ധനം BUSINESS MAGAZINE 2017 DEC. 31 ISSUE

THE CONTRARIAN CONSULTANT

ടിനി ഫിലിപ്പ്

ഡിസ്ട്രിബ്യൂഷൻ ശക്തമാക്കിയിട്ടും കടന്നുചെല്ലാനാകുന്നില്ലേ?

സകല സന്നാഹങ്ങളൊരുക്കിയിട്ടും ഡിസ്ട്രിബ്യൂഷൻ ശൃംഖലകൾക്ക് കേരള വിപണിയുടെ സാധ്യതകൾ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാൻ പറ്റാത്തത് എന്തുകൊണ്ടാണ്?

സംസ്ഥാനത്തെ ഉയർന്ന ജനസാന്ദ്രത കാരണം വിതരണത്തിനുള്ള വലിയൊരു വിപണിയാണ് കേരളം. ഇന്ത്യയിലെ ഒരു സ്ക്വയർ കിലോമീറ്ററിലെ ശരാശരി ജനസാന്ദ്രത 382 ജനങ്ങളാണെങ്കിൽ കേരളത്തിലെ ഒരു സ്ക്വയർ കിലോമീറ്ററിൽ 860 ജനങ്ങളാണുള്ളത്. ന്യായമായൊരു ദൂരത്തിനുള്ളിൽ വിതരണത്തിനായി വളരെയധികം കടകൾ ലഭ്യമാണെന്നതാണ് ഇതിനർത്ഥം. ഒരു സ്ക്വയർ കിലോമീറ്ററിൽ 319 ജനങ്ങൾ മാത്രമുള്ള കർണ്ണാടകത്തിലെ ജനസാന്ദ്രതയല്ല കേരളത്തിനുള്ളത്.

കേരളത്തിലെയും കർണ്ണാടകത്തിലെയും റോഡുകളിലൂടെ സഞ്ചരിച്ചിട്ടുള്ള ഒരു വ്യക്തിക്ക് പെട്ടെന്നൊരു കാര്യം ശ്രദ്ധയിൽപ്പെടും. കേരളത്തിലെ ഗ്രാമങ്ങൾക്കും പട്ടണങ്ങൾക്കും ഇടയിൽ യഥാർത്ഥത്തിൽ വലിയൊരു ഒഴിഞ്ഞ പ്രദേശം ഉണ്ടാകില്ല. എന്നാൽ കർണ്ണാടകത്തിൽ അതല്ല സ്ഥിതി. ഗ്രാമങ്ങളോ പട്ടണങ്ങളോ കാണാനില്ലാതെ കർണ്ണാടകത്തിലൂടെ നിങ്ങൾക്ക് അനേകം കിലോമീറ്ററുകൾ സഞ്ചരിക്കാനാകും. കേരളത്തിലെ വയനാടും ഇടുക്കിയും പോലുള്ള ചില പ്രദേശങ്ങളിൽ മാത്രമേ ഇത്തരമൊരു അനുഭവം ഉണ്ടാകാനിടയുള്ളൂ.

സാധ്യതകൾ ധാരാളം

വിതരണത്തിനുള്ള വലിയൊരു വിപണിയാണ് കേരളം എന്നതിനാൽ നിരവധി വിതരണക്കാർ ഇവിടത്തെ വിപണിയിൽ പ്രവർത്തിച്ചുകൊണ്ട് സംസ്ഥാനത്തെ അനേകം കടകൾക്ക് സേവനം നൽകി വരുന്നു. അനേകം സംരംഭകർ അവരുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ കേരള വിപണിയിലേക്ക് എത്തിക്കുന്നതിനായി ഇത്തരം വിതരണക്കാരെ ഉപയോഗിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. കേരളം വിതരണത്തിനുള്ള വലിയൊരു വിപണിയാണെന്നത് യാഥാർത്ഥ്യമാണെങ്കിലും തങ്ങളുടെ വിതരണ ശൃംഖലകൾ ഫലപ്രദമായ രീതിയിൽ വിപണിയെ കവർ ചെയ്യുന്നില്ലെന്നതാണ് മിക്ക സംരംഭകരുടെയും പരാതി. വിപണന സാധ്യതയുള്ള കടകളുടെ ചെറിയൊരു അംശത്തിന് മാത്രമേ അവരുടെ വിതരണ ശൃംഖലകൾ സ്ഥിരമായി സേവനം നൽകുന്നുള്ളൂവെന്നതാണ് ഇതിലൂടെ സംരംഭകർ അർത്ഥമാക്കുന്നത്.

ഭൂരിഭാഗം വിതരണ ശൃംഖലകളും കേരള വിപണിയെ ഫലപ്രദമായ രീതിയിൽ കവർ ചെയ്യാത്തത് എന്തുകൊണ്ടാണ്? ഇതിനുള്ള വിവിധ കാരണങ്ങൾ ഈ കോളത്തിലൂടെ ഞാൻ വിശദീകരിക്കാം. ഈ പ്രശ്നത്തെ വിശദമായി പരിശോധിക്കുന്നതിലേക്കായി വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാരെ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു പ്രത്യേകതരം വിതരണ ശൃംഖലയുടെ ഉദാഹരണമെടുക്കാം. ഫലപ്രദമായ വിപണി കവറേജ് ഇല്ലാത്തതിനുള്ള ആറ് കാരണങ്ങൾ ഞാൻ ചുവടെ കൊടുക്കുന്നു.

കാരണം 1 – വേണ്ടത്ര പ്രവർത്തന സമയമില്ലാത്തത്

ഒരു വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻ രാവിലെ 10 മണി മുതൽ വൈകിട്ട് ഏഴ് മണി വരെയുള്ള ഒമ്പത് മണിക്കൂർ വിപണിയിൽ ഉണ്ടായിരിക്കുമെന്നാണ് പൊതുവെ കരുതപ്പെടുന്നത്. എന്നാൽ അയാൾ എട്ട് മണിക്കൂർ ജോലി ചെയ്യുകയും ബാക്കിയുള്ള ഒരു മണിക്കൂർ ചായ, ഉച്ചഭക്ഷണം എന്നിവയ്ക്കായി ചെലവിടുകയും ചെയ്യുന്നു. യഥാർത്ഥത്തിൽ മിക്കപ്പോഴും വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ ഏഴ് മണിക്കൂർ മാത്രമാണ് വിപണിയിലുണ്ടാകുകയെന്ന് ഞങ്ങൾ കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ താഴെ കൊടുത്തിട്ടുള്ള വിവിധ കാരണങ്ങളാൽ അഞ്ച് മണിക്കൂർ മാത്രമാണ് അവർ ജോലി ചെയ്യുന്നത്.

ഒരു ദിവസത്തിന്റെ തുടക്കത്തിൽ വാഹനങ്ങൾ എടുക്കുന്നതിനായി മിക്ക വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർക്കും അവരുടെ ഡിപ്പോയിൽ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. ഡിപ്പോയിൽ നിന്നും വളരെ അകലെയായിട്ടാണ് അവരുടെ താമസമെങ്കിൽ അവർ ഡിപ്പോയിൽ റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുന്നത് രാവിലെ ഏകദേശം 9.30നാണ്. സാധാരണഗതിയിൽ സെയ്ൽസ് മീറ്റിംഗ്, വാൻ ലോഡിംഗ് എന്നിങ്ങനെയുള്ള ചില പ്രവർത്തനങ്ങൾ അവിടെ നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. ഒരു ഡിപ്പോയിൽ നിരവധി വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ ഉണ്ടെങ്കിൽ ഡിപ്പോ വിടുന്നതിന് മുൻപായി അവർ അടുത്ത ടീ ഷോപ്പിൽ പോയി ചായ കുടിച്ച് പരസ്പരം ഗോസിപ്പ് പറയുന്നൊരു പ്രവണതയുള്ളതായി ഞങ്ങൾ കണ്ടിട്ടുണ്ട്. അതിനാൽ ഒരു സാധാരണ വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻ ഡിപ്പോയിൽ നിന്നും പോകുന്നത് മിക്കപ്പോഴും രാവിലെ 10.30നാണ് എന്നർത്ഥം.

വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ റൂട്ടുകളെ പിന്തുടർന്നാണ് വിപണിയിലേക്ക് സേവനങ്ങളെത്തിക്കുന്നത്. കേരളത്തിൽ ആഴ്ചതോറുമാണ് ഓരോ റൂട്ടിലേക്കും പോകുക. അതിനാൽ ഒരു സെയ്ൽസ്മാന് ആറ് വ്യത്യസ്ത റൂട്ടുകളിൽ ഓരോ ആഴ്ചയും പോകേണ്ടതുണ്ട്. അശാസ്ത്രീയമായി റൂട്ടുകൾ ക്രമീകരിച്ചിരിക്കുന്നത് കാരണം റൂട്ടുകളുടെ ആരംഭ സ്ഥാനം മിക്കപ്പോഴും ഡിപ്പോയിൽ നിന്നും വളരെ അകലെയായിരിക്കും. ഇത്തരം സന്ദർഭങ്ങളിൽ മിക്ക റൂട്ടുകളുടെയും ആരംഭസ്ഥാനത്തെത്താൻ വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ ഏകദേശം 30 മിനിട്ട് സമയം എടുക്കും. അതിനാൽ 10 മണിക്കാണ് വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻ വിപണിയിലെത്തേണ്ടതെങ്കിലും ഫലത്തിൽ 11 മണിക്കേ അവർ എത്തുകയുള്ളൂ.

മിക്ക വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാരും ഡിപ്പോയിൽ നിന്നും വളരെ അകലെയായിരിക്കും താമസിക്കുന്നത്. അതിനാൽ പരമാവധി ഏഴ് മണിക്കെങ്കിലും ഡിപ്പോയിൽ നിന്നും ഇറങ്ങാൻ അവർ ആഗ്രഹിച്ചേക്കും. എങ്കിലേ ന്യായമായൊരു സമയത്ത് അവർക്ക് വീട്ടിലെത്താനാകൂ. ഒരു വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻ ഡിപ്പോയിൽ തിരിച്ചെത്തിയാൽ എക്കൗണ്ട് ക്ലോസ് ചെയ്യുക, പണം, ചെക്ക് എന്നിവ കൈമാറുക തുടങ്ങിയ നിരവധി കാര്യങ്ങൾ പൂർത്തിയാക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഏകദേശം അര മണിക്കൂർ സമയം കൂടി ഇവിടെ വേണ്ടിവരും. ഇതിനായി വാൻ സെയിൽസ്മാൻമാർ 6.30 ഓടെ ഡിപ്പോയിലേക്ക് തിരിച്ചെത്തുന്നതായി ഞങ്ങൾക്ക് മനസിലായി. അതായത് ആറു മണിക്കു തന്നെ റൂട്ടിലെ ജോലികൾ അവസാനിപ്പിച്ച് അവർ ഡിപ്പോയിലേക്ക് തിരിക്കുമെന്ന് ഇത് വ്യക്തമാക്കുന്നു.

മുകളിൽ നൽകിയ ഉദാഹരണങ്ങളിൽ നിന്നും ഭൂരിഭാഗം വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാരും രാവിലെ 10 മണി മുതൽ വൈകിട്ട് ഏഴ് മണിവരെ വിപണിയിൽ ഉണ്ടാകേണ്ടതിന് പകരം രാവിലെ 11 മണി മുതൽ വൈകിട്ട് ആറ് മണി വരെ മാത്രമാണ് വിപണിയിലുള്ളതെന്ന് ഞങ്ങൾ കണ്ടെത്തി. ഇതിനിടെ മിക്ക വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാരും ഉച്ചസമയത്ത് ഒരു മണിക്കൂർ നീണ്ട ലഞ്ച് ബ്രേക്ക് എടുക്കാറുണ്ട്. ചൂടു കൂടുതലുള്ള സമയങ്ങളിൽ അര മണിക്കൂർ ഉച്ചയുറക്കവും നടത്തും. കൂടാതെ വൈകീട്ട് അര മണിക്കൂർ സമയം ചായ കുടിക്കാനായും അവർ ചെലവിടും. ഇത്തരത്തിൽ ഇടയ്ക്കിടെയുള്ള ഇടവേളകൾക്കായി ഏകദേശം രണ്ട് മണിക്കൂർ വരെ ചെലവിടുന്നതിനാൽ വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ ഒരു ദിവസം ഫലപ്രദമായി ജോലി ചെയ്യുന്നത് വെറും അഞ്ച് മണിക്കൂർ മാത്രമാണ്.

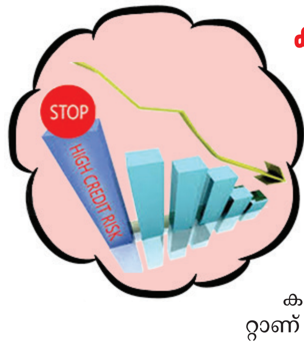
> **വിപണന സാധ്യതയുള്ള കടകളുടെ ചെറിയൊരു അംശത്തിലേക്ക് മാത്രമേ വിതരണ ശൃംഖലകൾ നിലവിൽ കടന്നു ചെല്ലുന്നുള്ളൂ എന്നതാണ് യാഥാർത്ഥ്യം**

കാരണം 2 – അശാസ്ത്രീയമായി കണ്ടെത്തിയ റൂട്ടുകൾ

ഒരു റൂട്ട് നിശ്ചയിക്കുന്നതിനുള്ള ശരിയായ മാർഗം വിശദമായൊരു റൂട്ട് സർവേ ആദ്യം നടത്തുകയെന്നതാണ്. റൂട്ടിന്റെ ആരംഭസ്ഥാനം, സഞ്ചരിക്കേണ്ട യഥാർത്ഥ റൂട്ട്, അവസാന പോയ്ന്റ് എന്നിവയ്ക്ക് പുറമേ ആ റൂട്ടിലെ വിപണന സാധ്യതയുള്ള കടകളുടെ ഒരു ലിസ്റ്റും തയ്യാറാക്കണം. അതിൽ കടയുടെ പേര്, ക്ലാസിഫിക്കേഷൻ (A, B or C ക്ലാസ്), അടുത്തുള്ള ലാൻഡ്മാർക്ക്, കട ഉടമയുടെ പേര്, ഫോൺ നമ്പർ എന്നിവയൊക്കെ ഉൾക്കൊള്ളിക്കണം. കേരളത്തിൽ വളരെയധികം ചെറിയ റോഡുകൾ ഉള്ളതിനാൽ ഓരോ റൂട്ടിലുമുള്ള സെക്കന്ററി റോഡുകളെയും ഇടവഴികളെയുമൊക്കെ അതിൽ കൂട്ടിയോജിപ്പിക്കണം. കാരണം അവിടെയും വിപണന സാധ്യതയുള്ള അനേകം കടകളുണ്ടാകും.

ചെറിയ റോഡുകൾ, അവിടത്തെ വിപണന സാധ്യതയുള്ള കടകൾ, വിപണന സാധ്യതയുള്ള എല്ലാ കടകളെയും കവർ ചെയ്യുന്നതിനായി പിന്തുടരേണ്ട റൂട്ട് എന്നിവയുടെ വ്യക്തമായൊരു ചിത്രം ശരിയായൊരു റൂട്ട് സർവേയിലൂടെ ലഭിക്കും. നിലവിലുള്ള കടകൾ അടച്ചുപൂട്ടുകയോ പുതിയ കടകൾ ആരംഭിക്കുകയോ പുതിയ റോഡ് തുറക്കപ്പെടുകയോ ചെയ്യുമെന്നതിനാൽ നിശ്ചിത ഇടവേളകളിൽ റൂട്ട് അപ്ഡേഷൻ സർവേകളും നടത്തണം.

രണ്ട് പ്രധാന പട്ടണങ്ങളുടെ ഇടയിലുള്ള ചെറിയ ഗ്രാമങ്ങളെ ഉൾപ്പെടുത്തിക്കൊണ്ടുള്ള ഒരു റൂട്ട് സൃഷ്ടിക്കാൻ ആദ്യത്തെ വാൻ സെയ്ൽസ്മാനോട് പറഞ്ഞുകൊണ്ടായിരിക്കും സാധാരണഗതിയിൽ ഒരു റൂട്ട് നിശ്ചയിക്കപ്പെടുന്നത്. കൂടുതൽ വിൽപ്പന നേടിയെടുക്കുന്നതിലായിരിക്കും വാൻ സെയ്ൽസ്മാന്റെ ശ്രദ്ധ. അതിനാൽ ടാർജറ്റുകൾ കൈവരിക്കുന്നതിനായുള്ള വലിയൊരു സെയ്ൽസ് വോള്യത്തിനായി ആ റൂട്ടിലെ വൻകിട കടകൾക്കായിരിക്കും സാധാരണഗതിയിൽ അയാൾ സേവനം നൽകുന്നത്. കുറച്ചുകാലം കൊണ്ട് ക്രമേണ പുതിയ കടകളെയും വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻ കൂട്ടിച്ചേർക്കുമെങ്കിലും പിന്നീടത് പൂർണ്ണമായും നിലയ്ക്കും. കൃത്യമായ റൂട്ട്, സാധ്യതയുള്ള മൊത്തം കടകളുടെയും ലിസ്റ്റ്, അവയുടെ പ്രസക്തമായ വിശദാംശങ്ങൾ എന്നിവയൊക്കെയുള്ള റൂട്ടിന്റെ ശരിയായൊരു രൂപരേഖ മിക്ക വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാരുടെ കൈയിലും ഉണ്ടാകില്ലെന്നതാണ് ഇതിനർത്ഥം. അതിനാൽ ഒരു റൂട്ടിൽ വിപണന സാധ്യതയുള്ള 60 ശതമാനം കടകളെ മാത്രമേ വാൻ സെയ്ൽസ്മാന് അറിയാവൂവെന്നാണ് ഞങ്ങളുടെ കണ്ടെത്തൽ.



കാരണം 3 ക്രെഡിറ്റ് റിസ്ക്

കേരളത്തിലെ ഭൂരിഭാഗം വിതരണക്കാരും അവരുടെ ഉപഭോക്താക്കളായ കടകൾക്ക് ക്രെഡിറ്റാണ് നൽകുന്നത്. ഈ ക്രെഡിറ്റ് പിരിച്ചെടുക്കാനുള്ള ചുമതല വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർക്കാണുള്ളത്. പൊതുവെ ചെറുകിട കടകളെക്കാൾ കൂടുതൽ കടം ലഭിക്കാനുള്ള അർഹത വൻകിട കടകൾക്കാണെന്ന് വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ വിചാരിക്കും. ഒരു വൻകിട കട പൂട്ടിപ്പോയതിനെ തുടർന്ന് പിരിഞ്ഞുകിട്ടാനുള്ള തുക എഴുതിത്തള്ളാൻ ഡിസ്ട്രിബ്യൂട്ടർ നിർബന്ധിതനായാൽ അതിന് വാൻ സെയ്ൽസ്മാനെ അധികം കുറ്റപ്പെടുത്താറില്ല. എന്നാൽ ഇതേ സാഹചര്യം ഒരു ചെറുകിട കടയിലാണ് സംഭവിക്കുന്നതെങ്കിൽ അതായിരിക്കില്ല അവസ്ഥ.

ഒരു ചെറുകിട കട പൂട്ടിപ്പോയാലുണ്ടാകുന്ന നഷ്ടത്തെ ഡിസ്ട്രിബ്യൂട്ടർ കർക്കശമായി കാണുകയും അത്തരം കടകൾക്ക് ആദ്യമേ തന്നെ ക്രെഡിറ്റ് ഓഫർ ചെയ്യാൻ പാടില്ലെന്നൊരു നിലപാട് സ്വീകരിക്കുകയും ചെയ്യും. പ്രവർത്തനം നിലച്ചുപോയ ഒരു വൻകിട കടക്ക് ക്രെഡിറ്റ് നൽകിയിരുന്നതിനെ ഒരു വാൻ സെയ്ൽസ്മാന് എളുപ്പത്തിൽ ന്യായീകരിക്കാനാകും. കാരണം അത്രയും വലിയൊരു കട പൂട്ടിപ്പോകുമെന്ന വസ്തുത വാൻ സെയ്ൽസ്മാന് പ്രതീക്ഷിക്കാനാവില്ലെന്ന് ഡിസ്ട്രിബ്യൂട്ടറും ചിന്തിക്കും.

ഇതിന്റെ ഫലമായി ഒരു വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻ അയാളുടെ റൂട്ടിലെ സാധ്യതയുള്ള കടകൾക്കെല്ലാം ക്രെഡിറ്റിൽ വിൽക്കുമ്പോൾ കടം ലഭിക്കാനുള്ള അർഹതയില്ലെന്ന ചിന്തയാൽ അയാളുടെ കൈവശമുള്ള ലിസ്റ്റിലെ എല്ലാ ചെറുകിട കടകളെയും ഒഴിവാക്കുകയും പകരം കൂടുതൽ ക്രെഡിറ്റ് നൽകാനാകുന്ന വൻകിട കടകളിലേക്ക് ശ്രദ്ധപതിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യും.

കാരണം 4 ക്രെഡിറ്റ് കളക്ഷൻ ടൈം

വിപണിയിൽ ക്രെഡിറ്റിൽ വിൽപ്പന നടത്തുന്ന വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർക്ക് സാധാരണഗതിയിൽ ക്രെഡിറ്റ് കളക്ഷൻ നടത്തേണ്ട ചുമതലയുമുണ്ട്. ഭൂരിഭാഗം വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാരും തങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കളിൽ നിന്നുള്ള കടം പിരിച്ചെടുക്കുന്നതിനായി അവരുടെ ഫലപ്രദമായുള്ള പ്രവർത്തന സമയത്തിന്റെ 50 ശതമാനവും ചെലവിടുകയാണ്.

കുടിശിക വരുത്തിയ ഉപഭോക്താക്കളെ നിരവധി തവണ ഫോളോ-അപ് ചെയ്യുന്നതിനായി വളരെയധികം സമയം ചെലവഴിക്കേണ്ടി വരുന്നതിനാൽ ബാക്കിയുള്ള ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സേവനം നൽകാൻ കുറച്ച് സമയം മാത്രമേ ഇവർക്ക് ലഭിക്കാറുള്ളൂ. ചില സമയങ്ങളിൽ കുടിശിക പിരിച്ചെടുക്കാനായി വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ ചെലവിടുന്ന സമയം വളരെയധികമായതിനാൽ യഥാർത്ഥത്തിൽ ഇവർ സെയ്ൽസ്മാൻമാരാണോ അതോ കളക്ഷൻ ഏജന്റുമാരാണോ എന്ന് നമ്മൾ അതിശയിച്ചുപോകും.

കാരണം 5 വോള്യം ഡിസ്കൗണ്ട് സ്കീം

ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഓഫർ ചെയ്യുന്നതിനായി വോള്യം അധിഷ്ഠിത സ്കീമുകളും സെയ്ൽസ് ഓഫറുകളും മാത്രമാണ് സാധാരണയായി വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർക്കുള്ളത്. വൻകിട കടകൾക്ക് മാത്രമാണ് ഇത്തരം ഓഫറുകൾ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗപ്പെടുത്താനാകുന്നത്. അതിനാൽ ചെറുകിട കടകളെക്കാൾ വൻകിട കടകളിലാണ് വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധ പതിപ്പിക്കുന്നത്.

കാരണം 6 പ്രതികരണമില്ലായ്മ

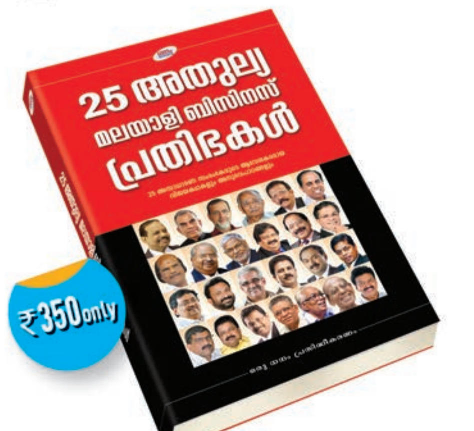
വോള്യം ഡിസ്കൗണ്ട് സ്കീമുകളും ഓഫറുകളും ഏറ്റെടുക്കാൻ എല്ലാ കടകളും ഇഷ്ടപ്പെടും. എന്നാൽ ഇത്തരം വോള്യം ഡിസ്കൗണ്ട് ഓഫറുകൾ ഏറ്റെടുത്താൽ പിന്നീട് കുറച്ച് നാളത്തേക്ക് വീണ്ടും പർച്ചേസ് നടത്താൻ ചെറിയ കടകൾക്ക് സാധിക്കാതെ വരും. വോള്യം ഡിസ്കൗണ്ട് ഓഫറിലൂടെ ഒരു വാൻ സെയ്ൽസ്മാനിൽ നിന്നും ഒരു ചെറിയ കട ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയോ അല്ലെങ്കിൽ അത്തരമൊരു ഓഫറിലൂടെ എതിരാളിയുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുകയോ ചെയ്താൽ പിന്നീട് കുറെ നാളത്തേക്ക് അത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങാൻ അവർക്ക് സാധിക്കുകയില്ല. ഇതിന്റെ ഫലമായി അത്തരം ചെറുകിട കടകളിലേക്കുള്ള വാൻ സെയ്ൽസ്മാന്റെ തുടർന്നുള്ള സന്ദർശനങ്ങളിൽ യാതൊരുവിധ ഓർഡറുകളും ലഭിക്കുകയില്ല. സമയം കുറവായതിനാൽ ഭാവിയിൽ അത്തരം കടകളിൽ പോകുന്നത് വാൻ സെയ്ൽസ്മാൻമാർ പൂർണ്ണമായി ഒഴിവാക്കുന്ന പ്രവണതയുണ്ടാകുകയും പിന്നീട് അത്തരം കടകൾ ഫലപ്രദമായി കവർ ചെയ്യാത്ത സ്ഥിതിയുണ്ടാകുകയും ചെയ്യും.

മുകളിൽ സൂചിപ്പിച്ചതുപോലെ കേരളത്തിൽ ഫലപ്രദമായൊരു വിപണി കവറേജ് ഇല്ലാത്തതിന് നിരവധി കാരണങ്ങളുണ്ട്. വിപണി കവറേജ് ലഭിക്കാത്തതിനുള്ള കാരണങ്ങൾ ഒരു സംരംഭകൻ പൂർണ്ണമായി മനസിലാക്കാതെ അത്തരം പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കുന്നതിനോ കേരള വിപണിയിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ശരിയായ വിധത്തിലുള്ള വിപണി കവറേജ് ഉറപ്പാക്കുന്നതിനോ സാധിക്കില്ല. ■

ഇന്ത്യയിലും ജി.സി.സി രാഷ്ട്രങ്ങളിലുമായി സ്ഥായിയായ ബിസിനസ് മോഡലുകൾ വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിനുവേണ്ടി ദീർഘകാല അടിസ്ഥാനത്തിൽ സംരംഭകരുമായി ചേർന്ന് പ്രവർത്തിക്കുന്ന ബിസിനസ് അഡ്വൈസറാണ് ലേഖകൻ.

1992ൽ IIM (L) നിന്ന് PGDM എടുത്തതിനു ശേഷം ബിസിനസ് അഡ്വൈസറായി പ്രവർത്തനം ആരംഭിച്ച അദ്ദേഹം റിസൾട്ട്സ് കൺസൾട്ടിംഗ് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടിവ് ഓഫീസറാണ്. website: www.we-deliver-results.com, email: tinyphilip@gmail.com

25 അതുല്യ മലയാളി ബിസിനസ് പ്രതിഭകൾ



ബിസിനസ് പ്രതിഭകൾ
- സി.ജെ ജോർജ്
- പി.ജെ ജോർജ്കുട്ടി
- ഗോപു നന്തിലത്ത്
- ഐസക് ജോസഫ്
- സി.വി ജേക്കബ്
- എം.സി ജേക്കബ്
- എൻ. ജഹാംഗീർ
- ജോണി എബ്രഹാം ജോർജ്
- ജസ്റ്റിൻ ജോസഫ്
- കൊച്ചൗസേപ്പ് ചിറ്റിലപ്പിള്ളി
- പി.കെ കോശി
- വി.കെ മാത്യൂസ്
- എം.ഇ മീരാൻ
- പി.എൻ.സി മേനോൻ
- വി.പി നന്ദകുമാർ
- ജി.പി.സി നായർ
- എൻ.ആർ പണിക്കർ
- കെ.പി പോൾ
- പോൾ തോമസ്
- പൊറിഞ്ചു വെളിയത്ത്
- എം.പി രാമചന്ദ്രൻ
- സന്തോഷ് നായർ
- ശ്രീകാന്ത് ഭാസി
- കെ.വി ടോളിൻ
- എം.എ യൂസഫലി

25 വിജയകഥകൾ, അപൂർവ അനുഭവ പാഠങ്ങൾ

വിജയിക്കണം എന്ന മോഹം മനസ്സിൽ ജ്വലിപ്പിക്കാൻ, നിങ്ങളെ പ്രചോദിപ്പിക്കാൻ ഒരു പുസ്തകം

ഇന്നുതന്നെ നിങ്ങളുടെ കോപ്പി ഉറപ്പുവരുത്തുക

Method of payment ☐ Cheque ☐ Draft ☐ M.O ☐ Cash in favour of Dhanam Publications Pvt. Ltd. Kochi

For online purchase log on to www.dhanamonline.com

ധനം BUSINESS MAGAZINE
Dhanam Publications Pvt. Ltd.
കടവന്ത്ര, കൊച്ചി - 682 020,
ഫോൺ: 0484-2315840, 2316494,
E-mail: circulation@dhanam.in,
Website: www.dhanamonline.com