

MARKETING

අලෙවිකරණය

මිනිස් අවශ්‍යතා හා චුළුමනා තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා වටිනාකමින් යුත් නිෂ්පාදනයක් නිර්මාණය කිරීමේ හා පිළිගැන්වීමේ ක්‍රියාවලිය අලෙවිකරණයයි.

නිෂ්පාදිත නිර්මාණය කිරීමේ සිට ඒවා පාරිභෝගිකයන් අතට පත්වීම දක්වා මෙන්ම විකිණීමෙන් පසු සේවා සැපයීමේ කටයුතු ද අලෙවිකරණයට අයත් වේ.

ClassWork.LK

අලෙවිකරණයට අයත්වන කටයුතු

- මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා වඩාත් හොඳින් තෘප්තිමත් කළ හැකි වන භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිර්මාණය කිරීම.
- නිර්මාණය කළ භාණ්ඩය හෝ සේවාව පාරිභෝගිකයන් වෙත ආකර්ෂණීය අයුරින් හඳුන්වා දීම.
- සාධාරණ මිලක් ලකුණු කිරීම.
- වඩාත් සරල හා යෝග්‍ය පරිදි භාණ්ඩය හෝ සේවාව පාරිභෝගිකයා අතට පත් කරලීම.
- භාණ්ඩය හෝ සේවාව පිළිබඳ පාරිභෝගික ප්‍රතිචාර සොයා බැලීම හා අලෙවියෙන් පසු අවශ්‍ය සේවා සැපයීම.

නව ගනුදෙනුකරුවන් ව්‍යාපාරයට ආකර්ෂණය කර ගැනීමට මෙන්ම වර්තමාන ගනුදෙනුකරුවන් ව්‍යාපාරය සමග රඳවා තබා ගැනීම සඳහා ද ව්‍යාපාරයකට අලෙවිකරණය වැදගත් වේ.

වෙළෙඳපොළ

ගැනුම්කරු හා විකුණුම්කරු හමුවන හෝ සම්බන්ධ වන ඕනෑම ආකාරයක් වෙළෙඳපොළයි.

වෙළෙඳපොළ භෞතික ස්ථානයක් වශයෙන් මෙන්ම අන්තර්ජාලය හරහා සම්බන්ධ වන “වෙළෙඳපොළ අවකාශයක්” ලෙස ද පැවතිය හැකි ය.

ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ

ව්‍යාපාරයකට වඩාත් ආකර්ෂණීය ලෙස මෙන්ම ලාභදායී ව තෘප්තිමත් කළ හැකි පාරිභෝගිකයන්ගෙන් සමන්විත වෙළෙඳපොළ කොටස හෙවත් පාරිභෝගික කොටස ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ ලෙස හැඳින්වේ.

උදා : ළදරුවන්ට කිරිපිටි වර්ගයක් හඳුන්වා දීම.

දියවැඩියා රෝගීන් සඳහා විශේෂිත වූ ආහාර නිෂ්පාදනය කර අලෙවි කිරීම.

අලෙවිකරණ මිශ්‍රය

අලෙවිකරණ මිශ්‍රය යනු ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ තුළ ව්‍යාපාරයේ අලෙවිකරණ පරමාර්ථ ඉටුකර ගැනීම සඳහා උපයෝගී කරගන්නා විචල්‍යයන් සමූහයකි.

මෙම විචල්‍යයන් අයිතිකරුවන්ට පාලනය කළ හැකිය.

අලෙවිකරණ මිශ්‍රය විචල්‍යයන් 4 කි. එය 4 P's ලෙස නම් වේ.

1. නිෂ්පාදිතය - Product
2. මිල - Price
3. ස්ථානය - Place
4. ප්‍රවර්ධනය - Promotion

නිෂ්පාදිතය

මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කිරීම සඳහා වෙළෙඳපොළට ඉදිරිපත් කරන ඕනෑම දෙයක් නිෂ්පාදිතයක් ලෙස හඳුන්වයි.

නිෂ්පාදිතයක් ලෙස මූලික ව සැලකිල්ලට ගනුයේ භාණ්ඩ හා සේවා ය.

උදා : ආහාර, ඇඳුම්, පාවහන්, පොත්පත්

මිල

කිසියම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් වෙනුවෙන් පාරිභෝගිකයාගෙන් අය කිරීමට අපේක්ෂිත වටිනාකම අලෙවිකරණයේ දී මිල ලෙස හඳුන්වයි.

මෙය පාරිභෝගිකයෙකුගේ පැත්තෙන් බැලූ විට පිරිවැයකි.

පාරිභෝගිකයෙකු නිෂ්පාදිතයක් මිල දී ගැනීමේ දී සලකා බලන ප්‍රධානතම සාධකය මිල වන අතර අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ විචල්‍යයන් අතුරින් ව්‍යාපාරයකට ආදායම් ලබා දෙන එකම විචල්‍යය වන්නේ ද මිලයි.

ස්ථානය

නිෂ්පාදිත පාරිභෝගිකයන් වෙත ලබා දීම හා සම්බන්ධ වූ කටයුතු ස්ථානය ලෙස හඳුන්වයි.

නිෂ්පාදිත පාරිභෝගිකයන් වෙත ලබා දීමට නිෂ්පාදකයෙකුට විවිධ මාර්ග භාවිත කළ හැකි ය.

උදා : සෘජු බෙදා හැරීම
අතරමැදියන් මගින් බෙදා හැරීම

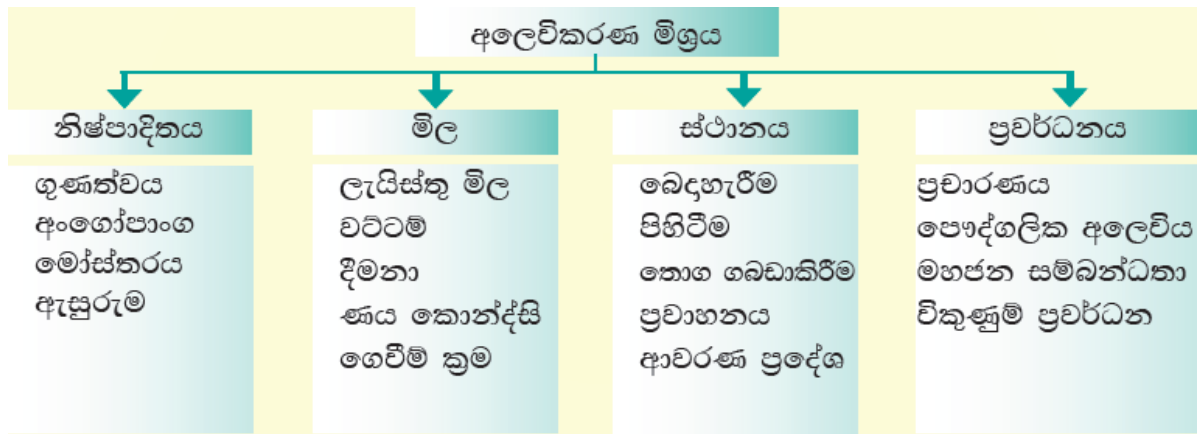
ප්‍රවර්ධනය

ව්‍යාපාරයක් තම අලෙවිය වැඩි කර ගැනීම සඳහා යොදා ගන්නා විවිධ උපක්‍රම ප්‍රවර්ධනය ලෙස හඳුන්වයි.

ප්‍රවර්ධන උපක්‍රම :

- ප්‍රචාරක දැන්වීම් පළ කිරීම.
- නොමිලේ සාම්පල් බෙදා දීම.
- වැඩමුළු පැවැත්වීම.
- ක්‍රීඩා තරග වැනි දෑ සඳහා අනුග්‍රහ දැක්වීම.

අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ එක් එක් විචල්‍යයන් අයිතම් කිහිපකින් සමන්විත වේ.



ClassWork.LK

ClassWork.LK