THE CONTRARIAN CONSULTANT

ടിനി ഫിലിപ്പ്

സെയ്ൽസിൽ എങ്ങനെ തൊഴിൽ വിഭജനം നടത്താം?

സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനത്തിൽ തൊഴിൽ വിഭജനം കൊണ്ടുവരുന്നത് വിൽപ്പന ത്വരിതപ്പെടുത്തും

കാര്യക്ഷമമല്ലാത്ത സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനംകൊണ്ട് സംരംഭകർക്ക് ഉണ്ടാകുന്ന പ്രധാന പ്രശ്നങ്ങളെക്കുറിച്ചാണ് ഞാൻ കഴിഞ്ഞ രണ്ട് ലക്കങ്ങളിലായി വിശദമാക്കിയത്. കഴിഞ്ഞ 150 വർഷങ്ങളായി തൊഴിൽ വിഭജനം നിർമാണ മേഖലയിൽ കാര്യമായ പുരോഗതി എങ്ങനെ ഉണ്ടാക്കിയെന്നും വിശദീകരിച്ചുകഴിഞ്ഞു. കൃത്യമായ സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനങ്ങളിൽ തൊഴിൽ വിഭജനം നടത്തുമ്പോൾ ഉണ്ടാകാവുന്ന പ്രശ്നങ്ങളെക്കുറിച്ചും എന്നാൽ ആ പ്രശ്നങ്ങൾ എങ്ങനെ പ്രസക്തമല്ലാതാകുന്നു എന്നതിനെക്കുറിച്ചും വ്യക്തമാക്കിയിരുന്നു.

സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനത്തിൽ തൊഴിൽ വിഭജനം കൊണ്ടുവന്ന് വിൽപ്പന എങ്ങനെ കൂടുതൽ ഫലപ്രദമാക്കാം എന്നതിനെക്കുറിച്ച് ഈ കോളത്തിലൂടെ വിശദമാക്കാം.

ഇത് കൂടുതൽ മനസിലാക്കാനായി കേരളത്തിലെ ഒരു ആഡംബര കാർ ഡീലർഷിപ്പിലെ സെയ്ൽസ് പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഉദാഹരണമായി എടുക്കാം. തൊഴിൽ വിഭജനം നടത്തുന്നതിന്റെ ആദ്യ പടിയായി സ്റ്റാൻഡേർഡ് സെയ്ൽസ് പ്രോസസ് വിശദമായി ഡോക്യുമെന്റ് ചെയ്യണം. ലക്ഷ്യമിടുന്ന വിപണി ഏതെന്ന് നിശ്ചയിക്കുന്നതു മുതൽ ലക്ഷ്വറി വാഹനത്തിന്റെ ഡെലിവറി വരെ നീളുന്ന എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളെയും ഉൾക്കൊള്ളിച്ചാണ് സെയ്ൽസ് എന്ന വാക്കിനെ നാം ഇവിടെ നിർവചിക്കുന്നത്. ഈ മേഖലയിൽ ഉപയോഗിച്ചിരിക്കുന്ന ചില പദപ്രയോഗങ്ങൾ വ്യക്തമായി മനസിലാക്കാം.

Target Market: കേരളത്തിൽ ആഡംബര കാറുകൾ വാങ്ങാൻ ശേഷിയും സാധ്യതയും ഉണ്ടെന്ന് ഡീലർഷിപ്പ് വിശ്വസിക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കളുടെ വിഭാഗം.

Suspect: ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിൽ ഉൾപ്പെട്ടതാണെന്ന് ഡീലർഷിപ്പ് വിശ്വസിക്കുന്ന, ഡീലർഷിപ്പിന്റെ കൈവശം കോണ്ടാക്റ്റ് ഡാറ്റയുള്ള പ്രത്യേക വ്യക്തി.

Prospect: ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിൽ ഉൾപ്പെട്ടതാണെന്ന് ഡീലർഷിപ്പ് ഉറപ്പിച്ചിട്ടുള്ള Suspect.

Lead: ന്യായമായ സമയപരിധിക്കുള്ളിൽ തന്നെ ആഡംബര കാർ വാങ്ങുമെന്ന് ഡീലർഷിപ്പ് വിശ്വസിക്കുന്ന Prospect.

Qualified Leads: ഫീൽഡ് സെയ്ൽസ് എക്സിക്യൂട്ടിവ്സ് ബന്ധപ്പെടണം എന്ന് ഡീലർഷിപ്പ് വിശ്വസിക്കുന്ന ലീഡ്സ്.

Customer: ഡീലർഷിപ്പിൽ നിന്ന് ആഡംബര കാർ വാങ്ങിയ ലീഡ്.

സെയ്ൽസ് പ്രോസസിലെ പ്രധാന പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഒന്നാമത്തെ ചാർട്ടിൽ വിശദമാക്കിയിരിക്കുന്നു.

ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റ് കൃത്യമായി നിർവചിക്കുക

കേരളത്തിൽ ആഡംബര കാർ വാങ്ങാൻ ശേഷിയുള്ള ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റ് ഡീലർഷിപ്പ് കൃത്യമായി നിർവചിക്കണം. അവരുടെ എല്ലാ മാർക്കറ്റിംഗ് ശ്രമങ്ങളും ഈ ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിലെ കേന്ദ്രീകരിച്ചായിരിക്കണം. കേരളത്തിലെ ഒരു ആഡംബര കാർ ഡീലറിന്റെ ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിൽ എത്ര പൊട്ടൻഷ്യൽ ഉപഭോക്താക്കൾ ഉണ്ടാകുമെന്ന് ഒരു ഏകദേശ കണക്കെടുപ്പ് നടത്താം.

- കേരളത്തിലെ ജനസംഖ്യ: മൂന്ന് കോടി
- കേരളത്തിലെ കുടുംബങ്ങളുടെ ഏകദേശ എണ്ണം: 50 ലക്ഷം (ഓരോ കുടുംബത്തിലും ആറ് അംഗങ്ങൾ വീതം കണക്കാക്കി)
- ടാർഗറ്റഡ് മാർക്കറ്റ് (30 ലക്ഷം രൂപയുടെ കാർ വാങ്ങാൻ ശേഷിയുള്ള കുടുംബങ്ങൾ) കേരളത്തിലെ കുടുംബങ്ങളുടെ എണ്ണം മൊത്തം എണ്ണത്തിന്റെ 0.5 ശതമാനം അതായത് 50 ലക്ഷത്തിന്റെ 0.5 ശതമാനം – 25000 കുടുംബങ്ങൾ

> **ബ്രാൻഡിംഗിന് മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് നല്ലതാണെങ്കിലും ആഡംബര കാർ ഡീലർഷിപ്പിനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അത് ചെലവേറിയതാണ്**

എങ്ങനെ ലീഡ്സ് ഉണ്ടാക്കാം?

പത്രം, മാസിക, ടെലിവിഷൻ എന്നിവയിലൂടെയുള്ള പരസ്യം, ഫോർഡിംഗ് ഫോസ് ബുക്ക്, ഗൂഗിൾ ആഡ് വേർഡ്സ് തുടങ്ങിയവയിലുള്ള ഓൺലൈൻ മാർക്കറ്റിംഗ് രീതികൾ എന്നിവയാണ് മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്നിൽ ഉൾപ്പെടുന്നത്. ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിനെ വ്യാപകമായി ആകർഷിച്ച് നേരിട്ട് ലീഡ്സ് ഉണ്ടാക്കാൻ ശ്രമിക്കുകയാണ് മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്നിലൂടെ ചെയ്യുന്നത്. ബ്രാൻഡിംഗിന് മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് നല്ലതാണെങ്കിലും ആഡംബര കാർ ഡീലർഷിപ്പിനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അത് ചെലവേറിയതാണ്. കാരണം, ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റ് വെറും 0.5 ശതമാനം ആണെന്നിരിക്കെ പരസ്യപ്രചരണങ്ങൾ മാർക്കറ്റിന്റെ 100 ശതമാനത്തിലേക്കും എത്തുന്നു.

മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്നിലൂടെ ഉണ്ടാകുന്ന ലീഡ്സ് ഡീലർഷിപ്പിലേക്ക് നേരിട്ട് വരുകയോ ഫോൺ, ഇ-മെയ്ൽ എൻക്വയറി, വെബ്സൈറ്റ് എൻക്വയറി തുടങ്ങിയവ വഴി ബന്ധപ്പെടുകയോ ചെയ്യുന്നു. ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിന്റെ ഒരംശം മാത്രമേ മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്നിലൂടെ ഡീലറിലേക്ക് നേരിട്ട് എത്തുകയുള്ളൂ. സ്ഥിരമായി മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്നുകൾ ചെയ്യുന്നതിനുള്ള വലിയ സംഖ്യ താങ്ങാൻ മിക്ക ഡീലർഷിപ്പുകൾക്കും കഴിയില്ല എന്നതാണ് അതിന് ഒരു കാരണം. പാസീവ് ശൈലിയുള്ള മാർക്കറ്റിംഗ് രീതിയായതിനാൽ ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിനെ ലീഡാക്കി മാറ്റുന്ന 'കൺവെർഷൻ നിരക്ക്' മാസ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്നിൽ കുറവാണെന്നതാണ് മറ്റൊരു കാരണം.

ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിൽ നിന്ന് suspectsന്റെ വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുകയും suspects നെ വിശകലനം ചെയ്യുകയും prospects നെ സൃഷ്ടിക്കുകയും ആ prospects ലേക്ക് നേരിട്ടെത്താൻ സഹായിക്കുന്ന ടാർഗറ്റ് മാർക്കറ്റിംഗ് കാംപെയ്ൻ നടത്തുകയും അതിൽ നിന്ന് ലീഡ്സ് നേടിയെടുക്കുകയും ചെയ്യുന്നതാണ് ലക്ഷ്വറി കാർ ഡീലർഷിപ്പിലെ ഏറ്റവും മോസ്റ്റ് ഇഫക്റ്റീവായ രീതി.

വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുക

സസ്പെക്റ്റിനെ ബന്ധപ്പെടാനുള്ള വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുകയാണ് അടുത്തതായി ചെയ്യണ്ടത്. നിലവിലു