



ടിനി ഫിലിപ്പ്

ഇന്ത്യയിലും ജി.സി.സി രാഷ്ട്രങ്ങളിലുമായി സ്ഥായിയായ ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിൽ സാരകരമായി 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

പരസ്യം നൽകുന്നതിലെ വിഴവുകൾ ഒഴിവാക്കാം

പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ കണ്ടെത്താനും നിലവിലുള്ളവരെ കൂടെ നിർത്താനും പരസ്യങ്ങൾ അത്യാവശ്യമാണ്. വിവേകപൂർവ്വം ചെയ്താൽ പരസ്യ ചെലവ് കുറച്ച് ബിസിനസ് വർദ്ധിപ്പിക്കാനാകും

വികാസം സംരംഭകർക്കും പരസ്യം ചെയ്യുക എന്നത് പ്രാർത്ഥിക്കുന്നതു പോലെയാണ്. എന്തെങ്കിലും ഗുണം ചെയ്യുന്നുണ്ടോ എന്നൊന്നും നോട്ടമില്ല. എങ്ങനെയെങ്കിലും ചെയ്യുക എന്നു മാത്രമേയുള്ളൂ. രണ്ടും തമ്മിലുള്ള പ്രധാന വ്യത്യാസം പരസ്യം ചെയ്യുന്നതിന് പണം വേണം എന്നതാണ്. അതുകൊണ്ട് പരസ്യത്തിനായി ചെലവഴിക്കുമ്പോൾ പരമാവധി നേട്ടം ഉറപ്പുവരുത്തേണ്ടതുണ്ട്.

അതായത്, പരസ്യം വേണ്ടപോലെ ഫലിക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ അത് ചെയ്യേണ്ടതില്ല. അതുപോലെ ഫലിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിൽ കഴിയുന്നത്ര ചെയ്യുകയും വേണം.

പല സംരംഭകരും വിറ്റുവരവിന്റെ നിശ്ചിത ശതമാനം പരസ്യത്തിനായി ചെലവഴിക്കുന്നവരാണ്. എത്ര ശതമാനം എന്നത് വ്യവസായത്തെയും ബിസിനസിന്റെ ലക്ഷ്യമതയെയും സംരംഭകന് പരസ്യങ്ങളോടുള്ള മനോഭാവത്തെയും ആശ്രയിച്ചാണിരിക്കുന്നത്. ടി.വി, പത്രങ്ങൾ, ഹോർഡിംഗ്സ് തുടങ്ങിയ പരമ്പരാഗത മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയാണ് സാധാരണ പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്തുവരുന്നത്.

രണ്ടു പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളാണ് പരസ്യം ചെയ്യുന്നതി

- പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ നേടുക
- തങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നത്തെയും സേവനത്തെയും കൂടുതലായി വാങ്ങാൻ നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.

ഈ രണ്ടു ലക്ഷ്യങ്ങളും മികച്ചതു തന്നെയാണ്. പക്ഷേ ഈ ലക്ഷ്യങ്ങൾ നേടാനുള്ള ഏറ്റവും മികച്ച മാർഗ്ഗം പരസ്യം തന്നെയാണോ എന്ന് പണം ചെലവഴിക്കുന്നതിനു മുമ്പ് ഒന്നാലോചിക്കുക. ഉപഭോക്താക്കളെ സംബന്ധിച്ച ശരിയായ വിവരങ്ങൾ നിങ്ങളുടെ കൈവശമുണ്ടോ എന്നതിനെ ആശ്രയിച്ചാണ് ഇതിന്റെ ഉത്തരമിരിക്കുന്നത്.

പരസ്യം ഡിജിറ്റൽ മീഡിയകൾ വഴി

നിലവിലെ ഉപഭോക്താക്കളെ സംബന്ധിച്ച കൃത്യമായ ഡാറ്റാ നിങ്ങളുടെ കൈവശമുണ്ടെങ്കിൽ ഇപ്പോഴുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ കൂടുതൽ വാങ്ങിപ്പിക്കുന്നതിനായുള്ള പരസ്യം ചെയ്യേണ്ട ആവശ്യമില്ല. അതിനു പകരം നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായി വാട്ട്സ്ആപ്പ് പോലുള്ള ഡിജിറ്റൽ മീഡിയകൾ വഴി നേരിട്ട് ആശയവിനിമയം

നടത്തുക. ഇത് വളരെയേറെ ചെലവു കുറഞ്ഞ മാർഗ്ഗമാണെന്ന് മാത്രമല്ല, ഏറെ ഗുണപ്രദവുമാണ്. കാരണം ഇതിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളുമായി മാസത്തിൽ പലതവണ ആശയവിനിമയം ചെയ്യാനാവും. പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ നേടാൻ ടി.വി, ന്യൂസ് പേപ്പർ, ഹോർഡിംഗ്സ് തുടങ്ങിയ പരമ്പരാഗത മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ പരസ്യം ചെയ്യാം. എന്നാൽ സാധാരണയായി അതിനുള്ള ചെലവ് വളരെ കൂടുതലും അതിൽ നിന്നുള്ള ഫലം കൃത്യമായി തിട്ടപ്പെടുത്താൻ കഴിയാത്തതുമാണ്.

മാത്രമല്ല, വാട്ട്സ്ആപ്പ് പോലുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ഇതിനകം തന്നെ ടാർഗ്റ്റ് ചെയ്തിരിക്കുന്ന നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്കു വേണ്ടി നിങ്ങളുടെ പരസ്യ ബജറ്റ് പാഴാക്കുകയുമാണ്.

പുതിയ ഉപഭോക്താക്കളെ കണ്ടെത്തുന്നതിനും നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ കൂടുതൽ സാധനങ്ങളും സേവനങ്ങളും വാങ്ങിപ്പിക്കുന്നതിനുമായി വ്യത്യസ്ത മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കുന്നത് വളരെയേറെ ചെലവു കുറഞ്ഞ പരസ്യരീതിയാണ്.

എന്നാൽ, ഇങ്ങനെ ചെയ്യുന്നതിന് സംരംഭകന്റെ കൈയിൽ ശരിയായ ഉപഭോക്തൃ ഡാറ്റാബേസ് ഉണ്ടായിരിക്കണം. നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ സംബന്ധിച്ച ഡാറ്റാബേസ് ഉണ്ടെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുന്ന സംരംഭകർക്ക് തങ്ങളുടെ ബിസിനസ് വളർച്ചയ്ക്ക് ഏറ്റവും ചെലവ് കുറഞ്ഞ രീതിയിൽ പരസ്യം ഉപയോഗപ്പെടുത്താനാകും.

ഇനി സ്വർണ്ണം കൊണ്ട് സ്വർണ്ണം നേടാം...



2022 ഒക്ടോബർ 1 മുതൽ 2022 ഡിസംബർ 31 വരെ

മണപ്പുറം ഗോൾഡ് ലോൺ മഹോത്സവ് കോൺടസ്റ്റ് കാലയളവിൽ മണപ്പുറത്തുനിന്നും ഗോൾഡ് ലോൺ എടുക്കുന്ന കസ്റ്റമേഴ്സിന് നറുക്കെടുപ്പിലൂടെ 1 ഗ്രാം സ്വർണ്ണ നാണയം സമ്മാനമായി ലഭിക്കുന്നു, കൂടാതെ മറ്റു നിരവധി സമ്മാനങ്ങളും.

ഉടൻതന്നെ അടുത്തുള്ള മണപ്പുറം ശാഖയുമായി ബന്ധപ്പെടുക.



*പുനരവതരനുള്ള നിബന്ധനകളും ബാധകം



Toll Free : 1800-420-22-33



Make Life Easy