ചപ്പുറത്തിൽ ഇരുന്ന് അപ്പുളിയിട്ട് ഒരു പ്രത്യേക അടയാളം പതിപ്പിക്കുന്ന സമ്പ്രദായത്തിൽ നിന്നാണ് ബ്രാന്ഡിംഗ് രൂപംകൊണ്ടത്.

ഒരു ഉപഭോക്താവിന് ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തെപ്പറ്റി ഉറപ്പായ വിവരങ്ങൾ നൽകാൻ ഒരു ബ്രാന്ഡ് എന്ന് അന്ന് വിശ്വസിക്കപ്പെട്ടു.

'ബ്രാന്ഡിംഗ്' എന്നത് ഇന്ന് ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന് നൽകുന്ന ചേരിനെയും അടയാളങ്ങളെയും കുറിച്ചല്ല അർത്ഥമാക്കുന്നത്. പുറമെ ഏതെങ്കിലും വിധത്തിൽ 'ബ്രാന്ഡിംഗ് വാല്യൂ' അഥവാ ഗ്ലോബൽ വിപണിയിൽ ഉയർന്നുവരുന്ന ഏറ്റവും ഉയർന്ന വിലയ്ക്കു വിൽക്കുന്നതിനാണ് ഇതിന്റെ അർത്ഥം.

എന്തെന്നാൽ താഴെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് പകരമായി സംരംഭകരും ഉപാധിഷ്ഠിതരും മാതൃകാപാഠ്യം 'ബ്രാന്ഡിംഗ്' എന്ന വാക്കിനെയും അതിൽ നിന്നുത്ഭവിച്ച പദങ്ങളെയും നിരന്തരം ദുരുപയോഗം ചെയ്യുന്നതാണ് കാരണം.

- അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്
- മാർക്കറ്റിംഗ്
- ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ അല്ലെങ്കിൽ കമ്പനിയുടെ നാമകരണം
- മൊത്തം വിപണനം



ബ്രാന്ഡ് വിൽപന സൃഷ്ടിക്കുമോ?

കാരുണ്യത്തിനായി 'ബ്രാന്ഡ് മാതൃകാപാഠ്യം' അല്ലെങ്കിൽ 'ബ്രാന്ഡ് കൺസൾട്ടന്റ്' എന്നൊക്കെ അല്ലെങ്കിൽ സമ്പരം വിതരണിപ്പിക്കുന്നതിലൂടെ ഒരു ബിസിനസിന്റെ മുകുളി പാത്തിലേക്കു എല്ലാവരും പ്രവർത്തനങ്ങളിലും ഏർപ്പെടാൻ അത് അവർക്ക് അവസരം നൽകുന്നു.

നിർമ്മാണങ്ങൾ ബിസിനസിന് ഇത്തരവ് നേഗറ്റീവ് ഇംപാക്ടാണ് ഉണ്ടാക്കിയിരിക്കുന്നത്.

ശക്തമായൊരു ബ്രാന്ഡ് വിൽപന വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നതിനാണ് മികച്ച സംരംഭകരും ഉപാധിഷ്ഠിതരും മാതൃകാപാഠ്യം ഇപ്പോൾ വിശ്വസിക്കുന്നത്.

ഉപാധിഷ്ഠിതരായി, ശക്തമായൊരു 'ബ്രാന്ഡിംഗ്' കോമ്പനായ 'ബ്രാന്ഡ് വാല്യൂ' ഉള്ളതിനാലാണ് മാതൃകാപാഠ്യം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിന് ഉപാധിഷ്ഠിതരും മാതൃകാപാഠ്യം കാര്യങ്ങൾ വിശ്വസിക്കുന്നത്. പൊതുവെ വിശ്വസിക്കപ്പെടുന്നു.

ഇന്ന് ലോകത്തെ തന്നെ ഏറ്റവും മൂല്യമേറിയ ഒന്ന് പരാമർശിക്കാൻ മാതൃകാപാഠ്യം ബ്രാന്ഡിംഗ് സൃഷ്ടിക്കുന്നു.

WANTED

Dhanam, Kerala's No.1 Business Magazine, requires:

Assistant Managers/Executives
(Advertising)

Experienced energetic professionals with a passion for marketing & sales.

Attractive salary plus incentives

Locations: Thiruvananthapuram, Kottayam, Kochi, Trichur, Kozhikode, Palakkad, Malappuram, Kannur, Pathanamthitta

Job Profile: Canvasing advertisements and sponsorship for Dhanam group publications and events.

Business Development Managers/Executives
(Circulation)

Young energetic persons with a passion for selling preferred.

Attractive salary plus incentives

Locations: Thiruvananthapuram, Kottayam, Kochi, Trichur, Kozhikode, Palakkad, Malappuram, Kannur, Pathanamthitta

Job Profile: Promotion of Dhanam magazine and book sales.

Client Support Executives
(Circulation Department)

Male or Female executives with pleasing personality and good communication skills for vacancies in the Head Office.

Email your CV and recent photograph immediately to: hr@dhanam.in

For any clarifications please call **90725 70062**