

‘अश्वत्थामा’ जैसा अधूरा सच कस्टमर्स के सामने पेश न करें

उत्साह 2019 के तहत
लीडरशिप और
मार्केटिंग पर वर्कशॉप
में शामिल हुए एक्सपर्ट

पत्रिका PLUS रिपोर्टर

इंदौर • एआई बॉट्स, एआर, वीआर और गैमीफिकेशन के कारण फिल्मों के मार्केटिंग के तरीके को बदल रहे हैं। फिल्मों में कैपिटलाइजेशन का अहम रोल है। फिल्मों में सफल मार्केटिंग का केवल एक ही नियम है कि यहां कोई भी तय नियम नहीं है। हमेशा कुछ नए कॉन्सेप्ट के साथ आपको काम करना होता है। यह बात उत्साह 2019 के तहत आइआइएम इंदौर में आयोजित लीडरशिप एंड मार्केटिंग वर्कशॉप में रेड चिलीज एंटरटेनमेंट की मार्केटिंग लीडर ख्याति मदान ने कही। उन्होंने फिल्म बिजनेस में डिजिटल मार्केटिंग से जुड़ी अहम जानकारी प्रदान की।

आइआइएम डायरेक्टर हिमांशु राय ने कहा, रिसर्च में डाटा और इंफॉर्मेशन के बीच भेद होना चाहिए। वेस्टर्न मार्केट फिलॉसोफी में मार्केटिंग में एक्यूरेसी, कम्प्लीट, टाइमली और रिलेवेंसी का महत्व बताया है। पांचवीं बात कम्प्लीट टूथ है। इसे राय ने महाभारत के उदाहरण से समझाया। गुरु द्रोणाचार्य और अश्वत्थामा ने महाभारत के युद्ध के दौरान पांडवों की सेना को छिन्न-भिन्न कर दिया। तब श्रीकृष्ण ने द्रोणाचार्य का वध करने के लिए युधिष्ठिर से कूटनीति का सहारा लेने को कहा। युद्धभूमि में यह बात फैला दी कि अश्वत्थामा मारा गया है। जब द्रोणाचार्य ने युधिष्ठिर से इस बारे में हकीकत जानना चाहा तो युधिष्ठिर ने जवाब दिया, ‘अश्वत्थामा हतो नरो वा कुजरो वा’ अर्थात् अश्वत्थामा मारा गया है, लेकिन मुझे पता नहीं कि वह मनुष्य था या हाथी। यह सुन गुरु द्रोण पुत्र मोह में शस्त्र त्याग कर युद्धभूमि में बैठ गए। तब पांचाल नरेश द्रुपद के पुत्र धृष्टद्युम्न ने उनका वध कर दिया। इसकी सीख है, आप अपनी बात में स्पष्टता रखें और अधूरा सच अपने कस्टमर के



हिमांशु राय।



ख्याति मदान।



पर्णिका श्रीमाली।



थॉमस पुलियाल।



सुमित अरोड़ा।

सामने पेश न करें। कई बार प्रोडक्ट डिटेल् में महत्वपूर्ण बात को छोटे अक्षरों में लिखा जाता है, जो गलत है।

मार्केटिंग के ट्रेंड बताए

कार्यक्रम में मैथिल के रीजनल कमिश्नर डायरेक्टर एशिया सुमित अरोड़ा, एसपीजेआइएमआर के एरिया हेड मार्केटिंग थॉमस पुलियाल और कतर साउथ एशिया इनसाइट डिवीजन की ब्रांड गाइडेंस डोमेन लीड पर्णिका श्रीमाली ने भी स्टूडेंट्स को मार्केटिंग से जुड़े ट्रेंड्स को लेकर जानकारी दी। सुमित अरोड़ा ने अपने सेशन में मार्केट रिसर्च के क्षेत्र में मार्केटिंग और डवलपमेंट मेजरमेंट मैट्रिक्स में जवाबदेही के बारे में

बताया। अरोड़ा ने कहा, बेहतर मार्केटिंग अधिक प्रभावी, अधिक कुशल और हमेशा किफायती होती है। प्रोफेसर थॉमस पुलियाल ने बताया, मार्केट रिसर्च आज की व्यावसायिक जरूरतों को किस तरह से बदल रही है। उन्होंने यह भी बताया कि डाटा की कमी के कारण बाजार में अंतर को भरने के लिए स्टार्ट-अप कैसे सहायता कर रहे हैं।

पर्णिका श्रीमाली ने अपने सेशन में केस स्टडी और वीडियो प्रजेंटेशन के माध्यम से बिजनेस की समस्याओं का समाधान बताया। उन्होंने अपने ऑडियंस बेस को बढ़ाने, जेंडर इक्विलिटी और सेप्टी कंवेन्शन और डिफरेंशिएशन ऑफ प्रोडक्स पर चर्चा की।

बाजार अनुसंधान बदल रहा व्यावसायिक जरूरतें

दबंग रिपोर्टर ■ इंदौर

इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ मैनेजमेंट (आईआईएम) में शनिवार को 'उत्साह 2019' के तहत 'लीडरशिप और मार्केटिंग' विषय पर कार्यशाला आयोजित की गई। इस मौके पर विपणन के क्षेत्र से चार प्रख्यात वक्ताओं ने विचार व्यक्त किए, जिसमें क्षेत्रीय वाणिज्यिक (एशिया) निदेशक सुमित अरोड़ा, डिजिटल मार्केटिंग लीड, रेड चिलीज



एंटरटेनमेंट से ख्याति मदान, एसपीजेआईएमआर से एडजेंट प्रोफेसर और एरिया हेड मार्केटिंग के प्रो. थॉमस पुलियाल और ब्रांड मार्गदर्शन डोमेन लीड, कंटर साउथ एशिया इनसाइट्स डिजिटल मार्केटिंग लीड श्रीमाली शामिल हुए। शुरुआत में आईआईएम इंदौर के निदेशक प्रो. हिमांशु राय ने महाभारत का उदाहरण देकर वर्तमान के मार्केटिंग परिदृश्य की समानताएं बताईं। इसके बाद मार्केटिंग रिसर्च के सुमित अरोड़ा ने मार्केट रिसर्च के क्षेत्र में

मार्केटिंग और डेवलपमेंट मेजरमेंट मेट्रिक्स में जवाबदेही के बारे में बताया। अरोड़ा ने इस तथ्य पर जोर दिया कि बेहतर विपणन अधिक प्रभावी, अधिक कुशल और हमेशा किफायती है। इसके बाद ख्याति मदान ने मार्केटिंग डोमेन का एक नया अवलोकन किया। उन्होंने कहा कि एआई बॉट्स, एआर, वीआर और गेमिफिकेशन फिल्मों के विपणन के तरीके बदल रहे हैं और उसी के पुंजीकरण पर भी जोर दिया गया है उन्होंने फिल्म इंडस्ट्री का मंत्र बताते हुए कहा बेहतर विपणन में केवल एक नियम है कि कोई नियम नहीं है।



आईआईएम में 'लीडरशिप और मार्केटिंग' पर वर्कशॉप

ऑडियंस बेस बढ़ाएं

कार्यशाला में प्रो. थॉमस पुलियाल ने बताया कि बाजार अनुसंधान आज की व्यावसायिक जरूरतों को तेजी से बदल रहा है। अंत में पर्णिका श्रीमाली ने कार्यशाला में अपना संदेश देने के लिए एक अलग तरीका अपनाया। अपने ऑडियंस बेस को बढ़ाना (सुलुलेमन केस), लैंगिक समानता और सुरक्षा सम्मेलनों (जिम बीम केस) और उत्पादों का विभेदीकरण (रंगेज परफ्यूम केस) कुछ ऐसे विषयों पर वक्ता ने चर्चा की।

Dabang Dunia (Dabang Dunia2), September 1, 2019, Page-1

आईआईएम इंदौर में लीडरशिप और मार्केटिंग विषय पर कार्यशाला आयोजित

बेहतर विपणन अधिक प्रभावी, कुशल और हमेशा किफायती प्रबंधन की कई स्किल्स से परिचित हुए स्टूडेंट्स

इंदौर। नईदुनिया रिपोर्टर

आईआईएम इंदौर द्वारा मध्य भारत का सबसे बड़ा विपणन उत्सव आयोजित किया है। यह 11वां संस्करण था, जिसकी शुरुआत शनिवार को हुई। इस दिन 'मार्केटिंग और लीडरशिप' विषय पर कार्यशाला हुई। इसमें विपणन क्षेत्र से 4 वक्ता सुमित अरोड़ा, ख्याति मदान, प्रोफेसर थॉमस पुलियाल और पर्णिका श्रीमाली ने उद्बोधन दिया। कार्यशाला की शुरुआत आईआईएम इंदौर के निदेशक प्रोफेसर हिमांशु राय के संबोधन से हुई।



हिमांशु राय | ● नईदुनिया

के विपणन के तरीके को बदल रहे हैं और उसी के पुंजीकरण पर भी जोर दिया गया है। उन्होंने कहा फिल्म विपणन में केवल एक नियम है कि कोई नियम नहीं है।

प्रोफेसर थॉमस पुलियाल ने बताया कि बाजार अनुसंधान आज की व्यावसायिक जरूरतों को कैसे बदल रहा है। उन्होंने गुणात्मक और मात्रात्मक डेटा के एकीकरण के बारे में बात की। उन्होंने यह भी ध्यान केंद्रित किया कि डेटा की कमी के कारण बाजार में अंतर को भरने के लिए स्टार्टअप कैसे सहायता कर रहे हैं। पर्णिका श्रीमाली ने कार्यशाला में अपना संदेश देने के लिए एक अलग तरीका अपनाया। कार्यशाला ने प्रतिभागियों को विशेषज्ञों से नए सुझावों और विपणन के गर सीखने के लिए एक मंच प्रदान किया।



आईएमए ने छात्रों के लिए 'मैनेजमेंट गेम्स' कार्यक्रम आयोजित किया। इस कार्यक्रम में वक्ता सीए निधि अग्रवाल थीं। ● नईदुनिया

इंदौर। नईदुनिया रिपोर्टर

इंदौर। मैनेजमेंट एसोसिएशन ने प्रबंधन के छात्रों के लिए शनिवार को 'मैनेजमेंट गेम्स' नाम से एक कार्यक्रम आयोजित किया। इस कार्यक्रम में वक्ता सीए निधि अग्रवाल थीं। अग्रवाल अपने कैरियर में दस हजार से अधिक लोगों को कैरियर,

रिश्तों और लाइफ स्किल से संबंधित प्रशिक्षण दे चुकी हैं। उनके दिशा-निर्देश में अनूठे प्रशिक्षण कार्यक्रम के तहत लोग बेहतर प्रशिक्षण कार्यक्रम से लाभान्वित हुए हैं। कार्यक्रम में प्रबंधन की दो एक्टिविटीज करवाई गईं। पहली एक्टिविटी का नाम था, 'क्रिएटिव एड शो' और दूसरी एक्टिविटी थी 'स्लेडिंग

द नॉन-सेंस'। इन दोनों कार्यक्रमों से छात्र प्रबंधन की कई स्किल्स से परिचित हुए। उन्हें टीम वर्क, क्रिएटिविटी, कल्पनाशीलता, स्वच्छंदता आदि खूबियों की जानकारी हुई। साथ ही सूचना एवं प्रस्तुतिकरण के माध्यम से दर्शकों को आकर्षित करने की कला से भी छात्रों को अग्रवाल ने परिचित करवाया।

Naidunia, September 1, 2019, Page-19

'Better marketing is more effective, efficient and economical'

OUR STAFF REPORTER
Indore

Marketing head at Red Chillies Khyati Madaan said there is only one rule in film marketing and it is that there is no rule.

Addressing the workshop on marketing and leadership in Utsaha-2019, the largest marketing fest of Central India organised by Indian Institute of Management Indore on Saturday, she said AI bots, AR, VR and gamifying are changing the way films are being marketed. "So, capitalise on it," she



said. Professor Himanshu Rai, director, IIM Indore, drew parallel from epic Mahabharata to today's marketing scenario.

Marketing research veteran Sumit Arora spoke on accountabil-

ity in marketing and evolving measurement metrics in the field of market research. He stressed on the fact that better marketing is more effective, more efficient and always economical.

Professor Thomas Puliyeel talked about integration of qualitative and quantitative data and provided insights into how market research is transforming business needs.

Another speaker Parnika Shrimali talked about increasing audience base, promoting gender equality, safety conventions and differentiation of products.

Free Press, September 1, 2019, Page-2