ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯಶಸ್ಸಿನ ಏಣಿ...

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೇನು ತಿಳಿದಿದೆ?

- ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅಂದರೆ ಬೀದಿ ಬೀದಿ ಸುತ್ತಬೇಕು.
- ಅನಿಗದಿತ ಭೇಟಿಗಳಿಂದ ಎದುರಾಗುವ ಗ್ರಾಹಕರ ತಿರಸ್ಕಾರ, ಅದರಿಂದ ಅಸಾಧ್ಯ ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡ.
- ಈ ಬೀದಿ ಬೀದಿ ಸುತ್ತುವ ಪರಿಪಾಠ ವರ್ಷಗಳಾದರೂ ಬದಲಾಗುವುದೇ ಇಲ್ಲ.
- ಸುಡುಬಿಸಿಲು, ಮಳೆ, ಚಳಿ, ಗಾಳಿಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಅಸಾಧ್ಯ.
- ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾತುಗಾರಿಕೆಯೇ ಬಂಡವಾಳ. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಂಕೋಚ ಸ್ವಭಾವದವರಿಗೆ, ಅಂತರ್ಮುಖಿಗಳಿಗೆ ಈ ವೃತ್ತಿ ಆಗದು.

ಈ ರೀತಿಯ ಭೀತಿ, ಆತಂಕಗಳೇ ಬಹುತೇಕ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಲ್ಲಿದೆ. ಅವರ ಈ ಆತಂಕ ದೂರ ಮಾಡುವುದು ಮುಖ್ಯ.

ವಿ.ಪ್ರದೀಪ್ ಕುಮಾರ್

ಬೆಂಗಳೂರಿನ ಪ್ರಖ್ಯಾತ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಕಾಲೇಜಿನ ಉಪನ್ಯಾಸದಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಘಟನೆಯಿದು. ಎಂಬಿಎ ಕೋರ್ಸಿನ ಅಂತಿಮ ಸೆಮಿಸ್ಟರ್ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಕೆಲವೇ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯಲಿದ್ದ ಕ್ಯಾಂಪಸ್ ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಉತ್ಸಾಹದಲ್ಲಿದ್ದರು. ಸಭಾಂಗಣದಲ್ಲಿದ್ದ ಸುಮಾರು 60 ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದೇ ನನ್ನ ಉಪನ್ಯಾಸದ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿತ್ತು.

ನಾನು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದ ಮೊದಲ ಪ್ರಶ್ನೆ: ನಿಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ವೃತ್ತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಈಗಾಗಲೇ ನಿರ್ಧರಿಸಿದ್ದೀರಾ? ಸುಮಾರು 45 ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಕೈಯೆತ್ತಿ ಹೌದೆಂದು ತಿಳಿಸಿದರು. ಆದರೆ, ಇವರಲ್ಲಿ ಯಾರೂ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡಿರಲಿಲ್ಲ. ಇದನ್ನು ತಿಳಿದು ಆಶ್ಚರ್ಯವೇ ಆಯಿತು. 'ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೇನು ತಿಳಿದಿದೆ' ಎಂದು ಕೇಳಿದೆ. ಅವರ ಉತ್ತರಗಳು ಆತಂಕಕಾರಿಯಾಗಿದ್ದವು. ಬಹುತೇಕ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಲ್ಲಿ ಭೀತಿ, ಆತಂಕಗಳೇ ಕಂಡು ಬಂದವು. ಅವರ ಆತಂಕ ದೂರ ಮಾಡುವುದನ್ನೇ ಉಪನ್ಯಾಸದ ಮೊದಲ ಆದ್ಯತೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡೆ.

ಆತಂಕ ಅರ್ಥಹೀನ

ಒಂದು ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತ ನಿಭಾಯಿಸುವಲ್ಲಿ ದಿನವೆಲ್ಲಾ ಕಳೆಯುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಿತ್ತು. ಆದರೆ, ಈಗಿನ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನಿಗದಿತ ಭೇಟಿಗಳೇ ಹೆಚ್ಚಿದೆ. ಸಣ್ಣ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ದೂರವಾಣಿ ಅಥವಾ ಇ ಮೇಲ್ ಮುಖಾಂತರ ವ್ಯವಹರಿಸುವುದು ವಾಡಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ, ವ್ಯವಹಾರಗಳು ಅಂತಿಮ ಘಟ್ಟವನ್ನು ತಲುಪಿದ ಮೇಲೆ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಮನಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಇರುವಾಗ ಮಾತ್ರ ಖುದ್ದಾಗಿ ಅವರನ್ನು ಕಾಣುವುದು ಅವಶ್ಯಕ. ಈಗ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು, ಅವರೊಡನೆ ಭೇಟಿ ನಿಗದಿಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಈ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಲು ಟೆಲಿ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳಿರುತ್ತಾರೆ.

ಇಂದಿನ ಸಂಚಾರ ದಟ್ಟಣೆಯಿಂದ ಸಮಯದ ಅಪವ್ಯಯ ತಡೆಯಲು, ದೈನಂದಿನ ಭೇಟಿಗಳ ನಂತರ ಸಂಜೆ ಕಚೇರಿಗೆ ಮರಳಿ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ವರದಿ ಕೊಡುವ ಪರಿಪಾಠವನ್ನು ಹೆಚ್ಚುಕಡಿಮೆ ನಿಲ್ಲಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ವರದಿಯನ್ನು ದೂರವಾಣಿ ಮತ್ತು ಇ ಮೇಲ್ ಮುಖಾಂತರ ತಿಳಿಸಿದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಾಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇನ್ನು ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಕಚೇರಿಗೆ ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಹೋದರೆ ಸಾಕೆನ್ನುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ.

ನಿಗದಿತ ಭೇಟಿಗಳಿಲ್ಲದೆ ಆಗುವ ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡಗಳು: ನಿಗದಿತ ಭೇಟಿಗಳಿಲ್ಲದೆ ಬರುವ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಕಾಯಿಸುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ. ಸ್ವಾಗತಕಾರರ ಕೊಠಡಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಯುತ್ತಾ ಸಮಯ ವ್ಯರ್ಥವಾಗುವುದು ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿಗೆ ನಿಜ. ಆದರೂ ಅನಿಗದಿತ ಭೇಟಿಗಳೇ ಹೆಚ್ಚು ಫಲದಾಯಕವೆಂದು ಅನೇಕ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಿಂದಲೂ ಮತ್ತು ನನ್ನ ದೀರ್ಘ ಅನುಭವದಿಂದಲೂ ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಅನಿಗದಿತ ಭೇಟಿಗಳಿಂದ ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡ ಉಂಟಾದರೂ ವ್ಯಾಪಾರ ಕುದುರುವುದರಲ್ಲಿ ಉಪಯುಕ್ತ.

ಪ್ರತಿಕೂಲ ಹವಾಮಾನ: ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯೆಂದರೆ ಬಿಸಿಲು, ಚಳಿ, ಮಳೆ, ಗಾಳಿಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗಬಹುದು. ಆದರೆ ಇದು ಎಲ್ಲಾ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೂ ಅನ್ವಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಇದು ಎಷ್ಟು ನಿಖರವಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ರೂಪಿಸುತ್ತೀರಿ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ದಿನದಲ್ಲಿ 4 ಗ್ರಾಹಕರ ಭೇಟಿಗಳು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಾದರೆ, ಈ ಭೇಟಿಗಳನ್ನು ಆದಷ್ಟು ಒಂದೇ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವುದು ಉತ್ತಮ. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ದೌರ್ಬಲ್ಯ ಮತ್ತು ದೋಷಗಳಿಂದ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಇಳಿಮುಖವಾಗಬಹುದು. ಆದರೆ ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಹವಾಮಾನವೇ ಕಾರಣವೆಂದು ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳು ಸಬೂಬು ಕೊಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ.

ಅಂತರ್ಮುಖಿಗಳಿಗೆ ಅಲ್ಲ: ಈ ವಾದದಲ್ಲೂ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸತ್ಯವಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ, ಅಪರಿಚಿತರ ಜತೆಯೂ ಉಲ್ಲಾಸದಿಂದ ಬೆರೆತು ಸಲೀಸಾಗಿ ಮಾತನಾಡಬಲ್ಲ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವದವರಿಗೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿ ಸುಲಭ. ಆದರೆ ಇದೊಂದೇ ಕಾರಣದಿಂದ ಯಶಸ್ಸು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಮಾತಿನ ಚಾಕಚಕ್ಯತೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಕೌಶಲ, ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾದ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ, ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ, ಸಮಯ ಪ್ರಜ್ಞೆ, ತಾಳ್ಮೆ, ಸಾಧಿಸುವ ಛಲ ಇತ್ಯಾದಿಗಳೂ ಇರಬೇಕು. ಅಂತರ್ಮುಖಿಗಳಿಗೆ ಸಂಕೋಚ ಸಾಮಾನ್ಯ. ಆದರೂ ನಾನು ನೋಡಿರುವಂತೆ, ಅನುಭವದಿಂದ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಇದನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ರೂಪರೇಷೆಗಳು ಬದಲಾಗುವುದೇ ಇಲ್ಲ: ಈ ವಾದದಲ್ಲೂ ತಿರುಳಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ, ಮೊದಲೇ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿವೆ. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಲು ಹೋಗುವುದೇನೋ ನಿಜ. ಆದರೂ ಆ ಭೇಟಿ ಉದ್ದೇಶ ಯಾವುದೇ ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಜೊತೆ ಬಾಂಧವ್ಯ ಬೆಳೆಸಿಕೊಂಡು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡಿಸುವುದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಗ್ರಾಹಕರ ಜೊತೆಗಿನ ಭೇಟಿಯಲ್ಲಿ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಮಾತನಾಡುವ ವಿಷಯ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಪೆನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳು ಭೇಟಿ ಮಾಡುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಮಾತುಕತೆಯ ವಿಷಯದ ವಿಸ್ತಾರ 'ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿ, ಉದ್ಯಮದ ಸಮಸ್ಯೆ ಇತ್ಯಾದಿ'ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವುದು ವಾಡಿಕೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ದಿನಚರಿಯಲ್ಲೂ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗಿ ಆರಂಭದಲ್ಲಿರುವಂತೆಯೇ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ನನ್ನ ಉಪನ್ಯಾಸದ ಮೊದಲ ಭಾಗ ಮುಗಿಯುತ್ತಿದ್ದಂತೆ, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಬಗ್ಗೆ ಇದ್ದ ತಪ್ಪು ಕಲ್ಪನೆಗಳು ದೂರವಾದಂತೆ ತೋರಿತು. ನನ್ನ ಅನಿಸಿಕೆ ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತೆ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದೆ 'ಈಗ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಗೆ ಸೇರಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಾ?' ಎಂದು. ಸುಮಾರು 25 ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಕೈಯೆತ್ತಿ 'ಹೌದು' ಎಂದರು.

ಅವರನ್ನು ಅಭಿನಂದಿಸುತ್ತಾ 'ನಿಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ಮೇಲೆ ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ಪರಿಸರ ಸೇರಿದಂತೆ ನಿಮ್ಮ ಬಾಹ್ಯ ಲೋಕದ ಪ್ರಭಾವ ಜಾಸ್ತಿ. ಆದರೆ ವೃತ್ತಿಯಂತಹ ಗಂಭೀರವಾದ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವುದೇ ಅಭಿಪ್ರಾಯಕ್ಕೆ ಬರುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂಚೆ, ನೀವು ಕೂಲಂಕಷವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬೇಕು. ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ನೀವು ಮಾಡುವ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಮನಸಾರೆ ಪ್ರೀತಿಸದಿದ್ದರೆ ಯಶಸ್ಸು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ' ಎಂದು ತಿಳಿಸಿದೆ.

2ನೇ ಪುಟ ನೋಡಿ

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್...

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್: ಗಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಉನ್ನತಿಯ ಮಾರ್ಗ

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸವಾಲುಗಳ ಜೊತೆಯಲ್ಲೇ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಅವಕಾಶಗಳೂ ಇರುತ್ತವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿ, ಉತ್ತಮ ವೇತನ, ದಿನನಿತ್ಯದ ಭತ್ಯ, ಬೋನಸ್ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ಅನೇಕ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕಗಳಿರುತ್ತವೆ. ತಿಂಗಳ ಸಂಬಳಕ್ಕಿಂತ 'ಇನ್ಸೆಂಟಿವ್' ಮೊತ್ತವೇ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವ ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನಾನೇ ವಿವಿಧ ಕಂಪನಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿದ್ದೇನೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳ ತಿಂಗಳ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ಅವರ ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಗಿಂತ ಅಧಿಕವಾಗಿರುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯ. ಈ ಕಾರಣಗಳಿಂದಲೇ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಹಣ ಗಳಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಶೀಘ್ರ ಉನ್ನತಿಯನ್ನೂ ಗಳಿಸಬಹುದು.

ಹಾಗಾಗಿ, ಬಹುಪಾಲು ಉದ್ಯಮಗಳ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಪರಿಶ್ರಮದಂತೆ ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತಿ ಮತ್ತು ಹಣ ಗಳಿಕೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುವುದರಿಂದಲೇ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಇಂದಿಗೂ ಅತ್ಯಂತ ಜನಪ್ರಿಯ ವೃತ್ತಿ.

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಉದ್ಯೋಗಗಳ ವೈವಿಧ್ಯತೆ

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಉದ್ಯೋಗಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ನಾಲ್ಕು ವರ್ಗ.

- ನಿತ್ಯದ ಬಳಕೆಯ ಅಲ್ಪ ಮೌಲ್ಯದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾದ ಆಹಾರ ಧಾನ್ಯ, ಹಾಲು, ತುಪ್ಪ, ಎಣ್ಣೆ, ಸೋಪ್, ಟೂತ್ ಪೇಸ್ಟ್ ಇತ್ಯಾದಿ.
- ದೀರ್ಘಕಾಲ ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಾದ ವಾಹನಗಳು, ಟಿವಿ, ಫ್ರಿಜ್, ಮೊಬೈಲ್ ಇತ್ಯಾದಿ.
- ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ, ಉದ್ದಿಮೆಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸುವ ಉಕ್ಕು, ಕಬ್ಬಿಣ, ಕಚ್ಚಾ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಿಸಿದ ಪದಾರ್ಥಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇವೆ, ನೆರವು ನೀಡುವ ಸೇವೆಗಳಾದ ವಿಮಾನಯಾನ, ಹೋಟೆಲ್, ಆಸ್ಪತ್ರೆ, ಮೊಬೈಲ್ ಸರ್ವೀಸ್, ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರ ಇತ್ಯಾದಿ.

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವರ್ಗ, ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಮತ್ತು ವಿತರಣಾ ಶೈಲಿ ಆಧರಿಸಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ನೀತಿ ಮತ್ತು ನಿಯಮ ರಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸವಾಲು, ಅವಕಾಶ

ಎಲ್ಲ ವೃತ್ತಿಯಂತೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿಯೂ ಅನೇಕ ಸವಾಲು ಸಾಮಾನ್ಯ. ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದುದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟದ ಗುರಿ ಅಥವಾ ಟಾರ್ಗೆಟ್. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಇನ್ನೊಂದು ಆಕರ್ಷಣೆಯೆಂದರೆ, ನಿಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ನೀರಸವಾಗಿರದೆ ವೈವಿಧ್ಯಮಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ವೃತ್ತಿಯ ಜೊತೆ ಬದುಕಿನಲ್ಲೂ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಮುಂದೆ ಬರುವ ಹಂಬಲ, ಅದನ್ನು ಕಷ್ಟಪಟ್ಟು ಸಾಧಿಸುವ ಛಲವಿದ್ದರೆ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಕಂಪೆನಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ನಿಮಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿಶ್ವಾಸವಿರಬೇಕು; ಆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ದೃಢ ನಂಬಿಕೆಯಿರಬೇಕು. ಈ ಅಚಲ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆಯೇ ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಭೆಯನ್ನು ಅರಳಿಸಿ, ಅಪಾರ ಶಕ್ತಿಯಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಬಳಸಿ ವ್ಯವಹಾರದ ನಿಯಮಗಳೊಡನೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಮಾರಾಟ ತಂತ್ರಗಳನ್ನೂ ಅನುಸರಿಸಿದರೆ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಮಿತಿಯನ್ನೂ ಮೀರಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ.

(ಲೇಖಕರು ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿ ಸಲಹೆಗಾರರು
ಅವರ ಇ ಮೇಲ್: info@promaxintl.com)