



**STATE LEVEL ONLINE WORKSHOP ON
GSET-CRASH COURSE
(1.1.22 TO 10.1.22)**

**ORGANISED BY
CAREER COUNSELLING & DEVELOPMENT CELL
KRANTI GURU SHYAMJI KRISHNA VERMA KACHCHH UNIVERSITY**

**MARKETING MANAGEMENT
JANUARY 3, 2022
(3.00PM TO 6.00PM)
ONLINE PLATFORM: ZOOM**

**SPEAKER:
DR. LALITA M. SOLANKI
HEAD, DEPARTMENT OF COMMERCE
SAMARPAN ARTS AND COMMERCE COLLEGE, GANDHINAGAR
CONTACT: ims.samarpan@gmail.com
Mobile no: 9925076124**



કેરીયર કાઉન્સેલીંગ એન્ડ ડેવલપમેન્ટ સેલ,
કે. એસ. કે. વી. કચ્છ યુનિવર્સિટી
દ્વારા આયોજિત



GSET-2021 ક્રેશ કોર્સ (કોમર્સ)

ઓનલાઇન વર્ગો

તારીખ : 01.01.2022 થી 10.01.2022 સુધી

સમય 03:00 થી 06:00

સ્થળ : ડી-બ્લોક, કે. એસ. કે. વી. કચ્છ યુનિવર્સિટી, ભુજ

ફી : 1000 । રજીસ્ટ્રેશન કરાવવું ફરજિયાત છે

વર્કશોપ કો-ઓર્ડીનેટર

ડૉ. મુકેશ બાવળીયા

72010 85635 । 96629 17809



Resource Speaker:

Dr. Lalita Solanki

**Head, Department of Commerce
Samarpan Arts and Commerce College
Gandhinagar**

January 03, 2022

Timings: 3.00pm to 6.00pm

Online platform : Zoom

Today's Learning Points:

- **Marketing concepts & approaches**
- **Marketing channels**
- **Marketing mix**
- **Strategic Marketing Planning**
- **Market segmentation**
- **Targeting and positioning of market**
- **Logistic Marketing**
- **Service Marketing**

- **Trends in marketing**
 - Social marketing**
 - Online marketing**
 - Green marketing**
 - Direct marketing**
 - Rural marketing**
- **CRM**

What is Marketing ?

Marketing is all about putting
the right product in the right place, at the right price, at the right time.



Marketing Concepts & Approaches

**Product oriented marketing-
(Traditional)**

**Production oriented marketing-
(AMA)**

**Sales oriented marketing-
(E. F. Clerk)**

**Consumer oriented marketing-
(C. G. Mortimer)**

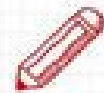
**Societal oriented marketing-
(Paul Mazur)**

Modern marketing



Marketing channels

What is marketing channel?



Marketing channel is a function and an intermediary network system (agent, trader, retailer, and so on) which is well organized to do all marketing activities (Berman, 1996)



Marketing channel is an external organization to perform physical delivery from producers to consumers (Rosenbloom, 1995)



Marketing Channel is a networking organization that connects manufacturers with end users (Craven, 1991)

Marketing channels

Offline Marketing Channels

- Retail Shops/Physical Stores
- Text messages
- Print advertising
- Business card
- Mail-order catalogues
- Direct mails
- Radio advertisements

Online Marketing Channels

- Websites
- Content marketing
- SEO (search engine optimization)
- Email Marketing
- SEM (search engine marketing)
- Social Media Marketing
- PPC (pay per click)(Display Ads)
- Video Marketing
- Affiliate Marketing
- Mobile Marketing and more



Marketing mix

Definition: The marketing mix refers to the set of actions, or tactics, that a company uses to promote its brand or product in the market.

The **4Ps** make up a typical marketing mix - **Price, Product, Promotion and Place**.

However, nowadays, the marketing mix increasingly includes several other Ps like **Packaging, Positioning, People and even Politics** as vital mix elements.



Marketing mix

Another approach is Lauterbur's 4Cs, which presents the elements of the marketing mix from the buyer's rather than the seller's perspective. It is made up of:

- Customer needs and wants (the equivalent of product).
- Cost (price).
- Convenience (place).
- Communication (promotion).



Strategic Marketing Planning

What is Strategic Planning?

- **Market-oriented strategic planning is the managerial process of developing and maintaining a viable fit between the organization's objectives, skills, and resources and its changing market opportunities.**
- **Strategic planning is the art of creating specific business strategies, implementing them, and evaluating the results of executing the plan, in regard to a company's overall long-term goals or desires.**

The elements of a planning

- **1. Set your marketing goals**
- **2. Conduct a marketing audit.**
- **3. Conduct market research**
- **4. Analyse the market research.**
- **5. Identify a target audience.**
- **6. Determine a budget.**
- **7. Develop marketing strategies**
- **8. Develop an implementation schedule.**
- **9. Create an evaluation process.**

Market segmentation

Meaning of market segmentation

Market segmentation is the process of dividing prospective consumers into different groups depending on factors like demographics, behavioral, geographic and various characteristics.

Market segmentation helps companies better understand and market to specific groups of consumers that have similar interests, needs and habits.

Market segmentation



Targeting and positioning of market

S Segmentation	T Targeting	P Positioning
Divide market into distinct groups of customers (segments) using segmentation practices.	Determine which customer group (segment) to focus your marketing efforts on.	Create product positioning and marketing mix that is most likely to appeal to the selected audience.

Logistic marketing

- Marketing logistics involve planning, delivering and controlling the flow of physical goods, marketing materials and information from the producer to the market. The aim is to meet customer demands while still making a satisfactory profit.
- The purpose of logistics management is to deliver the right product to the right place at the right time.



Components of Marketing Logistics

- **1. Customer profiling**
- **2. Goods distribution**
- **3. Transportation**
- **4. Packaging & Information**
- **5. Customer Service**
- **6. Reverse Logistics**

Service Marketing

1. સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

1. વ્યવસ્થાતંત્રની દષ્ટિએ
2. સંસ્થાની કામગીરી અનુસાર
3. માર્કેટિંગ પ્રયાસોને આધારે

સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

1.વ્યવસ્થાતંત્રની દૃષ્ટિએ



સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો
2. સંસ્થાની કામગીરી અનુસાર

1. આક્રમક સેવા માર્કેટિંગ

2. લઘુત્તમ સેવા માર્કેટિંગ

3. સમતુલ સેવા માર્કેટિંગ

સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

૩. માર્કેટિંગ પ્રયાસોને આધારે

૧.સંસ્થાલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ

૨.વ્યક્તિલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ

૩.સ્થળલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ

૪.વિચારલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ

2. સેવા આપતી પેઢીની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના

1.

- વપરાશકારલક્ષી સેવા (Consumer Oriented Services)

2.

- વપરાશકારલક્ષી સેવાઓનું વ્યુહાત્મક સંચાલન

1.

- વપરાશકારલક્ષી સેવા (Consumer Oriented Services)

ચાઈલ્ડ એન્ડ બેબી કેર વર્કર

બ્યુટીશિયનની સેવા

એડવોકેટની સેવા

તબીબી સેવા

મસાજની સેવા

ફીઝિયોથેરાપીની સેવા



2.

• વપરાશકારલક્ષી સેવાઓનું વ્યુહાત્મક સંચાલન



1. ધંધા/સેવાની ઓળખ



5. સેવાની માંગ અને પૂર્તિનો સમન્વય



2. ધંધો/સેવાનું ભવિષ્ય



6. વપરાશકારની પસંદગીના ધોરણો



3. સેવાના સંભવિત ગ્રાહકો



7. સેવાનું સ્થાનીયકરણ



4. સેવા સંચાલન



૩. સેવા માર્કેટીંગ ને અસર કરતા પરિબલો

- 1. જનસંપર્ક
- 2. સેવાઓની માંગ અને પુરવઠો
- 3. પૂરક સગવડો
- 4. પ્રોત્સાહનનું પ્રમાણ
- 5. વિશ્વાસપાત્રતા
- 6. કિંમતનો પ્રશ્ન
- 7. સેવાઓની ગ્રાહકને સમજૂતી
- 8. માહિતીસંચાર



સેવાઓનું માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સંબંધોનું માર્કેટિંગ

સેવાઓનું માર્કેટિંગ

MCQs

1. સેવાનો ખ્યાલ સ્પષ્ટ કરો.
2. ફિલિપ કોટલરની સેવાની વ્યાખ્યા જણાવો.
3. અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિયેશનની સેવા અંગેની વ્યાખ્યા જણાવો.
4. સેવાનાં વિશિષ્ટ લક્ષણો જણાવો.
5. સેવાનું વર્ગીકરણનાં માત્ર પ્રકારો સ-ઉદાહરણ જણાવો.
6. પેદાશ સહાયક સેવાની વ્યૂરચના તબક્કાવાર ટૂંકમાં જણાવો.
7. વેચાણ પહેલાંની પેદાશ સહાયક સેવાની વ્યૂરચના તબક્કાવાર ટૂંકમાં જણાવો.
8. વેચાણ બાદની પેદાશ સહાયક સેવાની વ્યૂરચના તબક્કાવાર ટૂંકમાં જણાવો.
9. વપરશકાર લક્ષી સેવાઓનો અર્થ આપો.

સેવાઓનું માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સંબંધોનું માર્કેટિંગ

1. સેવાઓનું માર્કેટિંગ

MCQs

10. વપરાશકાર લક્ષી સેવાઓનું વ્યૂહાત્મક સંચાલનનાં સાત તબક્કાઓ જણાવો.
11. સેવા-સ્થાનીયકરણ માટેનાં 5-A જણાવો
12. સેવા માર્કેટિંગને અસર કરતાં પરિબલોનાં નામ જણાવો
13. સેવા માર્કેટિંગ મિશ્રનાં મુખ્ય ઘટકો જણાવો.
14. મૂળભૂત કે શુદ્ધ સેવાનો અર્થ આપો.
15. સહાયક/પૂરક કે આનુષંગિક સેવાનો અર્થ આપો.

Trends in marketing

- 1.Social marketing**
- 2.Online marketing**
- 3.Green marketing**
- 4.Direct marketing**
- 5.Rural marketing**

1.Social marketing

Social marketing is marketing designed to create social change, not to directly benefit a brand. Using traditional marketing techniques, it raises awareness of a given problem or cause, and aims to convince an audience to change their behaviors.

Health and safety, including:

- Anti-smoking
- Anti-drug
- Promoting exercise and healthy eating
- Safe driving
- Railroad station safety

Environmental causes, including:

- Anti-deforestation
- Anti-littering
- Endangered species awareness

Social activism, including:

- Illuminating struggles that people of color, people with disabilities, etc. face, then inspiring people to fight against mechanisms that create inequality
- Anti-bullying
- Fighting gender stereotypes

Who initiates these social marketing campaigns? Nonprofit organizations and charities run the majority of social marketing campaigns. Government organizations, highway safety coalitions, and emergency services (police, fire, ambulance) run them as well. But social marketing is not out of the question if you're a commercial business. Commercial brands will sometimes run social marketing campaigns for causes they are passionate about.

2. Online marketing

Online marketing is the practice of leveraging web-based channels to spread a message about a company's brand, products, or services to its potential customers.

Online marketing combines the internet's creative and technical tools, including design, development, sales and advertising, while focusing on planning out the marketing policy.



3.Green Marketing

- What Is Green Marketing?
- Green marketing refers to the practice of developing and advertising products based on their real or perceived environmental sustainability.

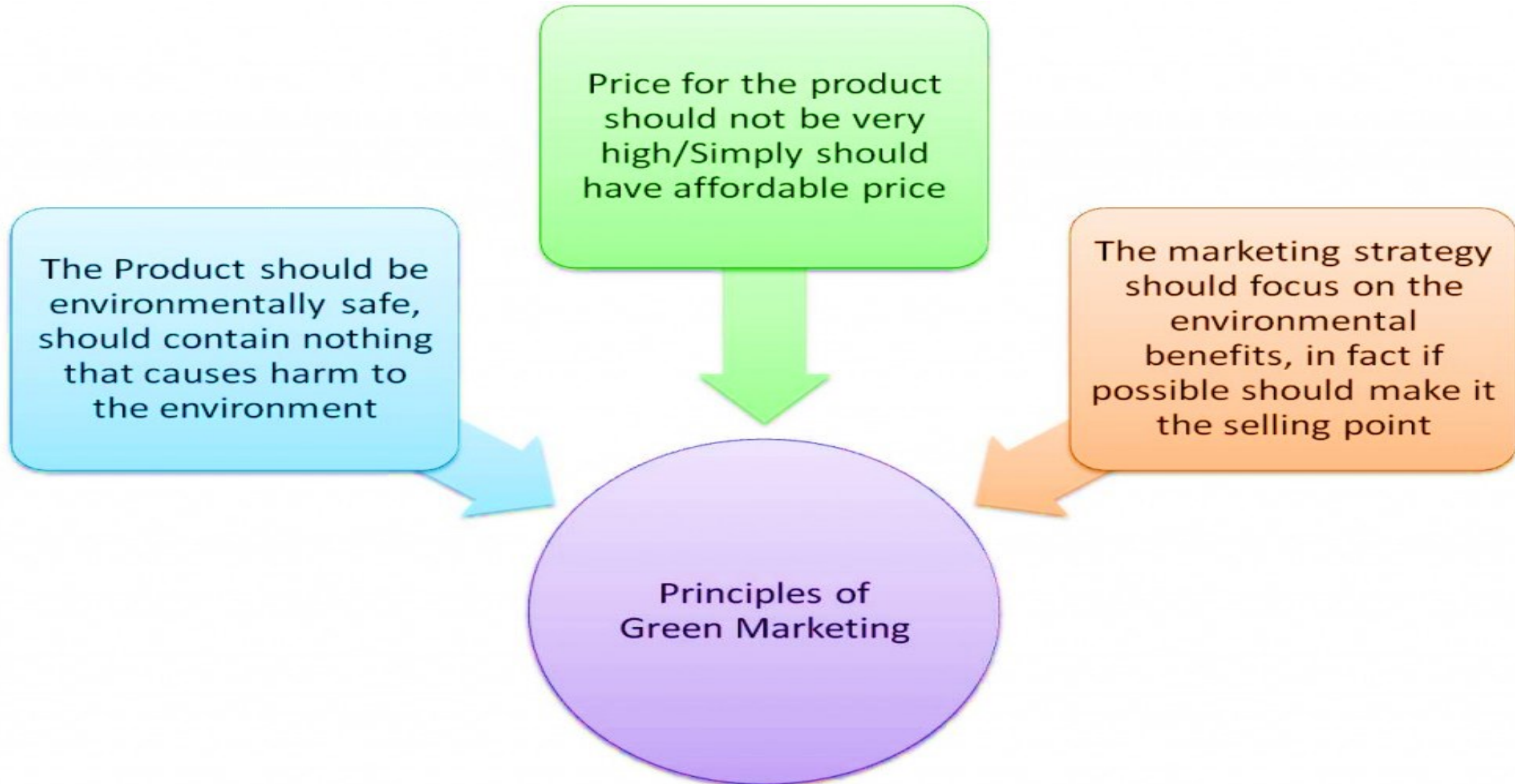
When a company's green marketing activities are not substantiated by significant investments or operational changes, they may be criticized for false or misleading advertising. This practice is also sometimes referred to as [greenwashing](#).

Features of Green Marketing :-

- Green marketing helps to produce eco-friendly products.
- Green products focuses on wastage minimization and proper resource planning.
- Green marketing helps in sustainability of environment.
- Green marketing is also contributing for reduction of various green house gases in the environment.



Green Marketing



4. Direct marketing

Direct marketing is a promotional method that involves presenting information about your company, product, or service to your target customer the use of an advertising middleman. It is a targeted form of marketing that presents information of potential interest to a consumer that has been determined to be a likely buyer.



• Forms of Direct Marketing

- Brochures
- Catalogs
- Fliers
- News letters
- Post cards
- Coupons
- Emails
- Targeted online display ads
- Phone calls
- Text messages

5. Rural marketing



5. Rural marketing

Rural marketing is a process of developing, pricing, promoting, and distributing rural specific goods and services leading to desired exchange with rural customers to satisfy their needs and wants, and also to achieve organizational objectives.

To be precise, rural marketing in India, economy covers two broad sections, namely:

- i. Selling of agricultural products in the urban areas
- ii. Selling of manufactured products in the rural regions

5. Rural marketing

Rural Marketing



5. Rural marketing

- **Rural Marketing in India**
- **Types of Rural Markets:**
- **Periodic Markets,**
- **Mobile Traders**
- **Permanent Retail Shops**



CRM

ગ્રાહક સબંધોનું સંચાલન

Consumer Relationship Management

1. અર્થ
2. લક્ષણો
3. ઉદ્દેશો

1. અર્થ

1. Philip Kotler:

CRM is the process of carefully managing detailed information about individual customer and all customers touch points to maximise customer loyalty.

2. Scott Hornstein:

CRM is the delivery of customer care as a strategic product with measurement and reward focused on generating happier customers that stay longer and more.

2.લક્ષણો

- 1. ગ્રાહકલક્ષી પ્રવૃત્તિ
- 2. હેતુલક્ષી પ્રવૃત્તિ
- 3. માનવીય અભિગમ
- 4. જૂનો ખ્યાલ
- 5. સમસ્યા ઉકેલવા માટે નવો ખ્યાલ
- 6. ઇન્ફર્મેશન ટેકનોલોજી નો ઉપયોગ
- 7. સાતત્યપૂર્ણ પ્રવૃત્તિ
- 8. વિકાસલક્ષી ખ્યાલ
- 9. પ્રતિષ્ઠાલક્ષી ખ્યાલ



3. ઉદ્દેશો

1. ખરીદીનારોનું નફાકારક ગ્રાહકમાં પરિવર્તન કરવાનો ઉદ્દેશો
2. આજીવન ગ્રાહક વર્ગ ઊભો ઉદ્દેશો
3. ઉચ્ચ મૂલ્ય ધરાવતા ગ્રાહકો શોધવાનો ઉદ્દેશો
4. ગ્રાહકોની જાળવણીને અગ્રતા
5. ગ્રાહક પસંદગી અને અભિવૃદ્ધિ ઝુંબેશ ને અસરકારક બનાવવી
6. શૂન્ય ગ્રાહક ગુમાવવાનો ઉદ્દેશો
7. ગ્રાહક વિસ્તારમાં થતી તમામ હિલચાલ ઉપર રડાર તરીકેનું કામ
8. પેદાશ અને વિતરણ માર્ગ અંગે ગ્રાહકોના 3૬0 અંશનો દષ્ટિકોણ રજૂ કરે
9. ગ્રાહકોને મિશ્ર વેચાણ અને ઉચ્ચ વેચાણ નો ઉદ્દેશ
10. વિશાળ પ્રમાણમાં વ્યક્તિગત માર્કેટિંગને મદદરૂપ
11. આવક અને નફા વચ્ચેની ભેદરેખા દુર કરે
12. ગ્રાહક આંતરક્રિયા અને ગ્રાહકસેવાનું સંચાલન
13. કાયમી સ્પર્ધાત્મક લાભનો ઉદ્દેશ
14. તમામ માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓમાં ગ્રાહકો વિશેની માહિતી અને ગ્રાહક વર્તનનો ઉપયોગ

Thanks!